



**Mācību prakse priekšmetā**  
***“Automobiļu servisa organizācija”***

**DARBA BURTNĪCA**

---

*( Mācību iestādes nosaukums)*

---

*( Audzēkņa vārds, uzvārds, kurss)*

\_\_\_\_\_ *gads*



**PROJEKTA 75% LĪDZFINANSĒ EIROPAS SAVIENĪBAS  
EIROPAS SOCIĀLAIS FONDS UN 25% LATVIJAS VALSTS**

**Projekta līguma Nr.: 2006/0221/VPD1/ESF/PIAA/06/APK/3.2.1./0050/0026**

**Projekta nosaukums: “Profesionālās vidējās izglītības programmas “Autotransports” īstenošana”**

### **Anotācija**

Darba burtnīca mācību praksei profesionālajā priekšmetā „Automobiļu servisa organizācija” sagatavota ar ESF finansiālu atbalstu.

Darba burtnīca paredzēta praktisko darbu izpildei, sastāv no 6 praktiskajiem darba uzdevumiem, 56 lappusēm aprakstošās daļas un tabulām.

Darbā iekļauti 6 praktisko darbu uzdevumi. Katrs uzdevums sastāv no teorētiskās daļas un praktiskās daļas.

Teorētiskajā daļā iekļauts darba teorētiskais pamatojums, atbilstoši praktiskā darba tēmai. Praktiskajā daļā jāveic aprēķini un aprēķinu analīze, rezultāti ierakstāmi tabulās.

Praktisko darbu tēmas:

1. Automobiļu servisa uzņēmuma vispārējais raksturojums.
2. Automobiļu servisa uzņēmuma pakalpojumu apraksts.
3. Uzņēmuma vadība un personāls.
4. Tirgus analīze un mārketinga stratēģija.
5. Riska faktori un galvenās problēmas.
6. Uzņēmuma finansu plāns.

Mācību palīglīdzekļi projekta “Profesionālās vidējās izglītības programmas “Autotransports” īstenošana” līguma Nr. 2006/022/VPD1/ESF/PIAA/06/APK/3.2.1./0050/0026 ietvaros un ar ES ESF finansiālu atbalstu sastādīja Višķu Profesionālās vidusskolas skolotāja Irēna Sipoviča.

I. Sipoviča. Mācību palīglīdzekļis. Darba burtnīca mācību praksē mācību priekšmetā „Automobiļu servisa organizācija” – Višķi, 2008, 56 lpp.

## Saturs

Anotācija .....	2
Ievads .....	4
1. Automobiļu servisa uzņēmuma vispārējais raksturojums.....	5
2. Automobiļu servisa uzņēmuma pakalpojumu apraksts.....	13
3. Uzņēmuma vadība un personāls.....	17
4. Tirgus analīze un mārketinga stratēģija.....	23
5. Riska faktori un galvenās problēmas.....	33
6. Uzņēmuma finansu plāns.....	38
Biznesa plāna kopsavilkums. Secinājumi un priekšlikumi. ....	54
Biznesa plāna aizstāvēšana.....	55
Izmantotā literatūra .....	56

## Ievads

Biznesa plāns ir jūsu biznesa apraksts un ietver informāciju par šādiem jautājumiem:

- jūsu produkcija vai pakalpojums,
- jūsu tirgus,
- mārketinga stratēģija,
- kā jūsu uzņēmuma ražojumi tiks izstrādāti vai pakalpojumi veikti,
- jūsu - uzņēmēja īpašuma tiesības,
- uzņēmēj sabiedrības (uzņēmuma) vadības struktūra, organizācija un personāls, finansēšanas vajadzības un plānošana.

Pareizi izstrādāts biznesa plāns ir, pirmkārt, līdzeklis, kas palīdz perspektīvi vadīt jūsu uzņēmēj sabiedrību (uzņēmumu), otrkārt, obligāts dokuments, lai saņemtu finansējumu.

Biznesa plāna uzmetums palīdzēs jums noskaidrot šī plāna konkrētos jautājumus un to secību.

## Izglītības programma - **Autotransports**

### *Automobiļu servisa organizācija*

#### Praktisko mācību uzdevums N1

### **Praktisko mācību mērķis, uzdevumi, sākuminformācijas ievākšana**

#### **Darba mērķis:**

Iepazīties ar praktisko mācību saturu, prasībām ieskaitēs, atskaites sastādīšanu, noformēšanu, iesniegšanu, raksturot automobiļu servisa uzņēmuma vispārējo stāvokli.

#### **Darba uzdevums:**

1. Iepazīties ar praktisko mācību uzdevumu un atskaites sastādīšanas prasībām.
2. Raksturot automobiļu servisa uzņēmuma vispārējo stāvokli.

### **Atskaites sastādīšana**

#### SATURS

#### IEVADS

1. AUTOMOBĪĻU SERVISA UZŅĒMUMA VISPĀRĒJS RAKSTUROJUMS
    - 1.1. Uzņēmuma darbības mērķi.
    - 1.2. Uzņēmuma atrašanās vietas raksturojums, nosaukuma izvēles pamatojums.
    - 1.3. Uzņēmuma īpašnieki, viņu ieguldījums.
    - 1.4. Nepieciešamās atļaujas darbības uzsākšanai.
    - 1.5. Uzņēmuma līdzekļu raksturojums. Amortizācijas aprēķins.
    - 1.6. Uzņēmuma līdzekļu avoti, kredīta nepieciešamības pamatojums.
  2. AUTOMOBĪĻU SERVISA UZŅĒMUMA PAKALPOJUMU APRAKSTS.
    - 2.1. Pakalpojumu veidi.
    - 2.2. Darbu apjomi, piegādātāju izvēle.
    - 2.3. Pakalpojumu sniegšanas tehnoloģiskā procesa apraksts.
  3. UZŅĒMUMA VADĪBA UN PERSONĀLS.
    - 3.1. Uzņēmuma darbībai nepieciešamie darbinieki, viņu kvalifikācija, darba pienākumi.
    - 3.2. Darba samaksa.
  4. TIRGUS ANALĪZE UN MĀRKETINGA STRATĒGIJA.
    - 4.1. Uzņēmuma mērķa tirgus, piedāvāto pakalpojumu izvēles kritēriji.
    - 4.2. Tirgus niša, prognozētais pieprasījuma apjoms.
    - 4.3. Konkurenti, to raksturojums.
    - 4.4. Pakalpojumu cenu veidošanās.
    - 4.5. Reklāma.
  5. RISKĀ FAKTORI UN GALVENĀS PROBLĒMAS
    - 5.1. Riska veidi.
    - 5.2. Pasākumi riska samazināšanai.
    - 5.3. Potenciālas problēmas nākotnē.
  6. UZŅĒMUMA FINANSU PLĀNS
    - 6.1. Ieņēmumu struktūra.
    - 6.2. Izmaksu aprēķins.
    - 6.3. Nodokļu veidi.
    - 6.4. Peļņas aprēķins.
    - 6.5. Naudas plūsmas grafiks.
    - 6.6. Sākuma bilances sastādīšana.
    - 6.7. Uzņēmuma saimnieciskas darbības rādītāju analīze.
  7. BIZNESĀ PLĀNA KOPSAVILKUMS. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI.
  8. PREZENTĀCIJA
- IZMANTOTĀ LITERATŪRA

**Darba noslēgumā:**

1. Darbs jāiesniedz rakstiski.
2. Jāprezentē.

**Darba novērtējums:**

- 10 balles** - darbs izstrādāts datorsalikumā, veikts patstāvīgi, precīzs, plašs satura izklāsts, nav kļūdu aprēķinos, veikta darba analīze, izdarīti secinājumi. Prot savu darbu prezentēt.
- 9 balles** - darbs izstrādāts datorsalikumā, veikts patstāvīgi, ir aprakstīta visa darba gaita, nav aprēķinu kļūdu, ir secinājumi. Prot darbu prezentēt.
- 8 balles** - darbs ir rokrakstā, salasāms, bez smērējumiem, veikts patstāvīgi, labs satura izklāsts, nav kļūdu, veikta darba analīze, ir secinājumi. Prot prezentēt.
- 7 balles** - darbs rokrakstā. Darba aprakstošā daļa lakoniska, nenozīmīgas neprecizitātes aprēķinos. Ir analīze, secinājumi. Prot darbu prezentēt.
- 6 balles** - darbs rokrakstā. Izpildē ir nepieciešama palīdzība, aprakstošā daļa lakoniska, ir aprēķinu kļūdas. Veikta darba analīze, ir secinājumi. Var pastāstīt kā darbs veikts.
- 5 balles** - darbs rokrakstā. Īsa aprakstošā daļa, ir aprēķinu kļūdas, bet darba būtība uztverta pareizi, ir secinājumi. Darba izstrādē nepieciešama palīdzība, Pastāstīt var uz jautājumiem.
- 4 balles** - darbs rokrakstā. Apjoms šaurs. Ir veikti aprēķini, bet ir daudz kļūdu. Vāji spēj analizēt un izdarīt secinājumus. Nepieciešama palīdzība darba izstrādē un prezentācijā.
- Neieskaitīts** - darbs veikts ļoti pavisī, grūti pārskatāms, aprēķini ļoti kļūdaini, nespēj analizēt un izdarīt secinājumus, pastāstīt, kā darbs bija jāpilda.

**Automobīļu servisa uzņēmuma vispārējs raksturojums.**

1. Uzņēmuma darbības mērķi.
2. Uzņēmuma atrašanās vietas raksturojums (transports, komunikācijas iespējas, ceļi, tirgus attīstības iespējas) nosaukuma izvēles pamatojums
3. Uzņēmuma īpašnieki, viņu ieguldījums un daļu sadalījums,
4. Nepieciešamās atļaujas darbības uzsākšanai, licences.
5. Uzņēmuma līdzekļu raksturojums. Amortizācijas aprēķins.
6. Uzņēmuma līdzekļu avoti, kredīta nepieciešamības pamatojums.

**Darba ilgums:** 4 stundas**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

<b><u>Vērtē:</u></b>	1. Darbības mērķu noteikšanu un atrašanas vietas analīzi.	3 punkti
	2. Īpašnieku ieguldījuma noteikšanu.	3 punkti
	3. Ēku un tehniskā nodrošinājuma analīzi.	9 punkti
	4. Darba patstāvīgumu.	3 punkti
	5. Noformējumu.	2. punkti

**Novērtējuma tabula**

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
<b>Balles</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

## Darba gaita

### Darba sadalījums:

- teorētiskā daļa
- praktiskā daļa - 1. – 5. jautājumi – rakstiski  
6.jautājums – aizpildīt tabulas (izdales materiāls)

### Teorētiskā daļa

Biznesa plāns ir jūsu biznesa apraksts un ietver informāciju par šādiem jautājumiem:

- jūsu produkcija vai pakalpojums,
- jūsu tirgus,
- mārketinga stratēģija,
- kā jūsu uzņēmuma ražojumi tiks izstrādāti vai pakalpojumi veikti,
- jūsu - uzņēmēja īpašuma tiesības,
- uzņēmēj sabiedrības (uzņēmuma) vadības struktūra, organizācija un personāls, finansēšanas vajadzības un plānošana.

Pareizi izstrādāts biznesa plāns ir, pirmkārt, līdzeklis, kas palīdz perspektīvi vadīt jūsu uzņēmēj sabiedrību (uzņēmumu), otrkārt, obligāts dokuments, lai saņemtu finansējumus.

Biznesa plāna uzmetums palīdzēs jums noskaidrot šī plāna konkrētos jautājumus un to secību.

### Stadijas:

- Inicializācija / idejas ģenerēšana (IDEJAS DEFINĒŠANA)
- Priekšizpēte – (PAMATKONCEPCIJA)
- BP sagatavošana (DARBA PLĀNS)
- BP izstrādāšana (PROJEKTA KOMANDA)
- Finansējuma, investīciju piesaiste
- BP ieviešana
- Kontrole, atskaites

### Ieteikumi

- 1) “Smadzeņu bangojums”
- 2) Projekta uzdevums
- 3) Projekta vadītājs
- 4) Resursi (vai jāpiesaista?)
- 5) Plāns un robežstabi.... BP, tehniskā dokumentācija, iepirkumi,.....

Atskaites punkts:

- Motivācija;
- mērķi;
- pieredze;
- resursi
- utt.

