



RĪGAS VALSTS 3. ĢIMNĀZIJA
Grēcinieku iela 10, Rīga, LV-1050, tālrunis 67222602, e-pasts r3g@riga.lv

IEKŠĒJIE NOTEIKUMI

R ī g ā

29.01.2019.

GV3-19-2-nts

Biznesa plānu izstrādes, noformēšanas un aizstāvēšanas kārtība

I. Vispārīgie jautājumi

1. Noteikumi nosaka Rīgas Valsts 3.ģimnāzijas (turpmāk – izglītības iestāde) izglītojamo pētniecisko darbu izstrādes organizāciju, noformēšanu un vērtēšanu (turpmāk – kārtība).
2. Rīgas Valsts 3. ģimnāzija īsteno *Junior Achievement – Latvija (JA Latvija)* programmu “Skolēnu mācību uzņēmums” (turpmāk tekstā - SMU) un ir neatņemama Komerzciniību programmas sastāvdaļa.¹

II. Uzdevumi

3. Iepazīties ar mūsdienu komercdarbības būtību, organizāciju un plānošanu.
4. Pielietot un pārbaudīt iegūtās ekonomikas zināšanas, praktiskās uzņēmējdarbības prasmes, darbojoties savā SMU.
5. Veidot prasmes darbā ar zinātnisko literatūru.
6. Apgūt prasmi apstrādāt pētījuma gaitā iegūtos datus un analizēt rezultātus.
7. Apgūt prasmi noformēt biznesa plāna pētījuma rezultātus.
8. Apgūt prasmi uzstāties konferencēs.
9. Veidot nepieciešamās prasmes un attieksmes komercdarbībai izglītības iestādes, valsts un starptautiskajā mērogā.

III. Biznesa plāna nepieciešamības pamatojums

10. Rīgas Valsts 3.ģimnāzija ir izglītības iestāde, kura realizē vispārējās vidējās izglītības programmas. Izglītojamie izmanto dažādas mācību metodes, viena no tām – zinātniski pētnieciskie darbi. Izglītojamajiem ir iespēja motivēti gatavoties tālākām studijām, pašapliecināties, piedalīties konferencēs ģimnāzijā un ārpus tās, gatavoties konkurencei darba tirgū.

IV. Biznesa plānu izstrādes organizācija

11. Rīgas Valsts 3. ģimnāzijā komerczinību programmas skolēni izstrādā individuālu Uzņēmuma biznesa plānu (turpmāk tekstā – biznesa plāns), kurā plāno SMU attīstības - pilnveides modeli un attēlo, kā pēc SMU slēgšanas uzsākt patstāvīgu uzņēmējdarbību.
12. Katrs skolēns biznesa plānā apraksta detalizēti pirmo gadu un kompleksi no 2. līdz 5. attīstības gadam attīstības stratēģiju mārketinga un finanšu nodaļās, pilnveidojot, dažādojot produktu, izmantojot jaunākās tehnoloģijas, ieviešot inovācijas.

¹ RV3ĢG izstrādāta programma C un H modulim

13. Biznesa plānu skolēni izstrādā pēc Rīgas Valsts 3. ģimnāzijas “Biznesa plānu izstrādes, noformēšanas un aizstāvēšanas kārtības”.
14. Biznesa plāns ir pielīdzināms skolēnu Zinātniski pētnieciskajam darbam. Biznesa plāna vērtējums ir viens no komerczinību priekšmetu vērtējumiem kā gada nobeiguma darbs 11. c un h moduļu klasēs.
15. Biznesa plāna vadītājs ir komerczinību pasniedzējs. Biznesa plāna izstrādei var būt pieaicināti konsultanti no biznesa vides vai citi mācībspēki.
16. Biznesa plāna izstrādes grafiks tiek sastādīts un saskaņots ar priekšmeta skolotāju.
17. Biznesa plāna vadītājs regulāri seko biznesa plāna izstrādes veikšanai, sniedz konsultācijas datu ieguves un rezultātu apkopošanas procesā.
18. Biznesa plāna gala vērtējums var tikt uzlabots atbilstoši Rīgas Valsts 3.ģimnāzijas Izglītojamo mācību sasniegumu vērtēšanas kārtībai.

