

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

Olga Bladžiuvienė

**MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONĖS EKONOMINIO EFEKTYVUMO
VERTINIMAS**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė. Prof. dr. Dalia Bernatonytė

KAUNAS 2016

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

**MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONĖS EKONOMINIO EFEKTYVUMO
VERTINIMAS**

Verslo ekonomika

MAGISTRO DARBAS

Studentė.....

Olga Bladžiuvienė, VMGLVE-4

2016 m. sausio 4 d.

Vadovė

Prof. dr. Dalia Bernatonytė

2016 m. d.

Recenzentė

Prof. dr. Irena Pekarskienė

2016 m. d.

KAUNAS 2016



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
Ekonomikos ir verslo fakultetas

Olga Bladžiuvienė

Verslo ekonomika, 621L17001

Baigiamojo magistro darbo „Mažmeninės prekybos įmonės ekonominio efektyvumo vertinimas“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

2016 m. sausio 4 d.
Kaunas

Patvirtinu, kad mano **Olgos Bladžiuvienės** baigiamasis magistro darbas tema „Mažmeninės prekybos įmonės ekonominio efektyvumo vertinimas“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

Bladžiuvienė O. (2015). Economic Efficiency Evaluation of Retail Trade Company's. Master's Final Thesis in Business Economics. Study Programme 621L17001. Supervisor prof. dr. D. Bernatonytė. Kaunas: School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

SUMMARY

Market economics leads to the development of economical analysis, first of all on the micro level that is the level of individual businesses, because namely the separate business units (various forms of ownership) form the ground of the market economics. The analysis of company's economic efficiency is necessary not only to the company's leadership to evaluate financial situation of the business, but also to many interested parties, who are directly involved in company's economical activity. In the conditions of market economics, analysis has to provide not only the evaluation of implemented plans and financial-economical activity, but also exclude, analyze and focus the resources of economical and social development, help to make optimal strategic and management decisions.

The object – economic efficiency evaluation of retail trade company UAB Pasaulio skoniai.

The aim is to analyze theoretical aspects of retail trade company's economic efficiency and evaluate the opportunities of increasing economic efficiency in retail company UAB Pasaulio skoniai

The goals:

1. Determine the essence and importance of economic efficiency or retail trade company;
2. Examine the retail trade company's economic efficiency's assessment methods;
3. Perform the assessment of UAB Pasaulio skoniai qualitative economical efficiency indicators and provide recommendations to improve the efficiency;
4. Perform the assessment of UAB Pasaulio skoniai quantitative economical efficiency indicators and provide recommendations to improve the efficiency.

The first part of master thesis analyses the necessity of evaluation of the economic efficiency and also reviews the importance of the food sector to the country's economics.

The second part of master thesis determines the essence of efficiency and reviews the most popular methods of company's economic efficiency evaluation.

The third part of master thesis is dedicated to the research methodology, which was used to evaluate UAB Pasaulio skoniai economic efficiency.

The fourth part of master thesis provides the analysis of the evaluation of UAB Pasaulio skoniai economic efficiency. Performed calculations and analyzed qualitative indicators revealed that retail company's UAB Pasaulio skoniai economical activity is not being managed efficiently enough and needs to be reconsidered by the company's leadership.

The master thesis consists of 66 pages, 11 tables and 11 images.

Keywords: Economic Efficiency, retail company, indicators evaluation.

TURINYS

ĮVADAS.....	9
1. MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMO SVARBA	11
1.1. Veiklos efektyvumo vertinimo būtinumas	11
1.2. Maisto pramonės sektoriaus svarba šalies ekonomikai.....	12
2. MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI	17
2.1. Veiklos efektyvumo samprata.....	17
2.2. Efektyvumo vertinimo metodų visuma	19
2.2.1. Santykinų rodiklių analizė.....	21
2.2.2. Išorinės ir vidinės aplinkos analizė	25
2.3. Rizika mažmeninės prekybos įmonių veikloje.....	27
3. TYRIMO METODOLOGIJA	31
4. UAB „PASAULIO SKONIAI“ EKONOMINIO EFEKTYVUMO VERTINIMAS	35
4.1. UAB „Pasaulio skoniai“ veiklos aprašymas	35
4.2. UAB „Pasaulio skoniai“ išorinės ir vidinės aplinkos analizė	37
4.2.1. UAB „Pasaulio skoniai“ konkurentų analizė	37
4.2.2. UAB „Pasaulio skoniai“ PEST analizė	42
4.2.3. UAB „Pasaulio skoniai“ SSGG (SWOT) analizė	43
4.3. UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominį efektyvumą lemiančių rodiklių vertinimas	46
4.3.1. Horizontalioji UAB „Pasaulio skoniai“ balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos analizė.....	46
4.3.2. Vertikalią UAB „Pasaulio skoniai“ balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos analizė.....	48
4.3.3. UAB „Pasaulio skoniai“ pelningumo rodiklių vertinimas.....	48
4.3.4. UAB „Pasaulio skoniai“ likvidumo rodiklių vertinimas	50
4.3.5. UAB „Pasaulio skoniai“ finansinio svėro rodiklių vertinimas	53
4.3.6. UAB „Pasaulio skoniai“ apyvartumo rodiklių vertinimas.....	55
4.3.7. UAB „Pasaulio skoniai“ rinkos vertės rodiklių vertinimas	57
4.3.8. UAB „Pasaulio skoniai“ sąnaudų lygio rodiklių vertinimas.....	58
4.4. UAB „Pasaulio skoniai“ rizikos vertinimas	59
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	61
LITERATŪRA.....	64
PRIEDAI	67