+ UZDRĪKSTĒŠANĀS

## Priekšizpēte - PAMATKONCEPCIJA

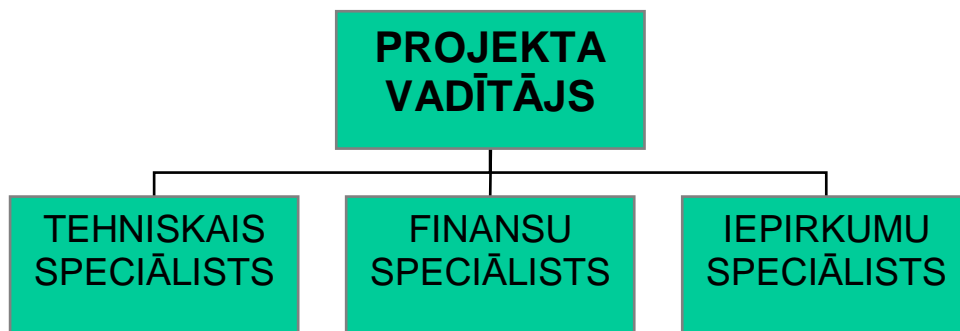
- Kas?
- Ko?
- Kā?
- Kam? + Kāpēc?
- Kad?
- Kur?

## BP sagatavošana – DARBA PLĀNS

- Vispirms sagatavot darba plānu.
- Pamatojums /risināmās problēmas
- Alternatīvas problēmu atrisināšanai
- Noformulēt mērķus
- “Sazobe” ar NAP (NSID), nozaru prioritātēm

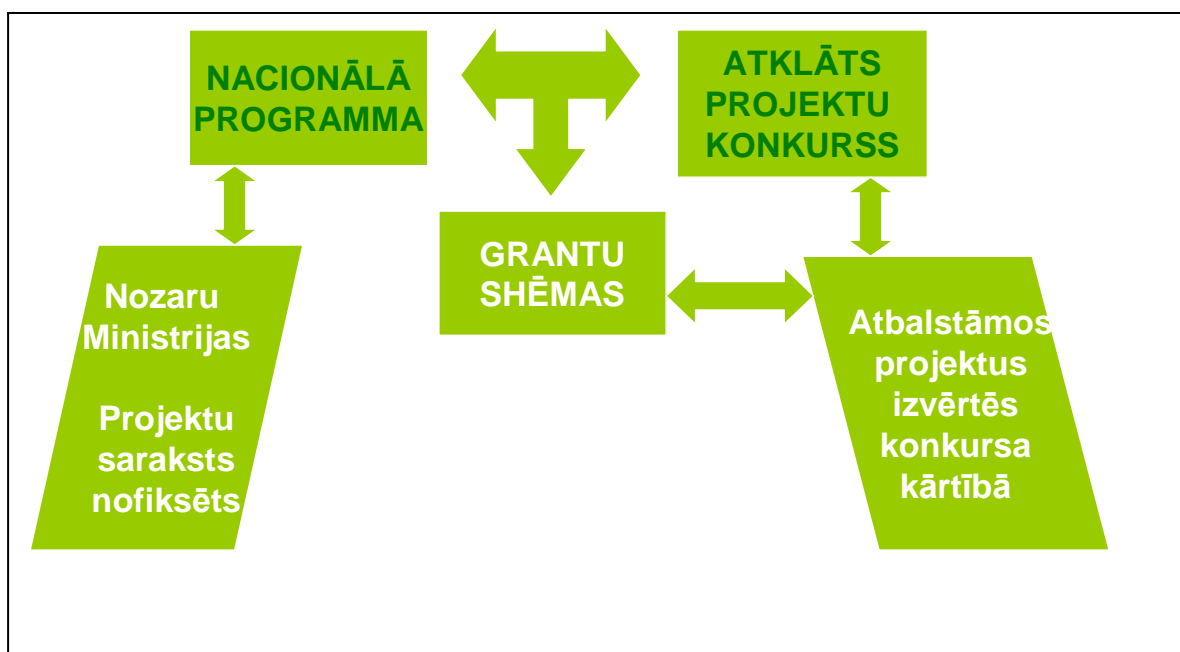
## BP izstrādāšana

## PROJEKTA KOMANDA



## GRANTU PIESAISTE

## FINANSĒJAMĀS AKTIVITĀTES



- 1) Projekta iesnieguma (PI) un pavaddokumentu sagatavošana
- 2) Pretendenta pārstāvis iesniedz projektu
- 3) LIAA, LAD, VRAA vai cits izskata (~ 4 mēneši)
- 4) Iespējamie papildinājumi, precizējumi
- 5) Līgums par granta piešķiršanu - projekta īstenošanas sākums
- 6) Projekta aktivitāšu īstenošana (PI un BP laika grafiks)
- 7) Atskaites (atbilstoši līgumā norādītajiem termiņiem un formai)
- 8) Fiziskā kontrole
- 9) Granta ieskaitīšana pretendenta kontā

### ***Produkta kopējo kvalitāti nosaka tā vissliktākās daļas kvalitāte***

Vai piesaistīt palīgus?

- 1) Savu iespēju izvērtēšana
- 2) Speciālistu / Konsultantu izvēle
- 3) Līgumu slēgšana un vienošanās par projekta uzdevumu

## **Uzņēmējs un uzņēmums**

Šī plāna iedaļas mērķis ir dot informāciju par jūsu uzņēmējdarbību (uzņēmējsabiedrību), aprakstīt jūsu uzņēmuma stāvokli un izredzes. Te jāietver šādi punkti:

### *uzņēmējdarbība*

- business, kurā jūs esat iesaistījies, vai plāns, kā tajā iesaistīties, ieskaitot jūsu ražojumu vai pakalpojumu aprakstu;
- jūsu biznesa pamata, tai skaitā, kad business uzsākts, pašreizējās īpašuma tiesības, tā juridiskā struktūra, biznesa attīstības un izredzu atspoguļojums;
- jūsu biznesa vadītāji un viņu loma firmā;

### *uzņēmums*

- īss jūsu uzņēmuma apraksts (piemēram, restorāns, kāda produkta ražošana u.c.);
- jūsu ieskats par uzņēmuma pašreizējo stāvokli un turpmākām izredzēm;
- jūsu galveno konkurentu apraksti;
- svarīgākās ekonomiskās, sociālās, tehnoloģiskās tendences.

## Praktiskā daļa

### Automobiļu servisa uzņēmuma vispārējs raksturojums

1. Uzņēmuma darbības mērķi.

---

---

---

2. Uzņēmuma atrašanās vietas raksturojums (transports, komunikācijas iespējas, ceļi, tirgus attīstības iespējas) nosaukuma izvēles pamatojums

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Uzņēmuma īpašnieki, viņu ieguldījums un daļu sadalījums,

---

---

---

---

---

4. Nepieciešamās atļaujas darbības uzsākšanai, licences.

---

---

---

---

---

---

---

5. Uzņēmuma līdzekļu avoti, kredīta nepieciešamības pamatojums

---

---

---

---

---

---

---

---





Izglītības programma - **Autotransports**

**Automobiļu servisa organizācija**

Praktisko mācību uzdevums N2

**Automobiļu servisa uzņēmuma pakalpojumu apraksts**

**Darba mērķis:**

Iemācīties aprakstīt un analizēt tehniskā servisa uzņēmuma pakalpojumus.

**Darba uzdevums:**

1. Aprakstīt uzņēmuma pakalpojumu veidus, pamatpakalpojumus un papildus pakalpojumus.
2. Noteikt plānotos sniegšanas apjomus.
3. Raksturot materiāli tehniskās apgādes organizāciju, piegādātāju izvēles principus.
4. Dot pakalpojumu sniegšanas tehnoloģiskā procesa aprakstu.

**Darba ilgums:** 3 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

Novērtē:

- |  |          |
|--|----------|
| 1. Pakalpojumu aprakstu un pakalpojumu apjomu noteikšanu | 5 punkti |
| 2. Materiāli tehniskās apgādes organizāciju              | 5 punkti |
| 3. Pakalpojumu sniegšanas tehnoloģiskā procesa aprakstu  | 5 punkti |
| 4. Darba patstāvību                                      | 3 punkti |
| 5. Noformējumu   | 2 punkti |

**Novērtējuma tabula**

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
<b>Balles</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

## Darba gaita

### **Darba sadalījums:**

- teorētiskā daļa

1. Produkta raksturojums.
2. Uzņēmuma funkcionēšana jeb ražošanas plāns.

- praktiskā daļa

Atbildēt uz darba uzdevumiem rakstiskā veidā

## Teorētiskā daļa

### Produkta raksturojums

*„Par vērtību mēs saucam nevis to, kas nāk no lietām pašām, bet to, ko tajās ieliekam.”*

Produkta raksturojumā vajadzētu atbildēt uz šādiem jautājumiem:

- Kādas iedzīvotāju vajadzības apmierinās jūsu produkts?
- Kas šajā produktā sevišķs, ar ko tas atšķiras no konkurentu piedāvātā?

*Šajā iedaļā jāapraksta produkcija, ko piedāvājat, pieliekot klāt zīmējumu, skices, to fotogrāfijas.*

*Aprakstā norādiet produkcijas tehnisko raksturojumu, kalpošanas ilgumu, dizainu, iesaiņojumu, garantijas, un iespējamās papildu pakalpojumus.*

*Norādiet patentus, autortiesības, īpašuma tiesības, ar kuriem jūsu produkts aizsargāts.*

*Novērtējiet produkcijas ražošanas izdevīgumu, t. i., iespējamo realizācijas cenu, vienības pašizmaksu.*

### Uzņēmuma funkcionēšana jeb ražošanas plāns

Pirms turpinām biznesa plāna (BP) sastādīšanu, jāatceras funkcionālā shēma, kurā nedrīkst atstāt neaprakstītu nevienu no posmiem:

*sagāde - ražošana - kontrole - realizācija.*

*„Ja esi prātīgs, laikus izjūdz vecu zirgu, lai viņš ceļa galā nesāk kļūpt un elstot visiem par uzjautrinājumu.”*

Ražošanas plāna uzdevums ir pārliecināt, ka jūs esat spējīgi reāli, vajadzīgajā daudzumā un laikā ražot kvalitatīvu produkciju.

*„Pārveido vienīgi pakāpeniska, lēna un nepārtraukta rīcība. Jebkura cita iedarbība ir tikai graužoša.”*





Izglītības programma - **Autotransports**

*Automobiļu servisa organizācija*

Praktisko mācību uzdevums N3

**Uzņēmuma vadība un personāls**

**Darba mērķis:**

Gūt praktiskas iemaņas darbinieku skaita un vadības organizatoriskās struktūras noteikšanā, darba samaksas noteikšanā.

**Darba uzdevums:**

1. Uzskaitīt automobiļu servisa uzņēmuma darbiniekus, to kvalifikāciju, darba pienākumus, attēlot shematiski darbaspēka izmantošanu,
2. Aprakstīt darbinieku piesaistīšanas iespējas.
3. Raksturot darba samaksa principus (pamatdarba alga, papildus darba alga, piemaksas, prēmijas, beznaudas stimuli)

**Darba ilgums:** 2 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

**Novērtē:**

- |  |          |
|--|----------|
| 1. Uzņēmuma darbinieku uzskaiti un analīzi | 5 punkti |
| 2. Darba organizatorisko struktūru         | 5 punkti |
| 3. Darba samaksas sistēmu                  | 5 punkti |
| 4. Darba patstāvību                        | 3 punkti |
| 5. Noformējumu                             | 2 punkti |

**Novērtējuma tabula**

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
Balles	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## Darba gaita

### *Teorētiskā daļa*

1. Uzņēmējdarbības vadība un organizācija.
2. Darbinieku piesaistīšanas iespējas
3. Darba samaksas principi

### *Praktiskā daļa*

1. – 2. jautājums – rakstiskā veidā
3. jautājums – darba samaksas aprēķins (tabula)

## Teorētiskā daļa

### Uzņēmēj sabiedrības (uzņēmuma) vadība un organizācija

Svarīgi, lai jūsu sabiedrības (uzņēmuma) vadības komanda būtu nokomplektēta no pieredzējušiem, labi apmācītiem un talantīgiem darbiniekiem. Šajā iedaļā jāapraksta šādi jautājumi:

- *organizācija* - izskaidrojiet, kā jūsu sabiedrības (uzņēmuma) vadības komanda organizēta un aprakstiet katra komandas locekļa galveno lomu, pievienojot viņu darbības organizācijas shēmu. Parādiet, kā komandas locekļi savās zināšanās, prasmē papildina cits citu. Kapitāla ieguldītāju intereses ir vadības komanda ar vadīšanas, finanšu, ražošanas un marketinga prasmi;
- *vadības pamatsastāvs* - sniedziet īsu pārskatu par katru darbinieku, ieskaitot viņu pienākumus un atbildību, karjeras atspoguļojumu un svarīgākos sasniegumus darbā. Jāparāda arī vadības komandas vājās puses un iespējas tās pārvarēt (piem., apmācības, konsultanti no ārpuses utt.);
- *kompensācija par īpašuma tiesībām* - parādiet, kādu kompensāciju katrs vadības loceklis saņēmis (pienu, algu, peļņas daļu, prēmijas utt.) un kāds ir katra ieguldījums sabiedrībā (uzņēmumā). Uzrādiet galveno akciju turētāju sarakstu, cik akciju katram pieder;
- *direktoru padome* - raksturojiet padomes locekļus, īsi aprakstiet, kā viņi gatavojas veicināt sabiedrības (uzņēmuma) darbību, parādiet viņu ieguldījumu sabiedrībā (uzņēmumā);
- *profesionālie pakalpojumi* - nosauciet juridiskās, uzskaites, bankas un citas organizācijas, kuras jums sniegs konsultācijas vai palīdzēs pārvarot trūkumus sabiedrības (uzņēmuma) organizēšanas darbā.

