

UZ- NĒMI- GĪE

Finanši



Rokasgrāmata par Skolēnu mācību uzņēmumu
(SMU) veidošanu

Mācību palīgīdzeklis skolēniem, SMU konsultantiem, mentoriem

Par Junior Achievement Latvia	6
Ievads	7
1. SOLIS. RADI SAVU IDEJU!	9
Ideju ģenerēšana.....	9
Iedvesmas konference “Uzdrieksties uzvarēt!”	10
Inovatīvu un tehnoloģisku SMU izveides un attīstības virziens.....	10
SMU darbības idejas Latvijā un ārzemēs	11
Patentēšana	7
2. SOLIS. KOMANDAS VEIDOŠANA	8
Pienākumu sadale	9
Konflikti grupā ¹	10
3. SOLIS. LAIKA PLĀNOŠANA.....	12
4. SOLIS. UZŅĒMĒJDARBĪBAS UZSĀKŠANA	13
Komerccarbības forma	13
Dibinātāji.....	13
Uzņēmuma logo un nosaukums	14
5. SOLIS. SMU REĢISTRĀCIJA www.jal Latvia	15
6. SOLIS. BIZNESĀ PLĀNOŠANA.....	16
Dokumentu noformēšanas pamatprincipi.....	16
Pamatskolas SMU biznesa plāna struktūra.....	17
Vidusskolas SMU biznesa plāna struktūra	17
Vidusskolas SMU biznesa plāna nodaļu raksturojums.....	18
Grāmatvedība Skolēnu mācību uzņēmumā.....	24
Nodokļi.....	32
7. SOLIS. DIBINĀŠANAS DOKUMENTU SAGATAVOŠANA	33
8. SOLIS. SMU DARBĪBA/ATTĪSTĪBA	34
Mārketinga elementu izveide	34
Sociālie tīkli	36
Kontakts ar medijiem – intervijas	37
Sponsoru / partneru piesaiste.....	37
Lietišķā etiķete	39
JA Latvia SMU katalogs	41
Sacensības un konkursi	42
9. SOLIS. STARPTAUTISKA SADARBĪBA.....	46
Eiropas gadatirgi	46
Programma „Enterprise without Borders” (EwB).....	46
10. SOLIS. SMU LIKVIDĒŠANA	47
IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI	48
SMU REĢISTRĀCIJAS APLIECĪBA.....	49

PAR JUNIOR ACHIEVEMENT LATVIA

Junior Achievement Latvia (JA Latvia) ir sabiedriskā labuma organizācija un biznesa izglītības eksperts Latvijas skolās. JA Latvia ir kā tilts starp skolu un biznesa vides profesionāļiem un atspēriena punkts aktīvu un mērķtiecīgu jauniešu sasniegumiem.

JA Latvia ir viens no 39 Junior Achievement Worldwide® tīkla biedriem kopš 1991. gada. Eiropas Komisija atzinusi JA Latvia par vienīgo pozitīvo iniciatīvu Latvijā, kas ilgtermiņā un metodiski nodrošina jauniešiem uzņēmējdarbības izglītību. JA Latvia katru gadu nodrošina Eiropā aprobētu un Latvijas vajadzībām pielāgotu praktiskās biznesa izglītības programmu pieejamību aptuveni 60 000 skolēnu visā Latvijā, visos izglītības līmeņos. Biedrība nodrošina savu dalībiskolu skolotājiem kvalifikācijas paaugstināšanas un tālākizglītības programmas gan Latvijā, gan ārzemēs.

JA Latvia vērtības ir pieredze, zināšanas un skats nākotnē.

JA Latvia misija ir veicināt Latvijas tautsaimniecības attīstību, iesaistoties jaunatnes izglītošanā, uzņēmējspēju veicināšanā un jaunās uzņēmēju paaudzes veidošanā, mācību procesā sasaistot teorētiskās zināšanas ar praktiski atbilstoši ekonomikai Latvijā, Eiropā un pasaulē.

JA Latvia mērķis ir pilveidot jauniešu zināšanas un prasmes uzņēmējdarbībā, izmantojot praktiskas metodes visos izglītības līmeņos, lai radītu nākotnes starptautiskos līderus un nozaru ekspertus, kuri spētu paaugstināt Latvijas konkurētspēju.

JA Latvia slēdz sadarbības līgumu ar izglītības iestādi par programmu īstenošanu skolā, kur viena no piedāvātajām programmām ir „Skolēnu mācību uzņēmumi” (SMU).

Par programmu un mācību metodi „Skolēnu mācību uzņēmumi”

Skolēnu mācību uzņēmums (SMU) ir skolēnu veidots un vadīts mācību uzņēmums, kura darbībai piemīt izglītojošs raksturs. SMU mācību nolūkos pilda īsta uzņēmuma funkcijas un darbojas reālā vidē – skolēni ražo un pārdod preces vai pakalpojumus. SMU nav juridiska statusa – tos pārstāv *Junior Achievement Latvia* un skola. SMU konsultē un atbalsta SMU konsultanti/biznesa konsultanti.

SMU kā mācību metodes mērķis – SMU mācību metode ir interaktīva mācību metode, kura vērsta uz apzinātu, mērķtiecīgu visu iesaistīto pušu mijiedarbību un līdzdarbošanos. SMU mācību metode ietekmē mācību satura attīstību, kas paver lielas improvizācijas iespējas pedagogam un skolēnam.

Eiropas Komisijas izvirzītais mērķis paredz, ka ikvienam jauniešiem pirms skolas absolvēšanas ir jānodrošina praktiska uzņēmējdarbības pieredze. Ar skolēnu mācību programmu skolēniem ir iespēja piedāvāt vismaz vienu reizi praktiski izmēģināt uzņēmējdarbību, pirms viņi ir pabeiguši obligātās izglītības kursu. No 15% līdz 20% skolēnu, kas piedalījušies SMU programmā vidusskolā, vēlāk izveido paši savu uzņēmumu. Tas ir apmēram trīs līdz piecas reizes vairāk nekā Latvijā kopumā.

Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija ir atzinusi šo mācību metodi un rekomendē to izglītības iestādēm kā uzņēmējspēju attīstošu un pilnveidojošu mācību metodi.

SMU programmas mērķis – jaunas uzņēmēju paaudzes un nozares ekspertu izglītošana, mācību procesā sasaistot teorētiskās zināšanas ar praksi.

SMU statuss – SMU nav juridiska statusa, reģistrācija un uzskaitē notiek *JA Latvia*. Ikdienas darbības uzraudzība notiek izglītības iestādē SMU skolotāja – konsultanta vadībā.

Ja SMU nav reģistrēts kopējā *JA Latvia* SMU reģistrā un nav noslēgts sadarbības līgums ar *JA Latvia* par *JA Latvia* programmu izmantošanu mācību procesā, *JA Latvia* neuzņemas atbildību par Skolēnu mācību uzņēmuma darbību. Šādā gadījumā atbildība par nodokļu likuma piemērošanu un citos darījumos uzņemas izglītības iestāde.

SMU darbības laikā ir iespējams piedalīties SMU pasākumos CITS BAZĀRS, gadatirgos, festivālos un daudz un dažādos iedvesmojošos un izglītojošos semināros un apmācībās, kur SMU būs iespēja prezentēt un pārdot savu produktu, skolēniem – iepazīties ar jauniem draugiem. Ja SMU būs iekļuvjis labāko Latvijas SMU vidū, tad skolēniem būs iespēja piedalīties Latvijas SMU finālā un nokļūt Eiropas SMU finālā. Tad, kad mācību gads tuvosies beigām, uzņēmums būs jālikvidē. Tas nozīmē, ka SMU darbības laiks būs beidzies un būs pienācis laiks dibināt īstu uzņēmumu.

Skolēnu mācību uzņēmums ir pedagoģiska metode, kas pamatojas uz praktisko pieredzi, kura iegūta, vadot pilnīgi visu uzņēmējdarbības projektu, un mijiedarbību ar ārējo vidi.

Šī darbība ļauj jauniešiem ne tikai apgūt uzņēmējdarbības pamatiemaņas, bet arī attīstīt personīgās īpašības un savstarpēji saistītās prasmes, kas kļūst arvien svarīgākas visiem, lai dzīvotu un strādātu uz zināšanām balstītā sabiedrībā.

Uzņēmējdarbības iemaņas un tai raksturīgā attieksme dod labumu sabiedrībai pat tad, ja netiek izmantotas uzņēmējdarbībā.

Veidojot skolēnu mācību uzņēmumu, skolēns, audzēknis vai students iegūst

Personīgās iemaņas un prasmes	Uzņēmējdarbības prasmes	Portfolio veidošana
<ul style="list-style-type: none"> • jaunrades spējas; • prasmi strādāt komandā; • prasmi risināt problēmas; • spēju uzņemties apsvērtu risku un darboties riska apstākļos; • saskarsmes prasmi; • neatlaidību; • vadītspēju; • kritisko domāšanu; • pašapziņu; • spēju uzņemties iniciatīvu; • spēju uzņemties atbildību; • patstāvību; • prasmi pieņemt individuālus un grupu lēmumus; • prasmi plānot laiku un ievērot termiņus; • prasmi izvirzīt mērķus; • prasmi vienoties sarunu ceļā; • projektu vadības prasmi; • informācijas un komunikāciju tehnoloģiju lietošanas prasmi; • publiskās runas un uzstāšanās prasmi; • sava darbības analīzes un plānošanas prasmi; • vēlmi uzlabot zināšanas un veiktspēju. 	<ul style="list-style-type: none"> • izpratni, kā darbojas komercija un kā tiek radīta labklājība; • uzņēmējdarbībai raksturīgo domāšanu un komerciālu ideju radīšanu; • ekonomikas pamatus; • pieredzi, kas saistīta ar galvenajām uzņēmējdarbības funkcijām; • tirgus izpēti veikšanu; • biznesa plāna vai biznesa kanvu izstrādi; • uzņēmuma dibināšanas un vadīšanas; • cilvēkresursu vadības; • izpratni par finanšu jautājumiem; • budžeta izstrādes un resursu sadales; • ražošanas izmaksu un peļņas aprēķināšanas; • grāmatvedības; • tirgzinības; • dalība izstādēs un SMU pasākumos CITS BAZĀRS; • pārdošanas un pirkšanas metodes; • administratīvās procedūras; • komerciālās sarakstes, dokumentu un pārskatu noformēšanas; • biznesa kontaktu veidošanas; • darījuma tikšanās vadīšanas prasmes. 	<ul style="list-style-type: none"> • ierakstu CV par darbību skolēnu mācību uzņēmumā; • iespēju iegūt apmaksātu studiju vietu Biznesa augstskolā Turība, ja iegūta 1. vieta Latvijas skolēnu mācību uzņēmumu finālā vidusskolu grupā (Jauno uzņēmēju dienās); • iespēju iegūt JA Latvia Sertifikātu, kas dod priekšrocības, iestājoties Latvijas augstskolās (vidusskolas laikā ir jāizveido vai jādarbojas skolēnu mācību uzņēmumā, jāizspēlē simulācijas spēle TITAN un jāpiedalās Ēnu dienā); • pēc SMU programmas beigšanas, iespēja kārtot Eiropas Uzņēmējdarbības eksāmenu un iegūt starptautiski atzītu sertifikātu.

1. SOLIS. RADI SAVU IDEJU!

Ideju ģenerēšana

Lai izveidotu Skolēnu mācību uzņēmumu, ir nepieciešama biznesa ideja – ideja par preci/pakalpojumu, ko piedāvāt patērētājiem.

Katra darbība, katrs rezultāts sākas ar ideju, tomēr bieži nākas dzirdēt jēdzienu „slikta ideja”. Kā īsti atšķirt labu ideju no sliktas? Labu biznesa ideju raksturo tās nepieciešamība patērētājiem (pieprasījums), peļņa, efektīva ražošana u.c. faktori.

Lai radītu patiešām labu Skolēnu mācību uzņēmuma ideju, ir nepieciešams savienot to, kas ir nepieciešams patērētājam, ar to, kas vislabāk padodas Skolēnu mācību uzņēmuma veidotājiem.

KUR RAST BIZNESA IDEJU:

- hobijs, kas pārvērsts biznesa idejā;
- ideja, kas aizgūta un pēc tam - uzlabota;
- produkts - problēmas, ar ko saskaraties ikdienā, risinātājs;
- veic inovatīvu ideju pētījumu internetā;
- nebaidies izejmateriālus pirkt interneta veikalos no citām valstīm, taču atceries, ka gatavu produktu iegādāties un pārdot kā savu ideju nedrīkst.

Atceries – tavam SMU produktam ir jābūt ar **pievienoto vērtību**.

Ideju ģenerēšanas metodes:

- **Prāta vētra** – grupas dalībnieki izsaka savas idejas, diskusijas vadītājs pieraksta tās visiem redzamā vietā.
- **Brīvais ritenis** – grupas dalībnieki spontāni stāsta savas idejas, un pierakstītājs visu fiksē.
- **Aplis** – pierakstītājs katram lūdz izteikt ideju; dalībnieks drīkst teikt „garām”, ja neko nevar izdomāt, taču vajadzētu veikt vairākus apļus, lai visiem būtu iespēja dot savu ieguldījumu un radīt pēc iespējas vairāk ideju.
- **Klusā ideju ģenerēšana** – visi savas idejas uzraksta uz lapiņām un iesniedz pierakstītājam. Šo procesu var atkārtot, lai iegūtu pēc iespējas vairāk ideju.
- **Ačģārnā ideju ģenerēšana** – apsver visu to, kas NEstrādātu. Sastāda sarakstu un tad apdomā, kā visus negatīvos aspektus pārvērst pozitīvajos.

Diskusijas pamatnoteikumi:

- nekādas kritikas par citu idejām;
- droši drīkst izvērst citu teikto, taču nedrīkst pārtraukt citu runātāju;
- kādam jāpieraksta runātāju kārtība (ja kāds grib izteikties, paceļ roku, diskusijas vadītājs pieraksta secību, kādā runātāji drīkstēs izteikties).

Faktori, kas jāņem vērā, izvēloties biznesa ideju:

- pieprasījums;
- pašizmaksa;
- ražošanas gaita;
- nepieciešamie darbinieki, to prasmes;
- ietekme uz apkārtējo vidi.

Ja tev vislabākās idejas rodas vienatnē, tad pamēģini iejusties potenciālā klienta lomā. Katrai idejai uz lapas pieraksti plusus un mīnus! Novērtē savu ideju objektīvi, izsverot visu labo un slikto! Nebaidies lūgt arī kāda tuva drauga, vecāka vai skolotāja padomu! Iespējams, ka sarunu laikā radīsies kāda vēl labāka ideja.

ATGĀDINĀJUMS

Aizliegts veidot SMU, kas nodarbojas ar:

- ieroču un munīcijas ražošanu un tirdzniecību;
- tabakas izstrādājumu, alus un alkoholisko dzērienu ražošanu un tirdzniecību;
- azartspēlēm un derībām;
- apdrošināšanu, finanšu starpniecību un bankas pakalpojumiem;
- operācijām ar nekustamo īpašumu;
- autotransporta iegādi un tālākpārdošanu, kā arī komercpārvadījumus ar autotransportu vai citiem transporta līdzekļiem un veidiem;
- preču/pakalpojumu pārpirkšanu bez pievienotās vērtības radīšanas šajā procesā.

JA Latvia patur tiesības neļaut veikt SMU reģistrāciju, ja rodas šaubas par SMU plānotā produkta vai pakalpojuma atbilstību SMU programmas uzdevumiem.

Ar pārtikas produktu un lauksaimniecības izstrādājumu ražošanu un tirdzniecību atļauts veidot vispārējo un profesionālo izglītības iestāžu SMU, kuru darbību apstiprina **PVD atļaujas** un skolas specifika*.

**Par šo punktu sīkāka informācija ir pieejama SMU Nolikumā, kas atrodams profilos.*

Iedvesmas konference “Uzdrīksties uzvarēt!”

Uzņēmējdarbības iedvesmas konference **#Uzdrīksties uzvarēt** norisinās LIAA īstenotā projekta “Inovāciju motivācijas programma” ietvaros un ikgadēji tiek rīkota **oktobra mēnesī**. Konference pulcē ap 5000 dalībnieku no visas Latvijas un tās laikā skolēniem ir iespēja iedvesmoties no Latvijā spīgtākajiem uzņēmējiem un personībām, lai uzdrošinātos izmēģināt spēkus uzņēmējdarbībā vai jebkura cita sava sapņa īstenošanā.

Video no iepriekšējo gadu iedvesmas konferencēm skatāmi JA Latvia skolēnu un skolotāju profilos.

Aktuālo informāciju meklējiet www.jal Latvia.lv.

