

Izveido savu

BIZNESĀ PLĀNU

*Celvedis ikvienam, kas vēlas uzsākt vai
jau ir uzsācis komercdarbību.*



www.jaunaisuznemejs.lv



Jauno uzņēmēju centrs
LATVIJA

RĪGA, 2010

Kāpēc vajadzīgs biznesa plāns?

Biznesa plāns ir pamatu pamats jaunas saimnieciskās darbības uzsākšanai. Tikai pēc tam, kad esi ķēries pie plāna izstrādes, tavā rīcībā būs pamatoti argumenti galīgā lēmuma pieņemšanai – uzsākt saimniecisko darbību vai ne. Informāciju lēmuma pieņemšanai iegūsti ne tikai tu pats, bet arī citi tuvākie “sadarbības partneri” – banka, apdrošinātāji, revidents, grāmatvedības pakalpojumu sniedzēji, valdes locekļi utt. Sadarbības partneriem ir tiesības saņemt rakstisku pamatojumu tam, kā saimniecisko darbību plānots veikt. Biznesa plānu veido tā, lai tajā būtu vienkārši veikt izmaiņas. Biznesa plāns ir dokuments, kurā izmaiņas būs neizbēgamas, jo saimnieciskās darbības nosacījumi nepārtraukti mainās.

Ko apraksta biznesa plānā?

- Biznesa ideju
- Kā notiks saimnieciskā darbība?
- Ko uzņēmums plāno darīt?
- Kā tiks sasniegti izvirzītie mērķi?
- Kā tiks ģenerēta peļņa?



Kāpēc ir vajadzīgs biznesa plāns?

- Lai finansētājs (banka) spētu izvērtēt riskus saimnieciskās darbības attīstībā;
- lai tu pats spētu izvērtēt uzņēmuma stiprās un vājās puses un pārliecināties par savas idejas dzīvotspēju;
- lai parādītu citiem interesentiem, kolēģiem, sadarbības partneriem u. c., cik interesants un ienesīgs ir tavs projekts;
- lai sekmētu diskusijas un sarunas ar potenciālajiem klientiem un piegādātājiem;
- lai sekmētu praktisko darbu komercdarbības uzsākšanas laikā.



Saturs

nodala	lappuse
1. Uzņēmuma īpašnieki un biznesa ideja	4-5
2. Uzņēmuma nosaukums un darbības sfēra	6-7
3. Es kā jaunais uzņēmējs	8-11
4. Mans tirgus un mani klienti	12-13
5. Mārketings, reklāma un pārdošana	14-15
6. Uzņēmuma administrēšana	16-17
7. Personisko kontaktu tīkls	18-19
8. Uzņēmuma forma un dibināšanas šķēršļi	20-21
9. Cenas noteikšana	22
10. Uzņēmuma finanses	23-24
10.1. Pārdošanas budžets	25
10.2. Kapitāla un finansējuma aprēķini	26
10.3. Peļņas vai zaudējumu aprēķins	27
10.4. Naudas plūsmas plānošana	28
10.5. Tirgus daļas aprēķins	30
10.6. Bilance	31
11. Lēmums par darbības uzsākšanu un kalendārais plāns	32
12. Stipro un vājo pušu analīze	34

1. Uzņēmuma īpašnieki un biznesa ideja

Uzņēmuma īpašnieki:

Vārds, uzvārds: _____

Personas kods: _____

Adrese: _____

Tālrunis: _____ Mobilais tālrunis: _____

E-pasts: _____

Vārds, uzvārds: _____

Personas kods: _____

Adrese: _____

Tālrunis: _____ Mobilais tālrunis: _____

E-pasts: _____

Vārds, uzvārds: _____

Personas kods: _____

Adrese: _____

Tālrunis: _____ Mobilais tālrunis: _____

E-pasts: _____

Biznesa ideja:

Mērķu formulēšana/ biznesa ideja

Apraksti, ar ko tavs uzņēmums nodarbosies un no kā tiks gūta peļņa. Kādas preces vai pakalpojumus tu piedāvāsi, kāds būs to sortiments? Kā, tavuprāt, uzņēmumam vajadzētu darboties? Raksturo ģeogrāfiskos ierobežojumus un specializāciju/nišu; ar ko tavs uzņēmums atšķirsies no citiem tirgus dalībniekiem? Pārdomā, kādus mērķus vēlies sasniegt – piemēram, zema cena precei/pakalpojumam vai augstas kvalitātes sortiments? Uzņēmumam bez biznesa idejas vai ar vēlmi vienkārši “pelnīt naudu” trūkst veiksmīgas attīstības pamata! Tikai retais vēlēsies sadarboties ar uzņēmumu, kuram nav izvirzīti mērķi.

Iegaumē: ikvienam, kas jautā, uzreiz jāuztver un jāsaprot tava biznesa ideja. Tās izklāstā neizmanto sarežģītus vārdus un frāzes. Tavas biznesa idejas formulējums jāsaprot ikvienam – klientiem, kolēģiem, nozares speciālistiem, radniekiem u. c. Biznesa ideju (pašu būtiskāko) tev jāspēj prezentēt 20 sekundēs! Kad būsi vairākkārt izklāstījis savu biznesa ideju, būs vieglāk saprotams, ar ko tu nodarbojies un ko vēlies pārdot.

Biznesa idejai jāatbild uz šādiem jautājumiem:

- Kā tiks pelnīta nauda?
- Kādas preces/pakalpojumus es pārdošu? Kāda vajadzība/problēma tiek risināta ar manu piedāvājumu?
- Kam es pārdošu, kur viņi atrodas (ģeogrāfiskā ziņā)?
- Kā notiks pārdošanas process – kā es sasniegšu savus klientus? Kādi resursi man ir vajadzīgi?
- Kāpēc klientiem būtu jāizvēlas tieši mana uzņēmuma preces/pakalpojumi?
- Ko es darīšu, lai mans preču/pakalpojums piedāvājums atšķirtos no konkurentu piedāvātā?
- Kāda ir mana komanda un tās spēja īstenot biznesa plānu?

„Unikāls pārdošanas piedāvājums” (angliski: *USP - Unique Selling Proposition*)

Kāds ir tava uzņēmuma unikālais pārdošanas piedāvājums, proti, ar ko tavš uzņēmums ir unikāls, lai klienti izvēlētos tieši tavas preces/pakalpojumus?

Piemēram:

Mana uzņēmuma mērķa grupa ir:

Mans uzņēmums apmierina šādas klientu vajadzības:

Mans uzņēmums klientiem piedāvā:

Klienti izvēlas tieši mana uzņēmuma preces/pakalpojumus tāpēc, ka:

Klientus mans uzņēmums sasniedz šādos veidos:

2. Uzņēmuma nosaukums un darbības sfēra

Uzņēmuma nosaukums

Uzņēmuma nosaukumu reģistrē Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā. Šī iestāde nosaka, vai tavs izvēlētais nosaukums atbilst spēkā esošajiem noteikumiem. Iestādes mājas lapas www.ur.gov.lv sadaļā „Meklēt” vari pārbaudīt, vai šādu vai ļoti līdzīgu nosaukumu jau nav reģistrējis kāds cits. Līdz nosaukuma reģistrēšanai Uzņēmumu reģistrā noteikti izmanto uzņēmuma pagaidu nosaukumu. Ieteicams, lai nosaukumā atspoguļotos tava biznesa ideja. Reizēm biznesa ideja sakrīt ar uzņēmuma nosaukumu, t. i., ja biznesa ideja esi tu pats. Piemēram, „Jāņa Kalniņa konsultāciju birojs” – bet ko šajā gadījumā nosaukums pasaka par tavu kompetenci vai darbības sfēru? Ja esi nosaukumu izvēlējis, centies to lieki nemainīt!