### Organizatoriskais plāns (struktūra)

Ja jūs zināt, ka biznesa plānā iecerēto pasākumu viens pats nespēsiet veikt, jums ir jāveido komanda.

Šīs BP iedaļas uzdevums ir paskaidrot, kādi kompanjoni, darbinieki jums ir vajadzīgi un kā tiks organizēts, vadīts un kontrolēts viņu darbs.

## Stimulēšana

### **Darba samaksas veidi:**

- laika samaksa;
- gabaldarba samaksa.

**Laika darbā** nepieciešams uzskaitīt nostrādāto laiku, tātad nepieciešama darba laika uzskaites tabula. Darba algu aprēķina, faktiski nostrādāto laiku reizinot ar stundas tarifa likmi. Ja noteikta mēnešalga, tad nerēķina nostrādāto dienu skaitu, bet izmaksā mēnešalgu. Ja nav strādāts pilnu mēnesi, tad algu aprēķina tikai par nostrādātām dienām, t. i., mēnešalgu daļa ar darba dienu skaitu mēnesī un reizina ar nostrādāto dienu skaitu.

**Gabaldarbā samaksu** aprēķina, darba apjomu reizinot ar izcenojumu par 1 vienību. Šajā gadījumā jāveic precīza padarītā darba apjoma uzskaitē.

Nostrādātā darba laika un padarītā darba apjoma uzskaiti veic ne tikai, lai aprēķinātu darba samaksu, bet arī, lai aprēķinātu atsevišķu produkcijas veidu vai pakalpojumu pašizmaksu, kā arī lai sekotu racionālai darbaspēka izmantošanai, kas savukārt ļautu samazināt pašizmaksu.

Darba samaksa ietver ne tikai darba algu, bet arī piemaksas, atvaļinājumu naudu, prēmijas, darba devēja pabalstus (arī atlaišanas) un dāvanas, kā arī citus darba devēja dotos labumus darbiniekam un viņa ģimenes locekļiem (apmaksāts personīgais telefons, dzīvoklis, transporta izdevumi u. c).

**Atvaļinājuma** piešķiršanas un atvaļinājuma naudas aprēķināšanas kārtību reglamentē Darba likums, kas stājās spēkā 2002. gada 1. jūnijā.

Katram darbiniekam par nostrādātu kalendāro gadu pienākas atvaļinājums. Vispārējā gadījumā tas ir 4 kalendārās nedēļas (izņemot svētku dienas).

**Slimības pabalstu** apmērus un piešķiršanas kārtību nosaka likums „Par maternitātes un slimības apdrošināšanu”.

Darba devējs no saviem līdzekļiem maksā slimības naudu par darbinieka pirmajām divām slimības nedēļām (A lapa) šādā kārtībā:

- 1. dienu neapmaksā;
- par 2. un 3. dienu maksā 75% no pēdējo 6 mēnešu vidējās izpeļņas;
- par periodu no 4. līdz 14. dienai 80% no vidējās izpeļņas.

B lapu apmaksā sociālā apdrošināšana.



3. Raksturot darba samaksa principus (pamatdarba alga, papildus darba alga, piemaksas, prēmijas, beznaudas stimuli)

Amats	Darba samaksas veids	Samaksas mēnesis	Nostrādātais laiks

### Nepieciešamie speciālisti.

Uzskaitiet, kādi speciālisti vajadzīgi, kādai jābūt viņu kvalifikācijai, izglītībai. Vajadzētu ielānot kvalifikācijas celšanas iespējas. Norādiet speciālistu atalgojumu un juridisko noformēšanu.

Uzskatāmāk būs, ja iepriekšminētos datus noformēsiet tabulā:

Nr.p.k.	Speciālists (amats)	Kvalifikācija	Izglītība	Atalgojums	Noform.

### Auditorfirmu un konsultantu pakalpojumu izmantošana.

---



---



---



---



---



---



## Izglītības programma - **Autotransports**

### *Automobiļu servisa organizācija*

#### Praktisko mācību uzdevums **N4**

### **Tirgus analīze un mārketinga stratēģija**

#### **Darba mērķis:**

Gūt praktiskas iemaņas tirgus analīzē un marketinga stratēģijā.

#### **Darba uzdevums:**

1. Noteikt uzņēmuma mērķa tirgu, potenciālos klientus
2. Aprakstīt uzņēmuma piedāvāto pakalpojumu izvēles kritērijus ( cena, atrašanās vieta, kvalitāte, garantijas, papildus pakalpojumi)
3. Sniegt konkurentu raksturojumu, salīdzinošu vērtējumu, konkurētspējas kritērijus.
4. Raksturot uzņēmuma cenu politiku, pakalpojumu cenu veidošanos.
5. Aprakstīt uzņēmuma reklāmu ( sabiedriskās domas veidošanu, reklāmas izmaksas, reklāmas līdzekļus, sludinājumu tekstu izstrādi)

**Darba ilgums:** 5 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

#### **Novērtē:**

- |                                       |          |
|---------------------------------------|----------|
| 1. Mērķa tirgus noteikšanu.           | 4 punkti |
| 2. Konkurentu raksturojumu.           | 4 punkti |
| 3. Cenu politiku, cenas veidošanu.    | 5 punkti |
| 4. Reklāmas izvēli.                   | 4 punkti |
| 5. Darba patstāvīgumu un noformējumu. | 3 punkti |

#### **Novērtējuma tabula**

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
<b>Balles</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

## Darba gaita

### *Teorētiskā daļa*

1. Tirgus analīze
2. Produkta vai pakalpojumu izplatīšanās iespējas.
3. Konkurenti un to raksturojums
4. Cenas, cenu politika, pakalpojuma cenu veidošanas metodes.
5. Uzņēmuma reklāma
6. Pārdošanas veicināšana
7. Pircēju rīcības izpēte.

### *Praktiskā daļa*

1. – 4. jautājums – rakstiskā veidā
5. jautājums – sava uzņēmuma reklāma un sludinājuma teksta izstrāde

## Teorētiskā daļa

### Tirgus analīze

*„Pat papagailis var kļūt par izglītotu ekonomistu, vajag tikai tam iemācīt divus vārdus: „pieprasījums” un „piedāvājums”.”*

Lai varētu veikt tirgus analīzi, jums vajag savākt informāciju par pieprasījumu, t.i., par saviem klientiem - pircējiem, par pircēju skaitu, pirkumu biežumu, par sezonas svārstībām, par pircēju priekšstatu par kvalitāti, par viņu pirkstspēju.

Tāpat ir jāsavāc informācija par konkurentiem, viņu produkciju, pārdošanas apjomiem, par viņu klientu atsauksmēm.

Papētiet raksturīgākās tendences pie mums un ārzemēs.

Un vēl - atbildiet uz šādu jautājumu:

„Kāda varētu būt konkurentu reakcija, jums parādoties?”

### Produkta vai pakalpojumu izplatīšanās iespējas

Šajā BP nodaļā jums ir jāizplāno un jāizskaidro, kā domājat atrast noieta tirgu savai produkcijai vai pakalpojumam. Te būtu vajadzīgas zināšanas par mārketinga pamatkonceptijām un to pamatideju.

Atšķirībā no agrākās centralizētās jeb plānotās ekonomikas tirgus ekonomikā noteicošais nebūs preces saražošana un nogādāšana uz noliktavām, bet gan sociālā mārketinga koncepcija, kas sekmēs jūsu piedāvātās preces atkārtotu iegādi, veidojot labvēlīgu attieksmi pret jūsu firmu.

Mārketinga stratēģijā jāiekļauj šādi pamatelementi:

1. Produkta izplatīšanas shēma (savos firmas veikalos, caur biržām, ar vairumtirdzniecības organizāciju starpniecību u.tml.).

2. Konkurenti
3. Reklāma un tai atvēlētie līdzekļi.
4. Cenu veidošana atkarībā no tirgus politikas.
5. Pārdošanas veicināšana (pārdošana ar piegādi, uz kredīta, piedalīšanās izstādēs u. c).
6. Sabiedriskas domas veidošana par jūsu firmu un tās produkciju.

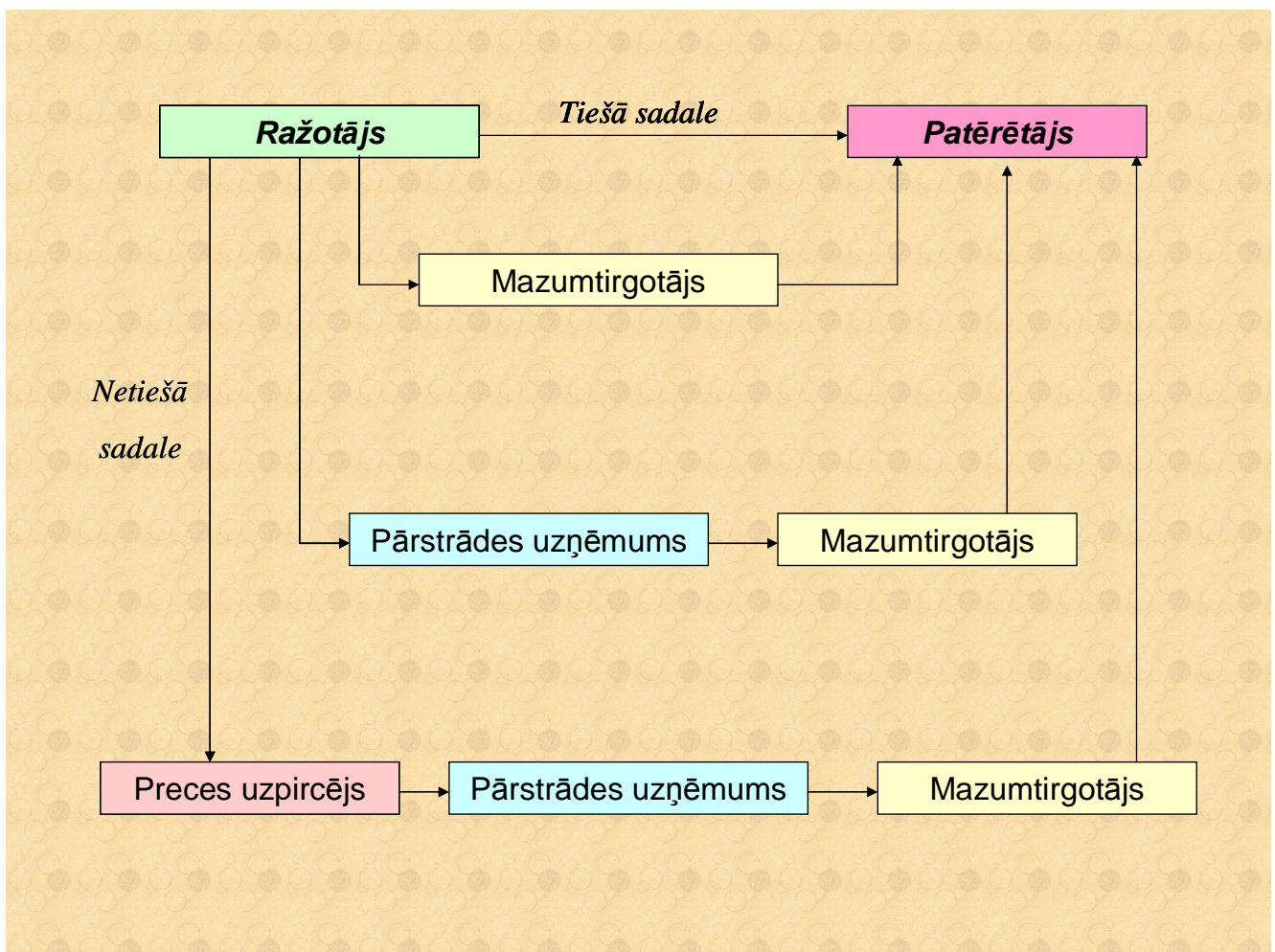
**„Sociālā atbildība ir labs bizness, bet labs bizness ir sociāli atbildīgs”.**

Uzņēmums var pastāvēt tikai tad, ja tā ražotajai precei ir noieta. Noieta iespējas apstiprina izvēlētajā darbības virziena pareizību. Ņemot vērā mārketinga īpatnības, arī produktu sadalei ir savas atšķirības un savi sadales veidi.