Inovatīvu un tehnoloģisku preču/pakalpojumu Skolēnu mācību uzņēmumu (SMU) izveides un attīstības virziens

Inovācijām ir vajadzīga pareizā vide un cilvēki. Lai ieviestu jauninājumus, nevar būt tuvredzīgs un meklēt pēc iespējas lielāku peļņu šodien. Ir jāspēj saglabāt skatu uz lielāku mērķi - pasauli, kas nekad nebūs tāda pati pēc šī jauninājuma ieviešanas.

Junior Achievement Latvia (JA Latvia), Printful un RTU Rīgas Biznesa skola (RBS) izsludina augstas pievienotās vērtības produktu programmu - **inovāciju izglītības platformu** Skolēnu mācību uzņēmumiem, kuras ietvaros komandas, kam ir liels redzējums un kas ir gatavas mainīt pasauli, gūs dažādas atbalsta iespējas.

Inovāciju izglītības platforma ļauj skolēniem pilnveidot savas uzņēmējspējas, praktiski uzsākt tehnoloģijās balstīta produkta izstrādi. Tās ietvaros tiek organizētas inovāciju nometnes, digitālās pratības un programmēšanas vebināri, nodrošināts pieredzējušu tehnoloģiju un biznesa ekspertu atbalsts skolēniem un arī viņu pedagogiem visa mācību gada garumā.

Aicinām jūs domāt par produktiem, kuriem pamatā ir inovatīva ideja:

- Produkts atšķiras no konkurentu produktiem, veikts esošajam produktam pamanāms uzlabojums.
- Inovatīvs/tehnoloģisks produkta dizains un/vai iepakojums vai pati ideja, produkta pielietojums/izmantošanas veids.
- Inovācija/tehnoloģija ir jauna vai būtiski uzlabota produkta (preces vai pakalpojuma) vai procesa, jaunas mārketinga metodes vai jaunas organizatoriskās metodes ieviešana uzņēmējdarbībā, darba organizācijā vai uzņēmuma ārējā komunikācijā.

Piemēri, virzieni, kuros Skolēnu mācību uzņēmumi varētu strādāt:

- programmēšana;
- procesu automatizācija;
- jauni tradicionālo produktu ražošanas veidi;
- jaunas pieejas klientu pieredzei;
- ilgtspējīgi risinājumi un produkti;
- vides risinājumi.

Vairāk par iespējām piedalīties šajā programmā meklējiet www.jal Latvia.lv

SMU darbības idejas Latvijā un ārzemēs

Latvijas SMU idejas

Ražošana: pārnēsājami telefonu lādētāji, skaņas pastiprinātāji, koka mēbeles un saimniecībā noderīgi izstrādājumi, koka tauriņi, skārienjūtīgie cimdi, galda spēles, risinājums interaktīvajām tāfelēm, palīgierīce augu laistīšanai, transformējami spilveni ceļošanai, daudzfunkcionāli priekšauti, velosipēdu sēdekļu pārvalki, skimborda dēļi, spilveni ar iebūvētiem skaļruņiem, atstarojošas somas velosipēdiem, cepures no atstarojošiem diegiem, kahoni, spieķis ar iebūvētu sensoru, kas brīdina par tuvumā esošiem objektiem.

Pakalpojumi: modes skates, pasākumu organizēšana, tūrisma maršruti, koku stādīšana pēc pasūtījuma, DJ pakalpojumi, zinātnes šovi bērniem, vistu iznomāšana un olu piegāde, sadarbības un komunikācijas nodarbības bērniem.



Idejas no citu valstu SMU pieredzes

Ražošana: mugursoma slēpēm, suvenīrglāzīte no lavas, drošības gaismas velosipēdiem, pavārgrāmatas ar reģionu ēdieniem, pulksteņi no vinila platēm, žurnālu galdiņi no stikla un tukšām dzērienu bundžām, turētāji tukšo polietilēna maisiņu uzglabāšanai, spēles apmācībai un tūrismam, telefonu lādētājs ar saules baterijām, ziepes ar iestrādātām rotaļlietām, lietotas auto riepas pārvērstas dizaina mēbelēs, zobubirste ar iepildītu zobu pastu, pildspalva ar iestrādātu smaržu flakoniņu, rokassprādze, kas nosaka UV staru stiprumu, augstu uzturvērtību saturoši circeņu krekeri, pudeles ar papildus trauku uzskodu glabāšanai, maisiņi, kas saglabā augļus svaigus.



Ja ir izgudrots kāds inovatīvs tehnisks risinājums, tad tā ideju ir nepieciešams patentēt pirms tas prezentēts publiski pasākumos.

Patentēšana

Ja ir radusies inovatīva ideja – kāds tehnisks risinājums vai izgudrojums, kāds vēl nav radīts, – tad noteikti ir jāapsver patentēšanas iespējas.

Nacionālais patents – uz nacionālā patenta pieteikuma pamata piešķirts Latvijas patents. Nacionālais patents ir spēkā tikai valstī, kurā tas piešķirts.

Eiropas patents – saskaņā ar Eiropas patentu konvenciju uz Eiropas patenta pieteikuma pamata Eiropas patentu iestādes piešķirts patents. Eiropas patents ir ekvivalents nacionālajiem patentiem valstīs, kurās tas ir apstiprināts (pieteicējs izvēlas valstis). Tas nozīmē, ka ar šo patentu izgudrojums būs patentēts izvēlētajā valstī, taču ne visā Eiropas Savienībā.

Kā SMU Dream Sleep ieguva dizaina patentu savam produktam jeb
“Viss sarežģītais, kā parasti, izrādās ārkārtīgi vienkāršs.”

Mairis Gailums, SMU Dream Sleep

Sākumā, pirms grāsies iesniegt dizainparauga pieteikumu, noteikti vajag izpētīt, vai tiešām Latvijā nekas tamlīdzīgs nav reģistrēts vai izgudrots. Latvijā reģistrētos dizainus vari apskatīt [šeit](#).

Kad esi drošs par to, Tev atliek tikai nofotografēt un/vai izveidot skices savam izgudrotajam dizainam. Fotografijām jābūt uz A4 formāta lapām noteiktos izmēros (vairāk par fotogrāfiju un skiču noformējumi skaties šeit).

Kad fotogrāfijas un/vai skices gatavas, ņemot līdzi arī pieteikumu jādodas uz LRPV un jāiesniedz atbildīgajām personām. Protams, par visu ir arī jāmaksā, taču, ja esi skolēns vai students, ir līdzi pat 75% lētāk nekā juridiskai personai.

Tad, Tev atliek gaidīt, kad Tavs dizainparaugs tiks apstiprināts.

Kad uz norādīto e-pastu būs atnācis apstiprinājums Tev atkal būs jādodas uz LRPV pēc reģistrācijas apliecības. Tagad, Tavs izgudrotais dizainparaugs Latvijā ir aizsargāts un Tu vari justies drošs, ka neviens Tev to nenožags!

Visu nepieciešamo informāciju, par to, kas ir jādara, lai iegūtu dizainpatentu var atrast Latvijas Republikas patentu mājas lapā lrpv.lv, [sadalā - dizainparaugi](#).

Par cita veida patentiem, plašāka informācija, kā arī cita noderīga informācija pieejama [Latvijas Republikas Patentu valdes mājas lapā](#), kā arī www.likumi.lv - „Patentu likums”.



2. SOLIS. KOMANDAS VEIDOŠANA

Komanda – saliedēta cilvēku grupa, kas strādā vienotam mērķim ar vienādu izpratni par lietām, ar nopietnu atbildības sajūtu par kopējiem mērķiem.

Ļoti svarīgs faktors, lai SMU darbība būtu veiksmīga, ir labas komandas izveidošana un tas, lai katram dalībniekam ir zināma viņa loma un pienākumi grupā. Minimālais SMU dalībnieku skaits ir 2 cilvēki, ieteicamais 3-5.

Veiksmīgs **komandas darbs ir viena no veiksmīga biznesa atslēgām**. Ja komandā valda nesaskaņas, kā arī tās dalībniekiem pietrūkst spēju un prasmju, pat ideāla ideja var nekļūt par veiksmīgu biznesu. Veidojot komandu, ir ļoti svarīgi izvēlēties tās **dalībniekus pēc to spējām un prasmēm**, nevis pēc personīgajām simpātijām un draudzības. Protams, ir svarīgi, lai **komandas biedri var sastrādāties un uzticēties viens otram**. Skaidrs, ka grupā vienmēr ir aktīvāki un pasīvāki dalībnieki, un tas jāņem vērā, sadalot amatus. Dodot grupas dalībniekiem **iespēju uzņemties atbildību** par norisēm grupā un ārpus tās, pieaug cilvēku **piederības sajūta un atbildība par grupas likteni**. Turklāt, ja pienākumu sadale ir bijusi veiksmīga, tad noteikti uzlabosies darba efektivitāte un būs iespēja strādāt arī lielākos projektos.

Ja šaubies par komandas biedru izvēli, konsultējies ar savu skolotāju/SMU konsultantu. Skolotāji ir tie, kas no malas redz kādas ir skolēnu spējas un prasmes, kā arī māka strādāt komandā. Atceries, ka pienākumu sadales mērķis nav radīt mākslīgas nodarbinātības ilūziju, bet gan veicināt un attīstīt SMU darbību un darba efektivitāti!

Grupa un komanda

Komanda vienmēr ir grupa, bet grupa ne vienmēr ir komanda. Lai izveidotu labu komandu, ir jāsaprot atšķirības starp grupu un komandu:

Pazīmes	Grupa	Veiksmīga komanda
Intereses	Katram individuālas intereses	Visus vieno kopīgs uzdevums
Mērķis	Mērķi ir atšķirīgi	Visiem ir kopīgs mērķis
Prioritātes	Piederība grupai nav būtiska	Dalība komandā ir svarīga
Darba organizācija	Brīva un nesaistoša	Stingra un saistoša
Motivācija	Ārējā motivācija – tā jādara	Iekšējā motivācija – tā vēlos
Konkurence	Dalībnieki konkurē savā starpā	Konkurence vērsta uz āru
Komunikācija	Daļēji atklāta	Atklāta informācija
Uzticība	Maz savstarpējas uzticības un paļaušanās uz grupu	Izteikta savstarpēja uzticēšanās un paļaušanās uz komandu

Mīti par labām komandām (LK):

- LK valda vienprātība un visi domā līdzīgi;
- LK nekad netrūkst labu ideju, un tai nevajag palīdzību no malas;
- LK neviens nestrīdas, un tajā nav konfliktsituāciju;
- LK ir viens izteikts līderis, kurš nosaka komandas virzību un prioritātes;
- LK dalībnieki nekad nepieņem nepareizus lēmumus un nekļūdās.

Patiesība par labām komandām (LK):

- LK tās dalībnieki jūtas droši un var izteikt viedokļus, kuri nesaskan ar vairākuma viedokli;
- LK vadību un līdera lomu uzņemas tas, kurš ir vispiemērotākais un kompetentākais, nevis ambiciozākais;

- LK tās dalībnieki var atļauties atzīt savas kļūdas un neveiksmes arī publiski;
- LK zina savu spēju un kompetenču līmeni – tā nevar visu izdarīt ideāli;
- LK dalībnieki ir spējīgi objektīvi izvērtēt cits cita darbu, norādot gan uz kļūdām, gan panākumiem¹

¹ Saturs nodaļai no: Valdis Vanags, Velga Dišlere, Rinalds Rudzītis, „Jauniešu organizācijas vadītāja rokasgrāmata”, LJP, Rīga, 2005, 47 – 50 lpp

Pienākumu sadale

Amats	Ieteicamās prasmes un īpašības	Pienākumi/atbildības
Direktors	<ul style="list-style-type: none"> • stratēģiska domāšana • darba/laika plānošanas prasme • labas līdera dotības • produkta ražošanas pārzināšana • prezentēšanas/uzstāšanās prasme • radoša domāšana • skaidra vīzija par uzņēmuma nākotni un attīstību 	<ul style="list-style-type: none"> • plāno un vada SMU darbību, uzņēmuma sēdes • ir atbildīgs par smu dokumentiem/atskaitēm • koordinē darbinieku darbu • pārstāv SMU intereses kontaktos ar sadarbības partneriem • analizē kļūdas un novērtē sasniegto • koordinē sadarbību ar biznesa konsultantu/skolotāju/mentoru • sagatavo vadītāja atskaiti • direktoram ir jāuzklausā arī pārējo vadītāju un darbinieku viedoklis, un nedrīkst aizmirst, ka strādāt komandā ir efektīvāk, nekā strādāt vienam
Grāmatvedis	<ul style="list-style-type: none"> • labas matemātikas zināšanas • prasme darbā ar datoru (ms excel, hw grāmatvedības sistēma) • rūpība un precizitāte 	<ul style="list-style-type: none"> • veic regulāru finanšu uzskaiti • paraksta un izraksta visus čekus • uzkrāj visus čekus un rēķinus • atbild par smu naudu • sagatavo finanšu atskaites
Mārketinga vadītājs	<ul style="list-style-type: none"> • komunikabilitāte • radoša domāšana • nestandarta domāšana • labas zīmēšanas un veidošanas prasmes, dizaina veidošanas prasmes • organizatora prasmes • konkrētā produkta ražošanas gaitas pārzināšana 	<ul style="list-style-type: none"> • sastāda un īsteno mārketinga plānu • meklē jaunus un efektīvākus pārdošanas ceļus un metodes • rīko reklāmas kampaņas • veido cenu uzskaiti, apmāca pārdevējus • sagatavo mārketinga atskaites
Ražošanas daļas vadītājs	<ul style="list-style-type: none"> • stratēģiska domāšana 	<ul style="list-style-type: none"> • sagatavo ražošanas/pakalpojumu sniegšanas plānu • iepērk izejvielas un darbarīkus • pārbauda produktu • atbild par efektīvu ražošanas procesu un izpildes termiņiem • atbild par drošības noteikumiem ražošanas laikā

Veidojot komandu, ir jābūt gatavam saskarties arī ar konfliktiem. Bet ir svarīgi atcerēties, ka konflikts pats par sevi nav nekas slikts. Negatīvas sekas izraisa konfliktu nerisināšana.

VEIDOJOT KOMANDU, ATCERIES:

- izvēlies komandas dalībniekus, kuri ir motivēti, parāda savas prasmes un vēlas sasniegt kopēju komandas mērķi;
- komandu veido no cilvēkiem, kuriem ir dažādas prasmes un iemaņas;
- kad runa ir par veiksmīgu komandas veidošanu, ir svarīgi, lai visi dalībnieki zina, kas tiek sagaidīts no komandas kopumā un kāds ir vienotais komandas mērķis;
- nosaki katra komandas dalībnieka lomu un pienākumus;
- izlem, kas būs komandas līderis, ja tas nebūsi Tu pats, un pārliecinies, ka šī persona ir ļoti motivēta un atbalsta komandas ideju un mērķi.

Konflikti grupā¹

Par konfliktu tiek uzskatīta jebkura pretēju viedokļu sadursme.

Klasiski izšķir 5 konfliktu risināšanas veidus

1. Spēka stratēģija. Konfliktā viens uzvar, otrs zaudē. Uzvar stiprākais, tas, kuram vairāk argumentu, resursu un nekaunības. Šī stratēģija raksturo pilnīgu nerēķināšanos ar cilvēciskajiem faktoriem vai sadarbības iespējām nākotnē, jo situācija tiek atrisināta, pilnībā ignorējot otras puses intereses.

2. Izvairšanās stratēģija. Te nav ne uzvarētāju, ne zaudētāju. Šī stratēģija parasti tiek izmantota, kad neviena no pusēm nav pārliecināta, ka spēs uzvarēt konfliktā, vai arī konflikts ir pārāk nepatīkams, lai to risinātu. Līdz ar to konflikts „dzīvo” savu dzīvi nerisināts – kā skabarga pirkstā, it kā tā mums netraucē, esam pat apraduši ar tās eksistenci, taču patiesībā „skabargas” vieta turpinās „iekaist” un vienmēr, kad pusēm būs nepieciešams sadarboties, atgādinās par savu eksistenci.

3. Vienpusēja piekāpšanās stratēģija. Šajā stratēģijā tiek ziedotas savas intereses labu attiecību dēļ, bet pretrunas saglabājas – viens uzvar, otrs zaudē. Šādi gadījumi parasti ir saistīti ar emocionālu attiecību fonu, kad esam gatavi upurēt savas intereses citu labā.

4. Abpusēja piekāpšanās stratēģija. Šī stratēģija ir labi atpazīstams veids, kā ātri un salīdzinoši efektīvi atrisināt radušās pretrunas, katrs atsakās no daļas savu interešu konflikta atrisināšanas labad.

5. Sadarbības stratēģija. Šī stratēģija prasa visvairāk laika un pacietības, taču rezultātā uzvar abas iesaistītās puses, jo šeit tiek respektētas abu pušu patiesās vajadzības. Tas nozīmē, ka saruna ir dziļa un atklāta, lai saprastu, kur slēpjas patiesās nesaskaņas un kāpēc cilvēki nevar vienoties.