Darbības sfēra jeb nozare

Kādā nozarē darbosies tavs uzņēmums? Darbības sfēra būs jānorāda pieteikumā Valsts Ieņēmumu dienestam, reģistrējot uzņēmumu par nodokļu maksātāju. Ja biznesa ideja vai uzņēmuma darbības sfēra vēlāk tiek mainīta, par šīm izmaiņām noteikti jāinformē arī VID. Ja to neizdara, revidenti vai VID pārstāvji var atzīt par nepamatotām dažādas ar jauno uzņēmuma darbības virzienu saistītās izmaksas (piem., par iekārtām u. tml.).

Pakalpojumi vai produkti

Pakalpojumu pārdošana atšķiras no preču pārdošanas. Preci parasti var paņemt rokā un aprakstīt; raksturot pakalpojumu bieži vien ir grūtāk. Tāpēc ir svarīgi atrast veidu, kā visprecīzāk aprakstīt pakalpojumu, ko piedāvāsi tirgū. Centies izskaidrot, ko klients iegūs, nolīgšot tieši tevi un izmantojot tavu pakalpojumu. Kodolīgi aprakstīt savu piedāvājumu nereti ir visai sarežģīti, taču jāatceras, ka parasti pakalpojuma pārdošanai atvēlētais laiks ir ļoti ierobežots.

Tirdzniecība

Jēdziens „tirdzniecība” aptver visu – no avīžu kioska līdz grīdas seguma materiālu vairumtirgotājam. Mēģini aprakstīt tirdzniecības procesu un tā potenciālos dalībniekus. Vai būs vajadzīga noliktava preču uzglabāšanai? Cik plašs sortiments būtu nepieciešams sākumā?

Preces/ražošana

Vai esi iecerējis uzsākt ražošanu vai pārņemt jau eksistējošu ražotni? Mēģini aprakstīt iespējamus starpniekus. Kādi attiecīgās nozares nosacījumi ietekmē tieši tavu izvēlēto biznesa nišu? Kāda ir tava pieredze ražošanā un izvēlētajā nozarē? Vai ražošanā tiks ieviests kāds jauninājums vai kādā citā veidā radīts kaut kas iepriekš nebijis? Apsver, vai līdztekus galvenajai precei vai pakalpojumam varētu pārdot vēl citas preces vai pakalpojumus, kas papildinātu pamatpiedāvājumu.

Logotips

Vai esi domājis par sava logotipa vai preču zīmes izveidi? Ja logotips ir ļoti būtisks tava uzņēmuma atribūts, tad tā izstrādei ieteicams izmantot dizainera palīdzību. Vai preču zīmi ir nepieciešams reģistrēt Patentu valdē? Jau biznesa plānā tu vari aprakstīt, kāds, tavuprāt, varētu būt uzņēmuma logotips; ja iespējams, vari to arī uzzīmēt vai iekopēt dokumentā. Atceries, ka preču zīmes izstrāde ir laikietilpīgs process, un rūpīgi pārdomā, kādu vēstījumu tu ar preču zīmi vēlies sniegt saviem klientiem. Logotipa izstrādē centies panākt labu rezultātu, lai vēlāk to nevajadzētu lieki pārveidot.

2. Uzņēmuma nosaukums un darbības sfēra

Uzņēmuma nosaukums:

Darbības sfēra vai nozare:

Pakalpojumi/produkti:

Tirdzniecība:

Preces/ražošana:

Logotips:

3. Es kā jaunais uzņēmējs

Pieredze nozarē

Īsi raksturo savu profesionālo pieredzi. Kāda ir tava kompetence nozarē, kurā vēlies sākt savu biznesu? Lielākā daļa cilvēku jauna uzņēmuma veidošanai izvēlas nozari, kurā jau ir strādājuši daudzus gadus vai ir ar to saskārušies vaļasprieka formā. Uzsākot privātu biznesu, jaunais uzņēmējs izmanto gan savas zināšanas un agrāko pieredzi, gan kontaktus/klientus, kas ir ļoti būtiski priekšnoteikumi veiksmīgiem pirmajiem soļiem biznesa pasaulē.

Ja sāk uzņēmējdarbību jaunā nozarē, tev jāspēj pārējos pārliecināt par savu kompetenci. Biznesa plāna pielikumā vēlams pievienot savu CV.

Pieredze uzņēmējdarbībā

Vai tev jau ir pieredze uzņēmējdarbībā? Vai tavā draugu/radinieku lokā ir kāds, kas nodarbojas ar uzņēmējdarbību? Raksturo savu pieredzi!

Izglītība

Kāda ir tava izglītība (pamatizglītība, citas apgūtās zināšanas)? Kā iegūtā izglītība tev var palīdzēt uzņēmējdarbībā?

Tavas personiskās finanses

Šodien visas bankas un kredītiestādes uzskata, ka jaunajam uzņēmējam pašam jānodrošina savs pašu kapitāls/riska kapitāls. Ar to tiek domāts starta kapitāls, kuru tu esi gatavs ieguldīt uzņēmumā. Tā ir nauda, ar kuru tu riskē, jo uzņēmuma bankrota gadījumā tā tiek zaudēta. Dažos gadījumos pašu kapitāls/riska kapitāls var būt arī akciju kapitāls vai daļa no uzņēmuma. Pat tad, ja bankas aizdevums tev nav vajadzīgs, uzņēmumam varbūt būs nepieciešama kredītlīnija/ overdrafts. Arī tādos gadījumos bankas vienmēr izvērtē tavas personiskās finanses. Ja tu jau iepriekš esi ņēmis lielus bankas aizdevumus un nevari uzņēmumam nodrošināt riska kapitālu, tad tas ir slikts sākums. Tāpēc jāatbild uz jautājumu: cik daudz tu uzdrošies un vai vari riskēt ar savu personisko naudu?

Mājinieku atbalsts

Vai kāds no mājiniekiem tevi atbalsta – kurš tas ir? Kāds, kas tevi saprastu neveiksmēs (ja tādas gadītos) un ar kuru tu varētu izrunāties? Mēdz teikt, ka nav nekā vienuļāka par individuālo uzņēmēju. Īsāk sakot – tev ir vajadzīga sava uzticības persona. Tam nav jābūt ekspertam nozarē, kurā tu sāksi uzņēmējdarbību, gluži pretēji – tam ir jābūt draugam, kas sniedz noderīgus padomus par attiecībām un veselo saprātu. Dodies mājās un pārrunā savu nodomu par uzņēmējdarbības sākšanu. Būt uzņēmējam ir dzīvesveids. Tas prasīs pilnīgu atdevi un daudz enerģijas. Cik daudz laika un enerģijas tu vēlies/esi gatavs veltīt savam topošajam uzņēmumam?