V. Biznesa plāna iesniegšana, vērtēšana

19. Biznesa plāns tiek noformēts atbilstoši metodiskajām prasībām. Izglītības iestāde nodrošina datoru izmantošanu, pakalpojumu - kopēšanas, drukāšanas pieejamību, kā arī nodrošina materiālu – papīru.
20. Darbus iesniedz aprīlī metodiskajā kabinetā direktora vietniecei atbilstoši skolas darba plānam, drukātā un iesietā formā.
21. Aizstāvēšanas laiku nosaka direktora vietniece izglītības jomā.
22. Biznesa plānu vērtēšanas komisijā ir sociāli pilsoniskās Metodiskās komisijas skolotāji un biznesa vides pārstāvji.
23. Vērtējumi tiek fiksēti protokolā, kurā parakstās visi komisijas locekļi,

VI. Biznesa plāna izstrāde, noformēšana

24. Biznesa plānā jāatspoguļo praktiski un patstāvīgi funkcionējošo uzņēmumu. SMU ir kā pieredzes bāze un praktiskais piemērs, lai pārbaudītu vai produkta ideja ir reāla un spēs darboties pēc SMU slēgšanas.
25. Biznesa plāna apjoms ir no 10 līdz 30 A4 lapām, bez pielikumiem.
26. Biznesa plāna saturs tiek papildināts ar apakšnodaļām (skatīt 1. pielikumu).
27. Jāizveido darba kopsavilkums (ne vairāk ka 1 lpp.), kura īsi apraksta biznesa būtību.
28. Finanšu sadaļā jānorāda uzņēmuma darbība 1. gadā pa mēnešiem, un no 2. līdz 5. gadam - attīstības prognozes.
29. Finanšu daļa sastāv no naudas plūsmas, sākuma un beigu bilances, peļņas un zaudējuma aprēķina tabulām. Biznesa plānā jāveic uzņēmuma finansiālā stāvokļa izvērtēšana. Teksta daļā ir atsauces uz finanšu daļas tabulām.
30. Darba noformējums: datorrakstā ar 1,5 rindstarpu intervālu uz A4 formāta balta papīra lapām, burtu lielums 12 pt (Times New Roman). Attālumi no lapu malām: augšā un apakšā 2 cm, iekšmalā 3 cm, ārmaļā 1 cm. Darba lapas numurē apakšā, lapas vidū ar arābu cipariem bez punkta. Jaunā lappusē jāsāk darba galvenās daļas, bet apakšnodaļas turpina rakstīt aizsāktajā lappusē, taču lappusi nedrīkst beigt tikai ar jaunu virsrakstu.
31. Titullapa nav jānumurē, ar ciparu 2 numurē nākamo lapu aiz titullapas.
32. Tabulām jābūt ar virsrakstiem un numurētām ar arābu cipariem labajā pusē pie tabulas virsraksta (skatīt 2. pielikumu).
33. Diagrammas, shēmas, zīmējumus fotogrāfijas u.c. ilustrācijas un attēlus numurē ar arābu cipariem augošā secībā no darba sākuma vai nodaļas robežās. Attēla nosaukumu raksta zem tā vienā rindā ar numuru (skatīt 2. pielikumu).
34. Biznesa plāna Pielikumā jāparāda produkta prototips un SMU praktiskās darbības atspoguļojumu (SMU pasākumu CITS BAZĀRS nominācijas) u.c. informācija. Pielikuma nosaukums un numurs jāraksta lapas labajā pusē.
35. Iesniedzot darbu, skolēns parakstās, ka darbs veikts patstāvīgi.
36. Biznesa plānu veido pēc vērtēšanas kritērijiem (1.tabula).