Praktiski ieteikumi konfliktu risināšanai

Runāt par to – ja starp cilvēkiem pastāv kādas nesaskaņas, domstarpības, tad par to ir jārunā, citādi atrisinājums nav iespējams.

Noskaidrot lietas būtību – dažreiz konflikti rodas arī pārpratumu un komunikācijas kļūdu dēļ – cilvēki viens otru nav sapratuši vai pārpratuši, interpretējuši situāciju no savas redzes viedokļa, tāpēc ir ļoti svarīgi noskaidrot, par ko īsti ir nesaprašanās.

Neiespītēties un paskatīties uz to objektīvi – cilvēkiem dažkārt ir raksturīga iespītēšanās, piemēram, “šoreiz nepiekāpšos, jo jau iepriekšējā reizē piekāpos”. Noderīgi ir arī noskaidrot, kāpēc otrs dara tieši tā un kādi ir viņa mērķi.

Apdomāt, vai „somā” nav kāds „vecs produkts” – šī ir līdzība par to, ka attiecībās ir kāds senāk nenokārtots jautājums. Ja pastāv kāda neatrisināta problēma pagātnē, tad arī tā ir jāatrisina.

Izvairīties no konflikta – dažkārt nesaskaņu tuvošanos var paredzēt, un šādos brīžos ir svarīgi izrunāt visu, kamēr tās nav nonākušas līdz nopietnam konfliktam.

3. SOLIS. LAIKA PLĀNOŠANA

Viena no nopietnākajām problēmām ceļā uz kādu mērķi ir nepareiza laika izmantošana un tai sekojošs laika trūkums. Laiks nav atjaunojams, tāpēc ir svarīgi to izmantot lietderīgi, saplānojot laiku atpūtai, draugiem, ģimenei, kā arī mācībām un darbam.

Jārēķinās ar to, ka papildu pienākumi prasa arī papildu laiku, pacietību un atteikšanos no kaut kā cita, ar ko cilvēki nodarbojas brīvajā laikā.

Padomi, kā labāk izmantot un saplānot savu laiku:

- **Izveido darbu sarakstu;**
- dienas vai nedēļas beigās pieraksti nākamajā periodā izdarāmos darbus, vissvarīgākos rakstot pirmos;
- katru paveikto darbu izsvīturo no saraksta, nepabeigto darbu ieraksti nākamajā sarakstā;
- **nosaki darbu veikšanas beigu termiņus;**
- pārbaudi tuvāko dienu grafiku, pārlicinoties, vai darbiem ir atvēlēts pietiekami daudz laika;
- ja ir veicams kāds apjomīgāks darbs, tad **sadali to sīkākās daļās**, katrai daļai nosakot savu izpildes termiņu;
- **neatliec neko uz pēdējo brīdi**, steigā bieži vien darbi tiek paveikti pavisām;
- svarīgāko dari tad, kad jūties vismožāk;
- darot darbu, padomā, ko var izdarīt pie viena, ietaupot laiku;
- paredzi sev un citiem „balvas” par labi izdarītiem darbiem;
- **nedari visu viens**, ir lietas, ko veiksmīgi vari uzticēt saviem komandas biedriem.

4. SOLIS. UZŅĒMĒJDARBĪBAS UZSĀKŠANA

Komercdarbības forma

Lai uzsāktu jebkura veida uzņēmējdarbību, vispirms ir jāizvēlas pēc kādiem principiem tiks strādāts, kādā būs pārvaldes forma, kā tiks pieņemti lēmumi, kāda mantiskā un tiesiskā atildība būs visām iesaistītajām pusēm un kam un kā tiks sadalīta peļņa. To visu nosaka uzņēmējdarbības forma.

Latvijā ir iespējams reģistrēt dažādu veidu uzņēmējdarbības formas:

- individuāla darba veicējs (patenta maksātājs);
- pašnodarbināta persona;
- individuālais komersants;
- personālsabiedrība:
- pilsabiedrība;
- komandītsabiedrība;
- kapitālsabiedrība:
- sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA);
- akciju sabiedrība (AS)

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA) – kapitālsabiedrība, kuras kapitālu var veidot ieguldījums gan mantā, gan naudā. Sabiedrībai var būt arī viens dibinātājs. SIA pamatkapitālu veido dalībnieku ieguldītais īpašums – kapitāla daļas. SIA priekšrocība ir tā, ka ieguldītājs atbild tikai ar uzņēmumā ieguldīto mantu, nevis visu viņam piederošo. Daļas dod dalībniekiem tiesības piedalīties pārvaldē un saņemt sabiedrības peļņu – dividendes, bet sabiedrības likvidācijas gadījumā – likvidācijas kvotu. Dividenžu lielumu nosaka pēc vienošanās dalībnieku sapulcē.

SIA pārvaldi veic dalībnieku sapulce, kas regulē statūtus, ieceļ valdi, lemj par darbības pārtraukšanu; valde, kuru ievēl dalībnieku sapulce.

SMU nav Latvijā atzīta uzņēmējdarbības forma, tiem nav juridiska statusa. SMU Latvijā pārstāv Junior Achievement Latvia un tos var dibināt tikai dalībiskolu skolēni. JA Latvia veic SMU uzskaiti un kontrolē to darbību.

Plašāka informācija par to kā atšķiras uzņēmējdarbības formas Latvijā, skatiet [Latvijas Republikas Uznēmumu reģistra mājas lapā](#).

Dibinātāji

SMU var dibināt 2 cilvēki, taču ieteicamais skaits ir no 3 līdz 5. Piedaloties SMU pasākumos CITS BAZĀRS, gadatirgos un izstādēs, minimālais SMU dalībnieku skaits ir 2 cilvēki. SMU dibinātāji un darbinieki nenozīmē vienu un to pašu. Tāpat kā īstam uzņēmumam, arī SMU var būt vadītāji un padotie.

Par dibinātājiem parasti kļūst tie grupas dalībnieki, kuri ir idejas iniciatori un ir visieinteresētākie uzņēmuma dibināšanā un reģistrēšanā.

SMU gadījumā maksimālais dibinātāju skaits ir 5 skolēni, taču darbinieku skaits nav ierobežots, tas nozīmē, ka SMU dibināšanas dokumentus aizpildīsiet maksimums 5 skolēni, taču produkcijas ražošanā Jums var palīdzēt neierobežots skaits darbinieku.

Uzņēmuma logo un nosaukums

Uzņēmuma nosaukums un logo/zīmols ir ļoti svarīgs reklāmas elements, jo tā ir galvenā uzņēmuma atpazīšanas zīme. Tas var sniegt gan labu, gan sliktu pirmo iespaidu, tāpēc rūpīgi jāpārdomā, kāds tas būs. Uzņēmuma nosaukumam jābūt skaidri saprotamam un viegli iegaumējamam, nedrīkst lietot cieņu aizskarošus vārdus, jāizmanto latīņu alfabēts.

Labs logo:

- vienkāršs uz saprotams;
- viegli iegaumējams;
- nemainīgs;
- universāls;
- rada asociāciju ar konkrēto darbības sfēru, ideju, misiju;
- bez bilžu sagatavēm (piemēram no Clip Art vai google.com).

Lai smeltos idejas savam logo apskati dažādas logo veidošanas mājas lapas, piemēram, logomaker.com, canva.com u.c..

Labs nosaukums:

- atspoguļo uzņēmuma nodarbošanās veidu un raksturu;
- atšķiras no līdzīgu uzņēmumu nosaukuma;
- nav pārāk garš;
- ir saprotams arī svešvalodās;
- veicina produkta reklamēšanu;
- neraisa divdomīgas asociācijas;
- ir viegli iegaumējams.

Pirms nosaukuma un logo izveides uzzini ko vairāk par dažādiem psiholoģiskajiem „trikiem”, piemēram, labākajiem krāsu salikumiem un to nozīmēm! Ir pieejamas arī dažādas programmas un mājas lapas, kurās var izveidot savu logo.

5. SOLIS. SMU REĢISTRĀCIJA WWW.JALATVIA.LV

Kad ir zināms, ar ko SMU nodarbosies un kuri cilvēki būs SMU komandā, ir pienācis laiks reģistrēties vortālā jalatvia.lv.

1. solis. Skolēnam ir jāizveido savs profils jalatvia.lv. Ja skolēnam ir vecāks par 13 gadiem, tad skolēna profila apstiprināšanu veic tikai skolotājs. Ja skolēnam ir mazāk par 13 gadiem, tad profilu apstiprina gan skolotājs, gan vecāks vai jaunieša likumīgais aizbildnis - ievadot vecāka vai aizbildņa vārdu, uzvārdu un aktīvu e-pasta adrese, uz kuru tiks nosūtīts uzaicinājuma e-pasts. Ņem vērā, ka var paiet laiks, kamēr skolotājs un vecāki apstiprina Tavu profilu, ne vienmēr tas notiks tajā pašā dienā, kad iesūti SMU reģistrācijas pieteikumu!

2. solis. Kad ir izveidots katra skolēna - komandas biedra individuālais profils, **aicinām reģistrēt SMU.** Tikai viens dalībnieks no komandas aizpilda SMU reģistrācijas anketu un pievieno pārējos dalībniekus. Lai darbinieku varētu pievienot SMU, skolēnam ir jābūt reģistrētam jalatvia.lv pie tā paša skolotāja, pie kā reģistrējies tas, kurš SMU reģistrē. Katrs SMU dalībnieks var vienlaicīgi būt reģistrēts un uzaicināts darboties tikai 1 SMU.

Lai izveidotu sava SMU profilu, ir nepieciešams ievadīt (šo iespējams izdarīt pēc skolēna reģistrēšanās jalatvia.lv lapā, kad viņu ir apstiprinājis skolotājs):

- SMU nosaukumu;
- produkta aprakstu (līdz 300 zīmēm);
- produkta nozari;
- darbības laiku;
- izglītības pakāpi;
- mērķauditorija (līdz 300 zīmēm);
- preces/pakalpojuma cenas veidošanos;
- plānotos ieņēmumus no SMU darbības;
- pievienot pārējos SMU dalībniekus (maksimālais dibinātāju un darbinieku skaits ir 5).

Vadot iekšā datus, aizpildi pieteikumu pakāpeniski, nelecot pāri aizpildāmajiem laukiem, lai reģistrācija noritētu pēc iespējas veiksmīgāk!

3. solis. Tiek sagaidīts, kad **visi komandas biedri ir apstiprinājuši vai noraidījuši dalību SMU.** Pēc tā SMU anketu iespējams iesniegt skolotājam - SMU konsultantam, kas šo anketu apstiprina vai noraida. Pēc skolotāja apstiprinājuma pieteikums nonāk izvērtēšanā JA Latvia birojā.

4. solis. **JA Latvia izskata pieteikumu 3 darba dienu laikā** un to apstiprina vai noraida. Ja SMU netiek apstiprināts, JA Latvia sazinās ar SMU vadītāju, lai precizētu informāciju, kas nepieciešama SMU apstiprināšanai. SMU, kas ražo pārtikas vai kosmētikas/higiēnas preces, ir nepieciešams papildus aizpildīt anketu par produkta sastāvu un produkcijas ražošanu.

5. solis. Pēc JA Latvia SMU apstiprināšanas **SMU ir pieejama reģistrācijas apliecība**, kas ir jāizdrukā un jāiedod parakstīt atbildīgajam skolotājam/SMU konsultantam un izglītības iestādes vadītājam. Šī apliecība ir jāņem līdzi uz visiem CITS BAZĀRS pasākumiem.

Svarīgi, lai e-pasts, ar kuru skolēns reģistrējas jalatvia.lv, ir aktīvs un to regulāri pārbauda, jo tas tālāk kalpos Junior Achievement Latvia un SMU saziņai.

Sadaļā „Labot profilu” ir iespējams:

- mainīt SMU nosaukumu;
- pievienot un dzēst reģistrētos darbiniekus (vortālā iespējams reģistrēt līdz 5 SMU dalībniekiem).

6. SOLIS. BIZNESĀ PLĀNOŠANA

Lai īstenotu biznesa ideju, ir nepieciešams visu izplānot un paredzēt. Vislabākais veids, kā to izdarīt, ir rakstīt **biznesa plānu**. Lai reģistrētu SMU, ir jāizveido biznesa plāns, ja tāda informācija saņemta no skolotāja, un, reģistrējot SMU www.jal Latvia.lv, ir nepieciešams aizpildīt noteiktas formas **SMU biznesa idejas pieteikumu – informāciju par SMU**, kas jāsaskaņo ar savu skolotāju, SMU konsultantu. SMU darbības plānošanā var izmantot arī **Biznesa kanvas** vai Swedbank izveidoto SMU biznesa plānošanas rīku - **Biznesa skiču rīku interneta vietnē** biznesaskices.lv.

1. Biznesa plāns ir dokuments, kurā ielāno uzņēmējdarbību noteiktam laika posmam. Biznesa plānam ir jābūt konkrētam, pārdomātam, jāatspoguļo pašreizējā situācija un nākotnes perspektīvas, kā arī jāuzsver uzņēmējdarbības stiprās un vājās puses.

Biznesa plāns ir SMU darbības plānotājs, kurā tiek aprakstīts:

- kāds būs piedāvātais produkts;
- kā tas tiks ražots;
- kā un kam tas tiks pārdots;
- cik plānots nopelnīt.

Dokumentu noformēšanas pamatprincipi

Dokuments - jebkurā veidā un materiālā ierakstīta informācija, ko rada, saņem un uzglabā jebkura Latvijas Republikas valsts pārvaldes institūcija, valsts un pašvaldību iestāde, uzņēmums, uzņēmējdarbība un uzņēmējdarbību apvienība, kā arī sabiedriskā un reliģiskā organizācija (turpmāk tekstā „organizācija”) vai fiziskā persona.²

Visiem dokumentiem jābūt rakstītiem latviešu literārajā valodā, nedrīkst lietot žargonu, piemēram, *baigi foršs*, vienkāršrunas vārdus, piemēram, ļoti *smuks*.

Atstarpes no malām

Labā mala – 1 cm, kreisā mala – 3 cm, no augšas un apakšas – 2 cm.

Burti

Fonts – Times New Roman/Arial.

Izmērs virsrakstiem – 14-16 pt. (Times New Roman), 12-14 (Arial).

Izmērs pārējam tekstam – 12 pt. (Times New Roman), 10 (Arial).

Lapaspušu numurēšana

Dokumentos, kurus noformē uz divām vai vairākām lapām (lappusēm), sākot ar otro lapu (lappusi), tās attiecīgi numurē ar arābu cipariem. Lapas (lappuses) numurs rakstāms katras lapas (lappuses) augšējās vai apakšējās malas vidū vai labajā pusē bez jebkādam papildu zīmēm.

Interpunkcija

Aiz nodaļu virsrakstiem punktu nelieto.

Jebkuram dokumentam ir jābūt pārskatāmam, tāpēc, ja kaut ko uzskaiti, tad ieteicams izmantot teksta atzīmēšanu vai numurēšanu (Bullets and Numbering) un citus teksta izcelšanas paņēmienus (Bold, Italic, Underline). Svarīgs ir arī darba vizuālais noformējums.

Biznesa plāna katras lapas augšējā vai apakšējā stūrī vari ievietot SMU logo.

² „Dokumentu juridiskā spēka likums”, tiešsaistes resurss, <http://www.likumi.lv/doc.php?id=210205>, skatīts 14.08.2012.

Pamatskolas SMU biznesa plāna struktūra

Titullapa
Uzņēmuma apraksts
Uzņēmuma nosaukums, logo
Atrašanās vieta (adrese)
Kontaktinformācija
Komandas apraksts
(SMU dalībnieku vārds, uzvārds, amats)
Produkta apraksts

Produkta raksturojums
Ražošanas gaita
Mārketinga plāns
Reklāmas veidi (afišas pie stenda, skolās, bukleti)
Vietas, kur SMU tiks reklamēts (gadatirgi, skolas)
Plānotā mērķauditorija (kas pirks produktu?)
Ar ko SMU atšķirsies no konkurentiem
Finanšu plāns
Cenu veidošanās
Plānoto ieņēmumu un izdevumu aprēķins
Pielikumi
Kopsavilkums

Lai vairāk uzzinātu par pamatskolas biznesa plānu, iesakām izmantot JA Latvia izdoto darba burtnīcu par Skolēnu mācību uzņēmumu veidošanu 4.- 6. klasei un 7.- 9. klasei.

Vidusskolas SMU biznesa plāna struktūra

Uzņēmuma apraksts
Produkta apraksts
Komandas raksturojums
Tirgus analīze
Mērķauditorija
Konkurentu analīze
Mārketinga plans
Finanšu plans
Sākuma un beigu bilance
Cenu veidošanās
Naudas plūsma
Peļņas/zaudējumu aprēķins
Pielikumi

Lai vairāk uzzinātu par biznesa plānu, iesakām izmantot JA Latvia Biznesa plāna veidošanas pamatprincipus.