Kāpēc es vēlos kļūt par uzņēmēju?

Vēlmei sākt uzņēmējdarbību var būt dažādi motīvi. Rūpīgi pārdomā, kāpēc tieši tu vēlies sākt uzņēmējdarbību. Pieraksti savus argumentus un pārdomā savu motivāciju.

Tavu personisko kontaktu tīkls

Kāds ir tavs personisko kontaktu tīkls? Kad parādīsies problēmas, būs vajadzīga palīdzība un kontakti. Tavi labākie klienti noteikti jau ir daļa no tava kontaktu tīkla. Izveido sarakstu ar to cilvēku vārdiem, kas šobrīd ietilpst tavu personisko kontaktu tīklā un kuri nākotnē varētu tev sniegt palīdzīgu roku. Pieraksti arī katras konkrētās personas kompetenci vai amatu. Varbūt tev ir iespējams iegūt sev mentoru vai biznesa konsultantu?

Saikne starp tevi un biznesa ideju

Izklāsti, kas tevi pašu saista ar tavu biznesa ideju? Vai kāds cits varētu sākt īstenot šo biznesa ideju bez tavām zināšanām un pieredzes? Pārliecinī!

Visbeidzot: vai tev piemīt pārdošanas spējas? Ja tu pats nespēj pārdot savu biznesa ideju un pakalpojumus/produktus – kas tad to darīs?

Vai ar tavu produktu vai pakalpojumu pārdošanu nodarbosies kāds cits – **kurš un kāpēc?**

Partneris/uzņēmuma daļu īpašnieks

Daudzas partneru attiecības uzņēmējdarbībā diemžēl beidzas ar sarautām draudzības saitēm. Ja esi nodomājis meklēt sev partneri, izvēlies tādu, kas papildina tavas zināšanas, personīgās īpašības un raksturu. Jābūt skaidri definētam, kurš uzņēmumā ko darīs!

Sastādi uzņēmuma dibinātāju līgumu – **tā pirms biznesa uzsākšanas ir nepieciešamība!**

Šajā līgumā iekļauj nosacījumus par peļņas/zaudējumu sadalīšanu, papildatalgojumu un citiem labumiem, pirmpirkuma tiesībām, konkurences noteikumiem utt. Izdomā, kurš par ko lems!

Biznesa ētika/ kvalitāte/ KSA (Korporatīvā sociālā atbildība)

Tev kā uzņēmējam ir ļoti būtiski rūpēties par savu reputāciju. Atceries, ka citi vērtē, cik nopietns uzņēmējs tu esi un kā tu strādā, – no tā visa veidojas reputācija. Balansēt uz likumu robežas, protams, ir riskanti. Tikpat riskanti ir būt saistītam ar notikumiem, kas ir neētiski vai pretrunā labai uzņēmējdarbības praksei. Paturi prātā, ka biznesa attiecības vienmēr veido uz savstarpējas uzticības principa. Tavas uzņēmējdarbības nākotne ir atkarīga no tā, vai tu un tavs uzņēmums būs pazīstami kā augstu biznesa morāles un ētikas principu īstenotāji. Panākumus var gūt, tikai apliecinot savu mērķu nopietnību un uzrādot augstu darba kvalitāti. Vairumā gadījumu uzņēmējdarbību pozitīvi ietekmē arī uzņēmuma vēlme piedalīties sabiedriskajos procesos ārpus tā, ko nosaka likums (korporatīvā sociālā atbildība). Padomā, kā tavs uzņēmums varētu sekmēt pozitīvākas sabiedrības veidošanu. Varbūt tev varētu palīdzēt sadarbība ar kādu organizāciju. Izvēlies nopietnu partneri, un lai sadarbība sagādā prieku jums abiem!

3. Es kā jaunais uzņēmējs

Pieredze nozarē:

Uzņēmēja pieredze:

Mana izglītība:

Personiskās finanses:

Mājnieku atbalsts:

Argumenti, kāpēc vēlos uzsākt savu uzņēmējdarbību:

Manu personisko kontaktu tīkls:

Saikne starp mani un manu biznesa ideju:

Partneri/ uzņēmuma daļu īpašnieki/ dibinātāju līgums:

Biznesa ētika/ kvalitāte/ KSA (Korporatīvā sociālā atbildība):

4. Mans tirgus un mani klienti

Nozare

Kādā nozarē tavs uzņēmums strādās? Raksturo nozari un tās attīstību pēdējos gados! Kā tu vērtē nozares attīstības perspektīvas tuvākajos gados?

Mērķa grupa un klienti

Vai tev ir viena vai vairākas mērķa grupas? Vai vari raksturot mērķa grupu lielumu? Varbūt tev jau šobrīd ir konkrētu klientu vārdi? Kā ar taviem produktiem vai pakalpojumiem sasniegt šo mērķa grupu un klientus? Vai pati metode kā tāda var kļūt par daļu no tavas biznesa idejas? Daudziem lieliem uzņēmumiem, kas sākumā, protams, bijuši mazi, ir izdevies iekarot vietu tirgū, tieši pateicoties skaidri formulētai filozofijai. Viņi nedarīja kā visi citi, bet radīja paši savu metodi. Klientu iegūšanai vari izmantot visdažādākās metodes, tai skaitā arī internetu.

Tavi uzticami klienti

Vai tev jau ir uzticami klienti, kas iegādājas tavus produktus un pakalpojumus? Izveido klientu sarakstu un atzīmē tajā noderīgu informāciju, piemēram, kurš ir potenciālais klients, ar kuru tev jau ir līgums, ja tu aptuveni zini, cik lieli parasti ir klienta pirkumi utt. Vai esi jau sācis pārdot?

Kāds ir tavs klienta tips un kur tas atrodas?

Raksturo savu tipisko klientu. Kur ģeogrāfiski atrodas tavs klients? Kas ir tavi klienti – privātpersonas, uzņēmumi, pašvaldības, biedrības/organizācijas vai citi?

Cik liels ir tavs tirgus?

Izvērtē, cik liels ir **tavs** tirgus konkrētajā nozarē. Cik liels ir kopējais tirgus apgrozījums un cik liels tas ir tavā ģeogrāfiskajā reģionā? Izvirzi mērķi, nosakot savu procentuālo tirgus daļu konkrētajā ģeogrāfiskajā reģionā. Tas ļaus iegūt aptuvenu priekšstatu par to, cik liels vai mazs ir tavs tirgus un nozare un cik spēcīgai konkurencei tie pakļauti. Aprēķiniem vari izmantot vienkāršu tabulu tirgus daļas noteikšanai (skat. 30. lpp.).

Kā tu iekarosi tirgu?

Izstrādā vienkāršu mārketinga plānu pirmajam uzņēmuma darbības gadam. Pastāsti, kādus pasākumus tu plāno veikt un kādus resursus izmantosi, lai iekarotu tirgu un piesaistītu klientus. Vai tu izvēlies personisko pārdošanu vai izmantosi reklāmu? Vai vēl kādu citu veidu? Noteikti norādi laiku, kad plānotās aktivitātes tiks īstenota (skat. nodaļu par mārketingu 14. lpp.).