Biznesa plāna vērtēšanas kritēriji

	Vērtēšanas kritēriji	Punkti
1.Kopsavilkums	Ir apskatīta uzņēmuma izveides vēsture, misija, vīzija, stratēģiskais mērķis. Sniegts uzņēmuma apraksta kopsavilkums, secinājumi, kas norāda uz inovāciju, konkurētspēju, ilgtspēju reģionā, valstī, pasaulē. Informācija prezentēta viegli uztveramā formā.	3
2. Uzņēmuma apraksts	Pamatinformācija par uzņēmumu: nosaukums, īpašnieki, darbības veids. Pamatoti uzņēmuma finanšu avoti, komercdarbības forma, atrašanās vietas un adreses izvēle. Uzņēmuma atrašanās vieta ir reāla Latvijā, Eiropā. Raksturotas uzņēmumam nepieciešamās komunikācijas.	3
3. Uzņēmuma struktūra un vadība, personāls	Izstrādāta uzņēmuma struktūra un aprakstīti personāla pienākumi, izstrādāta uzņēmuma struktūra attēlo lēmuma pieņemšanas un izpildes procesu.	3
4. Riska faktoru analīze	Ir aprēķināta risku varbūtība, iespējamie zaudējumi, risinājumi to mazināšanai.	3
5. Uzņēmuma SVID analīze	Izstrādātie plāni atspoguļo stiprās puses, iespējas, kā mazināt vājās puses un novērst draudus. Novērtējumi pamatoti ar aprēķiniem (rentabilitāte, maksātspēja u.c.)	3
6. Attīstības stratēģijas plāns	Attīstības plāns raksturo uzņēmuma īstermiņa, ilgtermiņa stratēģiju, lai īstenotu uzņēmuma misiju.	3
7. Preces vai pakalpojuma apraksts	Sniegta produkta specifikācija, ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas process. Nosaukti, raksturoti preces ražošanai, pakalpojuma sniegšanai izmantojamie ražošanas faktori. Prece vai pakalpojums salīdzināts ar Latvijas, Eiropas tirgū līdzīgiem produktiem.	3
8. Tirgus analīze, konkurenti	Veikta tirgus izpēte, izmantojot >2 pētnieciskās metodes (aptaujas, intervijas, novērojumi u.c.). Noteikti produkta priekšrocības, pirkšanas apjoms, laiks, vieta, veids, cena, cilvēki. Veikta konkurentu izpēte un sniegts konkurentu raksturojums. Pētījumi veikti reālā reģiona tirgus sektorā, informācija balstīta ticamos avotos	3
9. Tirgzinības (mārketinga plāns)	Apskatīti: produkta virzība tirgū, uzņēmuma realizācijas kanāli. Pamatots reklāmas veids, forma, vieta un laiks, aprēķinātas reklāmas izmaksas. Ir izstrādātas cenu politikas.	5
10. Finanšu informācija	Veiktie aprēķini atspoguļo uzņēmuma plānoto darbības procesu (ieņēmumi, izmaksas u.c.), veiktie aprēķini atspoguļo uzņēmuma darbību periodā (naudas plūsma), novērtē uzņēmuma darbību (balance, PZA).	20
11. Noformējums, apjoms	Noformējums korekts, atbilst metodiskajām norādēm, rekomendācijām. Pareiza atsauču lietošana – ja tekstā minēts citāts; dots skaitlisks materiāls; pieminēts vai aprakstīts kāds piemērs; pieminēts avots, raksts.	5
12. Attieksmes, mērķtiecība, radošums	Biznesa plāns ir izstrādāts patstāvīgi, regulāri, iesniegts laikā. Skolēns ievēro lietišķo etiķeti, kultūru. Biznesa ideja ir novērtēta konkursos, gadatirgos, konferencēs Latvijā, starptautiskajā vidē.	5
13. Pielikumi, reklāma	Papildus materiāli (shēmas, telpu plāns, iekārtojums, foto, tehnoloģiskās kartes, maketi, apliecinājumi, reklāmas paraugi u.c.).	5
	Kopā:	64

VII. Biznesa plāna aizstāvēšana

37. Vizuālo prezentāciju un stendu skolēns uzstāda 30 min pirms darbu aizstāvēšanas sākuma.
38. Biznesa plāna prezentācijas apjoms ir no 15 līdz 20 slaidiem.
39. Aizstāvēšanai kopumā vienam skolēnam atvēlētas līdz 10 minūtēm:
 - a) vizuālā un mutiskā prezentācija – 5 min;
 - b) prezentāciju papildina neliels stends un produkta un reklāmas demonstrējums – 2 min;
 - c) atbildes uz jautājumiem – 3 min.
40. Biznesa plāna aizstāvēšanas prezentācijas ieteicamais saturs:

Titulslaidis

1. Uzņēmuma apraksts (vizītkarte)
2. Mērķi, misija, vīzija
3. Personāls
4. Tirgus analīze
 - 4.1. Konkurenti
 - 4.2. Aptauja
 - 4.3. SVID analīze
 - 4.4. Riski
5. Finances
 - 5.1. Pamatkapitāls, pamatlīdzekļi
 - 5.2. Cena, izmaksas
 - 5.3. Ienākumu, izmaksu, peļņas salīdzinājums (diagrammas)
 - 5.4. Naudas plūsma
 - 5.5. Bilance
 - 5.6. Citas tabulas.
6. Secinājumi
Produkta, stenda un reklāmas demonstrācija

2.tabula

Biznesa plāna aizstāvēšanas prezentācijas kritēriji

Vērtēšanas kritēriji	Punkti
1. Saturs, tā atbilstība biznesa plānam	10
2. Noformējums: burti, fons, ilustrācijas, tabulas, diagrammas	5
3. Produktu paraugi, prototipi + reklāma, tās materiāli un stends	5
4. Runa: stils un valoda, terminu lietošana	5
5. Ārējais izskats: apģērbs, manieres un ētika	5
6. Atbildes uz jautājumiem – pareizība, korektums	3
7. Izcilības elementi	3
Kopā:	36
Ieteicams:	
Pedalīšanās diskusijā par prezentācijām uzdodot jautājumus	

Direktors

Andris Priekulis

PIEŅEMTS

Rīgas Valsts 3. ģimnāzijas pedagoģiskās padomes sēdē
2019. gada 3.janvārī protokols Nr. 3

Sagatavoja: Olga Kuzmina, Airita Mileika-Plūme

Saturs

Kopsavilkums

- 1. Uzņēmuma apraksts**
 - 1.1. Uzņēmuma vizītkarte
 - 1.2. Uzņēmuma raksturojums
 - 1.3. Uzņēmuma misija, vīzija, pirmā gada mērķi
 - 1.4. Uzņēmuma komercdarbības vide
- 2. Produkta apraksts**
 - 2.1. Produkcijas apraksts, dizaina priekšrocības, pircēja vajadzības
 - 2.2. Produkta pašizmaksa, cena, izejvielas, piedāvātais apjoms
 - 2.3. Iesaiņojums, tā īpatnības, transportēšana, serviss
 - 2.4. Kalpošanas ilgums, uzglabāšanas nosacījumi, garantijas
 - 2.5. Lietošanas instrukcija, logo
- 3. Tirgus analīze**
 - 3.1. Tirgus raksturojums
 - 3.2. Konkurentu raksturojums
 - 3.3. Tirgus segmenta noteikšana
 - 3.4. Mērķtirgus noteikšana
- 4. Mārketinga plāns**
 - 4.1. Produkta dzīves cikls, attīstības stratēģija
 - 4.2. Cenu veidošana, cenu stratēģija
 - 4.3. Realizācijas vieta, izplatības stratēģija (sadales kanāli)
 - 4.4. Reklāmas, produkta virzīšana tirgū stratēģija
- 5. Uzņēmuma darbība**
 - 5.1. Uzņēmuma projektēšana (ražošanas ēku, iekārtu un inventāra raksturojums)
 - 5.2. Produkta ražošanas apraksts, tehnoloģijas karte
 - 5.3. Ražošanas, pakalpojumu sniegšanas pilnveidošanas stratēģijas, inovācijas
- 6. Uzņēmuma vadība un nodarbinātās personas**
 - 6.1. Uzņēmuma vadības struktūra
 - 6.2. Darbinieku pienākumi, atlases kritēriji
- 7. Riska faktoru analīze**
- 8. SVID analīze**
- 9. Attīstības plāns, operatīvie, taktiskie, stratēģiskie mērķi**
- 10. Finanšu plāns**
 - 10.1. Uzņēmuma pamatkapitāls, apgrozāmie līdzekļi
 - 10.2. Pastāvīgās izmaksas, reklāmas izmaksas, algu aprēķins, amortizācijas aprēķins
 - 10.3. Pašizmaksa, mainīgās izmaksas, darbaspēka algu aprēķins, neplānotās izmaksas
 - 10.4. Plānotie ieņēmumi, neplānotie ieņēmumi
 - 10.5. Naudas plūsma
 - 10.6. Peļņas – zaudējuma aprēķins
 - 10.7. Uzņēmuma bilance
 - 10.8. Plānoto rezultātu novērtējums