Kopsavilkums

Kopsavilkums ir biznesa plāna īss apkopojums. Kopsavilkuma garums ir 1 lpp. Kopsavilkuma melnrakstu var rakstīt pašā sākumā, taču pēc biznesa plāna uzrakstīšanas noteikti būs, ko papildināt un labot.

Nepieciešamā informācija:

- SMU nosaukums (pilns nosaukums un komercdarbības forma) – par SMU komercdarbības formu ir jāizvēlas SIA (sabiedrība ar ierobežotu atbildību), jo SMU darbības principi, vadības struktūra, atbildība par ieguldīto mantu un uzņēmuma mantu atbilst SIA noteiktajiem pamatprincipiem;
- juridiskā adrese – par SIA juridisko adresi uzskatāma tās vietas adrese, kurā atrodas sabiedrības vadība, tātad arī birojs; ikdienā juridiskā adrese ir adrese, uz kuru uzņēmumam tiek sūtīts pasts, kā arī vieta, uz kuriem nepieciešamības gadījumā dodas personas, lai satiktu kādu no SIA vadības; tā kā SMU nav juridiska spēka un SMU dalībnieki ir skolēni, tad kā SMU juridiskā adrese ir jāmin skolas adrese;
- SMU dibinātāju vārdi, uzvārdi, amati – SMU dibinātāji ir SMU biznesa plāna sastādītāji;
- SMU darbinieku saraksts (ja ir kādi darbinieki, kas nav dibinātāji, viņiem būs nepieciešams Darba līgums);
- produkta apraksts, svarīgākās īpašības;
- lielākie konkurenti (privātpersonas, uzņēmumi, kas piedāvā tādu pašu vai līdzīgu produktu) un tas, ar ko SMU būs pārkāps par tiem – jāmin SMU darbības un produkta priekšrocības salīdzinājumā ar konkurentu
- produktu vai pakalpojumu, piemēram, cena, kvalitāte, uzcenojums, attieksme pret klientu, piegāde mājās utt.;
- mērķauditorija – nosauktas SMU mērķa grupas, t.i., tās sabiedrības grupas (piemēram, bērni, skolēni, pieaugušie, pensionāri, bezdarbnieki), kas būs potenciālie SMU klienti;
- galvenās mārketinga aktivitātes – jāsniedz neliels priekšstats par SMU vizuālo tēlu un to, kādas mārketinga aktivitātes tiks izmantotas, lai popularizētu SMU un produktu (bukleti, vizītkartes, reklāma sociālajos tīklos, reklāma skolas radio utt.);
- SMU sauklis/devīze/mērķis – ir labi, ja ir kāds sauklis vai devīze, kas cilvēkiem asociējas ar uzņēmumu; piemēram, Jelgavas Spīdolas ģimnāzijas SMU „Atsopsīd”, kas ražoja atstarojošas kurpju šņores, sauklis bija „Esi vienmēr stilīgs, košs, nenobraukts un ceļā drošs!”;
- plānotie ieņēmumi, izdevumi, peļņa – šie finanšu rādītāji sniedz galveno priekšstatu par to, vai uzņēmuma darbība ir izplānota, vai tas sniedz peļņu, kā arī vai plānotie rādītāji ir reāli un pamatoti, kas savukārt liecina par to, vai visa SMU darbība ir izplānota pārdomāti.

Uzņēmuma apraksts

Šis nodaļas mērķis ir sniegt biznesa plāna lasītājam (potenciālam investoram, bankas pārstāvim, SMU gadījumā – arī JA Latvia pārstāvim) informāciju par uzņēmumu. Šī nodaļa ir kā izvēsta uzņēmuma vizītkarte. Nepieciešamā informācija:

- **SMU nosaukums** (pilns nosaukums un komercdarbības forma);
- **juridiskā adrese** – tā kā SMU nav juridiska spēka un SMU dalībnieki ir skolēni, tad kā SMU juridiskā adrese ir jāmin **skolas adrese**;
- **kontakta informācija** (telefons, e-pasts);
- skolas nosaukums, kuru SMU pārstāv;
- SMU dibinātāji, darbinieki un viņu amati;
- **īss darbības apraksts** – jānosauc, ar ko SMU nodarbosies, proti, kādu produktu piedāvās, jāmin labākās produkta īpašības, jānorāda, kādas būs galvenās pārdošanas formas – Junior Achievement Latvia pasākums CITS BAZĀRS, pasūtījumi, interneta veikals;

- SMU darbības mērķis. Domājot par SMU mērķi, ņem vērā sociālo atbildību, „zaļo” domāšanu, labdarību, to, kādu labumu SMU darbība var sniegt sabiedrībai!

Produkta apraksts

Detalizēti jāapraksta prece un/vai pakalpojums, ko piedāvā SMU. Informāciju var apkopot gan tekstā, gan tabulās. Nepieciešamā informācija:

- produkta nosaukums un tā īpašības – ja produktam ir kādas īpašas fizikālas vai ķīmiskas īpašības (smarža, tekstūra, viegli pārstrādājams, ekoloģisks u.c.), tad tās ir jānosauc un jāpamato to nepieciešamība un tas, ko patērētājs iegūs no šīm īpašībām;
- produkta nepieciešamības tirgū, patērētāju ieguvumu raksturojums;
- produkta aizvietotājpreces esamība vai neesamība (prece, kuru iespējams lietot, patērēt tāpat kā kādu citu preci. Parasti patērētāji ar maziem ienākumiem patēriņam izmanto to preci, kurai ir zemāka cena);
- produkta ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas gaita – jāapraksta, kā produkts tiks ražots, no kurienes tiks iegūti izejmateriāli.

Vizuāli pievilcīgāku šo nodaļu padara produkta zīmējumi, skices, fotogrāfijas un citi vizuālie materiāli. Ikvienam SMU būtu savam produktam jāveido prototips, lai pārbaudītu, kā produkts strādā “dzīvē”.

Lai pārskatāmi izklāstītu informāciju, vari izveidot šādu tabulu.

	1. prece	2. prece
Kādas pircēja vajadzības apmierina?		
Iesaiņojums		
Dizains		
Kalpošanas ilgums		
Serviss		
Pieejamais apjoms		

Komandas raksturojums

Šīs nodaļas mērķis ir pārliecināt lasītāju, ka tieši šāda komanda ir vislabākā attiecīgajam produktam un SMU. Nepieciešamā informācija:

- visu darbinieku vārdi un uzvārdi, ieņemamie amati un pienākumi;
- to darbinieku prasmju un iemaņu apraksts, kas apliecina un pamato viņu atbilstību savam amatam (dalība ārpuskolas aktivitātēs, panākumi konkrētos mācību priekšmetos).

Lai pārliecinātos, vai par katru nepieciešamo darbu ir kāds atbildīgais, sastādi plānoto darbu sarakstu.

	Dalībnieka vārds, uzvārds un izpildes termiņš	Dalībnieka vārds, uzvārds un izpildes termiņš	Dalībnieka vārds, uzvārds un izpildes termiņš	Dalībnieka vārds, uzvārds un izpildes termiņš	Dalībnieka vārds, uzvārds un izpildes termiņš
SMU vadītājs					
Ideju ģenerēšana					
Produkta attīstīšana					
Produkta funkcijas					
Produkta dizains (t.sk. iepakojums)					
Produkta ražošana					
Lietotāju izpēte					
Tirgus izpēte					
Finanšu plāns					
Zīmola izveide					
Mārketiņa stratēģija					
Mārketiņa materiālu (t.sk. stenda) dizains					
Komunikācija sociālajos tīklos					
Mājas lapas izveide, produkta ievietošana <i>Junior Achievement Latvia</i> katalogā.					
SMU attīstības/izaugsmes stratēģija					
Pieteikšanās un dokumentu sagatavošana gadatirgiem					
Produkta pārdošana gadatirgos					
Stenda iekārtošana gadatirgos					
SMU finanšu uzskaitē SMU darbības laikā (t.sk. katrā gadatirgū)					
Atbildīgais par SMU "kasi"					

Tirgus analīze

Šīs nodaļas mērķis ir parādīt, kā SMU apgūs tirgu – noteiks savu tirgus segmentu, nozares specifiku, mērķauditoriju, konkurentus. Visiem faktiem ir jābūt pamatotiem, pārdomātiem un objektīviem. Nepieciešamā informācija:

- jāatbild uz jautājumiem – kādēļ pirks, cik pirks, kad pirks, kur pirks;
- pircēja, patērētāja motivācija, izvēloties piedāvāto produktu (pakalpojumu);
- tirgu ietekmējošie faktori, nozares specifika;
- cik lielu tirgus daļu uzņēmums varētu ieņemt.

Nebaidies no starptautiskās sadarbības! Ar *Enterprise Without Borders* programmas palīdzību vienkārši vari iegūt starptautiskās sadarbības pieredzi.

Mērķauditorija

Šajā apakšnodaļā pamatoti jāizklāsta, kādas cilvēku grupas (piemēram, bērni, jaunieši, pieaugušie, pensionāri, bezdarbnieki u.c.) izvēlēties attiecīgo produktu un kāda iemesla dēļ. Jāparāda, ka pastāv tirgus un patērētāji, kurus interesē attiecīgais produkts. Nepieciešamā informācija:

- **plānotā mērķauditorija un tās sadalījums** – informācijai jābūt apkopotai tabulās un/vai diagrammās, kā arī tekstā.

Auditorija	Vecums, gadi	Produkta pirkšanas intensitāte			
		Bieži	Vidēji bieži	Reti	Ļoti reti
Bērni	7 – 11				
Pusaudži	12 – 15				
Jaunieši	16 – 25				
Pieaugušie	26 – 60				
Pensionāri	60 - ...				

Mērķauditorijas segmentēšanu (dalīšanu) var veikt pēc dažādām metodēm (vecums, aktuāla problēma, dzīvesstils u.c.). Jo precīzāku segmentēšanu veiksiet, jo vienkāršāk un efektīvāk varēsiet analizēt grupu un pielāgot sava SMU mārketinga stratēģiju konkrētās grupas “ietekmēšanai”. Apzinoties, kas tieši šo produktu pirks, jūs varēsiet izvēlēties pareizo veidu, kā veidot reklāmu un kurus komunikācijas kanālus izvēlēties.

Konkurentu raksturojums

Lai gan lasītājs, gan biznesa plāna rakstītājs vislabāk varētu salīdzināt uzņēmumu ar konkurentiem un saprast, kādu vietu SMU ieņem starp reāli dibinātiem uzņēmumiem un kāds potenciāls ir SMU attīstībai, vislabāk ir izanalizēt lielākos konkurentus, kā arī salīdzināt SMU ar šiem konkurentiem.

Kritēriji, pēc kuriem uzņēmumi tiks salīdzināti, jāizvēlas, ņemot vērā produkta īpašības:

- kvalitāte;
- cena;
- sortiments;
- atrašanās vieta;
- uzglabāšanas nosacījumi;
- garantijas laiks;
- serviss (apkalpošana);
- produkta lietošanas ērtums/parocīgums;
- iepakojums u.c.

Nepieciešamā informācija:

- 3 lielākie konkurenti, to atrašanās vieta, cenas, priekšrocības un trūkumi (sortiments, serviss, kvalitāte, attieksme pret klientu);
- pamatojums, ar ko SMU labāks par konkurentiem;
- apraksts, ar ko SMU plāno atšķirties no konkurentiem;
- nosaukti kritēriji, pēc kuriem konkurenti tika salīdzināti.

Lai salīdzinājums būtu pārskatāmāks, informāciju vari ievietot tabulā.

Konkurentu salīdzinājums

Produkta raksturojums	SMU nosaukums	1. konkurents	2. konkurents	3. konkurents
Atrašanās vieta				
Personīgā apkalpošana				
Vizītkartes				
Citi reklāmas veidi				
Iepakojums				
Mājaslapa				
Sortiments				
Materiāls				
Kvalitāte				
Serviss				
Ir/nav ekoloģisks				
Cena				

Atceries, ka konkurenti ir jebkuram produktam! Var būt tieši un netieši konkurenti. Lai salīdzinot gūtu objektīvākus rezultātus, vari aptaujāt arī klasesbiedrus un draugus.

SMU zīmols

Zīmola stratēģijas izstrāde ir viens no sarežģītākajiem mārketinga plāna uzdevumiem. Zīmols un tā stratēģijas izstrāde ir viens no būtiskākajiem pārbaudījumiem, tomēr tas ir viens no galvenajiem soļiem uzņēmuma korporatīvās identitātes izveidē.

SMU dalībnieku diskusijā apspriežami jautājumi:

- Kāda ir SMU un tā produkta vīzija un misija?
- Kādas vērtības pauž SMU produkts?
- Kādas emocijas vēlaties radīt potenciālajos klientos, redzot SMU reklāmas un publikācijas?
- Kāds varētu būt SMU vizuālais tēls (krāsas, noskaņa, simboli)?

Zīmols ir Jūsu SMU manifests, jeb vēstījums pasaulei. Zīmols sevī ietver stāstu par SMU rašanos, vērtības, vīziju, misiju, unikalitāti utt. SMU krāsām, grafiskajiem simboliem, vizuālajam noformējumam – tam visam ir jāsasauca ar Jūsu SMU vēstījumu pasaulei.

Zīmola izveidē varat iedvesmoties pētot gan vizuālo izteiksmes līdzekļus (krāsu, formu) nozīmi un ietekmi uz cilvēku psihi, gan nozares uzņēmumu zīmola identitātes.

Mārketinga plāns

Šis nodaļas mērķis biznesa plānā ir izplānot visas mārketinga aktivitātes. Nepieciešamā informācija:

- Pārdošanas kanāli – gadatirgi, mazumtirdzniecības, vairumtirdzniecības veikali, internets utt.
- mārketinga aktivitātes (bezmaksas/maksas reklāma);
- SMU stenda vizuālais izskats;
- SMU vizuālais tēls;

- SMU dalībnieku izskats pie stenda;
- visu mārketinga aktivitāšu izmaksas.

Mārketinga aktivitāšu izmaksas ieteicams apkopot tabulā

Maksas reklāmas izdevumi	Mērvienība	XI	XII	I	II	III	IV	SMU darbības periodā
Vārda kartes	gab.							
Vizītkartes	gab.							
Plakāti	gab.							
Stenda noformējums	gab.							
Kopā reklāmas izdevumi par periodu, EUR								

Kas ir reklāma?

Reklāma ir informācijas līdzeklis, lai piesaistītu uzmanību, izraisītu interesi, padarītu kaut ko populāru. Lai par jebkuru produktu uzzinātu arī citi, ir nepieciešama reklāma.

Reklāma var būt ļoti dažāda, taču galvenais ir atcerēties, ka ir 3 reklāmas pamatfunkcijas:

- informēt par preci vai preču marku;
- pamudināt uz darbību;
- atgādināt un nostiprināt zināšanas.

Reklāmas veidi:

- plakāti/afišas (skolā, tirdzniecības vietā);
- bukleti, skrejlapīņas;
- reklāma internetā (sociālos tīklos, SMU mājas lapā, skolas mājas lapā, *twitter*);
- sludinājumi un ziņas avīzēs (skolas avīzē, vietējos laikrakstos);
- reklāma skolas radio;
- prezentācijas pasākumos;
- „flashmob” jeb zibakcijas
- u.c. inovatīvi reklāmas veidi („*Gorilla marketing*”).

Reklāmai jābūt arī tirdzniecības vietās (plakāti, skrejlapīņas, vizītkartes). Arī SMU stends un dalībnieku apģērbs ir kā reklāma. Saskaņā ar LR likumu reklāmai („Reklāmas likums" ("LV", 7 (1918), 10.01.2000.; Ziņotājs, 3, 10.02.2000.) [stājas spēkā 24.01.2000.], skatīts 04.10.2012.) ir jābūt likumīgai, patiesai, objektīvai un godprātīgai. Reklāmā atļauts iekļaut tikai tādus paziņojumus vai attēlus, kas nepārkāpj ētikas, humānisma, morāles, tikumības un pieklājības normas, nekādā gadījumā nedrīkst reklamēt ne vardarbību, ne karu. Reklāmā aizliegts:

- paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ;
- izmantot baiļu vai māņticības radīto ietekmi;
- izmantot personas uzticēšanos, pieredzes vai zināšanu trūkumu;
- attēlot, izmantot vai citādi pieminēt fizisko personu (kā privātpersonu vai kā amatpersonu) vai tās īpašumu bez šīs personas piekrišanas;
- nomelnot, noniecināt vai izsmiet citu personu, tās darbību, uzņēmuma nosaukumu, preces vai pakalpojumus, preču zīmes;

- izmantot citas personas vārdu, uzvārdu, uzņēmuma nosaukumu vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču zīmi) bez personas piekrišanas;
- atdarināt cita reklāmas devēja reklāmas tekstu, lozungu, vizuālo tēlu, skaņu un citus speciālos efektus
- bez tā piekrišanas vai arī veikt citāda veida darbības, kas var izraisīt neskaidrības var maldināt parreklāmas devēju, reklamējamām precēm vai pakalpojumiem.