Vai pastāv iespēja veidot produktu/pakalpojumu speciālos piedāvājumus (paketes)?

Konkurence tirgū pastāv tāpēc, ka konkurenti reiz ir spēruši soļus iekļūšanai tirgū un pēc tam saglabājuši savas pozīcijas tajā. Vispirms rūpīgi izanalizē konkurentu darbību, izvērtējot viņu pareizās izvēles un kļūdas, un tikai pēc tam lem par to, kā veidot un laist tirgū savu uzņēmumu. Ja darīsi tāpat kā visi pārējie, tad, iespējams, būsi izvēlējies visgrūtāko ceļu sava biznesa uzsākšanai. Centies atrast savu nišu un veidot tādus produktu un pakalpojumu piedāvājumus, kas tirgū ir viegli uztverami, – tad izredzes uz panākumiem būs lielākas. Kāds ir tavs gala produkts vai pakalpojums? Apraksti to!

Kā klients maksās?

Kāds būs maksāšanas veids – skaidrā naudā, ar karti vai pret izrakstīto rēķinu; maksājot pēc 10 vai 30 dienām? Vai klients maksās pēc 40 dienām, un cik lieli ir kredīta zaudējumi attiecīgajā nozarē? Tie ir ļoti būtiski faktori, domājot par tava uzņēmuma likviditāti. Kādi būs tavu produktu piegādes noteikumi? Vai ir īpaši kredīta nosacījumi? Ja klients nesamaksā laikā, tev var rasties problēmas. Izraksti rēķinu pēc iespējas ātrāk.

Cik daudz un cik bieži klienti iepērkas?

Cik bieži klients pie tevis iepērkas? Vai ir vajadzīgi lielāki produktu uzkrājumi? Vai tava nozare ir pakļauta sezonālām variācijām? Kā tās ietekmē tavas pārdošanas aktivitātes un kases likviditāti? Cik uzticams ir tavs klients?

Raksturo konkurentus

Analizē konkurentus! „Lursoft” datu bāzē (www.lursoft.lv) un uzņēmuma „Firmas.lv” datu bāzē (www.firmas.lv) ir pieejama informācija par uzņēmumu gada pārskatiem – šeit vari noskaidrot, kas ir tavi lielākie konkurenti. Iztaujā draugus un paziņas un uzzini viņu viedokli par konkurentu priekšrocībām un trūkumiem. Pēc tam izklāsti viņiem savas ieceres un lūdz godīgi pateikt, ko viņi par tām domā. Raksturo konkurentu/-us un viņu piedāvātās produktu vai pakalpojumu kombinācijas.

4. Mans tirgus un mani klienti

Raksturo nozari, kurā darbosies tavs uzņēmums:

Mani klienti/ pakalpojumi, par kuriem var saņemt samaksu/ produkti:

Kāds ir mans tipiskais klients; kur viņš/viņa atrodas?

Tirgus – kāds ir tā kopējais apgrozījums **tavā** ģeogrāfiskās atrašanās vietā?

Kā tu iekarosi tirgu un piesaistīsi klientus?

Vai no taviem produktiem/pakalpojumiem ir iespējams veidot īpašus piedāvājumus (piedāvājumu paketes)?

Kāda būs klientiem noteiktā norēķinu kārtība?

Cik daudz un bieži klients iepērkas?

Raksturo konkurentus un viņu piedāvātās produktu/ pakalpojumu kombinācijas:

5. Mārketings, reklāma un pārdošana

Ļoti liela nozīme ir tam, kā tavs uzņēmums tiek pieteikts tirgū. Ir svarīgi piesaistīt klientu uzmanību tā, lai klienti varētu tevi tirgū atrast!

Ja neesi pamanāms – tevis nav vispār!

Tirgus apgūšanas plāns

Kādus mārketinga pasākumus esi plānojis pirmajā uzņēmuma darbības gadā? Vai tu pārdosi produktus/ pakalpojumus? Kā tu organizēsi pārdošanu? Izveido grafiku visam gadam, norādot un pa mēnešiem aprakstot katru plānoto aktivitāti un pasākumu. Izstrādājot tirgus apgūšanas plānu, esi reālists – kļūt pazīstamam tirgū un nostabilizēties tajā ir laikietilpīgs process. Cik daudz laika un resursu esi paredzējis mārketinga aktivitātēm? Vai tev vajadzēs piesaistīt pārdošanas speciālistus? Kā? Vai uzņēmumam būs sava mājas lapa internetā? Mārketinga aktivitātēm izmanto savu personisko kontaktu tīklu. Noskaidro iecerēto mārketinga aktivitāšu aptuvenās izmaksas. Iekļauj šīs izmaksas kopējā budžetā!

Palīgīdzekļi

Vairums cilvēku starp mārketingu un reklāmu liek vienādības zīmi. Taču mārketings var būt arī veids, kā produkts vai pakalpojums tiek aprakstīts un laists tirgū ar lietošanas pamācību u. c. palīdzību. Mārketingu veido arī personāla attieksme un prasmīgums, darba laiki un apkalpošanas kultūra, uzņēmuma atrašanās vieta (ģeogrāfiskā atrašanās vieta), cenu politika, atlaides, kredītiespējas, maksāšanas nosacījumi utt.

Reklāma, iespieddarbi, sludinājumi utt.

Reklāmas nolūkos var izmantot visplašāko palīgīdzekļu klāstu, piem.:

- personīgā pārdošana;
- pārdošanas vēstule vai elektroniskā vēstule;
- tiešā reklāma;
- sludinājumi un reklāmas;
- mājas lapa; baneru/ reklāmrullīšu ievietošana citās mājas lapās;
- raksti vietējos laikrakstos un reklāmas izdevumos (specializētajos nozares izdevumos);
- tirdzniecības izstādes un nozares gadatirgi;
- prezentācijas un semināri.

Internets

Mūsdienās uzņēmuma e-pasta adreses pieejamība ir obligāts priekšnosacījums. Arī uzņēmuma mājas lapa vai plašāks vortāls ir ļoti svarīgs mārketinga instruments gan uzņēmumam, gan tev personīgi. Arvien vairāk uzņēmumu izvēlas informāciju par savu produkciju vai pakalpojumiem ievietot internetā, piedāvājot tur iespēju arī veikt rezervācijas un pirkt preces. Internets piedāvā ārkārtīgi plašu tirgu, un reklāmas daudzums interneta vidē pieaug milzīgā ātrumā. Taču jāatceras, ka mājas lapas vai vortāli visu laiku jāatjaunina, tāpēc jāparedz informācijas aktualizēšanai vajadzīgais laiks un līdzekļi. Jāraugās, lai mājas lapa būtu viegli atrodamā interneta pārlūkprogrammās un lai saites uz to būtu pieejamas caur citu uzņēmumu mājas lapām un tavām kontaktpersonām.

6. Uzņēmuma administrēšana

Kas par ko rūpējas?

Jaunajā uzņēmumā būs ļoti daudz administratīvu un praktisku pienākumu, par kuriem kādam jāuzņemas atbildība – no banku pakalpojumiem līdz nodokļu un nodevu iemaksām. Padomā, kāds varētu būt atbildības sadalījums uzņēmumā. Pat individuālajam uzņēmējam/komersantam (pašnodarbinātajam) ir vajadzīga palīdzība daudzos no šajā sadaļā minētajiem jautājumiem. Aizpildi sadaļas beigās ievietoto tabulu ar atbildīgo personu vārdiem.