Bibliogrāfisko norāžu saraksts

Pielikumi

- Produkta attēli
- SMU pasākuma *CITS BAZĀRS* nominācijas, sasniegumi

Apliecinājums (jaunā lapā)

Biznesa plānu izstrādāju patstāvīgi.(paraksts)....., /vārds, uzvārds/

Atsauces tekstā

Tabulu noformēšana:

Piemērs

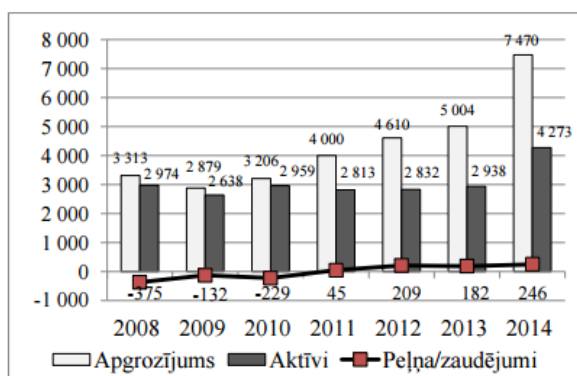
4.1. tabula

SIA „Lāči” saimnieciskās darbības rādītāji 2008. – 2014. gadā, EUR

Gads	Apgrozījums	Peļņa/zaudējumi	Aktīvi
2014	7 470 184	246 060	4 272 717
2013	5 004 322	181 581	2 937 731
2012	4 610 076	209 304	2 831 895
2011	4 000 418	44 736	2 812 763
2010	3 206 020	-229 000	2 959 253
2009	2 878 958	-131 532	2 638 444
2008	3 313 616	-375 249	2 973 973

Avots: Baltic Business Service (2015)

Attēlu noformēšana:



4.1. attēls. SIA „Lāči” saimnieciskās darbības rādītāji 2008. – 2014. gadā, tūkst. EUR

Avots: Baltic Business Service (2015)

Formulu formatēšana:

Piemērs. Dividenžu augšanas modeli aprēķina pēc formulas (4.1.):

$$P_0 = D_1 / K_S - g, \quad (4.1.)$$

kur

P_0 - parasto akciju pašreizējā cena,

D_1 - parasto akciju dividenžu summa, maksājama nākamajā periodā,

K_S - parasto akciju dividenžu likme,

g - sagaidāmais parasto akciju dividenžu pieauguma temps.

Avots: Brauns (2015)

Bibliogrāfisko norāžu saraksts

Izmantotajām grāmatām:

Grāmatām: uzvārds, iniciālis, (gads*), *grāmatas nosaukums*, izdevējs, izdošanas vieta.

Piemēri.

1) Dubkēvičs, L., Barbars, A. (2011), *Role of organizational culture and leadership in company's efficiency*, LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrücken

2) Ross, S., Westerfield, R., Jordan, B. (2012), *Fundamentals of corporate finance*, McGraw-Hill Irwin, Boston

Interneta resursiem:

Interneta avotiem: uzvārds, iniciālis (gads), „raksta nosaukums”, pieejams: interneta resursa adrese (skatīšanas datējums)

Piemērs.

Palmbaha, I. (2012), "Ko jāzina par grāmatvedības ārpakalpojumu izmantošanu", pieejams: <http://www.biznesam.lv/?sub=publications&id=356> (skatīts 2013. gada 1. martā)