Sadales sistēma ir tā, kas savieno ražotāju un patērētāju, tā nodrošina veidu, kādā saražotais produkts atrod savu patērētāju.

Sadales galvenās funkcijas ir

- preču koncentrēšana;
- preču uzkrāšana, šķirošana, izvietošana;
- uzkrāto preču saglabāšana un drošība;
- preču valdījuma īpašnieku maiņa (pircējs - pārdevējs);
- kontaktu uzturēšana, pārrunas un darījumi starp pircēju un pārdevēju.



## Konkurentu rīcības izpēte, to raksturojums

Par konkurentiem jāiegūst šāda informācija:

- kāpēc viņi ir konkurenti,
- kurās jomās konkurē ar mūsu precī (cenās, iesaiņojumā, kvalitātē, sortimentā utt),
- kur viņi ir,
- cik viņu ir,
- kādā konkurences pozīcijā viņi atrodas?

Informācijas iegūšanas veidi ir šādi:

- novērošana,
- eksperiments (kā pircēji reagē uz pārmaiņām),
- anketēšana,
- aptauja,
- intervija,
- statistikas datu pārskatu analīze utt.

Šim nolūkam lielie uzņēmumi veido mārketinga informācijas sistēmu (MIS).

## Cenas, cenu politika, pakalpojuma cenu veidošanas metodes

### Cena un cenu politika

Ja kādam prasītu, kas ir cena, tad droši vien saņemtu atbildi, ka tā ir pircēja maksa par to, ko viņš pērk.

Mārketingā ar jēdzienu *cena* saprot preces vai pakalpojuma vērtību, izteiktu naudā.

*Pircējam ir svarīgi zināt:*

- cik tas maksā?
- vai cena ir atbilstoša preces vērtībai?
- vai citur tā nemaksā lētāk?

*Pārdevējam ir svarīgi zināt:*

- cik lielu cenu varētu prasīt?
- vai pircēji uzskatīs to par pieņemamu?
- vai, prasot šādu cenu, var gūt peļņu?

### Cenas nozīme

#### 1. *Cena kā kvalitātes mērs.*

To izmanto, lai noteiktu preces kvalitāti. Ja cena liekas par augstu, pircējs var uzskatīt, ka preces kvalitāte nav šīs naudas vērtā, ja par zemu - viņam var likties, ka prece ir nevērtīga.

#### 2. *Cena kā konkurences līdzeklis.*

Bieži vien tā var būt galvenais līdzeklis cīņā ar konkurentiem.

#### 3. *Ienākumi.*

Firmas ienākumi ir atkarīgi no diviem lielumiem: pārdotā preču daudzuma un cenas. Pārdošanas ienākumus var palielināt, pārdodot vairāk preču par tādu pašu cenu vai pārdodot tādu pašu daudzumu par augstāku cenu. Cena ir viens no tirgus komponentiem, ko var ātri mainīt. Ar cenu var dot pirmo reakciju uz tirgus situācijas izmaiņām. Cenas izmaiņas pamana uzreiz, citas (piemēram, kvalitātes) nav tik ātri pamanāmas. Ja cena atbalsta precī, tad prece atbalsta cenu.

4. *Cena kā mārketinga mix sastāvdaļa* - tā darbojas kā mehānisms uzņēmuma stratēģijas mērķu sasniegšanai.

## **Cenu politika**

Veicot cenu politiku atkarībā no stratēģiskiem mērķiem, var izvirzīt dažādas prasības:

- *konkurentu izspiešana no konkrētā prece tirgus.* Tirgū iepludina plaša pieprasījuma preces par ļoti zemu cenu. Konkurenti ir spiesti pielāgoties vai aiziet vispār. To var atļauties tikai spēcīgi uzņēmumi;
- *pozīciju iekarošana tirdzniecības starpnieku vidū.* Starpniekiem piedāvā dažādas atlaides vai augstus piecenojumus;
- *tirgus „krējuma” noņemšana.* Sākumā precei nosaka ļoti augstu cenu. Rodas iespaids par tās labu kvalitāti, iekaro maksātspējīgus pircējus.

*To sauc par īslaicīga perioda peļņas maksimizācijas paņēmieni.*

To var lietot, ja

- ✓ prece tiešām ir kaut kas jauns un sevišķs,
- ✓ ir izveidots priekšstats par preces kvalitāti,
- ✓ ir populāra preču zīme.

Ja tā visa nav, jāizlieto daudz līdzekļu reklāmai, precei ieejot un nostiprinoties tirgū;

- *iekļūšana tirgū.* Precei nosaka pietiekami zemu cenu, kas pievilina lielāku pircēju daudzumu. Peļņu iegūst, realizējot lielus preces apjomus.
- *naudas plūsmas nodrošināšana.* Pamīšus lieto „tirgus krējuma” un „iekļūšanas tirgū” paņēmieni. Cenas pazemina, kad elitārie pircēji apmierinājuši savas vajadzības. Pakāpeniski cenu pazemināšana ļauj šīs preces iegādāties pircējiem ar zemāku pirktspēju. Kopumā tas nodrošina naudas plūsmu uzņēmumā.

## **Faktori, kas ietekmē cenu noteikšanu**

Lai pareizi noteiktu cenu, jāņem vērā vairāki faktori:

- izmaksas,
- konkurence,
- piedāvājums un pieprasījums,
- mode un sezonālitate,
- valdības līdzdalība cenu noteikšanā.

## **Nepareizi noteikto cenu pazīmes**

Ja cena ir pārāk augsta, tad

- netiek sasniegts paredzētais pārdošanas apjoms;
- tiek zaudēti klientu pasūtījumi;
- palielinās preču krājumi.

Ja cena ir par zemu, tad:

- pasūtījumu ir vairāk, nekā iespējams izpildīt;
- krājumi izsīkst;
- noiets ir labs, bet peļņa ir maza.

## **Cenu aprēķināšanas metodes**

Cenu aprēķināšanu veic pēc 3 principiem - saistībā ar

- izmaksām,
- konkurenci,
- pieprasījumu un piedāvājumu.

## **Reklāma**

Reklāma ir īpašs komunikācijas veids, ko personas vai firmas izmanto informācijas izplatīšanai ar maksas līdzekļu starpniecību. Reklāma ir informācijas veids, lai piesaistītu uzmanību, izraisītu interesi, padarītu kaut ko (precī, uzņēmumu, pakalpojumu) populāru. Reklāmai tiek izmantota prese, televīzija, radio, plakāti, vitrīnas, preču iesaiņojums utt.

Cilvēks pastāvīgi - cits vairāk, cits mazāk - atkarībā no savas profesijas, dzīvesveida un apkārtnes pakļauts reklāmas spiedienam. Reklāmas apjoms ir liels un pretrunas, ko rada konkurences cīņa, nav mazākas, tāpēc mēs visu laiku, apzināti vai neapzināti, reklāmu atlasām.

Pētnieki ir noteikuši, ka dažādas pretrunīgās informācijas plūsmā pircējs cenšas atrast to informāciju, kura apstiprina viņa pierastos stereotipus un kura nav pretrunā ar iepriekš veikto pirkumu, t.i., cenšas atrast kaut ko līdzīgu vai to pašu.

### ***Reklāmas funkcijas:***

- pircēju piesaiste,
- pirkumu palielināšana,
- noteiktu pozīciju iekarošana tirgū,
- jaunu preču virzīšana tirgū,
- jaunu preču izmantošanas iespēju noteikšana.

### ***Reklāmas mērķi:***

- pieprasījuma radīšana un stimulēšana (apmierinot patērētāju vajadzības),
- preču apgrozījuma apjoma palielināšanas veicināšana. (saistīta ar apgrozījuma procesa paātrināšanu),
- realizācijas procesa optimizācija.

### ***Reklāmas mērķi ir atkarīgi no reklāmas veida:***

- informējoša,
- pārliecinoša,
- atgādinoša.

### ***Reklāmai jābūt***

- viegli atpazīstamai, ar uzņēmuma zīmi,
- vienkāršai, ar viegli uztveramu domu,
- tādai, kas uzsver preces priekšrocības (jāuzrāda galvenais iemesls, kādēļ to vajadzētu iegādāties) un dod informāciju par uzņēmuma atrašanās vietu.

Nelielam uzņēmumam labāk reklamēties

- ✓ vietējā presē,
- ✓ sludinājumu stendos,
- ✓ izplatot reklāmlapiņas vai izsūtīt reklāmas vēstules,
- ✓ veidojot personiskos kontaktus ar pircējiem.

### **Reklāmas saturs:**

- reklāmas devīze,
- piebilde - īss paskaidrojuma teksts par devīzes pamatdomu,
- informatīvais bloks - argumentēts pamatteksts, kurā raksturo preces īpašības, lietošanas iespējas, izdevīgumu,
- izziņa - piedāvātāja adrese, kontakta sakaru līdzekļi.

### **Reklāmas izmaksas**

Ir vairākas izmaksu plānošanas metodes.

1. *Patvaļīgā metode* - pēc saviem ieskatiem piešķir noteiktu summu, nesaistot ar citiem rādītājiem.

#### *Tās trūkumi*

- nav tiešas saistības ar ieņēmumiem un reālo pārdošanas apjomu,
- summa katru gadu svārstās,
- nav iespējams veikt perspektīvo plānošanu.

2. *Procenti no pārdevuma apjoma* - nosaka procentu lielumu pret pārdošanas apjomu.

#### Šīs metodes priekšrocības:

- reklāmai atvēlētā summa mainās atkarībā no reālām iespējām uz doto momentu,
- tiek ņemta vērā sakarība starp pārdošanas cenu un izdevumiem, ko saista ar noieta stimulēšanu, stabilitāte attiecībā pret konkurentiem,

#### *Trūkumi:*

- reklāmas izdevumi ir stimulēšanas sekas, nevis iemesls,
- netiek dots loģisks pamatojums konkrētai summai

3. *Paritāte no konkurentiem* - piešķir tādas summas kā konkurenti, taču nav garantijas, ka konkurenti dara pareizi.

4. *Mērķi - uzdevumi.*

#### Šīs metodes posmi ir

- reklāmas mērķu formulēšana,
- risināmo uzdevumu izvirzīšana,
- katra uzdevuma risināšanai nepieciešamo izmaksu noteikšana,
- kopējās reklāmas izmaksu summas aprēķināšana.

Aprēķinus veic, ņemot vērā noteiktu zināmās teritorijas iedzīvotāju daļas (piemēram, 40%) aptveršanu ar uzņēmuma reklāmu. Tālāk nosaka iespējamo pirktgribētāju -izmēģinātāju skaitu (piemēram, 30%) no tiem, kas reklāmu uztvēruši; kāda daļa no tiem būs atkārtotie pircēji, pastāvīgie klienti.

## Pārdošanas veicināšana

Tā ir īslaicīga pārdošanas aktivitāte, kas papildina reklāmu un tiešo pārdošanu. Tai ir ātrāka iedarbība nekā reklāmai.

Kādi ir noieta veicināšanas pasākumi, un kas tiem raksturīgs?

- cenu pazemināšana - vairumpirkuma atlaides, svētku cenas, sezonas atlaides utt;
- izstādes;
- konkursi;
- loterijas un spēles;
- balvas;
- bezmaksas paraugi.

### *Propaganda*

Tā ir bezmaksas reklāma, ko izplata avīzes, žurnāli, TV raidījumi, sniedzot ziņas par kādu kompāniju, preci vai pakalpojumu. Ja kāds no masu medijiem publicē rakstu vai sagatavo raidījumu par konkrētu firmu vai produktu, tad tam ir liels efekts noieta veicināšanā. Šāda veida informācijai cilvēki uzticas vairāk nekā reklāmai.

*Trūkumi* - kompānija nevar kontrolēt ne ziņu saturu, ne arī to, kādā veidā informācijas līdzeklī tās parādīs.

### **Tiešā pārdošana**

Pārdevējs tieši pārliecina pircēju par preces pirkšanu - preci ieliek tieši pircēja rokās. Te darbojas tirdzniecības aģenti, kas nodibina tiešus kontaktus ar klientu. Tiešās sarunas laikā var labāk vienoties, reaģēt uz klienta iebildumiem.