Grāmatvedība

Ielāgo, ka visiem uzņēmumiem (pat ļoti maziem privātuzņēmumiem un saimnieciskās darbības veicējiem) ir jākārt grāmatvedība! Vai tu to spēj, vai tev ir vēlšanās un laiks to kārtot pašam? Varbūt labāk izmantot grāmatvedības firmas ārpalikus? Gādā, lai grāmatvedība tiktu kārtota jau no uzņēmuma pirmās darbības dienas!

Līgumi, īres līgumi, dibinātāju līgumi, tirdzniecības līgumi utt.

Uzrādi visus līgumus, kas ir noslēgti vai tiks noslēgti tuvākajā laikā. Mutiskas vienošanās vienmēr jānoformē arī rakstiski, jo strīdu gadījumā būs grūti pierādīt, par ko puses bija vienojušās. Pirms līguma parakstīšanas ieteicams lūgt juristu izskatīt dokumenta tekstu. Šķietami nevainīgi līgumi un vienošanās var radīt postošas sekas. Kā tu uzglabāsi šos vērtīgos dokumentus?

Uzņēmuma dibināšanas šķēršļi

Lai darbotos noteiktās nozarēs, uzņēmumiem ir jāsaņem speciālas atļaujas no vietējām vai valsts/ reģionālām iestādēm. Izveido to iestāžu sarakstu, ar kurām jau esi sazinājies vai ar kurām tev varētu būt vajadzīgi kontakti, lai nodrošinātu uzņēmuma darbību, piemēram, policija, ugunsdzēsības un glābšanas dienests, būvvalde, vides aizsardzības dienests, novada dome u. c.

Apdrošināšana, Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūra (VSAA)

Apdrošināšanu uzņēmējs bieži vien neuzskata par svarīgu prioritāti. Tāpēc jāatgādina, cik svarīgi atcerēties par civiltiesiskās atbildības, uzņēmējdarbības pārtraukšanas un īpašuma apdrošināšanu, kā arī tiesisko aizsardzību, piemēram, dzīvības, nelaimes gadījumu un pensijas apdrošināšanu. Kas notiks ar uzņēmumu, ja tu ilgstoši slimosi? Kādu kompensāciju tu saņemsi no Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūras? Kas notiks, ja tavs uzņēmums bankrotēs un tu kļūsi par bezdarbnieku? Konsultējies ar kompetentu apdrošināšanas aģentu par tev izdevīgākajiem nosacījumiem.

Telpas

Kur atradīsies tavs uzņēmums? Darba uzsākšana mājās bieži vien ir lētākais risinājums, bet der atcerēties, ka būtiska nozīme ir arī saskarsmei ar citiem cilvēkiem un iespējai iesaistīties dažādos sociālajos tīklos. Lai tevi un tavu uzņēmumu uztvertu nopietni, tev jābūt pamanāmam. Izvēloties telpas, var atrast arī vienkāršas un lētas alternatīvas. Apraksti, kur esi iecerējis savu darba vietu un kā tā tiks praktiski organizēta?

Valde

Ja dibini akciju sabiedrību vai sabiedrību ar ierobežotu atbildību, centies izveidot tādu uzņēmuma valdi, kas uzņēmumam nodrošina papildu kompetenci. Kas varētu būt piemērotākie valdes locekļi? Kāda ir šo personu kompetence un profesionālā pieredze? Mūsdienās bankas aizvien biežāk pieprasa, lai uzņēmumam būtu kompetenta valde. Varbūt tev ir iespējams piesaistīt kādu mentoru vai citu pieredzējušu personu, kas sākumposmā varētu atbalstīt valdes darbu?

6. Uzņēmuma administrēšana

Kas par ko ir atbildīgs?

Banka: _____

Budžeta veidošana/pārskatīšana: _____

Grāmatvedība: _____

Audits: _____

Finanšu pārskats: _____

Deklarācijas: _____

Rēķinu izrakstīšana: _____

PVN pārskati: _____

Nodokļi un nodevas: _____

Naudas iemaksas un izmaksas: _____

Pārdošana: _____

Mārketings un reklāma: _____

Pasūtījumi un iepirkumi: _____

Personāls: _____

Pasts, mājas lapa tīmeklī: _____

Uzskaiti un raksturo:

Līgumi, īres līgumi, partnerības līgumi, tirdzniecības līgumi: _____

Uzņēmuma dibināšanas šķēršļi: _____

Apdrošināšana: _____

Valsts sociālās apdrošināšanas iemaksas: _____

Telpas: _____

Valde: _____

7. Personisko kontaktu tīkls

Viens nav cīnītājs!

Vadīt uzņēmumu šodien ir daudz citādāk nekā vēl pirms desmit gadiem. Pārmaiņas notiek strauji. Daudzi pārdošanu veic, izmantojot tikai un vienīgi savus kontaktus. Tā nav nejaušība, ka veiksmīgiem uzņēmējiem ir ļoti plašs kontaktu tīkls. Regulāri izskati un sistematizē savus kontaktus, un ieraksti tos šeit savā biznesa plānā.

Uzņēmējdarbības vidē ir dažādas organizācijas gan pašu uzņēmēju savstarpējai sadarbībai, gan atbalsta pasākumu organizēšanai (t. sk. visdažādākās nozaru organizācijas un arodbiedrības), piemēram, LIAA – Latvijas investīciju un attīstības aģentūra, LTRK – Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, EIC – Eiropas biznesa atbalsta tīkls, Latvijas reģionālie biznesa inkubatori, Tūrisma attīstības valsts aģentūra u. tml. Nešaubies izmantot šīs organizācijas sava kontaktu tīkla paplašināšanai.