Paveikslų sąrašas

1. pav. Lietuvos pramonės šakų dalis bendroje pridėtinėje vertėje, proc., 2011.....	13
2. pav. Maisto produktų gamybos sektoriaus pasiskirstymas pagal sub-sektorius.....	15
3. pav. Įmonės veiklos analizės ekonominės informacijos fondas.....	20
4. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ darbuotojų skaičiaus dinamika 2011-2014 m.....	35
5. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ pajamų generavimo struktūra.....	36
6. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ grynojo pelno dinamika.....	36
7. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ potencialo analizės rezultatai.....	41
8. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ grynojo ir bendrojo pelningumo dinamika 2011-2014 m.....	49
9. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ likvidumo rodikliai 2011-2014 m.....	51
10. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ bendrasis ir ilgalaikės skolos rodikliai 2011-2014 m.....	54
11. pav. UAB „Pasaulio skoniai“ likvidumo rodikliai 2011-2014 m.....	60

Lentelių sąrašas

1. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ SSGG analizė.....	44
2. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ pelningumo rodikliai 2011-2014 m.....	49
3. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ einamojo likvidumo ir kritinio likvidumo skirtumas 2011-2014 m.....	52
4. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ apyvartinio kapitalo rodiklis 2011-2014 m.....	52
5. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ finansinio svėro koeficientai 2011-2014 m.....	53
6. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ palūkanų padengimo koeficiento skaičiavimas 2011-2014 m.....	55
7. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ turto apyvartumo rodikliai 2011-2014 m.....	55
8. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ apyvartumo rodikliai 2011-2014 m.....	56
9. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ rinkos vertės rodikliai 2011-2014 m.....	58
10. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ sąnaudų lygio rodikliai 2011-2014 m.....	59
11. lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ bankroto tikimybė 2011-2014 m.....	60

IVADAS

Įmonių efektyvumo vertinimo problema visada buvo aktuali ekonomikos moksle. Suinteresuotumas šia problema atsiranda skirtinguose ekonomikos valdymo lygmenyse – nuo privačių įmonių savininkų iki valstybės vadovų.

Viena svarbiausių rinkos mechanizmo sudedamųjų yra konkurencija. Tai pagrindinė koncepcija, kuri išreiškia rinkos santykių esmę. Konkurencija tarp gamintojų tai bendradarbiavimo rūšis, kuri apima kainų ir gamybos kiekių nustatymą rinkoje. Konkurencija yra svarbus ūkinio aktyvumo stimuliavimo, produkcijos kokybės ir įvairovės didinimo, išteklių mažinimo ir ekonomikos augimo stabilizavimo faktorius.

Šiuolaikinė ekonomika, su vis didėjančia konkurencija, iš vadovų ir vadybininkų, įmonių ir asociacijų reikalauja ekonominio potencialo panaudojimo efektyvumo didinimo, geriausio rezultato pasiekimo, naudojant mažiausius išteklių kiekius. Rinkos mechanizmo sąlygomis analizė privalo ne tik pateikti įgyvendintų planų bei finansinės-ūkinės ir kitų veiklų įvertinimą, bet ir išskirti, išanalizuoti ir sutelkti ekonominio ir socialinio vystymosi išteklius, padėti priimti optimalius strateginius ir valdymo sprendimus.

Temos aktualumas. Rinkos ekonomika sąlygoja ekonominės analizės vystymąsi visų pirma mikro lygiu, tai yra atskirų įmonių lygiu, nes būtent atskiri verslo vienetai (įvairios nuosavybės formos) ir sudaro rinkos ekonomikos pagrindą. Mažmeninės prekybos įmonės veiklos efektyvumo analizė būtina ne tik šių įmonių vadovams finansinei situacijai įvertinti, bet ir daugeliui kitų suinteresuotų šalių, kurios tiesiogiai dalyvauja ūkinėje veikloje.