Lauksaimniecībā īpašu lomu ieņem tiešā produkcijas sadale bez starpnieku palīdzības, aptverot šādus pasākumus:

- produkcijas piegādi pircējam tieši mājās;
- realizāciju caur saviem veikaliem, kioskiem;
- realizāciju tirgū;
- realizāciju caur pasākumu "savāksim savā īpašumā" - pircēji paši meklē lētāku, kvalitatīvāku produkciju, iegādājoties to lielos daudzumos

Latvijā tiešās pārdošanas metode iedzīvotāju vidū kļūst arvien populārāka, jo tā parasti var iepirkties lētāk, var nopirkt kvalitatīvākus, svaigākus produktus, kas nav standartizēti formas un garšas ziņā. Pašreizējā situācija, kad zemnieks par savu pārstrādes uzņēmumiem realizēto produkciju samaksu gaida vairākus mēnešus, piespiež viņu meklēt pircēju, iet tam pretī, pārdot savu produkciju bez starpniekiem.

### **Pircēju rīcības izpēte**

Jānoskaidro pirkšanas motīvi. Cilvēks pērk preces un pakalpojumus, lai apmierinātu savas vajadzības. Tā kā vajadzību ir daudz, tad arī pirkšanas motīvi ir dažādi:

- *fiziskie motīvi:*
  - izsalkums, slāpes, pajumte (vajadzība pēc pārtikas, apģērba, mājokļa),
  - veselība ( vajadzība pēc pakalpojumiem, kas saistīti ar veselības uzturēšanu, medikamentiem, ekoloģiski tīras pārtikas),

- drošība un aizsardzība ( apdrošināšana, aizsargtērpi, apsardze),
  - komforts un ērtības ( viesnīcas, atpūtas telpas, apkalpošana),
  - izklaide (atpūtas - izpriecu parki, spēļu saloni, tūrisms, izklaides programmas).
- *psiholoģiskie motīvi:*
    - pieķeršanās un mīlestība, labu attiecību uzturēšana (dāvanas, ziedi, apsveikuma kartītes),
    - prestižs un atzinība (dārgi apģērbi, greznas mašīnas, mājas, dārglietas). Šīs vajadzības raksturīgas cilvēkiem ar augstu maksātspēju.

Bez tam vēl darbojas vairāki faktori, kas nosaka pircēju rīcību tirgū:

- ✓ *ekonomiskie* - pirktspēja (iedzīvotāju ienākumi),
- ✓ *sociālie* - piederība zināmam sociālam slānim,
- ✓ *psiholoģiskie* - apkārtējās vides uztvere, erudīcija, pārlicība,
- ✓ *kultūras* - dzīvesveids, tautība, izglītība,
- ✓ *vecums* - bērni, darbspējīgie, pensionāri,
- ✓ *ģimene* - savstarpējās attiecības.

Tirgotājiem ir svarīgi zināt, kādā veidā pircēji pieņem lēmumu par noteiktas preces iegādi. Pastāv vairāki lēmuma pieņemšanas posmi:

- problēmas apzināšana (vajadzību rašanās),
- informācijas meklēšana (kur pircējs var dabūt informāciju),
- informācijas vērtējums (kas piedalās vērtēšanā),
- pirkšanas lēmuma pieņemšana (kam galavārds),
- novērtējums pēc pirkuma izdarīšanas (apmierināts pircējs ir vislabākā preces reklāma).

*Tātad pirkšanas lēmuma pieņemšanas process sākas pirms pirkuma izdarīšanas un tam ir sekas pēc tam.*

## **Praktiskā daļa**

1. Noteikt uzņēmuma mērķa tirgu, potenciālos klientus

---



---



---



---



---

2. Aprakstīt uzņēmuma piedāvāto pakalpojumu izvēles kritērijus ( cena, atrašanās vieta, kvalitāte, garantijas, papildus pakalpojumi)

---



---



---



---



---

3. Sniegt konkurentu raksturojumu, salīdzinošu vērtējumu, konkurētspējas kritērijus.

---

---

---

---

---

4. Raksturot uzņēmuma cenu politiku, pakalpojumu cenu veidošanos.

---

---

---

---

---

5. Aprakstīt uzņēmuma reklāmu (sabiedriskās domas veidošanu, reklāmas izmaksas, reklāmas līdzekļus, sludinājumu tekstu izstrādi)

Izglītības programma - **Autotransports**

*Automobiļu servisa organizācija*

Praktisko mācību uzdevums N5

**Riska faktori un galvenās problēmas**

**Darba mērķis:**

Gūt praktiskas iemaņas riska faktoru noteikšanā un novērtēšanā.

**Darba uzdevums:**

1. Noteikt riska veidus un tā mazināšanas pasākumus.

Riska veidi	Riska samazināšanas pasākumi

2. Noteikt aptuvenās apdrošināšanas izmaksas
3. Noteikt potenciālās problēmas nākotnē un to novēršanas iespējas.

**Darba ilgums:** 2 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

**Novērtē:**

- |   |           |
|---|-----------|
| 1. Riska veidu un riska samazināšanas pasākumu noteikšanu | 10 punkti |
| 2. Nākotnes potenciālo problēmu noteikšanu                | 5 punkti  |
| 3. Darba patstāvību                                       | 3 punkti  |
| 4. Noformējumu  | 2 punkti  |

**Novērtējuma tabula**

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
Balles	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

## Darba gaita

### *Teorētiskā daļa*

1. Riska veidi un tā mazināšanas pasākumi.
2. Apdrošināšana un transportlīdzekļu ikgadējās nodevas.

### *Praktiskā daļa*

1. Riska veidus un to samazināšanas pasākumus apkopot tabulas veidā.
2. Aprēķināt apdrošināšanas izmaksas un transportlīdzekļu ikgadējās nodevas savā uzņēmumā.
3. Noteikt potenciālās problēmas nākotnē līdz 5 darbības gadiem.

## Teorētiskā daļa

### Riska veidi un tā mazināšanas pasākumi

**Risks ir neveiksmju un materiālu zaudējumu iespējamība, kas uzņēmumam izveidojas nelabvēlīgu apstākļu rezultātā.**

#### Riska veidi (cēloņi)

- *Izmaiņas valsts ekonomikā un politikā*
  - nelabvēlīgas nodokļu izmaiņas;
  - nelabvēlīga muitas politika;
  - ekonomiskās un politiskās sistēmas nestabilitāte;
  - attiecību pasliktināšanās ar citu valsti ( piemēram, tā saucamā Krievijas krīze 1998. gadā).
- *Negaidītas dabas stihijas (plūdi, sausums), ugunsgrēki, nelaimes gadījumi, slimības.*
- *Tirgus izmaiņas*
  - jaunu konkurentu parādīšanās;
  - neparedzētas cenu izmaiņas;
  - pieprasījuma samazināšanās.
- *Ražošanas risks*
  - neparedzētas izmaiņas ražošanas procesā (ražības svārstības, atšķirības kvalitātē, augu un dzīvnieku slimības);
  - novecojusi tehnika, kas sabojājas pašā saspringtākajā darbu periodā;
  - ražošanas faktoru neatbilstība vajadzīgā daudzuma un kvalitātes produkcijas ražošanai (nekvalitatīva lopbarība, neatbilstošs sēklas materiāls, neatbilstoša darbaspēka kvalitāte).
- *Finansu risks*
  - neparedzēta līdzekļu kustība (neplānoti izdevumi);
  - uzņēmējdarbības partneru maksātnespēja, saistību nenokārtošana paredzētajā laikā;
  - nepietiekama apgrozāmo līdzekļu aprīte, kas izsauc naudas trūkumu;

- *Cilvēciskā faktora risks*
  - darbinieka zaudēšana saspringtā darbu periodā;
  - uzņēmuma vadītāja pēkšņa slimība;
  - darbinieku bezatbildība, nolaidība;
  - partnera negodīgums;
  - darbinieku rakstura, uzvedības, veselības izmaiņas.

## **Riska faktori, pasākumi to samazināšanai (piemērs)**

### *Tirgus risks*

- ✓ Nepārtraukti pētīt tirgu, sekot līdzi tirgus konjunktūrai (cenu svārstībām, pieprasījuma un piedāvājuma izmaiņām)
- ✓ Sekot līdzi konkurentu darbībai, patērētāju vajadzībām, vērtību maiņai
- ✓ Uzlabot savu preču kvalitāti, ieviest jauninājumus, meklēt jaunus realizācijas tirgus, piedāvāt jaunus pakalpojumus

### *Ražošanas risks*

- ✓ Ražošanas nozaru pareiza izvēle
- ✓ Nozaru sastāva dažādošana (saimniecībā jāaskaņo tādas nozares un tādu kultūraugu audzēšanu, kuriem ir dažādas prasības pret augsnes un klimatiskajiem apstākļiem)
- ✓ Pārbaudīt iepirkto izejvielu kvalitāti, ievērot optimālus to uzglabāšanas apstākļus
- ✓ Veikt augu aizsardzības un ganāmpulka veselības saglabāšanas pasākumus
- ✓ Sekot līdzi tehnikas stāvoklim, laicīgi novērst tās trūkumus.

### *Naudas trūkums*

- ✓ Izmantot īstermiņa kredītus - overdraftu
- ✓ Daļu līdzekļu ieguldīt ātri realizējamos vērtspapīros, veidot finansu rezerves
- ✓ Iestāties krājaizdevu sabiedrībās, kooperatīvos
- ✓ Sekot līdzi saimniecības naudas plūsmai

### *Nodokļu, muitas politikas, valūtas kursu izmaiņas*

- ✓ Veidot rezerves fondu
- ✓ Sekot līdzi visam jaunajam, kas notiek valsts ekonomikā un politikā

### *Dabas katastrofas, nelaimes*

- ✓ Izmantot gan obligāto, gan brīvprātīgo apdrošināšanu (apdrošināt īpašumu, veselību, dzīvību, mantiskās un nemantiskās tiesības, intereses un saistības)

### *Cilvēciskā faktora risks*

- ✓ Paredzēt jebkura darbinieka aizstāšanas un nomainas iespēju (iesaistot savas ģimenes locekļus)
- ✓ Vajadzības gadījumā izmantot sezonas darbiniekus vai talciniekus
- ✓ Veidot, spēcīgu, uzticīgu darbinieku "komandu"

### *Uzņēmējdarbības partneru (izejvielu piegādātāju un produkcijas uzpircēju) neparedzēta rīcība*

- ✓ Sadarboties ar vairākiem piegādātājiem un pircējiem
- ✓ Meklēt jaunus sadarbības partnerus

## **Apdrošināšana un transportlīdzekļu ikgadējās nodevas**

### **Apdrošināšanas sabiedrības pakalpojumi**

Latvijas apdrošināšanas sabiedrības piedāvā visplašāko Eiropas standartiem atbilstošu apdrošināšanas produktu klāstu gan uzņēmējiem, gan privātpersonām.

Latvijā dominē *īpašuma apdrošināšana*, tā veido 25% no visu apdrošināšanas līgumu skaita. Otrajā vietā ir transportlīdzekļu īpašnieku civiltiesiskā apdrošināšana - 24%. Saskaņā ar Civillikumu jebkurai personai, kas ar savu darbību vai bezdarbu radījusi zaudējumus citiem, šie zaudējumi jāatlīdzina. Civiltiesiskās atbildības apdrošināšana (CTA) klientam dod finansiālu drošību gadījumā, kad kāda cita persona, pamatojoties uz likumiem, izvirza un iesniedz tiesā pamatotu vai nepamatotu prasību par tai radīto zaudējumu atlīdzību. Šā apdrošināšanas veida galvenā atšķirība no citiem veidiem ir tā, ka apdrošināšanas atlīdzību saņem nevis apdrošināšanas ņēmējs, bet gan persona, kas cietusi zaudējumus.

1997. gada 1. septembrī stājās spēkā likums par transporta līdzekļu īpašnieku CTA obligāto apdrošināšanu, kas aizliedz satiksmei izmantot transporta līdzekļus, kuru īpašnieks savu atbildību nav apdrošinājis.

CTA ir arī medicīnas darbinieku profesionālas atbildības apdrošināšana. Ir arī citu profesiju darbinieku civiltiesiskās atbildības apdrošināšana.

### ***Personu apdrošināšana nelaiemes gadījumiem***

Ikdienas steigā reizēm aizmirstas, ka no nelaiemes nav pasargāts neviens. Atšķirībā no *dzīvības apdrošināšanas*, kurā apdrošinājuma ņēmējs izdara regulāras iemaksas un pēc noteikta laika perioda vai saskaņā ar noteiktiem nosacījumiem saņem atlīdzību, apdrošināšana nelaiemes gadījumiem pieder pie riska apdrošināšanas veidiem. Apdrošināšanas līgumi parasti tiek noslēgti uz gadu, izdarot vienreizēju iemaksu atkarībā no atlīdzības lieluma, kura jāizmaksā, notiekot nelaiemes gadījumam.