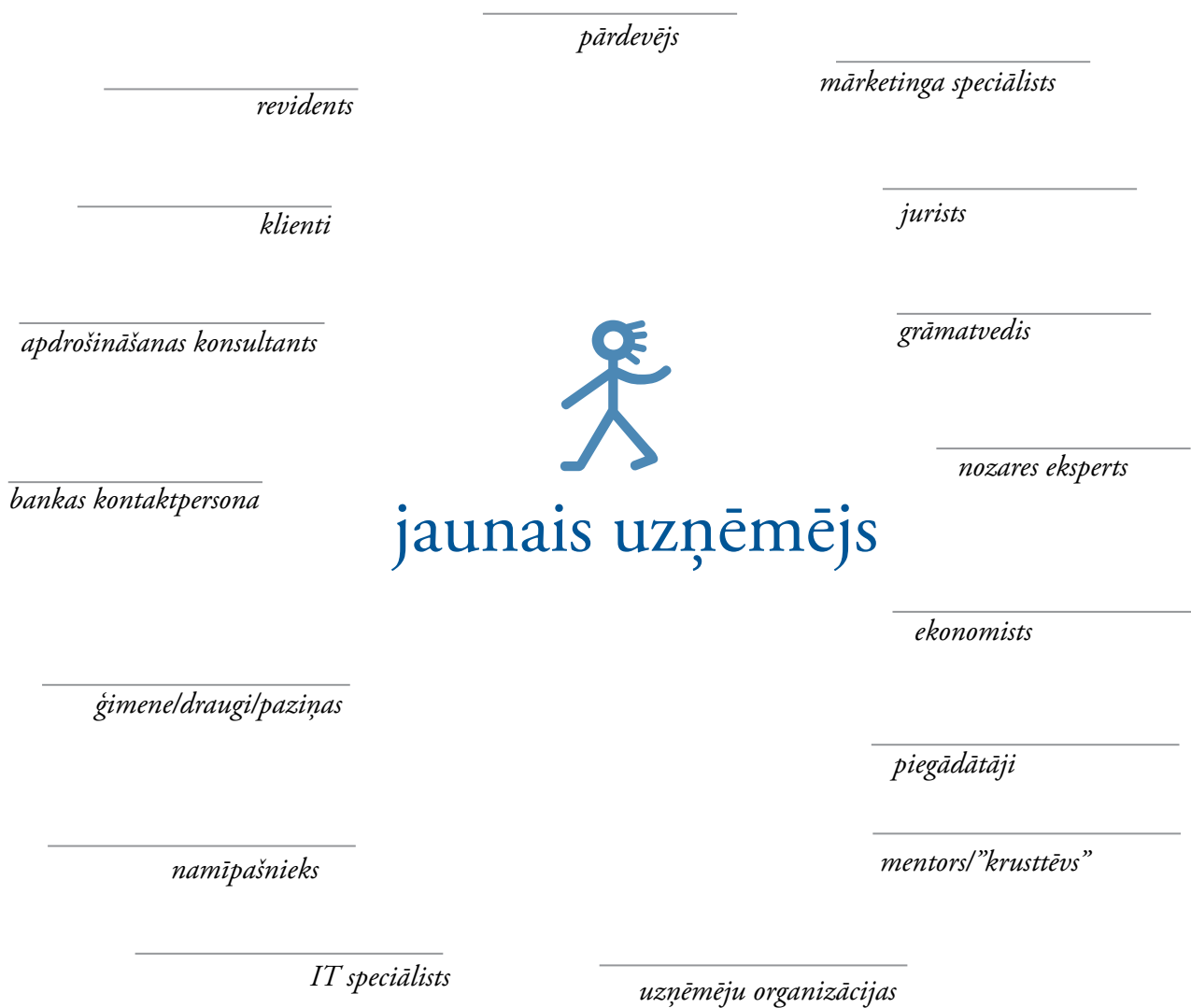
Jaunam uzņēmējam ir ļoti būtiski izveidot daudz jaunu kontaktu. Izdali savu vizītkarti pēc iespējas lielākam cilvēku skaitam. Iesākumā uzņēmēja loma varbūt būs neierasta un tu meklēsi pareizos ceļus. Zelta vērts ir padomdevējs, kas ir informēts tieši par to, kas saistās ar tavu uzņēmumu. Jautā Jauno uzņēmēju centra konsultantiem, vai viņi var palīdzēt paplašināt savu personisko kontaktu tīklu.

Valde

Pat mazos uzņēmumos valde iegūst aizvien svarīgāku lomu. Ļoti bieži valdi veido tikai uzņēmuma īpašnieks un dzīvesbiedrs/-e. Valdes sēdes un kopsapulces tādā gadījumā ir tikai formāli dokumenti. Tomēr vismaz pāris reizi gadā uzņēmuma valdei vajadzētu pārrunāt biznesa ideju un jaunas attīstības iespējas. Ja iespējams, tā vietā, lai maksātu par konsultāciju kādam mārketinga speciālistam vai konsultantam, valdes darbā par atlīdzību vai bez tās piesaistiet kādu personu, kas būtu kompetenta šajos jautājumos.



7. Personisko kontaktu tīkls



Valde:

8. Uzņēmuma forma un dibināšanas šķēršļi

Kāda uzņēma forma ir vispiemērotākā tavai biznesa idejai?

Kad esi izanalizējis savu biznesa ideju, tirgu, klientus, utt., nākamais solis ir rūpīgi apsvērt iespējamo uzņēmuma formu priekšrocības un trūkumus: komercsabiedrība (personālsabiedrība (pilnsabiedrība vai komandītsabiedrība), kapitālsabiedrība (sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA) vai akciju sabiedrība (AS)), individuālais komersants vai saimnieciskās darbības veicējs. Iespējams dibināt arī mikrouzņēmumu, kuram tiek piemērota īpaši draudzīga nodokļa likme. Sīkāku informāciju par dažādām uzņēmumu formām vari atrast LIAA tīmekļa vietnē www.liaa.gov.lv Atsevišķos gadījumos var būt noderīgas tādas organizatoriskās formas kā biedrība vai nodibinājums.

Kāda uzņēma forma ir vispiemērotākā tieši tavā situācijā?

Izvēlies uzņēmuma formu, pamatojoties uz savu personisko situāciju. Izvērtē riskus un ieguldāmo kapitālu.

Vai uzņēmējdarbības uzsākšanai vajadzīgas speciālas licences (atļaujas)?

Darbojoties atsevišķās tautsaimniecības nozarēs, uzņēmējam ir vajadzīgas īpašas licences (atļaujas), piemēram, transporta pakalpojumiem, alkoholisko dzērienu tirgošanai, tirdzniecībai sabiedriskā vietā. Tavu darbu kontrolēs dažādas iestādes, piemēram, darba inspekcija, ugunsdzēsības un glābšanas dienests, vides inspekcija u. tml.

Vai esi jau reģistrējis uzņēmumu?

Pārbaudi, vai tavu iecerēto nosaukumu jau nav reģistrējis kāds cits uzņēmums (to vari pārbaudīt Uzņēmumu reģistra mājas lapā www.ur.gov.lv, izmantojot funkciju „Meklēt”). Sarežģījumi nosaukuma reģistrēšana var rasties arī tad, ja pastāv kāds uzņēmums ar ļoti līdzīgu nosaukumu. Vai jau esi uzsācis uzņēmuma reģistrēšanas procesu un varbūt arī pašu uzņēmuma darbību? Tādā gadījumā tu esi personiski atbildīgs par visu, kas tiek darīts firmas vārdā.

Ja veido akciju sabiedrību – vai esi nolīdzis revidentu

Izvēloties revidentu, ieteicams sazināties ar vairākiem revidentiem/revidentu birojiem. Jāatrod cilvēks, ar kuru tu varēsi personiski sastrādāties. Ieteicams izskatīt vairāku revidentu biroju piedāvājumus.

8. Uzņēmuma forma un dibināšanas šķēršļi

Esmu izvēlējies šādu uzņēmuma formu:

Priekšrocības:

Trūkumi:

Esmu pieteicies (pieteikšos) šādu atļauju saņemšanai:

Vai savu uzņēmumu jau esi reģistrējis Uzņēmumu reģistrā?

9. Cenu noteikšana

Cenu noteikšana ir sarežģīta māksla – atrast pareizo cenu uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem. Pareizu cenu noteikšana ir viena no svarīgākajām uzņēmuma panākumu ķīlām.