Efektyvumo įvertinimo rodiklių nustatyme, mokslininkų nuomonės išsiskyrė. Vieni mano, jog būtina turėti vieningą vertinimo kriterijų sistemą, tikslių rodiklių visumą. Analizės galutinį rezultatą, jų nuomone, turėtų vertinti ekspertas, kuris ir apskaičiavo tuos rodiklius, turėdamas omenyje visas neformalias (nematomas visiems) aplinkybes, savo patirtį, nuojautą, prognozes ir remdamasis tuo daryti išvadas. Kiti mokslininkai siūlo iškart išskirti daugybę įtakos faktorių ir vertinti kompleksinį efektyvumo rodiklį.

Faktiškai įmonės veiklos efektyvumo vertinimas yra šios įmonės rezultatų vertinimas. Rezultatai gali būti matuojami pagamintos produkcijos kiekiu arba pelno dydžiu. Bet pats iš savęs šių rezultatų dydis nesuteikia galimybės daryti išvadas apie efektyvią arba neefektyvią įmonės veiklą, nes neaišku kokia kaina buvo pasiekti šie rezultatai. Todėl, kad gauti objektyvų ūkinės veiklos efektyvumo įvertinimą, būtina turėti omenyje išteklių įvertinimą, kurių dėka buvo pasiekti minėti rezultatai. Gamybos procesas vykdomas tam tikrų veiksnių dėka: darbo jėga, žaliavos, apyvartinės lėšos. Be visų šių išteklių, įmonės veiklai tiesioginę įtaką daro ir finansinė įmonės būklė, o taip pat tam tikri

organizaciniai, valdymo, technologiniai ir kiti privalumai, kurie yra įvardinami kaip nematerialūs ištekliai.

Tyrimo problema: UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominį efektyvumą lemiančių veiksnių nustatymas.

Tyrimo objektas yra mažmeninės prekybos įmonės UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominio efektyvumo vertinimas.

Tyrimo tikslas yra išnagrinėti mažmeninės prekybos įmonių ekonominio efektyvumo teorinius aspektus ir įvertinti mažmeninės prekybos įmonės UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominio efektyvumo didinimo galimybes.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti mažmeninės prekybos įmonių veiklos ekonominio efektyvumo esmę ir svarbą;
2. Išnagrinėti mažmeninių prekybos įmonių ekonominio efektyvumo vertinimo metodus;
3. Atlikti UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominio efektyvumo kokybinių rodiklių vertinimą bei pateikti rekomendacijas efektyvumui padidinti;
4. Atlikti UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominio efektyvumo kiekybinių rodiklių vertinimą bei pateikti rekomendacijas efektyvumui padidinti.

1. MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMO SVARBA

1.1. Veiklos efektyvumo vertinimo būtinumas

„Šiuolaikinėje organizacijoje kokybišką veiklos matavimą lemia ne vienas, o grupė rodiklių, kurie yra svarbiausi matavimo posistemio elementai. Dabar mažai žinoti, ar įmonė veikia pelningai, ar ne. Sėkmingą verslą garantuoja informacija apie kiekvieno produkto ar vartotojo pelningumą, bei atskirų padalinių veiklos efektyvumą. Pasaulinės konkurencinės rinkos sąlygomis veiklos vertinimas tampa svarbia ekonomine problema“. (Christauskas Č., Kazlauskienė V. 2009:715)

Siekiant efektyviau panaudoti turimus išteklius, svarbu optimizuoti darbo procesus. Pasak Darškuvienės V. ir Šakalytės J. (2006), įmonės procesų efektyvumo didinimas yra svarbus faktorius ilgalaikio stabilumo atžvilgiu. Autorių teigimu, plačiai paplitęs supratimas, jog efektyvumas mikro lygiu (įmonės vidaus procesai) yra stipriai įtakojami efektyvumo makro lygiu, t.y. efektyvumu visoje ekonominėje sistemoje ir jos sektoriuose. Taip bankų sektorius ir finansų rinkos turėtų būti įtrauktos į efektyvaus investavimo lėšų paskirstymą. Tačiau klausimas yra kiek efektyvus yra šių sektorių darbas, siekiant savo pagrindinio tikslo. Sparčiai didėjant globalizacijai, atsiranda būtinumas Lietuvos finansinei sistemai dirbti vis efektyviau.