Latvijā nav specializētu pārapdrošināšanas kompāniju, un daudzas sabiedrības pārapdrošina riskus savā starpā.

### ***Pārapdrošināšana***

Pārapdrošināšana ir darbība, kad daļa no apdrošinātāja akceptētā riska tiek nodota citam apdrošinātājam (pārapdrošinātājam). Pārapdrošināšana ļauj samazināt zaudējumu lielumu atsevišķiem riskiem vai zaudējumu summu, kas radusies no viena atgadījuma, sadalot zaudējumus starp apdrošinātāju un pārapdrošinātāju. Apdrošināšanas sabiedrības, kuras veic savu risku pārapdrošināšanu, līdz ar to ierobežo atsevišķu lielu zaudējumu iestāšanos un stabilizē akceptēto risku portfeli.

### **Transportlīdzekļu ikgadējā nodeva**

Transportlīdzekļu ikgadējo nodevu ik gadus pirms transportlīdzekļa kārtējās tehniskās apskates maksā visas juridiskās un fiziskās personas, uz kuru vārda Latvijā ir reģistrēti transportlīdzekļi.

## Praktiskā daļa

1. Noteikt riska veidus un tā mazināšanas pasākumus.

Riska veidi	Riska samazināšanas pasākumi

2. Noteikt aptuvenās apdrošināšanas izmaksas

### Nodevas likmes

Vieglajiem automobiļiem	Ls 12.00 – 102.00
Autobusiem	Ls 12.00 – 102.00
Kravas automobiļiem	Ls 12.00 – 102.00

Par katru Latvijas teritorijā ceļu satiksmē izmantojamo transportlīdzekli tā īpašniekam ir jāveic īpašnieka civiltiesiskās atbildības apdrošināšana.

### Pamatprēmijas apmēri gadā

Vieglajiem automobiļiem, kā arī mikroautobusiem, kuros sēdvietu skaits bez vadītāja vietas nav lielāks par 8 sēdvietām	
Kravas automobiļiem	
Autobusiem	
Traktoriem un pašgājējiem	
Vieglo automobiļu piekabēm	
Traktoru un pašgājēju piekabēm	
Vieglajiem automobiļiem, kā arī mikroautobusiem, kuros sēdvietu skaits bez vadītāja vietas nav lielāks par 8 sēdvietām	

3. Noteikt potenciālās problēmas nākotnē un to novēršanas iespējas.

---

---

---

---

---

## Izglītības programma – Autotransports

### *Automobiļu servisa organizācija*

#### Praktisko mācību uzdevums N6

### Uzņēmuma finansu plāns

#### Darba mērķis:

Gūt praktiskas iemaņas uzņēmuma finanšu plānošanā.

#### Darba uzdevums:

1. Noteikt uzņēmuma ienākumu struktūru.
2. Noteikt un novērtēt uzņēmuma mainīgās un patstāvīgās izmaksas.
3. Aprēķināt uzņēmuma nodokļus.
4. Noteikt uzņēmuma bruto un tīro peļņu.
5. Sastādīt naudas plūsmas grafiku.
6. Sastādīt uzņēmuma sākuma bilanci.
7. Noteikt un analizēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus (rentabilitāti, likviditāti, maksātspēju).

**Darba ilgums:** 7 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

#### Novērtē:

- |  |          |
|--|----------|
| 1. Ieņēmumu noteikšanu   | 5 punkti |
| 2. Izmaksu noteikšanu un nodokļu aprēķinus.                        | 5 punkti |
| 3. Peļņas, rentabilitātes aprēķinus un analīzi.                    | 5 punkti |
| 4. Naudas plūsmas grafika un uzņēmuma sākuma bilances sastādīšanu. | 3 punkti |
| 5. Darba patstāvīgumu un noformējumu.                              | 2 punkti |

#### Novērtējuma tabula

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
Balles	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## Darba gaita

### *Teorētiskā daļa*

1. Finanšu plāns + shēma.
2. Ienākumi un ieņēmumi.
3. Izmaksas – mainīgās un patstāvīgās.
4. Nodokļi, to veidi.
  - 4.1. Nodokļu sistēma.
  - 4.2. Nodokļu iekasēšanas metodes.
  - 4.3. Nodokļu maksātāji.
  - 4.4. Nodokļu maksātāju pienākumi un tiesības.
  - 4.5. Nodokļu veidi.
5. Peļņa, tās veidi.
6. Naudas plūsma.
7. Bilance.
8. Saimnieciskās darbības rādītāji:
  - rentabilitāte
  - likviditāte
  - maksātspēja.

### *Praktiskā daļa*

1. Izmantojot izdales materiālus, sastādīt plānotos ienākumus un izdevumus (1 – 5 gadiem).
2. Aprēķināt uzņēmuma nodokļus.
3. Sastādīt naudas plūsmas grafiku.
4. Sastādīt uzņēmuma sākuma bilanci.
5. Noteikt peļņas, rentabilitātes aprēķinus.
6. Analizēt saimnieciskās darbības rādītājus.

## Teorētiskā daļa

***“Varbūtība, ka sviestmaize nokritīs ar sviestu uz leju, ir tieši proporcionāla paklāja vērtībai.***

***Secinājumi: nekad nevar paredzēt, uz kuras puses maizei jāsmērē sviests.”***

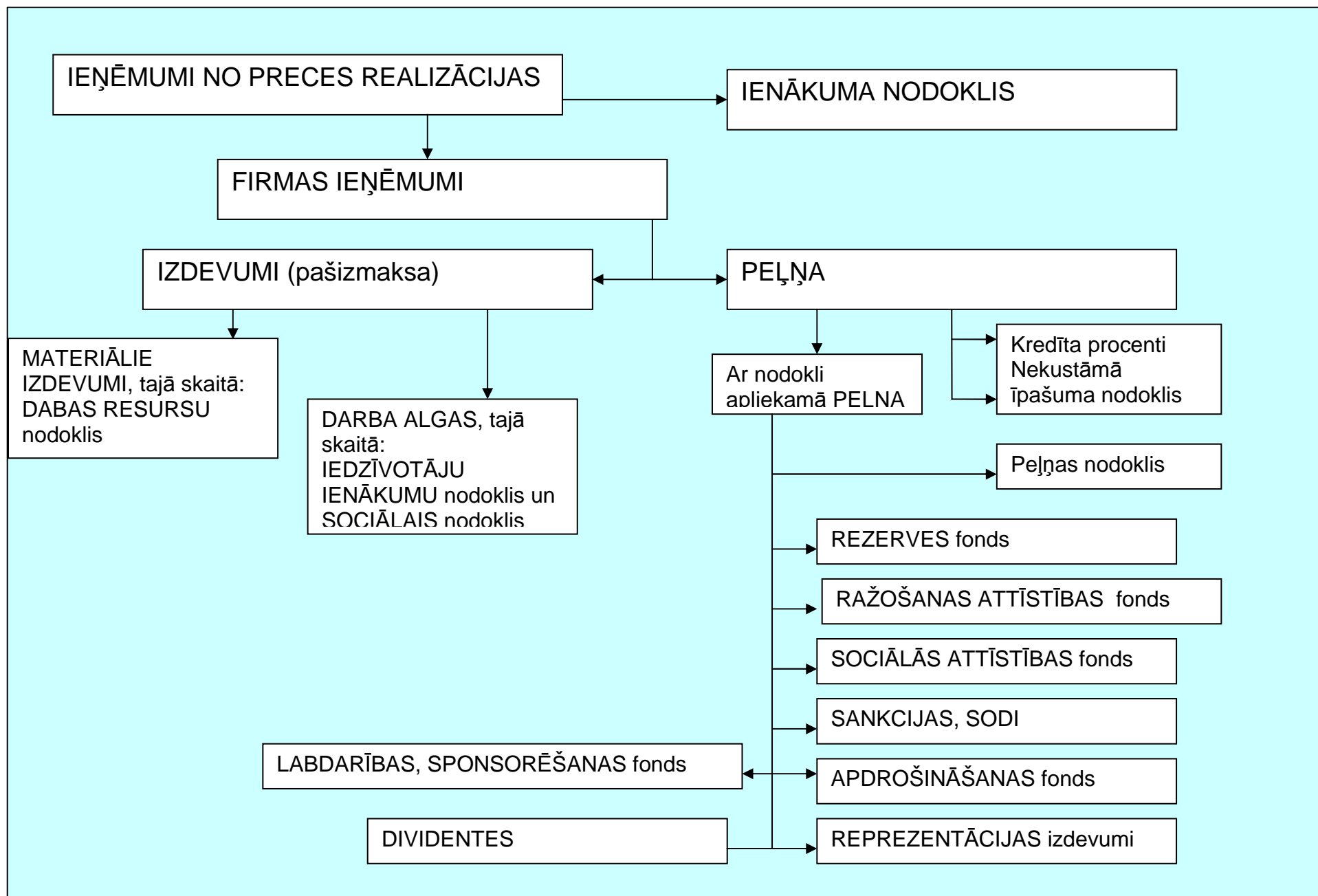
## Finanšu plāns

Lai nodrošinātu uzņēmumam pietiekami daudz naudas līdzekļu plānā paredzēta darbības apjoma veikšanai, nepieciešams sastādīt finanšu plānu jeb naudas līdzekļu budžetu.

***Uzņēmuma finanšu plāns ir uzņēmuma naudas līdzekļu saraksts ar ieņēmumu un izdevumu kopsavilkumu, kurš sastādīts un pieņemts ilgākam laika periodam.***

Finanšu plānu izstrādā, lai salīdzinātu gaidāmos naudas maksājumus (izdevumus) ar gaidāmajiem naudas ieņēmumiem. Pēc tā var gūt priekšstatu par to, vai uzņēmuma finansiālais stāvoklis būs apmierinošs.

Pirms BP finansu daļas izstrādāšanas kā palīg līdzekli var ieteikt kalkulācijas shēmu



## Ienākumi un ieņēmumi

**Ieņēmumi** ir naudas līdzekļu ienākšana uzņēmumā par pārdotajām precēm vai pakalpojumiem.

**Ieņēmumi = realizēto preču daudzums x cena**

Tātad ieņēmumi ir atkarīgi no cenas un preču daudzuma, kuru pārdos par attiecīgo cenu.

Pircējs nepirks preci, ja tās cena pārsniegs viņam pieņemamo maksimālo cenu, bet pārdevējs nepārdos preci, ja nevarēs saņemt viņam pieņemamo minimālo cenu. Normālos apstākļos notiks brīva cenu spēle, tas ir tirgus cenu noteikšanas pieprasījuma un piedāvājuma samērs. Tātad ieņēmumi būs tieši atkarīgi no cenas. Cena ir lielums, ko nevar bezgalīgi palielināt, jo tad preci nepirks.

**Ieņēmumi** - neto apgrozījums, gatavās produkcijas krājumu palielināšanās, citi saimnieciskās darbības ieņēmumi, ieņēmumi no līdzdalības meitas uzņēmumos, ieņēmumi no vērtspapīriem un ilgtermiņa aizdevumiem un citi (ienākumi no valūtu kursu paaugstināšanās, valūtas pirkšanas vai pārdošanas, saņemtie līgumsodi u.c.)

Par **ienākumiem** sauc kopējos naudas ieņēmumus, kurus gūst mājsaimniecība noteiktā laika periodā.

Atšķirības ienākumos visbiežāk nosaka:

- cik pieprasīta ir produkcija, kuras ražošana ir nodarbināts strādājošais;
- atšķirīgās spējas;
- atšķirīgā izglītība un kvalifikācija;
- atšķirīgā spēja uzņemt risku un izvairīties no riska;
- darba specifiskais raksturs;
- īpašums;
- kundzība tirgū;
- laime, veiksmē, pazīšanās, diskriminācija u. c.

## Izmaksas – mainīgās un patstāvīgās

**Mainīgās izmaksas** ir izmaksas, kuru lielums mainās atkarībā no ražošanas apjoma.

Tās ir izmaksas, kuras var attiecināt uz konkrētu produkcijas veidu.

Galvenās mainīgo izmaksu sastāvdaļas:

- materiālu, izejvielu, energoresursu izmaksas;
- darba alga strādniekiem.

Jo vairāk ražo, jo lielākas ir mainīgās izmaksas.