Iepirkuma cena/ papildu izmaksas

Kāda ir preces/pakalpojuma iepirkuma cena un/ vai papildu izmaksas (bez PVN) līdz brīdim, kad preci/pakalpojumu var laist pārdošanā?

Citas izmaksas

Kādas citas izmaksas būs tavam uzņēmumam (bez PVN)? Skat. peļņas un zaudējumu aprēķinu budžetu (27. lpp.)!

Cena

Kāda cena jānosaka tava uzņēmuma piedāvātajām precēm/ pakalpojumiem, lai jūs gūtu iecerēto peļņu?

Klientu vērtības

Kādu cenu klienti ir gatavi maksāt par uzņēmuma precēm/ pakalpojumiem (iesk. PVN, ja klienti ir privātpersonas)?

Konkurenti

Cik tādas pašas/ līdzīgas preces/ pakalpojumi maksā pie konkurentiem?

10. Uzņēmuma finanses

Izstrādājot finanšu plānus, var izrādīties, ka tava ideja nenes peļņu – tad ideja rūpīgi jāpārstrādā vai no tās jāatsakās. Budžeta plānošana reizēm var likties kā mīklu minēšana. Tomēr tas ir ļoti svarīgs darba instruments. Ir svarīgi izvirzīt uzņēmuma darba mērķus, tāpat arī rūpīgi apsvērt visdažādākās detaļas, lai pēc iespējas izvairītos no nepatīkamiem pārsteigumiem. Tāpēc budžeta izstrādāšanu nekādi nevar uzskatīt par veltīgu laika šķērdēšanu. Daudzi mazie uzņēmumi kļūdās, neplānojot finanses un nepieturoties pie izstrādātā plāna!

Šajā nodaļā tu atradīsi virkni veidlapu, kas palīdzēs veidot pirmo ieskatu tava uzņēmuma finansēs.

Pārdošanas budžets –

pārdošanas apjomu aprēķini pa mēnešiem.

Finansējuma aprēķini –

novērtējums, cik liels kapitāls tavam uzņēmumam vajadzīgs pirms darbības uzsākšanas un kā šis kapitāls tiks iegūts.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins –

izmaksu un ieņēmumu prognoze viena gada periodā.

Naudas plūsmas budžets –

budžets, kas atspoguļo ienākošās un izejošās naudas plūsmas katrā mēnesī (iespējams, vissvarīgākais budžeta instruments pirmajā uzņēmuma darbības gadā).

Reizēm ieteicams izstrādāt vairākus pārdošanas budžetus (tādā gadījumā nokopē veidlapu vairākos eksemplāros). Piemēram, pārdošanu vari iedalīt vairākās preču vai pakalpojumu grupās vai izmantot cita veida iedalījumu, lai aprēķinātu, cik liela būs attiecīgās grupas bruto peļņa.

Finansējuma aprēķini iedalās šādi: kādas investīcijas vajadzīgas, lai iegādātos iekārtas, telpas, inventāru, kā arī mārketinga pasākumiem vajadzīgie līdzekļi (uzņēmuma darbības sākumposmā vienmēr jāiegulda vairāk). Lai iesākumā nodrošinātu uzņēmuma darbu, būs vajadzīgs apgrozāmais kapitāls. Paies laiks, līdz saņemsi naudu par ieguldīto darbu, bet līdzekļi jau ir vajadzīgi, lai, piemēram, iepirktu jaunus preču krājumus. Tāpēc ir ieteicams paredzēt zināmu rezerves kapitālu, kura apjoms ir aptuveni 5 % no investīcijām un apgrozāmā kapitāla. Kopējo vajadzīgo finanšu apjomu veido „aizņemtais kapitāls” plus „pašu kapitāls”. Pat ja neesi paredzējis līdzekļus aizņemt, kredītlīnija/ overdrafts ir vēlams, līdz uzņēmums sāk pelnīt.

Tirgus daļas aprēķins – palīdz aprēķināt kopējo tirgu attiecīgajā sfērā un tirgus daļu, kādu varētu iegūt tavs uzņēmums.

Kopsavilkums

- **Rūpīgi pārvaldi sava uzņēmuma finanses!**
- **Izstrādā ieņēmumu un izdevumu budžetu! Kāda ir plānotā peļņa?**

10.1. Pārdošanas budžets

Pārdošanas budžets	janv	febr	marts	apr	maijs	jūn	jūl	aug	sept	okt	nov	dec	GADĀ
1 Pārdotā produkta vienību skaits													
2 Produkta cena													
3 Ieņēmumi (1 x 2)													
Izdevumi													
4 Pārdošanas personāla izmaksas													
5 Reklāmas izmaksas													
6 Sakaru izmaksas													
7 Transporta izmaksas													
8 Biroja izmaksas													
9 Citas pārdošanas izmaksas													
10 Pārdošanas bruto peļņa (3-4-5-6-7-8-9)													

10.2. Kapitāla un finansējuma aprēķini

Kapitāls	Ls
<i>Starta kapitāls, kas tev vajadzīgs saimnieciskās darbības uzsākšanai</i>	
Zemes iegāde	
Telpu iegāde	
Datori	
Mēbeles	
Cita datortehnika (printeri, fakss, skeneris u. tml.)	
Transports	
Tehnoloģiskās iekārtas	
Kopā	

Finansējums	Ls
Vajadzīgā kapitāla finansējuma avoti	
Pašu līdzekļi	
Aizņēmumi no ģimenes	
Aizņēmumi no draugiem, paziņām	
Bankas kredīti	
Līzings	
ES atbalsta fondi	
Citi investori	
Kopā	

10.3. Peļņas vai zaudējumu aprēķins

1. Neto apgrozījums.	
2. Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas.	
3. Bruto peļņa vai zaudējumi.	
4. Pārdošanas izmaksas.	
5. Administrācijas izmaksas.	
6. Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi.	
7. Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas.	
8. Ieņēmumi no līdzdalības koncerna meitas un asociēto sabiedrību kapitālos.	
9. Ieņēmumi no vērtspapīriem un aizdevumiem, kas veidojuši ilgtermiņa ieguldījumus.	
10. Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi.	
11. Ilgtermiņa finanšu ieguldījumu un īstermiņa vērtspapīru vērtības norakstīšana.	
12. Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas.	
13. Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem.	
14. Ieņēmumi	
15. Ārkārtas izmaksas.	
16. Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem.	
17. Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu.	
18. Pārējie nodokļi.	
19. Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	

10.4. Naudas plūsmas plānošana

Firmas "_____" plānotās naudas plūsmas aprēķins 20___. gsdam	Mēnesis												Kopā	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1 Naudas atlikums mēneša sākumā														
<i>Naudas ienākumi no faktiskā apgrozījuma</i>														
<i>Citi naudas ienākumi</i>														
4 Debitoru parādi uz mēneša sākumu														
5 <i>Debitoru parādi uz mēneša beigām</i>														
6 Naudas ienākumi no patērtājiem (2+3+4-5)														
7 <i>Izdevumi materiāliem</i>														
8 Kreditoru parādi uz mēneša sākumu														
9 <i>Kreditoru parādi uz mēneša beigām</i>														
10 Krājumi uz mēneša sākumu														
11 <i>Krājumi uz mēneša beigām</i>														
12 Maksājumi piegādātājiem (7+8-9+11-10)														
13 <i>Realizācijas izmaksas</i>														
14 <i>Darba algas</i>														
15 <i>Sociālais nodoklis</i>														
16 <i>Komunālie maksājumi</i>														
17 <i>Saimniecības izdevumi</i>														
18 <i>Reklāmas un mārketinga izdevumi</i>														
19 <i>Transporta izdevumi</i>														
20 <i>Sakaru pakalpojumi</i>														
21 <i>Apdrošināšana</i>														
22 <i>Nomas maksa</i>														
23 <i>Bankas pakalpojumi</i>														
24 <i>Audita un konsultāciju izmaksas</i>														
25 <i>Citi izdevumi</i>														
26 Citi naudas izdevumi kopā (summa no 13 līdz 25)														