Atceries, ka mārketingš nav tikai reklāma! Mārketingš ir darbību, institūciju un procesu kopums nolūkā radīt, piegādāt un veikt maiņas darbības ar piedāvājumiem, ko par vērtīgiem uzskata pircēji, klienti, partneri un sabiedrība kopumā (skaidrojums tulkots no American Marketing Association 2007. gada definīcijas).

Grāmatvedība Skolēnu mācību uzņēmumā

Katrā saimnieciskajā darbībā ir jāiegulda līdzekļi, lai varētu gūt peļņu. Līdzekļus var ieguldīt gan pats uzņēmējs, gan citas personas. Uzsākot jebkuru saimniecisko darbību, ir skaidri jāzina, kādi ir uzņēmuma līdzekļi un no kurienes tie tiks ņemti. Uzņēmuma darbības laikā notiks nepārtraukta līdzekļu kustība, tādēļ ir nepieciešama darījuma uzskaitē.

LR likumā „Par grāmatvedību” ir teikts, ka uzņēmuma pienākums ir kārtot grāmatvedību un ka par grāmatvedības kārtošānu un visu saimnieciskos darījumus apliecinošo dokumentu oriģinālu, kopiju vai datu attēlu.

Finanšu plāns (pamatskolēniem)

Cenu veidošanās – mainīgās izmaksas

Produkta nosaukums (mainīgās izmaksas)

Darba alga	EUR
Materiāli un izejvielas:	EUR
Pašizmaksa	EUR
Cena	EUR
Peļņa	EUR

Piemērs: Cenu veidošanās

Atstarotājs (mainīgās izmaksas)

Darba alga	0.50
Materiāli un izejvielas:	
· atstarojošs audums	1.05
· uzlīmes	0.10
· ķēdīte	0.05
· papildus materiāli	0.10
· darbs	0.10
Pašizmaksa	1.40
Cena	1.90
Uzcenojums	0.50

Plānoto ieņēmumu, izdevumu un peļņas aprēķins

	Novembris (pārdoto vienību skaits)	Decembris	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Pārdoto vienību skaits kopā (gab.)	Vienības cena (EUR)	Vienības pašizmaksa (EUR)	Ieņēmumi (EUR)	Izdevumi (EUR)	Peļņa (EUR)
Produkta nosaukums												
Kopā												

Piemērs: Plānoto ieņēmumu, izdevumu un peļņas aprēķins

	Novembris (pārdoto vienību skaits)	Decembris	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Pārdoto vienību skaits kopā (gab.)	Vienības cena (EUR)	Vienības pašizmaksa (EUR)	Ieņēmumi (EUR)	Izdevumi (EUR)	Peļņa (EUR)
Atstarotājs	20	30	0	20	10	5	85	1.9	1.5	161.5	27.5	34
Kopā	20	30	0	20	10	5	85	1.9	1.5	161.5	27.5	34

Finanšu plāns (vidusskola)

Cenas veidošanās. Lai objektīvi noteiktu preces vai pakalpojuma cenu, ir jābūt precīzai izmaksu uzskaiti uzņēmumā.

Pašizmaksas aprēķināšana

Materiālu izmaksas:

- pamatmateriāli (izejvielas un materiāli, kas tieši veido gatavu produkciju, piemēram, papīrs, kokmateriāli);
- papildu materiāli (piemēram, iesaiņojums, līme).

Personāla izmaksas:

- algas;
- likumos paredzētās sociālās izmaksas (SMU gadījumā nodokļus nerēķina, taču, lai varētu pārlicināties par patieso pašizmaksu, ieteicams tos aprēķināt);
- pārējās personāla izmaksas.

Produkts	Izmaksas	EUR
	1.Materiālu izmaksas	
	-...	
	-...	
	2.Personāla izmaksas	
	-...	
	-...	
	Pašizmaksa	
	Uzcenojums	
	Cena	

Piemērs: Cenas veidošanās

Produkts	Izmaksas	EUR
Apaļais atstarotājs	Atstarojošs audums	1.05
	Uzlīmes	0.10
	Ķēdīte	0.05
	Papildu materiāli	0.10
	Darbs	0.10
	Pašizmaksa	1.40
	Uzcenojums	0.50
	Cena	1.90

Pamatkapitāls

Pamatkapitāls uzņēmējdarbībai ir ļoti nozīmīgs. Pamatkapitāls ir visu dibinātāju ieguldīto līdzekļu summa, kas parāda dibinātāju līdzdalības proporcijas. Pamatkapitālu var apmaksāt divējādi – naudā (ieguldot skaidru naudu) vai mantā (ieguldot pamatlīdzekļus).

Ja tiek veikts mantiskais ieguldījums, tad dibināšanas dokumentiem jāpievieno aizpildīta veidlapa par mantisko ieguldījumu.

Piemērs: Pamatkapitāls

Vārds, uzvārds	Ieguldījums	Novērtējums EUR	Daļu sadalījums %
Ieva Granta	Nauda	95	75
	Mobilais telefons (nosaukums)	25	
	Printeris (nosaukums)	30	
Karīna Liepa	Nauda	40	25
	Papīra griezējs	10	

Pamatlīdzekļi

Pamatlīdzekļi ir materiālu aktīvi, kurus uzņēmums tur, lai izmantotu preču ražošanai vai pakalpojumu sniegšanai, iznomāšanai vai administratīvām vajadzībām, un kurus tas plāno izmantot ilgāk nekā vienu gadu, un kuri nav iegādāti pārdošanai.

Pamatlīdzekļi ir zemes gabali, ēkas, būves, tehnoloģiskās iekārtas, mašīnas u.c. Vispirms pamatlīdzekļiem norāda to sākotnejo vērtību (par cik tie ir iegādāti) un pēc tam aprēķina to nolietojumu (amortizāciju). Pēc nolietošanas visi pamatlīdzekļi tiek norakstīti, izņemot tos, kuriem kalpošana ilgums ir bezgalīgs. Piemēram, zeme.

Piemērs: Amortizācijas (nolietojuma) aprēķins
SMU biznesa plānos nav obligāti jāveic amortizācijas aprēķini.

Nr.	Pamatlīdzeklis	Tirgus vērtība (EUR)	Kalpošanas ilgums (gadi)	Nolietojums (SMU darbības periodā, EUR)
1	Dators	200	5	40
2	Monitors	150	5	30
	Kopā	250		70

Plānotie ieņēmumi

Tabulu var noformēt dažādi, svarīgi, lai var redzēt visu preču nosaukumus, plānoto pārdošanas apjomu mēnesī un periodā.

	Mērvienība	XI	XII	I	II	III	IV	SMU darbības periodā
Nosaukums	gab.							
Cena	EUR							
Kopā	EUR							

Piemērs: Plānotie ieņēmumi

Produkts	CENA (EUR)	Mērvienība	XI	XII	I	II	III	IV	SMU darbības periodā
1) Apaļais atstarotājs	1.90	gab.	6	25	5	1	7	5	58
2) Atstarotāja lēta	1.90		4	9	3	4	3	2	25
3) ...									
Kopā ieņēmumi par periodu, EUR									395.75

Plānotās izmaksas

Pastāvīgās izmaksas

Nosaukums	Mērvienība	Daudzums	Cena (EUR)	Kopā (EUR/mēn.)	Kopā periodā (EUR)
Kopā					

Piemērs: Pastāvīgās izmaksas

	CENA (EUR)	Mērvienība	XI	XII	I	II	III	IV	SMU darbības periodā (EUR)
Telpu īre	0.50	EUR/mēn.	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,00
Internets	1,00	EUR/mēn.	1	1	1	1	1	1	6,00
Kancelejas izdevumi	3.60	EUR/mēn.	3,6	0	0	0	0	0	3,60
Inventāra iegāde	0.50	EUR/mēn.	10,5	0	0	0	0	0	10,5
Reklāmas izdevumi		EUR/mēn.	2	2	2	2	2	2	12,0
Kopā izdevumi par periodu (EUR)			16,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	35,1

Mainīgās izmaksas

Nosaukums	Mērvienība	Daudzums	Cena (EUR)	Kopā (EUR/mēn.)	Kopā periodā (EUR)
Materiāli					
Kopā					

Piemērs: Mainīgās izmaksas

	Mērvienība	XI	XII	I	II	III	IV	SMU darbības periodā (EUR)
Atstarojošs audums	EUR/kg	16,95	57,60	15,90	31,95	23,40	14,85	160,65
Uzlīmes	gab.	1,25	4,30	1,15	2,15	1,60	1,05	11,50
Ķēdīte	gab.	0,96	3,24	0,96	1,68	1,32	1,20	9,36
Darba samaksa par produkta izgatavošanu	gab.	1,60	5,40	1,50	3,00	2,20	1,40	15,10
Kopā izdevumi par periodu (EUR)		20,76	70,54	19,51	38,78	28,52	18,5	196,61

Naudas plūsmas plāns

Rādītāji	Nov.	Dec.	Janv.	Feb.	Marts	Apr.	Maijs	Periodā (EUR)
Atlikums mēneša sākumā								
Ieņēmumi								
Izdevumi								
Izdevumi kopā								
Atlikums mēneša beigās								

Visiem datiem ir jābūt par visu SMU darbības periodu.

Piemērs: Naudas plūsmas plāns

Atlikums mēneša sākumā	135.00	140.74	193.15	214.25	249.47	278.35	298.95
IEŅĒMUMI:							
- no pārdotās produkcijas un pakalpojuma sniegšanas (radošo darbnīcu vadīšanas)	44.10	126.45	44.20	77.50	60.90	42.60	395.75
Naudas ieņēmumi kopā	44.10	126.45	44.20	77.50	60.90	42.60	395.75
IZDEVUMI							
Atstarojošs audums	16.95	57.6	15.9	31.95	23.4	14.85	160.65
Uzlīmes	1.25	4.30	1.15	2.15	1.60	1.05	11.50
Ķēdīte	0.96	3.24	0.96	1.68	1.32	1.20	9.36
Darba samaksa	1.60	5.40	1.50	3.00	2.20	1.40	15.10
Reklāmas izdevumi	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	12.00
Telpu īre	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	3.00
Internets	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1,00	6.00
Kancelejas izdevumi	3.60	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.60
Inventāra iegāde	10.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10.50
Naudas izdevumi kopā	38.36	74.04	23.01	42,28	32,02	22.00	231.71
Atlikums perioda beigās	140.74	193.15	214.25	249.47	278.35	298.95	164.04

Daži padomi naudas plūsmas sastādīšanai:

- naudas plūsmu izmanto ne tikai līdzekļu uzskaitēi, ieņēmumu avotu un naudas izlietojuma
- naudas plūsmas beigu atlikumam jāsakrīt ar to summu, kas atrodas firmas kasē; tas nedrīkst būt
- negatīvs – ja tā ir, tad ir iztērēti kādi citi līdzekļi, piemēram, personīgā nauda, nenoformējot to kā kredītu.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins

Piemērs: Peļņas / zaudējumu aprēķins

Darbība	Nosaukums	EUR	Piezīmes
	Neto apgrozījums	395,75	6 mēnešos
–	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	196,61	6 mēnešos
=	Bruto peļņa	199,14	
–	Administrācijas izmaksas	35,10	6 mēnešos
–	Pārdošanas izmaksas	12,00	6 mēnešos
–	Pamatlīdzekļu amortizācija	8,84	6 mēnešos
=	Peļņa vai zaudējumi no pamatdarbības	164,04	6 mēnešos
=	Neto peļņa	164,04	

Bilance

Sākuma bilance tiek stādīta no datiem, kuri uzrādīti sākumā – uzņēmuma apraksts, līdzekļi, kas ieguldīti uzņēmumā, lai uzsāktu darbību. Parasti tā ir manta – pamatlīdzekļi, inventārs u.c. – un apgrozāmie līdzekļi – nauda. Tas arī veido pasīva pusē pamatkapitālu.

Šos datus raksta nodaļā **Uzņēmuma apraksts**, un pēc tiem stāda sākuma bilanci.

Beigu bilance – sastāda pēc tiem Naudas plūsmas datiem, kas ir gada beigās: pamatlīdzekļi atlikušajā vērtībā (mīnus amortizācija), inventārs, materiāli utt.

Neto peļņa – skatās no peļņas vai zaudējumu aprēķina.

Oficiāli ir pieņemts, ka bilancē visus rādītājus apaļo līdz veselam skaitlim. SMU gadījumā skolēns var izvēlēties vai rakstīt summas noapaļotas vai nē.

Piemērs: Balance

AKTĪVS	Sākuma bilance (EUR)	Beigu bilance (EUR)	PASĪVS	Sākuma bilance (EUR)	Beigu bilance (EUR)
1. Ilgtermiņa ieguldījumi			1. Pašu kapitāls		
1.1. Nemateriālie ieguldījumi			1.1. Pamatkapitāls	200	56.16
1.2. Pamatlīdzekļi			1.2. Rezerves		
1.2.1. Mobilais telefons	25	20.83	1.3. Nesadalītā peļņa		164.04
1.2.2. Daudzfunkciju printeris	30	27	2. Uzkrājumi		
1.2.3. Papīra griezējs	10	8.33	3. Kreditori		
2. Apgrozāmie līdzekļi			3.1. Ilgtermiņa saistības		
2.1. Materiāli			3.2. Īstermiņa saistības		
2.2. Debitori					
2.3. Nauda	135	164.04			
KOPĀ:	200	220.20	KOPĀ:	200	220.20

Visi finanšu dati ir jāaprēķina par vienādu periodu (visu SMU darbības laiku). Naudas plūsmu aprakstot, vēlams periodu sadalīt mēnešos.

Nodokļi ir obligāti un svarīgi, ar likumu noteikti maksājumi valsts budžetā valsts vispārīgo izdevumu segšanai (sociālajiem pabalstiem – pensijām, māmiņu algām, bērnu pabalstiem u.c.). Nodokļus maksā gan uzņēmumi, gan juridiskas personas un tā ir cena, ko mēs maksājam par valsts sniegtajiem pakalpojumiem.

Latvijā 2021. gadā ir noteikti šādi nodokļi:

- Akcīzes nodoklis
- Dabas resursu nodoklis
- Elektroenerģijas nodoklis
- Iedzīvotāju ienākuma nodoklis
- Izložu un azartspēļu nodoklis
- Mikrouzņēmumu nodoklis
- Muitas nodoklis
- Nekustamā īpašuma nodoklis
- Pievienotās vērtības nodoklis
- Solidaritātes nodoklis
- Subsidētās elektroenerģijas nodoklis
- Transportlīdzekļa ekspluatācijas nodoklis
- Uzņēmumu ienākuma nodoklis
- Uzņēmumu vieglo transportlīdzekļu nodoklis
- Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas

SMU gadījumā valsts neiekasē nodokļus, jo SMU darbojas „aizsargātā vidē” un tam nav juridiska statusa, taču, veidojot SMU finanšu aprēķinus, iesakām pievienot klāt arī nodokļus, jo tas palīdzēs saprast, kāda būtu uzņēmuma reālā peļņa.

7. SOLIS. DIBINĀŠANAS DOKUMENTU SAGATAVOŠANA

SMU dibināšanas secība:

- izglītības iestāde ir noslēgusi sadarbības līgumu ar JA Latvia (kļūst par JA Latvia dalībsskolu);
- dalībsskolas skolotāji (ne tikai SMU konsultanti) reģistrējas www.jal Latvia.lv;
- dalībsskolas skolēni reģistrējas www.jal Latvia.lv, ievērojot JA Latvia datu aizsardzības privātuma politiku;
- reģistrācijas procesā skolēni ir piesaistīti konkrētam savas izglītības iestādes mācībspēkam, kuru paši izvēlās no reģistrētajiem skolotājiem savā izglītības iestādē;
- pēc reģistrācijas skolēni un skolotāji savos profilos var iepazīties ar mācību un metodiskajiem materiāliem par SMU darbības principiem, kā arī ar citiem JA Latvia programmu Nolikumiem;
- skolēni atbilstoši SMU mācību materiālos (SMU rokasgrāmatā) norādītajai kārtībai uzsāk SMU dibināšanas procesu, sākot ar idejas ģenerēšanu, komandas veidošanu;
- topošā SMU vadītājs no sava profila reģistrē SMU – aizpilda nepieciešamos lietvedības dokumentus, atzīmējot skolotāju, kurš kļūs skolēniem par SMU konsultantu, kā arī no sistēmā reģistrētajiem skolas skolēniem, pievieno potenciālos SMU dalībniekus. SMU dalībnieki savā profilā apstiprina, ka piekrīt darboties SMU. Visu SMU dalībnieku piekrišana darboties SMU ir apliecinājums, ka tiks ievēroti SMU darbības noteikumi;
- SMU profilā redzama vietne, kurā ir iespēja aizpildīt Biznesa idejas pieteikumu, kuru apstiprina skolotājs. Pēc biznesa idejas pieteikuma apstiprināšanas SMU profilā redzama SMU reģistrācijas apliecība, kuru apstiprina skolotājs no sava profila. Reģistrācijas apliecību apstiprina JA Latvia un to vajag izdrukāt, lai to papīra formātā apstiprinātu skolas direktors un skolotājs, parakstot šo dokumentu;
- SMU reģistrācijas apliecība ir jāglabā savā uzņēmumā un jāuzrāda pasākumos, kuros SMU piedalās. Ja SMU piedalās pasākumos, tad reģistrācijas apliecībai ir jābūt izvietotai SMU stendā redzamā vietā, lai tas būtu pieejams un redzams jebkuram apmeklētājam.