**Pastāvīgās (fiksētas) izmaksas** ir izmaksas, kas īslaicīgā periodā nav atkarīgas no ražošanas apjoma izmaiņām.

Tās ir izmaksas, kas attiecas uz visu uzņēmumu kopumā.  
Galvenās pastāvīgo izmaksu sastāvdaļas:

- uzņēmuma uzturēšanas izmaksas, kurās ietilpst maksa par zemi, procenti par kredītiem, ēku un tehnikas nolietošanās (amortizācija), komunālie maksājumi;
- uzņēmuma vadības izmaksas.

## Nodokļi, to veidi

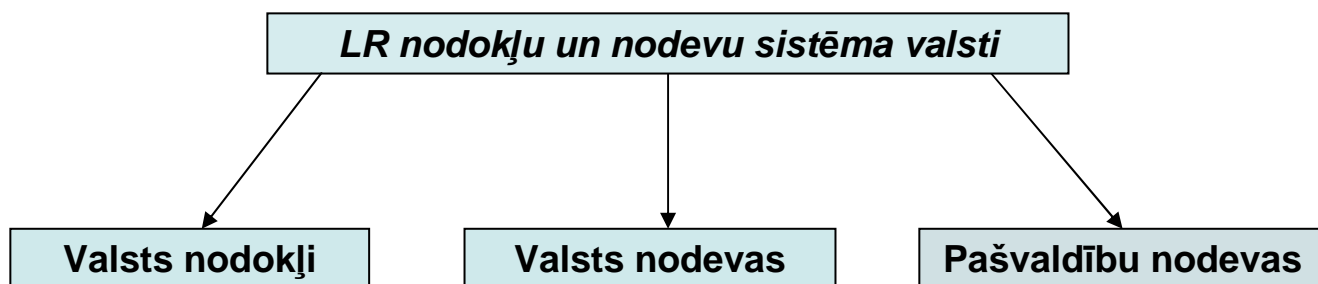
“Nodokļus mēs maksājam par civilizētu sabiedrību.”

### Nodokļu sistēma

**Nodoklis** - ar likumu noteikts obligāts maksājums valsts budžetā vai pašvaldību budžetos, kas nav maksājums par noteiktas prece iegādi vai pakalpojumu saņemšanu un nav soda nauda. Minētais termins piemērojams arī valsts sociālās apdrošināšanas obligātajām iemaksām.

**Valsts nodeva** - obligāts maksājums valsts budžeta (pamatbudžetā vai speciālajos budžetos) vai šajā likumā noteiktajos gadījumos pašvaldības budžetos kā atlīdzība par nodrošinājumu, ko valsts institūcijas devušas uzņēmējdarbībai vai par sniegtajiem pakalpojumiem, kā arī likumos paredzētiem speciāliem mērķiem (ceļu, ostu un sakaru sistēmu uzturēšanai un attīstībai, iedzīvotāju un dabas ekoloģiskajai aizsargāšanai, teritorijas labiekārtošanai un citiem mērķiem).

**Pašvaldības nodeva** - pašvaldības domes noteikts obligāts maksājums pašvaldības pamatbudžetā vai speciālajā budžetā šajā likumā paredzētajos gadījumos.



### Nodokļa iekasēšanas metodes

**Kadastrālā nodokļa iekasēšanas metode.** Izmantojot ēku, zemes, ražotnes kadastru, nosaka katra šāda objekta ienesīgumu un, vadoties pēc svarīgākajiem vidējiem rādītājiem, piemēro aprēķināto nodokļu likmi (nekustamā īpašuma nodoklis).

**Nodokļu iekasēšana no ienākuma avota.** Šo nodokli iekasē tās juridiskās personas grāmatvedība, kura izmaksā ienākumu tā galīgajam īpašniekam (algas nodoklis).

**Pēc ienākuma saņemšanas.** Nodokļu inspekcijai gada beigās maksātājs iesniedz deklarācijas par gūtajiem ienākumiem un samaksā nepieciešamo nodokļa summu par iepriekšējo taksācijas gadu.

## Nodokļu maksātāji

Nodokļu maksātāji ir Latvijas Republikas vai ārvalstu fiziskās un juridiskās personas, kas veic ar nodokli apliekamas darbības vai kurām tiek garantēts ienākums nākotnē. Par tādām tiek uzskatītas arī ar pievienotās vērtības nodokļi apliekamās personas un tie, kam jāietur nodoklis no maksājumiem citām personām.

Ja mēs saņemam no valsts kādu labumu, tad mums par to vajadzētu arī maksāt. Nodokļi ir samaksa par šiem saņemtajiem labumiem. Taisnīgi būtu, ja nodokļus maksātu tie, kas saņem valsts sniegtos pakalpojumus.

Nodokļu maksātājus iedala divās grupās:

- ✓ rezidentos - nodokļu maksātāji valsts iekšienē,
- ✓ nerezidentos- nodokļu maksātāji, kas ir ārvalstnieki.

Nodokļu maksātāji ir gan juridiskas, gan fiziskas personas.

**Juridiska persona (rezidents)** ir jebkurš uzņēmums, uzņēmēj sabiedrība vai organizācija, kas reģistrēta LR Uzņēmumu reģistrā vai Finanšu ministrijā, neatkarīgi no ienākuma gūšanas vietas.

**Fiziskās personas (rezidenti)** ir personas, kas pastāvīgi dzīvo Latvijā, Latvijas pilsoņi, kas ārzemēs strādā pēc valdības rīkojuma, arī personas, kas uz laiku dzīvo Latvijā.

**Juridiskās personas (nerezidenti)** ir ārvalstu uzņēmumi, kas jāreģistrē LR Uzņēmumu reģistrā vai Tieslietu ministrijā. Šīs personas nodokļus un nodevas maksā saskaņā ar konkrētiem likumiem un uz tiem attiecinātiem noteikumiem, ievērojot starptautisko likumu prasības un prioritāti.

**Fiziskas personas (nerezidenti)** ir personas, kurām nav pastāvīgas dzīvesvietas Latvijā un kuras uzturas šajā valstī mazāk par 183 dienām.

## Nodokļu maksātāju pienākumi

*Nodokļu maksātāju pienākumi:*

- aprēķināt maksājamo nodokļu summas;
- nomaksāt nodokļus noteiktajā termiņā;
- deklarēt ienākumus un citus ar nodokļiem apliekamos objektus;
- uzglabāt ienākumus un izdevumus apliecinošus dokumentus;
- ziņot par visiem saviem ienākumiem, pamatot nodokļu summu atbilstību normatīvajiem aktiem, uzrādot vai iesniedzot nodokļu administrācijas darbiniekiem viņu pieprasītos dokumentus;
- atļaut nodokļu administratoriem apskatīt uzņēmējdarbībai izmantojamās telpas.

## Nodokļu maksātāju tiesības

Saskaņā ar likumu «Par nodokļiem un nodevām» ir noteiktas šādas tiesības:

- izmantot likumos noteiktos nodokļu un nodevu atvieglojumus, atlaides;
- nodokļu administrācijā bez maksas iepazīties ar normatīvajiem dokumentiem, kas nosaka nodokļu aprēķināšanas un maksāšanas kārtību;
- iepazīties ar pārbaudes aktiem un pārskatiem par savu uzņēmumu;
- pārsūdzēt tiesā nodokļu administrācijas lēmumus;
- saņemt pārmaksāto nodokļu summas, kad iesniegts rakstveida iesniegums VID nodaļā;
- iesniegt prasību pārskatīt nodokļu maksāšanas termiņus;
- saņemt no ienākumu gūšanas vietas rakstveida izziņu par to, kādus nodokļus darba devējs samaksājis.

## Nodokļu veidi

1. Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas.
2. Uzņēmuma ienākuma nodoklis.
3. Iedzīvotāju ienākuma nodoklis.
4. Akcīzes nodoklis.
5. Muitas nodoklis.
6. Pievienotās vērtības nodoklis (PVN).
7. Dabas resursu nodoklis.
8. Nekustāmā īpašuma nodoklis.
9. Izložu un azartspēļu nodoklis.
10. Automobiļu un motociklu nodoklis.
11. Energoresursu nodoklis.

## Peļņa, tās veidi

Ražošanas mērķis ir peļņas gūšana, tāpēc katra uzņēmuma darbība ir vērsta uz vislielāko iespējamo peļņas iegūšanu. Peļņas palielināšana ir tas stimuls, kas uzņēmējam liek uzlabot tehniku, ieviest jaunas tehnoloģijas, ražot efektīvāk. Peļņas gūšana ir ražošanas attīstības virzītājs. Tradicionāli peļņu aprēķina kā starpību starp ieņēmumiem un izmaksām.

***Peļņa = ieņēmumi - izmaksas***

**Peļņa** ir uzņēmējdarbības stimuls, taču pati par sevi tā materiālu ieinteresētību nespēj nodrošināt. Galvenais ir, kā tā tiek sadalīta. Uzņēmēju interesē tā peļņas daļa, kas paliek viņa rīcībā. Tā kā uzņēmumam no peļņas ir jāmaksā ienākuma nodoklis, tad peļņas sadalē noteicošais princips ir uzņēmuma un valsts budžeta interešu saskaņošana.

Peļņas veidošanās procesā ir izdalāmi vairāki peļņas veidi.

- Ieņēmumi - mainīgās izmaksas = ***bruto segums***.
- Bruto segums - pastāvīgās izmaksas = ***ar nodokli apliekamā peļņa***.
- Apliekamā peļņa - ienākuma nodoklis (25%) = ***neto jeb tīrā peļņa***.

Ikvienu uzņēmēja mērķis ir meklēt peļņas maksimizācijas (palielināšanas) iespējas.

Peļņas palielināšanai ir vairāki ceļi:

- **ekstensīvais** attīstības ceļš, kas balstās uz ražošanas resursu kvantitatīvu (daudzuma) pieaugumu. Šajā gadījumā kopējā peļņa palielinās, pieaugot ražošanas faktoriem, tas ir, palielinot strādājošo skaitu, zemes platību, pamatkapitāla lielumu.
- **intensīvais** attīstības ceļš, kas balstās uz ražošanas resursu kvalitatīvu uzlabošanu. To var izdarīt, ieviešot jaunākās tehnoloģijas, kas ceļ darba produktivitāti, uzlabojot darba organizāciju, iegādājoties ražīgākas iekārtas, ceļot strādājošo kvalifikāciju utt, kā rezultātā paaugstinās ražošanas efektivitāti.

Peļņas palielināšanas nolūkā var paaugstināt savu ražojumu vai pakalpojumu cenas, taču cenu kāpināšana samazina pieprasījumu, līdz ar to ierobežo piedāvājumu.

## Naudas plūsma

***Naudas plūsma ir viena no svarīgākajām saimniecības finanšu sastāvdaļām. Tās uzdevums ir uzņēmuma vadītājam radīt pārlicību, ka saimniekošanas gaitā uzņēmums būs pasargāts no naudas deficīta.***

Naudas plūsma sastāv no ieņēmumu daļas un izdevumu daļas.

Naudas plūsmu aprēķina šādi:

nauda perioda (mēneša, gada) sākumā +  
reālie naudas ieņēmumi –  
reālie naudas izdevumi =  
nauda perioda beigās.

*Naudas plūsmā jāparāda reālā nauda.* Naudas plūsma raksturo uzņēmuma reālos naudas ieņēmumus un izdevumus. Tajā tiek atspoguļota visa uzņēmumā reāli ienākošā un izejošā nauda, neatkarīgi no tās ieguves veida - produkcijas pārdošanas, pamatlīdzekļu pārdošanas, saņemtajiem kredītiem vai izdevumiem - pirktajiem pamatlīdzekļiem, kredītu atdošanas u.tml.

## Bilance

Bilance fotogrāfiski rāda uzņēmuma stāvokli kādā noteiktā datumā (praksē pieņemts stāvoklis uz 1. janvāri, uz ceturksņa sākuma mēneša 1. datumu vai pat katras dienas sākumā vai beigās). Gūtos labumus jeb finansiālo informāciju par laika posmu (parasti par gadu), kas beidzas vienā noteiktā datumā (31. decembrī), uzrāda Peļņas un zaudējumu aprēķinā.

Uzņēmumam, uzsākot vai izbeidzot darbību, ir jāparāda savā īpašumā un lietošanā esošo līdzekļu kopvērtība un savi parādi īpašā sākuma (slēguma) bilancē, kas sastādīta, pamatojoties uz inventarizācijas datiem. Par šīs bilances savlaicīgu un pareizu sastādīšanu ir atbildīgs uzņēmuma vadītājs.

**Bilance** ir uzņēmuma inventarizācijas datu atspoguļojums kontu formā. Tradicionāli tā tiek izveidota kā divpusīga tabula (balance - itāļu val. *bilancia* - svāri).