10.5. Tirgus daļas aprēķins

Tirgus daļas aprēķins	Piemērs Ls			
Cilvēku skaits pārdošanas reģionā	100,000			
Cilvēku skaits, kas vēlētos šo produktu/ pakalpojumu	50,000			
Cilvēku skaits, kas būtu gatavi maksāt šo cenu	30,000			
Daļa no visiem, kas reāli pirks šādu produktu/ pakalpojumu	70%			
Potenciālo klientu skaits šim produktam/ pakalpojumam	21,000			
Viena klienta pirkumu skaits gadā	10			
Viena pirkuma vidējais izmērs, Ls	20			
Kopējais tirgus izmērs gadā	4,200,000			
Mana uzņēmuma tirgus daļa	25%			
Mani sagaidāmie ieņēmumi gadā	1,050,000			

* tabulā norādītie skaitļi rāda vienu aprēķinu piemēru

10.6. Balance

Bilance	janv	febr	marts	apr	maijs	jūn	jūl	aug	sept	okt	nov	dec	GADĀ
Nemateriālie ieguldījumi													
Pamatlīdzekļi													
Krājumi													
Debitori													
Nauda													
Aktīvi KOPĀ													
Akciju kapitāls													
Rezerves													
Nesadalītā peļņa													
Uzkrājumi													
Ilgtermiņa kreditori													
Īstermiņa kreditori													
Pasīvi KOPĀ													

11. Lēmums par darbības uzsākšanu un kalendārais plāns

Kad sāks darboties jaunais uzņēmums?

Ja termiņus aizvien atceļ un pārceļ, tad uzņēmumam rodas grūtības veiksmīgi uzsākt darbību. Termiņi ir vajadzīgi, lai pieņemtu saprātīgus lēmumus. Katra diena maksā naudu. Parasti uzņēmuma darbības uzsākšanai vajadzīgs vairāk laika, nekā sākotnēji plānots vai domāts. Un parasti uzņēmums sāk ienest naudu vēlāk, nekā mēs varētu vēlēties. Tikpat droši var apgalvot, ka izdevumi vienmēr rodas ātrāk, nekā esam domājuši.

Kādi pasākumi veicami pirms uzņēmuma darbības uzsākšanas?

Pēc biznesa plāna izstrādāšanas uzraksti šeit rezumējošu izvērtējumu.

Kas jāpaveic pirms darbības uzsākšanas? Kā tieši notiks darbības uzsākšana?

Kādu turpmāko sadarbību tu vēlies uzturēt ar savām kontaktpersonām, piegādātājiem un klientiem?

12. Stipro un vājo pušu analīze

Biznesa plāna analīze – stiprās un vājās puses, iespējas un draudi

Šī biznesa plāna dažādajās nodaļās noteikti ir atrodamas gan stiprās, gan vājās puses plānotajā uzņēmējdarbībā. Cilvēki, kas lasa vai uzklausa tavus plānus, vienmēr cenšas tajos atrast vājāko ķēdes posmu. Neignorē to – norādi uz šo ķēdes posmu pats un pastāsti, kā tu to varētu nostiprināt. Tas tikai vairos plānu ticamību. Bet neaizmirsti arī izcelt savas stiprās puses – to, kas ir īpašs tieši tavai biznesa idejai. Regulāri pārskati un pārstrādā savu biznesa plānu – tas atmaksāsies. Lai biznesa plāns ir „dzīvs” dokuments!

Aizpildi SVID matricu!

SVID ir saīsinājums no vārdiem ‘stiprās puses’, ‘vājās puses’, ‘iespējas’ un ‘draudi’ (angliski – *SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Izmantojot šo matricu, analizē visus ar topošo uzņēmumu saistītos apstākļus. Atceries, ka parasti stiprās un vājās puses saistās ar uzņēmumu iekšēji/tevi pašu, savukārt iespējas un draudi bieži vien ir ārēji faktori, kurus tu un tavs uzņēmums nevar tieši ietekmēt.

stiprās puses

vājās puses

iespējas

draudi

Vājās puses es novērsīšu šādi:

Draudus es novērsīšu šādi:

Stiprās puses es izmantošu šādi:

Iespējas es izmantošu šādi:

Ar biznesa plānu tu nenovirzīsies no nospraustā kursa!

	Pārskatīt	Papildināt	Apmierinoši	Labi
1. Biznesa ideja – ar ko tavs uzņēmums nodarbosies un kā pelnīs naudu?				
2. Tu kā jaunais uzņēmējs				
3. Tavs tirgus un tavi klienti				
4. Mārketings, reklāma un pārdošana				
5. Administrēšana, līgumi, apdrošināšana, telpas un visi pārējie praktiskie jautājumi				
6. Tavi personiskie kontakti				
7. Uzņēmuma forma un dibināšanas šķēršļi				
8. Budžets, peļņa, likviditāte, finansējums – vai tev būs vajadzīgs aizņēmums?				
9. Lēmums par darbības sākšanu un kalendārais plāns				



Jauno uzņēmēju centrs
LATVIJA

Ko dara Jauno uzņēmēju centrs?

- **sniedz kvalificētas bezmaksas konsultācijas topošajiem uzņēmējiem,**
- **pieredzējuši uzņēmēji dalās pieredzē ar iesācējiem,**
- **iedvesmo un palīdz īstenot sapni par savu biznesu.**

Uzzini vairāk mūsu mājas lapā www.jaunaisuznemejs.lv

TAVS BIZNESS – LATVIJAS NĀKOTNE

Biroja adrese: K. Valdemāra iela 23, k. 2-6, Rīga LV-1010
E-pasta adrese: info@juc.lv

Mūsu partneri un atbalstītāji

Swedbank 

Nordea 

SEB

 FOREIGN INVESTORS
COUNCIL IN LATVIA

 **mentoru klubs**
RĪGAS EKONOMIKAS AUGSTSKOLA

DIENAS MEDIĪJI



Jauno uzņēmēju centrs

LATVIJA

*Izmanto biznesa plānu kopā ar
Jauno uzņēmēju centra sniegtajām
bezmaksas konsultācijām*

Nodibinājums Latvijas Jauno uzņēmēju centrs „Jobs and Society”

K. Valdemāra iela 23, k.2-6, Rīga LV-1010

www.jaunaisuznemejs.lv

info@juc.lv

adaptēts tulkojums no zviedru valodas
V-2010-1

© 2009 Stiftelsen Svenska Jobs and Society