8. SOLIS. SMU DARBĪBA/ATTĪSTĪBA

Mārketinga elementu izveide

SMU darbībā ļoti svarīga ir reklāma un SMU vizuālais tēls. Pasākumos CITS BAZĀRS piedalās no 20 līdz pat vairāk kā 270 SMU. Ir svarīgi, lai tavš SMU izceltos un sniegtu labu pirmo iespaidu, kā arī ieinteresētu gan apmeklētājus, gan žūrijas pārstāvjus apmeklēt stendu. Kad kāda persona apmeklē SMU stendu, ir svarīgs pirmais iespaids, ko sniedz gan stenda vizuālais noformējums, gan visu redzamo dokumentu noformējums (vizītkartes, bukleti).

Vizītkaršu izveide

Vizītkartēs jāievieto tikai pati nepieciešamākā informācija:

- SMU nosaukums;
- kontaktinformācija (telefona numurs, mājaslapas adrese);
- vizītkartes īpašnieka vārds, uzvārds, amats (ja tā ir tikai SMU vizītkarte, tad tikai SMU nosaukums).

Tā kā SMU pārstāv Junior Achievement Latvia, tad jāievieto arī JA Latvia SMU logo.

Vizītkaršu veidi:

- standarta vizītkarte (iestādes nosaukums, vārds, uzvārds, amats, adrese, saziņas līdzekļi);
- privāta vizītkarte (vārds, uzvārds, saziņas līdzekļi);
- ģimenes vizītkarte (vīra un sievas vārdi un uzvārdi, saziņas līdzekļi);
- iestādes vizītkarte (informācija par iestādi).

Vizītkaršu formāts:

- **izmērs** – vēsturiski pieņemts, ka vīriešu vizītkaršu izmērs ir 90x50 mm un sieviešu – 80x40 mm, taču mūsdienās nav stingri pieņemta standarta;
- **burtu lielums** – noteikts burtu lielums, taču tam jābūt izvēlētam tā, lai izceļas svarīgākā informācija (SMU nosaukums un *JA Latvia* un SMU logo);
- **krāsa** – noteiktas krāsas nav, taču tekstam ir jābūt labi saskatāmam; lietišķās etiķetes iespaidu radīs vizītkarte, kurā dominēs ne vairāk kā 3 krāsas; īpašs papīrs, tipogrāfisks teksts.

Piemērs: SMU vizītkarte



Bukletu/skrejlapīņu izveide

Veidojot bukletus un citus līdzīgus reklāmas materiālus, rūpīgi ir jāizstrādā vizuālais noformējums. Pārāk daudz teksta atgrūdis, jo stenda apmeklētāji nevēlēsies lasīt garus tekstus, taču pārāk maz teksta liecinās par bukleta bezjēdzību.

Bukletā nepieciešamā informācija:

- SMU nosaukums, kontaktinformācija;
- komandas dalībnieku vārdi, uzvārdi, amati u.c.;
- īss produkta apraksts, kurā nosauktas labākās īpašības; attēls.

Stenda izveide

Tāpat kā ieejot veikalā, pieejot pie SMU stenda, pircējam rodas priekšstats par produktu, attieksmi pret klientu. Vide, kādā atrodas cilvēks, ietekmē viņa sajūtas un vēlmes. Ja SMU stends piesaistīs skatienus un rosinās vēlmi pieiet pie tā, iespējams, SMU būs vairāk klientu.

Mazāka mēroga pasākumos CITS BAZĀRS (reģionālajos, skolu pasākumos) SMU stends var būt vienkāršāks. Tas var sastāvēt no plakātiem, galdauta uz galda, dažiem reklāmas elementiem un, protams, produkcijas.

Lielāka mēroga pasākumos CITS BAZĀRS (valsts mēroga, starptautiskajos) stendam jābūt ievērojamākam un labāk izstrādātam. Tāpat kā produkcijai, arī stendam jābūt kvalitatīvam.

Piedaloties jebkura mēroga pasākumā, nedrīkst aizmirst par cenu zīmēm, bukletiem un/vai vizītkartēm (īpaši tad, ja SMU piedāvā pakalpojumu), galda noformējumu. Lielākajā daļā pasākumu SMU var izmantot noteiktu telpas platību, tāpēc savlaicīgi jāuzzina, kāda ir šī platība, vēlams izmantot visu pieejamo telpu. Svarīgāko informāciju ieteicams novietot apmēram pieauguša cilvēka acu augstumā.

Ja SMU stendam ir nepieciešama elektrības padeve, jau laikus informējiet pasākuma organizētājus un noskaidrojiet, vai tas ir iespējams!

Skaisti noformē savu tirgošanās vietu (stendu), produktu, tā iepakojumu un parūpējies par savas komandas izskatu! Uz jebkura mārketinga materiāla (bukleti, vizītkartes) **ir jābūt atsaucei: SMU ir tapis Junior Achievement Latvia programmas "Skolēnu mācību uzņēmums" ietvaros, sadarbībā ar Skolas Arī uz** Uz iepakojuma ir jābūt gan JA Latvia, gan SMU programmas logo! (tie pieejami Tavā profilā pie materiāliem, [Vizuālajām un publicitātes prasībām](#)).

Prezentācijas

Iespējams, ka SMU darbības laikā nāksies saskarties arī ar PowerPoint prezentācijas veidošanu, piemēram, gatavojoties Valsts mēroga SMU finālam – Jauno uzņēmēju dienām. Noteikti ir jāņem vērā pasākuma, kuram prezentācija tiek veidota, prasības un stils.

Lai gan saturs var atšķirties, pastāv arī kopīgas pazīmes un kritēriji, kas jāņem vērā, gatavojot prezentāciju:

- mēģiniet katru punktu ierakstīt vienā rindīnā, nepārnēsot tekstu uz jaunu rindīņu, tādējādi tiek panākta labāka redzamība un uzskaitītie plāna punkti ir skaidrāki un pārskatāmāki;
- izvēlieties pievilcīgu noformējuma veidni, kas ir lietišķa un nav pārāk uzkrītoša;
- slaidus veidojiet viegli uztveramus, fonam un tekstam lietojiet savstarpēji kontrastējošas krāsas, vēlams izmantot gaišu fonu ar melniem vai tumšiem burtiem;
- tekstam jābūt vienkāršam, teksts slaidā, pirmkārt, ir plāna punktu veidā uzrakstīts jūsu runātā apkopojums, ko izvērš prezentācijas gaitā; ja prezentācijas skatītāji fokusē savu uzmanību uz slaidiem,

- slaidos ir pārāk daudz informācijas vai tā ir mulsinoša, neizprotama;
- interesenti jautājumus uzdot prezentācijas beigās, to iespējams norādīt pēdējā slaidā „Jautājumi”;
- beidzot prezentāciju, ir pieklājīgi pajautāt: „Vai ir kādi jautājumi?”;
- iekļaujieties laikā! Ja atvēlētais laiks ir 10 minūtes, nepārtērējiet to; ja laika ierobežojuma nav, labāk jāizmanto mazāk laika nekā vairāk, tādējādi maksimāli piesaistot klātesošo uzmanību.

Elevator Pitch vai Lifta runa

Tiek uzskatīts, ka katram uzņēmuma īpašniekam ir jābūt sagatavotai *lifta runai* par savu uzņēmumu, kas der visām dzīves situācijām un gadījumiem. Tā ir tikai 60 sekundes gara un ietver galvenās ziņas, kas potenciālajam investoram vai pircējam būtu jāzina par uzņēmumu vai produktu. Tādēļ arī valsts mēroga SMU pasākumos *CITS BAZĀRS* piedāvājam SMU sevi prezentēt uz skatuves un iepazīstināt žūriju ar savu produktu, izmantojot *lifta runu*.

Savā stāstījumā noteikti iekļauj:

- problēmu un tās risinājumu, ko piedāvā Tavs produkts;
- definētu mērķauditoriju;
- ko sagaidi no investora vai pircēja;
- ko esi darījis Tu, lai attīstītu savu uzņēmumu.
-

Lai izveidotu kvalitatīvu *lifta runu*, atliek skaidri noformulēt savu ideju un sekot šiem padomiem:

- skaidri apzinies, ko vēlies panākt;
- apzinies savas stiprās puses;
- pastāsti stāstu;
- atbrīvojies no žargoniem;
- uzņem laiku, jo lifta runa ilgst tikai 60 sekundes;
- uzņem video, lai pats sevi redzētu no malas;
- prezentē savu *lifta runu* draugiem un kolēģiem.

Video reklāmas veidošana

Ierasts, ka video reklāma ir dārga, ja to veido uzņēmumi pēc pasūtījuma. Mūsdienās, moderno tehnoloģiju laikmetā, reklāmu var uzfilmēt ar viedtālruni un samontēt ar bezmaksas programmatūru.

Atcerieties, ka reklāmai ir jābūt maksimāli īsai un jāsniedz emocijas, nevis jāpasaka pilnīgi viss par produktu! Ne jau specefekti vai slavenību piesaiste ir reklāmas veiksmē, galvenais ir saturs. Neaizmirstiet par pašironiju un humoru! Ja reklāma būs pietiekami asprātīga, tā sāks ceļot pa YouTube un tādējādi daudzi cilvēki uzzinās par jūsu SMU.

Sociālie tīkli

Dienas Bizness ziņo, ka sociālo tīklu popularitāte ir krietni pāraugusi tradicionālo mediju resursus un lietotāju skaits nepārtraukti pieaug, uzņēmumiem ir parādījušies vairāki jauni veidi, kā sasniegt klientus un informēt par savām precēm vai pakalpojumiem. Sociālajiem medijiem ir svarīga loma šajos procesos, jo tieši šīs platformas mārketinga speciālisti izmanto, lai ātrāk un efektīvāk virzītu savu produkciju tirgū, izvietojot informāciju un reklāmas.

Veidojot kampaņas un analizējot sociālo lietotāju paradumus, ir iespējams precīzi noteikt mērķauditoriju un nodot nepieciešamo informāciju tieši potenciālajam klientam. Sociālie tīkli ievāc diezgan daudz informācijas, kas uzņēmumiem atvieglo sava potenciālā klienta meklējumus.

Lai reklāma sociālajos tīklos būtu veiksmīga, nepieciešams to organiski integrēt kopējā uzņēmuma tēlā, komunikācijā un citās aktivitātēs. Pie klientu programmas izveidošanas jāseko līdzi ne tikai tehnoloģiju tendencēm,

bet arī faktiski jābūt tur, kur ir potenciālie klienti, jāseko līdz klientu plūsmas palielināšanās iemesliem. Atrodot mērķgrupas, ir iespējams sasniegt uzreiz lielāku cilvēku skaitu, kas var būt mērāms vairākos tūkstošos.

Atcerieties, ka ar konta izveidošanu sociālajos tīklos viss nebeidzas. Lai sasniegtu savu auditoriju un ieguldītos darbs vairotu pārdošanas apjomu, jāiegulda laiks ne tikai satura vizuālajā noformējumā un plānošanā, bet arī sasniedzamās auditorijas izpētē.

Pēti, kā izveidot savam SMU profilus Tavai mērķauditorijai aktuālajos sociālajos tīklos. Neapstājies pie mūsu rokasgrāmatā sniegtās informācijas, pēti, eksperimentē un uzdrīksties izmēģināt ko jaunu!

Kontakts ar medijiem – intervijas

SMU ir jābūt kādai personai, piemēram, SMU vadītājam, kurš var pildīt „runas vīra” pienākumus. Svarīgi, lai šis cilvēks vienmēr ir sasniedzams. Runātājam ir jābūt spējīgam izteikties skaidri un literāri. Dodoties uz interviju, ir svarīgi sagatavoties, iespējams, jāpieraksta tas, ko noteikti vēlētos pateikt, un jānoformulē īsi un kodolīgi. Jāmēģina paredzēt āķīgos jautājumus jau pirms pasākuma un izdomāt atbildes uz tiem. Jākoncentrējas uz diviem līdz trim galvenajiem argumentiem un tie jāuzsver intervijas laikā.

Ieteicams izmantot paņēmienu, ko dēvē par „tiltiem”, piemēram, ja intervētājs uzdod nebūtisku vai nevēlamu jautājumu, jāsaka: „Es domāju, ka svarīgs jautājums ir...”

Sponsoru / partneru piesaiste

Sponsorēšana ir viens no integrētās mārketinga komunikācijas instrumentiem, kas palīdz uzņēmumam realizēt savus mērķus.

Atbalstu var lūgt dažādiem mērķiem, piemēram, ceļa izdevumiem (nokļūšanai uz starptautisko gadatirgu, konferencēm, nometnēm utt.), iekārtu iepirkšanai u.c. Arī atbalsta formas var būt dažādas, piemēram, finanšu līdzekļi, paša sponsora ražotā produkcija vai konsultācija par kādu jautājumu. Gatavojot sponsoriem piedāvājumu, ir svarīgi pārdomāt, ko sponsors no tā iegūs.

Bonusu iespējas:

- sponsora vārda, logo vai lozunga uzdruka uz krekliņiem vai atrašanās SMU stendā;
- sponsorētā nodrošinājuma klātbūtne izstādēs, gadatirgos;
- sponsoru produkcijas izmantošana SMU stendā;
- sponsora vārda minēšana intervijās, runās;
- citi varianti atbilstoši SMU iespējām.

Pirms vērsties pie sponsoriem, rūpīgi ir jāizveido iesniedzamie dokumenti – iesniegums un pavadvēstule (ja iesniegums tiek sūtīts elektroniski).

Rakstot iesniegumu, jānorāda:

- **aktivitāte, kam tiek lūgts atbalsts** - SMU gadījumā jānorāda skola, SMU nosaukums un plānotā aktivitāte, piemēram, dalība starptautiskajā SMU festivalā;
- **informācija par aktivitāti**, kurai tiek lūgts atbalsts, jānorāda datums, vieta, dalībnieku skaits;
- **informācija par programmu un mācību metodi „Skolēnu mācību uzņēmumi”** - tā kā Skolēnu mācību uzņēmumam (SMU) nav juridiska statusa, bet tā ir mācību metode, tad sponsoriem noteikti būtu noderīgi uzzināt, kas ir Skolēnu mācību uzņēmumi un ka konkrētā komanda darbojas šīs programmas ietvaros;
- **SMU produkta apraksts un** kāds ir tā izaugsmes potenciāls;

- **pamatojums**, kāpēc SMU ir būtiski piedalīties šādā aktivitātē, piemēram, veicināt sava uzņēmuma starptautiskās sadarbības iespējas un attīstīt uzņēmējspējas;
- **sponsoru ieguvums** no atbalsta sniegšanas;
- **skaidri noformulēts lūgums**, piemēram, „lūdzam rast iespēju segt pārstāvja uzturēšanās un dalības izmaksas 3 SMU dalībniekiem un skolotājam EUR 1200 apmērā”. Šo teikumu vēlams izcelt un rakstīt kā pēdējo rindkopu;
- **precīza tāme**, norādot katras aktivitātes izmaksas; tāmi var pievienot gan pielikumā, gan ierakstīt iesniegumā.

Ja vēstule tiek nosūtīta elektroniski, tad noteikti jāpievieno arī pavadošā vēstule, kura jāraksta, ņemot vērā lietīškas elektroniskās vēstules rakstīšanas noteikumus. Tekstā īsumā jānorāda vēstules mērķis un sūtītājs, kā arī lūgums izskatīt piedāvājumu un apskatīt pielikumā pievienoto iesniegumu.

Par sponsoriem nedrīkst aizmirst arī pēc atbalsta sniegšanas. Nosūtiet atskaiti par paveikto un ziedot līdzekļu izlietojuma pārskatu, neaizmirstiet pateikties!

Kaut arī SMU ir tikai īsta uzņēmuma simulācija, tomēr, arī pārstāvot SMU, ir jāievēro lietišķā biznesa etiķete. Tas attiecas gan uz dokumentu un vēstuļu rakstīšanu (rakstiskā komunikācija), gan uz apģērbu un SMU dalībnieku uzvedību (verbālā un neverbālā komunikācija), gan uz noformējumu (telpas, vizītkartes u.c.). **Etiķete** ir uzvedības un attiecību normu kopums (izskats, cilvēka izturēšanās sabiedrībā, savstarpējo attiecību un cilvēka kultūras līmenis).