Kreisajā pusē, kuru pieņemts saukt par «**Aktīvu**», ir atspoguļotas uzņēmuma līdzekļu daļas:

- ilgtermiņa ieguldījumi,
- apgrozāmie līdzekļi.

Labajā pusē - «**Pasīvā**» ir

- svešais kapitāls (uzņēmuma parādi un saistības),
- pašu kapitāls.

**Aktīvi** ir materiālas, taustāmas lietas. Taču ir aktīvi, kurus redzēt nevar, bet par tiem ir samaksāta nauda. Bilancē tiek uzrādītas uzņēmuma nemateriālās vērtības, kas rodas, kad uzņēmums nopērk citu uzņēmumu vai tā daļu par cenu, kas lielāka vai mazāka nekā tā saimniecisko līdzekļu kopējā summa atskaitot saistības pret citiem. Aktīvu un saistību izvietojumam bilancē ir noteikta kārtība, lai norādītu, kuras saistības ir jākārto vispirms un kurus aktīvus ir visvieglāk pārvērst naudā. To sauc par likviditātes kārtību.

Vislielākā likviditāte ir naudai, tādēļ tā tiek rakstīta bilances beigās. Viszemākā likviditāte ir zemei un ēkām ( nekustāmajam īpašumam), tādēļ šie aktīvi tiek rakstīti bilances sākumā.

Uzņēmējdarbībā par **kapitālu** sauc tikai pašu kapitālu. Kapitāls ir vienāds ar to, kas uzņēmumam pieder, mīnus tas, ko tas ir parādā citiem. Pašu kapitāls ir īpašas saistības, kas atspoguļo parādu tā īpašniekiem. Tātad tie ir līdzekļu avoti, ko dalībnieki uz neierobežotu laiku bez atlīdzības nodod uzņēmuma rīcībā, kā arī uzņēmuma darbības rezultātā iegūtais līdzekļu avotu pieaugums.

Bilances saturu var atspoguļot šādi:

Uzņēmuma N bilance uz 1. janvāri

<b>Aktīvs</b>	<b>Pasīvs</b>
<b>Līdzekļu veidi</b>	<b>Līdzekļu avoti</b>
Līdzekļu jeb aktīva puse rāda līdzekļu veidus: I. ilgtermiņa ieguldījumi 11 583 000,- 2. apgrozāmie līdzekļi 4 417 000,-	Kapitāla jeb avota puse rāda līdzekļu avotus: 1. pašu kapitāls 12 302 000,- 2. svešais kapitāls 3 698 000,-
Līdzekļi 16 000 000,- Kur kapitāls ieguldīts?	Kapitāls 16 000 000,- No kurienes kapitāls radies?

Bilances pasīvs dod informāciju par līdzekļu izcelšanos, bilances aktīvs turpretim dod informāciju par kapitāla izlietošanu- ieguldījumu.

Bilances abu pušu vienādība ir pamats šādiem vienādojumiem:

$$\text{Līdzekļi} = \text{kapitāls.}$$

$$\text{Līdzekļi} = \text{pašu kapitāls} + \text{svešais kapitāls.}$$

$$\text{Pašu kapitāls} = \text{līdzekļi} - \text{svešais kapitāls.}$$

$$\text{Svešais kapitāls} = \text{līdzekļi} - \text{pašu kapitāls.}$$

## Saimnieciskās darbības rādītāji

### Ekonomiskās analīzes būtība

Analīzes uzdevums, no vienas puses, ir noteikt uzņēmuma darbības efektivitāti, no otras puses, - noteikt uzņēmuma darbības attīstības iespējamus virzienus.

Ekonomiskai analīzei nepieciešama noteikta informatīvā bāze.

Analīzē izmanto

- grāmatvedības, uzskaites, statistikas pārskatus;
- plāna un normatīvos materiālus (materiālu izlietojuma normas, tāmes, darba algas tarifu);
- līgumus, pasūtījumus, ražošanas apspriežu materiālus;
- analīzes veicēju personiskos pētījumus, inventarizācijas datus.

### Uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītāji un to analīze

**Neto apgrozījums** - uzņēmuma pamatdarbības ieņēmumi no preču, produkcijas vai pakalpojumu realizācijas, no kuriem atskaitīti nodokļi, kurus aprēķina no apgrozījuma (PVN, akcīzes, muitas), kā arī atlaides.

**Kopējie ieņēmumi, to struktūra.** Uzņēmumam bez pamatdarbības ieņēmumiem var būt arī citi ieņēmumi, kas ir saistīti ar uzņēmuma finansiālo darbību. Tie var būt no

- \* aktīvu realizācijas;
- \* darbības ar vērtspapīriem;
- \* īpašuma iznomāšanas;
- \* līdzdalības citās sabiedrībās;
- \* ekonomiskām sankcijām;
- \* valūtas operācijām u.c. avotiem.

**Rentabilitāte** ir uzņēmuma darbības efektivitātes rādītājs.

Realizācijas rentabilitāte atspoguļo ienesīgumu no preču un pakalpojumu pārdošanas.

$$R R = \frac{B P}{N A} \times 100 \quad \text{kur: } \mathbf{R R} - \text{Realizācijas rentabilitāte (bruto peļņas norma)}$$

**B P** - bruto peļņa

**N A** - neto apgrozījums

$$R R = \frac{T P}{N A} \times 100 \quad \text{kur: } \mathbf{R R} - \text{Realizācijas rentabilitāte (tīrās peļņas norma)}$$

**T P** - tīrā peļņa

**N A** - neto apgrozījums

Operatīvās darbības rentabilitāte.

$$O D R = \frac{O D P}{N A} \times 100 \quad \text{kur: } \mathbf{O D R} - \text{Operatīvās darbības rentabilitāte}$$

**O D P** - operatīvās darbības peļņa\*

**N A** - neto apgrozījums

Aktīvu rentabilitāte atspoguļo ienesīgumu no kapitāla.

$$A R = \frac{P p \% N A}{A V V} \times 100 \quad \text{kur: } \mathbf{A R} - \text{Aktīvu rentabilitāte}$$

**P p% N A** - peļņa pirms procentu un nodokļu atskaitīšanas

**A V V** - aktīvu vidējā vērtība

**Finansiālā rentabilitāte** atspoguļo ienesīgumu no pašu kapitāla un ļauj noteikt tā kapitāla izlietošanas efektivitāti

$$F R = \frac{G T P}{P K G V S} \times 100 \quad \text{kur: } \mathbf{F R} - \text{Finansiālā rentabilitāte}$$

**G T P** - gada tīrā peļņa

**P K G V S** - pašu kapitāla gada vidējā summa

## Maksātspējas jeb kapitāla struktūras rādītāji

Viens no svarīgākajiem uzņēmuma finansiālā stāvokļa rādītājiem ir **maksātspēja**, t.i. iespēja *savlaicīgi un pilnā apmērā* nokārtot savas parādu saistības.

$$Mk = \frac{Saist.}{P \cdot K}$$

kur: **M k** - Maksātspējas koeficients

**P K** - pašu kapitāls

**Saist.** - saistības

Šī koeficienta kritiskā robeža ir 1.

**Likviditāte** vispārīgā nozīmē ir materiālo vērtību pārdošanas un pārvēršanas naudā viegluma pakāpe.

**Likviditāte** ir uzņēmuma spēja jebkurā laikā atmaksāt savas *īstermiņa* saistības.

## Likviditātes rādītāji

- \* Kopējās likviditātes koeficients.
- \* Absolūtās likviditātes koeficients.

**Kopējās likviditātes koeficients** raksturo uzņēmuma spēju segt īstermiņa saistības.

$$K Lk = \frac{A \cdot L}{I \cdot S}$$

kur: **K Lk** - Kopējās likviditātes koeficients

**A L** - apgrozāmie līdzekļi

**I S** - īstermiņa saistības

Pēc vispārpieņemtiem standartiem uzskata, ka šim koeficientam ir jāatrodas robežās starp 1 un 2 (dažreiz 3).

Naudas līdzekļu lielumu, kurš ir uzņēmuma rīcībā, sauc par **absolūtās likviditātes** koeficientu.

$$A Lk = \frac{N \cdot L \cdot K, B}{I \cdot S}$$

kur: **A L k** - Absolūtās likviditātes koeficients

**N L K, B** - naudas līdzekļi kasē un bankā

**I S** - īstermiņa saistības

Ja likviditāte ir zema,

- \* uzņēmuma darbošanās aktivitāte ir ierobežota;
- \* nav pieejami naudas līdzekļi uzņēmuma darbības nodrošināšanai;
- \* kreditori un investori atsaka savu kapitālu;
- \* kopumā tas noved pie dārgiem kredītiem un nokavētiem kredīta procentu maksājumiem.

## Praktiskā daļa

### Ienākumu aprēķins

Ienākumu veids	Daudzums	Cena (Ls)	Summa (Ls)

### Noteikt uzņēmuma ienākumu struktūru.

Ienākumu veidi	Summa (Ls)	Struktūra (%)

### Izmaksu aprēķins:

### Naudas plūsma

Ienākumi	janvāris	februāris	marts	aprīlis	maijs	jūnijs	jūlijs	augusts	septembris	oktobris	novembris	decembris	Gadā
<b>Ienākumi:</b>													
Automašīnu remonts													
Rezerves daļu tirdzniecība													
Signalizācijas uzstādīšana													
Automašīnu apkope													
Autotransporta noma													
Maksas autostāvvietā													
Bankas kredīts													
<b>Ienākumi kopā:</b>													
<b>Izdevumi:</b>													
Algas													
Soc. nodoklis													
Telefons													
Reklāma													
Telpu īre													
Elektroenerģija													
Izejmateriāli													
Citi izdevumi													
<b>Izdevumi kopa:</b>													
Naudas atlikums perioda sākuma													
Perioda rezultāts													
<b>Naudas bilance</b>													

Aprēķināt uzņēmuma nodokļus.

**Aprēķini:**

Noteikt uzņēmuma bruto un tīro peļņu.

**Aprēķini:**

Sastādīt uzņēmuma sākuma bilanci.

<b>Aktīvs</b>	<b>Pasīvs</b>
<b>Līdzekļu veidi</b>	<b>Līdzekļu avoti</b>
<b>Bilance:</b>	<b>Bilance:</b>

Noteikt un analizēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus (rentabilitāti, likviditāti, maksāspēju), izmantojot dotās formulas un aprēķinus.

Izglītības programma – **Autotransports**

*Automobiļu servisa organizācija*

Praktisko mācību uzdevums N\_\_\_\_

**Biznesa plāna kopsavilkums. Secinājumi un priekšlikumi**

**Darba mērķis:**

Gūt praktiskas iemaņas biznesa plāna kopsavilkuma izstrādē, uzņēmuma saimnieciskas darbības novērtēšanā

**Darba uzdevums:**

1. Sastādīt biznesa plāna kopsavilkumu (1-2 lpp.)
2. Novērtēt uzņēmuma darbību, izdarīt secinājumus.
3. Dot priekšlikumus par konkrētā automobiļu servisa uzņēmuma attīstības perspektīvām.

**Darba ilgums:** 2 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

**Novērtē:**

Biznesa plāna kopsavilkumu, secinājumus, priekšlikumus ar „*ieskaitīts*” vai „*neieskaitīts*”

Izglītības programma – **Autotransports**

*Automobiļu servisa organizācija*

Praktisko mācību uzdevums N\_\_\_

**Biznesa plāna aizstāvēšana**

**Darba mērķis:**

Gūt praktiskas iemaņas biznesa plāna aizstāvēšanā.

**Darba uzdevums:**

1. Sagatavot biznesa plāna prezentāciju 3-5 min.
2. Prezentēt savu biznesa plānu.
3. Analizēt pozitīvo un trūkumus sava un kursa biedru biznesa plāna izstrādē, dot priekšlikumus turpmākajam darbam.

**Darba ilgums:** 3 stundas

**Darba vieta:** Biznesa pamatu kabinets

**Novērtē:**

1. Biznesa plāna kopsavilkumu.
2. Prezentāciju.

8 punkti

12 punkti

**Novērtējuma tabula**

Punkti	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20
Balles	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## Izmantotā literatūra

V. Abizāre „Uzņēmējdarbības pamats”

Lī Babkoks u.c. „Kā sadalīt biznesa plānu?”

Š. Borohovs „Domāt komerciāli”

A. Zvirbule – Bērziņa „Ražošanas menedžments”

Vadībzinības rokasgrāmata

Rokasgrāmata „Strādājot sev”

Tālmācības kurss. Kā uzsākt veiksmīgu biznesu.

Lekciju konspekti

Izdales materiāli