Ir vairāki etiķetes veidi:

- ikdienas etiķete – jāzina uzvedības kultūras normas ikdienā; tās jāzina ikvienam cilvēkam jebkurā vecumā neatkarīgi no ieņemamā amata un profesijas;
- lietišķā etiķete – jāievēro ierēdņiem, baņķieriem, mazu, vidēju un lielu uzņēmumu vadītājiem, mācību iestāžu vadītājiem u.tml. Tā ir uzvedības kultūra, tērps un manieres darba laikā un darba vietā;
- protokols – attiecas tikai uz augstām amatpersonām, valdības pārstāvjiem un diplomātiem;
- un citi etiķetes veidi (piemēram, galma, viesmīlības u.c.)

Stāja

Stāja un pozas arī ir neverbālās etiķetes formas. Stāja ir ierasts, nepiespiests ķermeņa stāvoklis, kad cilvēks stāv, nesasprindzinot muskuļus. Stāja ir arī izturēšanās veids. Tā raksturo attieksmi pret citiem cilvēkiem, parādot cieņu vai – pretēji – necieņu.

Stāja rada pirmo iespaidu par konkrēto cilvēku, jo ir personas vizītkarte. Plecos ierauta galva, nepiedienīgas pozas, ļengana stāja, nošļukuši pleci, nokārta galva, salīkusi mugura, šļūcoša gaita rada nepatīkamu iespaidu par cilvēku. Tas nozīmē, ka cilvēks ir nedisciplinēts, izlaidīgs un vājš. Ja stāv saspringti, tas norāda uz neveiklību. Neestētiski ir sēdēt izplestām kājām, atbalstīties pret kaut ko, mīņāties no vienas kājas uz otru u.tml.

Stājai jābūt taisnai, staltai, graciozai, brīvai, korektai, dabiskai, mierīgai un atbilstoši attiecīgajai videi. Stāja ir atkarīga no cilvēka nodarbošanās veida, kā arī no apģērba. Viena un tā pati poza vienā gadījumā var būt pieņemama, bet citā nē. Dabiska un nevainojama stāja ir tad, ja galva un zods ir nedaudz pievilkti, vēders – ievilkts, un pleci – mazliet pavisīti atpakaļ, rokas tiek turētas brīvi gar ķermeni, kājas ceļos ir taisnas, papēži kopā un pirkstgali nedaudz izvērsti uz āru.

Pareiza un stalta stāja liecina par cilvēka iekšējo kultūru un labu uzvedību.

Ejot nekādā gadījumā nevajadzētu:	Pareiza gaita:
<ul style="list-style-type: none"> • spert nesamērīgi lielus soļus; • likt pārāk sīkus soliņus; • vilkt kājas pa zemi, skaļi trokšņojot; • līgoties no vienas puses uz otru; • skaļi spert soļus un uzkrītoši kladzināt apavu papēžus; • iet ar uzrautiem vai nošļukušiem pleciem; • cilāt plecus; • spēcīgi vicināt rokas; • izplest kājas un rokas. 	<ul style="list-style-type: none"> • mugurai un pleciem jābūt taisniem; • galva jātur taisni; • kāju pirkstgali jāizvērš mazliet uz āru; • pēda jāliek pie zemes brīvi un viegli; • jākustina tikai kājas, nevis gurni un galva; • sperot soli, ceļgaliem pilnīgi jāiztaisnojas; • kāja jāliek uz visas pēdas; • ejot kādam zem rokas, solī jāsaskaņo ar līdzgājēju

Sasveicināšanās, iepazīšanās

Pirmais sveicina:

- vīrietis sievieti;
- jaunākais vecāko;
- amatā zemākais augstāk stāvošo.

Pirmais iepazīstas vai pirmo iepazīstina:

- vīrieti ar sievieti;
- jaunākos ar vecākajiem;
- skolēnu ar skolotāju.

Pirmais sniedz roku:

- sieviete vīrietim;
- vecākais jaunākajam;
- amatā augstāk stāvošais amatā zemāk stāvošajam.

Pirmais dod vizītkarti:

- amatā zemāk stāvošais augstāk stāvošajam;
- jaunākais vecākajam.

Apģērbs

Dalība SMU pasākumos ir kā biznesa prezentācija. Dodoties uz šādu pasākumu, ir jāpārdomā arī apģērbs un izturēšanās veids. Ja šāda veida pasākumos piedalās vairāki uzņēmuma pārstāvji, tad ir jāpadomā par vienotu tēlu un izskatu. Apģērbam nav jābūt vienādam, taču jārada iespaids par to, ka personas pārstāv vienu uzņēmumu. Tā kā SMU ir skolēnu veidots un pārstāvēts uzņēmums, tad, ja SMU darbību labāk raksturo kāds īpašs tērps vai maska nekā lietišķs biznesa apģērbs, tad dalībnieki, protams, var vilkt šos tērpus. Taču vismaz SMU direktoram vajadzētu izvēlēties daļēji lietišķo stilu, lai par SMU rastos nopietns iespaids.

Lietišķs sievietes apģērbs:

- klasisks kostīms – žakete ar svārkjiem vai biksēm - vienkrāsains vai ar nelielu, neuzkrītošu rakstu, ieteicamās krāsas ziemā ir tumši zila, tumši pelēka, tumši zaļa, karmīnkrāsa, vasarā – gaiši pelēka, bēša u.c. pasteltoni, svārku garums – līdz ceļim vai 5-7 cm virs vai zem ceļa;
- blūze vai tops – necaurspīdīgs, bez dekoltē;
- atbilstošs matu sakārtojums, ja mati ir pārāk gari, tie ir jāsasprauž;
- zeķes, zeķbikses – plānas, miesaskrāsas;
- apavi – klasiskas laiviņas, pieļaujama papēža augstums – 5-7 cm;
- rotaslietas – atturīgas un gaumīgas.

Drīkst lietot neuzkrītošu dekoratīvo kosmētiku.

Lietišķs vīrieša apģērbs:

- uzvalks (žakete un bikses, dažreiz veste) – vienkrāsains, vai ar neuzkrītošu rakstu, ieteicamās krāsas ziemā – tumši zils, tumši pelēks, vasarā – gaiši pelēks, bēšs, pasteltonos. Žaketei sēžot jābūt atpogātai, taču pieceļoties uzreiz jāaizpogā. Ir nepieklājīgi turēt rokas uzvalka vai bikšu kabatā;
- kreklis – vienkrāsains, ar garām piedurknēm (jebkurā gadalaikā), necaurspīdīgs. No žaketes malas jābūt redzamai 2-2,5 cm platai krekla piedurknes maliņai;
- kaklasaite – vienkrāsaina vai ar neuzkrītošu rakstu, krāsas – tumši sarkana, bordo, rūsgana, garums – līdz bikšu jostai;
- apavi – klasiski, slēgti;
- zeķes – apavu krāsā vai pustoni gaišākas, sēžot nevajadzētu būt redzamām kailām kājām.⁵

Tā kā SMU dalībnieki ir skolēni, tad ir pieļaujamas nelielas atkāpes apģērbu krāsu un modeļu izvēlē, taču sieviešu etiķetē noteikti jāņem vērā svārku garums, dekoratīvās kosmētikas un rotaslietu daudzums. Svārku un blūzes vietā var izvēlēties kleitu ar piedurknēm, kas rada ne mazāk lietišķu iespaidu. Vīriešu etiķetē jāņem vērā, ka uzvalks, kreklis un kaklasaite ir nepieciešams lietišķos biznesa un darījumu pasākumos (arī gadatirgos, ja vien nav īpašu SMU tērpu).

⁵ Aija Strautmane, „Etiķete un protokols”, 2009, „Jumava”, 40-60 lpp

JA Latvia Skolēnu mācību uzņēmumu katalogs ir vietne, kur SMU ir jāievieto informācija par savu SMU un tā piedāvātajām precēm un pakalpojumiem ar mērķi, lai radītu vēlmi kataloga apmeklētājiem iegādāties SMU produktu. SMU ievietotajai informācijai ir jābūt saistošai un tajā pašā laikā pilnīgai, lai potenciālie pircēji (kataloga apmeklētāji) varētu iegūt pilnīgu informāciju par SMU piedāvājumu un izvēlētos iegādāties SMU produktus.

SMU produktu pievienošana JA Latvia SMU katalogā

Lai publicētu savu SMU piedāvājumu, dodieties uz savu www.jal.lv skolēna profila sadaļu "SMU katalogs" un izvēlieties "Mana SMU lapa" un aizpildiet sekojošās ailes.

Pamatinformācija:

- SMU nosaukums, skola un produkta nozare ir informācija, kas jau automātiski ģenerējas no iepriekš izveidotā SMU profila.
- Saite uz katalogu – veidojas no <https://jalatvia.lv/katalogs/> un tālāk sekojošā teksta, kopā izveidojot saiti, kuru ievadot interenta pārlūkprogrammā, atvērsies Jūsu SMU profils šajā katalogā. Parasti tas varētu būt SMU nosaukums, taču, ja ir reģistrēti vairāki SMU ar vienādi nosaukumu, tad izvēlieties kādu papildinājumu, piemēram, "nosaukumssmu" vai "smunosaukums". Saites vārdiem ir jābūt bez garumzīmēm.
- Produkta apraksts – kopsavilkums par SMU piedāvātajām precēm un pakalpojumiem (pat katru produktu atsevišķi informāciju būs jānorāda vēlāk).
- Piegāde – informācija par produkta piegādes iespējām, ko piedāvā SMU. SMU jāizvērtē savas iespējas un jāizvēlas, vai klients var saņemt produktu tikai klātienē (norādot, kur tieši) vai arī piegādi, izmantojot pakomātus, kurjerpakalpojumus, pastu utml. Svarīgi norādīt piegādes termiņu un izmaksas (vai tās iekļautas cenā vai tik pievienota apmaksas summai).

Produkta galerija – šajā sadaļā varat pievienot visus savus produktus un to variācijas (krāsas, izmēri, dažādas funkcijas, komplekti utt.). Jo detalizētākas variācijas, jo ērtāk klientiem izvēlēties produktu, kas atbilst viņu vēlmēm un vajadzībām. Katram produktam (un tā variācijai) jānorāda nosaukums, īss apraksts, cena, akcijas cena (ja tāda tiek piemērota), izmēri (atdalīti ar komatu), plašāks apraksts un krāsa (krāsas nosaukuma kods, piemēram #00763D). Ja konkrētajā brīdī kāda prece vai pakalpojums nav pieejams (ir izpārdots), iespējams atzīmēt aili "izpārdots".

Darbinieki:

- katra dalībnieka fotogrāfija;
- vārds, uzvārds;
- SMU ieņemamais amats.

Atcerieties, ka visa informācija, tā pat kā šie foto, būs publiska!

Vizuālie materiāli:

- logo, jpg vai png formātā, ne mazāks par 200x200px.;
- SMU raksturojošs attēls, produkta attēls (ne mazāks par 1920x1920px), kas tiks attēlots SMU kataloga profila augšpusē.

Sociāli tīkli un mājas lapa – hipersaites no sociālajiem tīkliem, mājas lapas, [youtube.com](https://www.youtube.com) ievietotiem reklāmas video.

E-pasta adrese - SMU kopīga vai SMU dalībnieka e-pasta adrese, kas būs publiski redzama un, kuru klienti izmantos saziņai ar SMU.

SMU piedāvājums katalogā tiek publicēts pēc tam, kad JA Latvia ir devis apstiprinājumu SMU iesniegtajai informācijai. Informāciju katalogā iespējams mainīt visa tā darbības laikā.

Pasūtījumu apstrāde

Komunikācija starp klientu un SMU notiek caur SMU norādīto e-pastu. Par katru pirkumu SMU pircējam obligāti jāizniedz aizpildīts un parakstīts SMU ieņēmumu orderis (pieejams lejupielādei JA Latvia profilā).

Atceries! Komunikācijai e-pastā ir jābūt ātrai (nekavējies ar atbildes sniegšanu) un lietišķai (ievērojot lietišķas komunikācijas priekšnosacījumus e-pastā uzbūvē, izmantotajā leksijā utt.).

Sacensības un konkursi

CITS BAZĀRS

Visiem JA Latvia apstiprinātajiem SMU ir iespēja piedalīties Skolēnu mācību uzņēmumu pasākumos CITS BAZĀRS reģiona un valsts mērogā, saskaņā ar reģistrācijas apliecībā rakstīto. **SMU ir jāpiedalās vismaz 2 CITS BAZĀRS pasākumos, kā arī pie stenda jāstāv vismaz 2 SMU dalībniekiem.**

Reģionāla mēroga pasākumus CITS BAZĀRS aicinām organizēt skolotājus - vairāk informācijas par to organizēšanu ir pieejams skolotāja profilā jalatvia.lv sadaļā *Nolikumi*.

Valsts mēroga pasākumus CITS BAZĀRS organizē JA Latvia un tie norisinās divreiz mācību gadā - ziemā (decembrī) un pavasarī (martā). Lai piedalītos CITS BAZĀRS pasākumos, SMU jāatbilst noteiktām prasībām, kas tiek izvirzītas, izsludinot pieteikšanos uz konkrēto pasākumu.

Lai pieteiktos kādam CITS BAZĀRS pasākumam, seko līdzi jaunumiem jalatvia.lv mājaslapas sadaļā Aktualitātes!

Valsts mēroga CITS BAZĀRS pasākumos SMU stendi tiek dalīti pa darbības nozarēm (darbības nozari SMU norāda, kad reģistrējas, pēc tā JA Latvia arī vadās, izvietojot standus tirdzniecības centrā):

- apģērbi, aksesuāri;
- elektropreces, to piederumi, gaismas objekti;
- interjera preces;
- pakalpojumi, izklaide;
- pārtika, preces virtuvei;
- skaistumkopšana, bižutērija;
- spēles, preces bērniem;
- suvenīri, dāvanas, sezonas preces.

Pasākuma laikā SMU vērtē žūrija, kas arī izlemj nomināciju un simpātijas balvu ieguvējus.

Nominācijas:

- sociāli atbildīgs SMU;
- tehnoloģiskās inovācijas produkts;
- labākā SMU pārdošanas komanda
- sociālo mediju komunikācijas balva;
- SMU produkts gatavs starptautiskam biznesam;
- videi draudzīgs SMU produkts;
- SMU biznesa potenciāls;
- labākais reklāmas video.

Žūrijas komisijā var piedalīties Valsts un pašvaldības iestāžu un organizāciju vadītāji, atbildīgie speciālisti, uzņēmēji,

uzņēmumu vadītāji vai to galvenie speciālisti, kā arī *JA Latvia* programmu atbalstītāji. Žūrijas komisijas locekļi var nominēt ar specbalvām savus SMU favorītus vai reģionālajos pasākumos izvēlēties jau no esošajām nominācijām savam darbības profilam atbilstošāko un pasniegt SMU balvu dotajā nominācijā. Žūrijas komisijas locekļi vērtē SMU pēc noteiktiem kritērijiem. Vairāk informācijas gan par nomināciju kritērijiem, gan par pasākuma *CITS BAZĀRS* norisi atrodama SMU pasākuma *CITS BAZĀRS* nolikumā, kas atrodams profilos.

Gatavojoties dalībai *CITS BAZĀRS* klātienēs pasākumā, SMU jā sagatavo un jāņem līdzi:

- **reģistrācijas apliecība** - parakstīta, skaisti noformēta (vēlams ierāmēta) un novietota tirgošanās vietā,
- gatava produkcija pārdošanai;
- **ieņēmumu/izdevumu orderi** - pēc katras pārdotās preces SMU jāizraksta pirkuma čeks jeb orderis divos eksemplāros (vienu paturot sev, otru - izsniedzot pircējam);
- **mārketinga materiāli** - bukleti, vizītkartes u.c. reklāmas materiāli. Visos SMU izdales materiālos jāizmanto *JA Latvia* un SMU logo;
- **atskaites forma** - pēc katra *CITS BAZĀRS* pasākuma SMU ir jāaizpilda atskaites forma par notirgoto produkciju.

CITS BAZĀRS ONLINE

Ja valstī nav atļauti klātienēs pasākumi, reģionālie un valsts mēroga *CITS BAZĀRS* norisinās tiešsaistē. Katram SMU **neklātienēs** pasākumam organizatori izmanto jalatvia.lv SMU e- katalogu, kur kopā ar izveidoto online SMU *CITS BAZĀRS* dalībnieku sarakstu aizsūta žūrijas komisijai, lai tā iepazīstas ar SMU produktiem/pakalpojumiem. Savukārt SMU dalībnieki saņem informāciju, ka viņi ir apstiprināti dalībai reģionālā SMU *CITS BAZĀRS* un, ka jā sagatavo ir pitch žūrijas komisijai (organizatori var arī pieprasīt no dalībniekiem 30 sek SMU produktu video).

Sagatavošanās reģionālajam pasākumam *CITS BAZĀRS* (dalībniekiem):

- informācija par reģionālie SMU pasākumu *CITS BAZĀRS* tiek publicēta jalatvia.lv aktualitātēs;
- SMU aizpilda pieteikumu;
- SMU produktam jābūt ievietotam jalatvia.lv e-katalogā;
- SMU saņem informāciju par 1. un 2. kārtas intervijām ar žūrijas komisiju tiešsaistē;
- SMU saņem informāciju, cik notiks tiešsaistes apbalvošanas ceremonija.

Sagatavošanās un norises kārtība reģionālo pasākumu *CITS BAZĀRS* organizātoriem:

- *JA Latvia* dalībiskolas skolotājs vai pašvaldības pārstāvis apzina laiku un tehniskās iespējas SMU gadatirgus organizēšanai tiešsaistē;
- izveido pasākuma programmu un uzaicina žūrijas komisijas locekļus;
- iesniedz pieteikumu *JA Latvia* par pasākuma organizēšanu;
- saņem, apkopo un pārbauda pieteikots SMU un to ievietoto informāciju *JA Latvia* e-katalogā;
- sagatavo vērtēšanas veidlapas žūrijas komisijai, organizē vērtēšanas darbu;
- sagatavo un pārliecinās par tehnisko nodrošinājumu interviju norisei tiešsaistē;
- sastāda grafiku SMU intervijām ar žūrijas komisiju, nosūta informāciju SMU Un žūrijas komisijas dalībniekiem;
- sagatavo un nodrošina nepieciešamās darba lapas žūrijas komisijas locekļiem (1. kārtas, 2.kārtas, rezultātu apkopojums, saite tiešsaistes intervijas norises vietnei);
- apkopo *CITS BAZĀRS* rezultātus un paziņo uzvarētājus;
- nodādā apbalvojumus un diplomus SMU nomināciju ieguvējiem.

Padomi organizēšanai, dokumentu un darba lapu paraugi pieejami lejupielādei jalatvia.lv skolotāju profilā “Reģionālo SMU pasākumu Cits Bazārs organizēšana”.

ISCF

International Student Company Festival and Teachers' Conference (ISCF) ir starptautiskais Skolēnu mācību uzņēmumu festivāls un skolotāju konference. Tas ir viens no lielākajiem starptautiskajiem gadatirgiem Eiropā, ko katru gadu rīko *JA Latvia* Rīgā aprīļa sākumā. Festivālā pulcējas no 80 līdz 100 SMU no Eiropas un citām pasaules daļām, kopumā piedaloties līdz 500 pasākuma dalībniekiem. Tas ir starptautisks konkurss, kas dod vidusskolēniem iespēju attīstīt savu biznesu un salīdzināt tā konkurētspēju ar citu valstu labākajiem SMU. Dalībnieki iegūst starptautiskus kontaktus, kā arī skolotāju konferencē notiek starptautiska ekonomikas skolotāju pieredzes apmaiņa. Vairāk informācijas par pieteikšanās termiņiem un dalības maksu: www.iscflatvia.com

Jauno uzņēmēju dienas

Konkurss **Jauno uzņēmēju dienas** ir ikgadējs *JA Latvia* organizēts konkurss - SMU valsts mēroga fināls, kurā piedalās tie SMU, kas gada laikā guvuši ievērojamus sasniegumus, pilnveidojuši produkciju, uzlabojuši sniegumu, iemācījušies vai kā citādi pierādījuši sevi kā spēcīgu komandu, kura spētu pārstāvēt Latviju Eiropas SMU finālā. Konkursā *Jauno uzņēmēju dienas* piedalās līdz 20 SMU vidusskolu grupā un līdz 10 SMU pamatskolu grupā. Finālā apbalvo 1.-3. vietu ieguvējus pamatskolas un vidusskolas grupās, ņemot vērā kopējo punktu skaitu, kas iegūts izvērtējuma posmos.

Vidusskolas SMU tiek vērtēti 4 posmos:

- SMU gada ziņojums;
- biznesa prezentācija latviešu valodā;
- intervijas ar žūrijas komisiju pie izstādes stenda;
- individuālās intervijas ar žūrijas komisiju (darba valoda – latviešu un angļu).

Pamatskolas SMU tiek vērtēti 3 posmos:

- SMU gada ziņojums;
- intervijas ar žūrijas komisiju pie izstādes stenda;
- biznesa prezentācija latviešu valodā.

Company of the Year Competition

Konkurss ir JA Europe partnervalstu SMU programmas dalībnieku fināls Eiropas mērogā - katras valsts viena labākā SMU sasniegumu izvērtējums Eiropas līmenī. Labāko SMU dalībnieki iepazīstina žūrijas komisiju ar savu skolēnu mācību uzņēmumu un tā darbības rezultātiem.

Konkursa mērķis ir veicināt SMU kvalitātes attīstību un eksportspēju Eiropā.

Konkursu vērtē kompetenta, neatkarīga žūrijas komisija, kuras sastāvā ir dažādu valstu iestāžu, uzņēmumu, organizāciju vadītāji, vadošie darbinieki, pārstāvji un topoši SMU programmas investori. Eiropas mēroga SMU fināls ir ne tikai biznesa konkurence jauniešiem. Šajā konkursā jāsabalansē biznesa sasniegums komandā kopumā ar katra jaunieša individuālās personības attīstību. Tāpēc, lai komanda uzvarētu, nav tikai jānodibina finansiāli veiksmīgs uzņēmums vai jārada aizraujošs produkts vai pakalpojums - uzņēmuma dalībniekiem ir arī jāpierāda, ka viņi saprot, kā un kāpēc visai sabiedrībai ir svarīgs izveidotais SMU, jāparedz atšķirības un līdzības starp savu Skolēnu mācību uzņēmumu un reāliem uzņēmumiem reālā tirgū. Žūrija meklēs pierādījumus, ka SMU ir ieguvis pieredzi uzņēmējdarbībā mācību gada laikā un saprot savu vietu tajā.

SMU tiek vērtēti 3 posmos (darba valoda – angļu):

- intervijas ar žūrijas komisiju pie izstādes stenda;
- biznesa prezentācija;
- individuālās panelintervijas ar žūrijas komisiju.

Latviju šajā konkursā pārstāv katra gada labākais SMU valstī vidusskolas grupā. Gatavošanās notiek kopā ar *JA Latvia* sadarbības augstskolām un sadarbības partneriem. Pēc dalības Eiropas SMU finālā skolēni un skolotāji dalās pieredzē dažādos semināros, konferencēs skolēniem, skolotājiem un sadarbības partneriem.

START STRONG 3+3

Junior Achievement Latvia sadarbībā ar ASV vēstniecību Latvijā un karjeras skolu *Start Strong* rīko uzņēmējdarbības konkursu "*Start Strong 3+3*" *JA Latvia* skolu vecāko klašu (10. - 12.kl.) audzēkņiem, lai veicinātu vidusskolas jauniešus veidot skolēnu mācību izņēmumus, kuros ir saskatāmas inovācijas konkrētajā nozarē un kuri ir dzīvotspējīgi Latvijas vai konkrētā starptautiskā uzņēmējdarbības vidē.

Konkursa galvenā balva - uzvarētājkomandai 5 cilvēku sastāvā brauciens uz ASV.

Konkursa mērķis ir jaunas uzņēmēju paaudzes un nozares ekspertu veidošana, mācību procesā sasaistot teorētiskās zināšanas ar praksi.

9. SOLIS. STARPTAUTISKA SADARBĪBA

Eiropas gadatirgi

Katru gadu kādā no Eiropas valstīm tiek organizēts Eiropas Skolēnu mācību uzņēmumu pasākums, kur aicināti piedalīties visu Eiropas valstu pārstāvji. Paralēli gadatirgum norisinās dažādi semināri un tikšanās skolotājiem, *Junior Achievement Europe* tīkla organizāciju darbiniekiem, kā arī padomes locekļiem. Dalība šajā pasākumā ir lieliska iespēja iegūt pieredzi gan skolēniem, gan skolotājiem un attīstīt savu Skolēnu mācību uzņēmumu, kā arī dibināt starptautiskus kontaktus gan starp skolām, gan uzņēmumiem. Gadatirgū tiek izvirzītas sadarbības partneru nominācijas, kā arī apbalvots labākais gadatirgus Skolēnu mācību uzņēmums.

Gada laikā vairākas Eiropas valstis rīko nacionālus gadatirgus, kuros aicina piedalīties SMU no citām valstīm, lai veicinātu starptautiskas sadarbības veicināšanu. Atsevišķi par šiem starptautiskajiem pasākumiem meklēt informācija www.jal Latvia.lv.

Programma „Enterprise without Borders” (EwB)

Dalība programmā

- Reģistrēšanās
 - Skolotājam jāreģistrējas www.jaewb.org
 - Skolotājam jāizveido lapa skolai “EwB Site”
 - Pieteikumu apstiprina administrators (*JA Latvia*)
 - Skolēnu mācību uzņēmumam jāreģistrējas www.jaewb.org
 - Pieteikumu apstiprina administrators (*JA Latvia*)
- Sava profila aizpildīšana, produkta pievienošana katalogam
- Potenciālo sadarbības partneru meklēšana
- Kontaktēšanās ar potenciālo sadarbības partneri
- Vienošanās par sadarbības nosacījumiem
- Sadarbības pieteikuma formas aizpildīšana
- Sadarbības izbeigšana, nākotnes iespēju izpēte

Vairāk informācijas par *Enterprise without Borders* vortālā www.jaewb.org

10. SOLIS. SMU LIKVIDĒŠANA

Skolēnu mācību uzņēmuma likvidēšana ir tā darbības izbeigšana. Lai mācītos no pieļautajām kļūdām, novērtētu finansiālos zaudējumus un/vai ieguvumus, ir nepieciešams veidot atskaites par SMU darbību.

Likvidācijas atskaite ir jāiesniedz savam SMU konsultantam.

Likvidācijas atskaites ieteicamais saturs. Atskaite par katru pasākumu, kurā SMU piedalījies (katra atskaite atsevišķā MS WORD dokumentā). Jānorāda:

- norises vieta un laiks;
- pārdotās produkcijas apjoms;
- finanšu aprēķini (kopējie ieņēmumi, izdevumi, peļņa).

Vadītāja atskaite (par visu SMU darbības periodu kopā). Jānorāda:

- dibināšanas un likvidācijas datums (darbības ilgums);
- dibinātāju un pārējo darbinieku vārds, uzvārds;
- SMU produkta īss apraksts;
- pārdotās produkcijas apjoms;
- SMU vadītāja vērtējums par SMU darbību kopumā, darbības efektivitāti, lietām, ko varēja izdarīt labāk.

Finanšu atskaite (par visu SMU darbības periodu kopā). Jānorāda:

- naudas plūsmas aprēķins (tikai vidusskolas SMU);
- peļņas/zaudējumu aprēķins.

Mārketinga vadītāja atskaite (par visu SMU darbības periodu kopā). Jānorāda:

- tirdziņi, to norises vieta, laiks;
- mārketinga aktivitātes, kuras tika īstenotas (kā tika attīstīts (uzlabots) SMU stends un reklāmas elementi);
- mārketinga aktivitāšu izmaksas;
- mārketinga aktivitāšu efektivitāte.

Secinājumi (galvenie ieguvumi, ierosinājumi SMU programmas uzlabošanai).

Likvidācijas protokols

Par uzņēmuma likvidāciju tāpat kā dibināšanu ir jānolemj sēdē un tāpat kā dibināšanas sēdē arī šī ir jāprotokolē.

Likvidācijas sanāksmes sēdē apskatāmie jautājumi:

- atskaišu apstiprināšana (ienākumi, izdevumi);
- SMU likvidācija (jāveic uzņēmuma darbības peļņas sadale, jāpārtrauc SMU darbība).

JA Latvija apstiprina SMU likvidāciju pēc tam, kad viens no SMU dalībniekiem ir aizpildījis skolēna profilā sadaļā Atskaites/Dokumenti pieejamo Likvidācijas anketu.

Skolēns pabeidz programmu "Skolēnu mācību uzņēmums" tikai tad, ja ir apguvis pilnu SMU darbības ciklu, ieskaitot SMU likvidāciju.

SMU darbība var tikt ieskaitīta arī tad, ja SMU ir strādājis ar zaudējumiem, ir bankrotējis vai pārtraucis darbību citu iemeslu dēļ. Tikai likvidēts SMU tiek ieskaitīts JA Latvija Sertifikāta izpildes kritērijos.

Skolēnu mācību uzņēmumu darbība notiek tikai mācību gada ietvaros - no septembra līdz maijam.

IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI

Avots	Nodaļa rokasgrāmatā, kurai avots izmantots
"Patentu likums" "LV", 34 (3610), 27.02.2007., stājas spēkā 01.03.2007., www.likumi.lv , skatīts 04.10.2012	Patentēšana
Valdis Vanags, Velga Dišlere, Rinalds Rudzītis, 2005, „Jauniešu organizācijas vadītāja rokasgrāmata”, Rīga, LJP	Konflikti grupā, Sponsoru/partneru piesaiste, Kontakts ar medijiem
Kristīne Grauziņa, Vīta Diķe, 2000, „Skolēnu mācību firmas”, „Junior Achievement – Latvija”, 28.-29. lpp	Laika plānošana
„Biznesa ABC”, tiešsaistes resurss http://www.liaa.gov.lv/lv/biznesa_abc/biznesa_plans , skatīts 14.08.2012	Biznesa plāna izveide
„Dokumentu juridiskā spēka likums”, tiešsaistes resurss, http://www.likumi.lv/doc.php?id=210205 , skatīts 14.08.2012	Dokumentu noformēšanas pamatprincipi
Aija Strautmane, „Etikete un protokols”, 2009, „Jumava”, 40-60 lpp	Lietiskā etikete
„Reklāmas likums" ("LV", 7 (1918), 10.01.2000.; Ziņotājs, 3, 10.02.2000.), stājas spēkā 24.01.2000., skatīts 04.10.2012	Mārketinga plāns
Junior Achievement – Latvija, „Biznesa pamati”, 1998, Rīga	
Agnese Pavloviča „Ievads reklāmas pasaulē”, Junior Achievement – Latvija, Rīga, 2004	
Junior Achievement International, „Global Learning of the Business Enterprise”, 1992, USA	
JA Latvia Ekonomikas skolotāju kluba ekspertu grupa, „Tava uzņēmējdarbība, Tava pasaule”, 2010, Rīga	
www.jaeurope.org	
www.jal Latvia.lv	

SMU NOSAUKUMS



Nr.
Izdota: Junior Achievement Latvia
Skolēnu mācību uzņēmumam

Izglītības iestāde	Skolas nosaukums
Produkts/pakalpojums	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec.
Darbības nozare	
Darbības laiks	
SMU dalībnieki	
Klase	Vārds, uzvārds
Klase	Skolēna vārds, uzvārds
Klase	Skolēna vārds, uzvārds
Klase	Skolēna vārds, uzvārds
Klase	Skolēna vārds, uzvārds
Klase	Skolēna vārds, uzvārds

Biedrība JA Latvia apliecina, ka skolēnu mācību uzņēmumu veidošana un darbība notiek saskaņā ar starptautiskās organizācijas JA Europe un biedrības JA Latvia apmācību programmu „Skolēnu mācību uzņēmumi”. Biedrība JA Latvia apstiprina SMU Reģistrācijas Apliecību, kuru atļauts izmantot SMU pasākumos CITS BAZĀRS skolas, pilsētas, reģiona, valsts mērogā.

Biedrība JA Latvia un izglītības iestāde veic kontroli par to, lai Skolēnu mācību uzņēmumu (SMU) darbība notiktu saskaņā ar SMU programmas nolikumu un lai tai būtu izteikts mācību raksturs. Izglītības iestāde ir atbildīga par informāciju, kuru tā skolotāja/konsultanta un direktora personā sniedz Biedrībai JA Latvia

Biedrība JA Latvia rekomendē oficiālām organizācijām un uzņēmumiem piedalīties jaunatnes ekonomiskajā izglītošanā un sadarboties ar Skolēnu mācību uzņēmumu.

Izglītības iestādes adrese:

Atbildīgais skolotājs / biznesa konsultants: _____ /vārds, uzvārds/
paraksts

Izglītības iestādes vadītājs: _____ /vārds, uzvārds/
paraksts

Apliecības izdošanas datums: _____ Z.v.



www.jal Latvia.lv

SMU eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

Klienta eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

SMU eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

Klienta eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

SMU eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

Klienta eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

SMU eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

Klienta eksemplārs
SMU nosaukums:
Reģistrācijas apliecības nr.:



IEŅĒMUMU ORDERIS Nr: _____
20 . gada _____

Prece/pakalpojums	Cena, EUR	Skaits (vienības)	Summa, EUR
Kopā:			

Ieņēmumu orderi izsniedza: _____

Ieņēmuma orderis nav izdevumus attaisnojošs dokuments juridiskām personām. SMU ir mācību metode, ko īsteno Junior Achievement Latvia, sīkāka informācija par to pieejama jalatvia.lv.