Daugelis užsienio ir Lietuvos autorių sieja mažmeninės prekybos įmonių efektyvumo įvertinimo būtinybę su nuolat besikeičiančiomis rinkos sąlygomis, t.y. vis didėjančia konkurencija. Ypač didelę įtaką tam turi jau minėta globalizacija, kadangi įmonėms tenka konkuruoti ne tik vietinėje rinkoje, bet ir tarptautiniame lygmenyje. Mažmeninės prekybos įmonėms, norint neatsilikti ir pralenkti konkurentus, reikia nuolat stebėti bei vertinti savo veiklą, nuolat siekiant geriausio rezultato, panaudojant išteklius efektyviausiu būdu.

„Dažnai rezultatyvumo ir efektyvumo sąvokos yra painiojamos. Norint įvertinti mažmeninės prekybos įmonės veiklą, šias sąvokas būtina atskirti. Veiklos rezultatyvumas parodo faktiškai gautų rezultatų ir užsibrėžtų tikslų atitikimo lygį. Veiklos efektyvumas galima apibūdinti kaip teigiamo efekto santykį su sąnaudomis, patirtomis tą efektą pasiekti. Tokiu būdu rezultatyvumo ir efektyvumo vertinimas, kaip valdymo instrumentas, veikia kaip stimuliuojanti priemonė ir orientyras veiklos sprendimų priėmimui, bei plataus spektro racionalizacinių uždavinių sprendimui“. (Chernov S. 2009)

Pasak Daujotaitės D. (2011), veiklos rizikos valdymas, ekonomiškumas, efektyvumas, rezultatyvumas – tai esminiai kriterijai organizacijų išlikimo praktikoje, tad jie turi būti analizuojami ir vertinami. Autorė pabrėžia, jog tai galima pasiekti tik turint gerai organizuotą ir efektyvią tikrinimo ir vertinimo sistemą, leidžiančią objektyviai nustatyti silpnas organizacijos veiklos ir jos valdymo vietas.

Turint tikslią, savalaikę informaciją iš visų įmonės valdymo lygmenų galima objektyviai vertinti esamą situaciją ir matyti tobulintinas vietas, kitaip tariant, vertinti įmonės veiklos efektyvumą.

Aniulyte J. ir kiti (2010) savo straipsnyje taip pat pasisako už veiklos analizės būtinumą. Pasak autorių, teisingas esamos būklės įvertinimas padeda gerokai efektyviau numatyti veiklos plėtros būdus ir galimybes- tai yra viena iš būtinų kiekvienos įmonės išlikimo ir plėtros sąlygų. Įmonių veiklos analizės būtinumą ir jos reikšmę lemia laisvosios rinkos ekonomikos plėtra, nuolat auganti konkurencija, naujų ūkininkavimo formų ir valdymo metodų taikymas ir kiti veiksniai. Įmonių veiklos analizės rezultatai yra vienas iš svarbiausių ekonominės informacijos šaltinių.

„Veiklos efektyvumo įvertinimas teikia daug vertingos informacijos apie įmonių veiklos plėtrą. Tinkamai išanalizavus įmonių veiklos efektyvumą lemiančius veiksnius, galima numatyti taktinius ir strateginius planus bei reikiama linkme nukreipti įmonių potencialą siekiant pageidaujamo tikslo“.

(Aniulytė J. ir kiti. 2010:216)

Kam gi konkrečiai reikalingas įmonės veiklos efektyvumo vertinimas? Pagrindinės veiklos efektyvumo analizės užduotys yra:

- ūkinės veiklos įvertinimas;
- pasiektos būklės priežasčių ir veiksnių nagrinėjimas;
- valdymo sprendimų pagrindimas ir paruošimas
- ūkinės veiklos efektyvumo didinimui skirtų išteklių mobilizacija ir identifikavimas.

Efektyvumo vertinimas reikalingas ne tik mažmeninės prekybos įmonių vadovams, norint stebėti, kontroliuoti bei koreguoti ir gerinti įmonės veiklą, bet ir kitoms suinteresuotoms šalims, tai:

- investuotojams, kuriems būtina priimti sprendimą dėl įmonės vertybinių popierių portfelio formavimo;
- kreditoriams, kurie esant reikalui paskolins lėšų ir galės būti tikri, jog įmonės pajėgi grąžinti įsiskolinimus;
- auditoriams (ar įmonės finansų analitikams), kurie galės suteikti rekomendacijas dėl tolimesnės įmonės veiklos;
- kiti suinteresuoti asmenys įmonės viduje (rinkodaros skyrius, vadybininkai ir pan.)

Veiklos efektyvumo bei rezultatyvumo vertinimas ir viešinimas net gi gali tapti savotiška reklama, norint pritraukti naujus investuotojus.

1.2. Maisto pramonės sektoriaus svarba šalies ekonomikai

Maisto pramonė apima sudėtinį veiklų tinklą susijusį su tiekimu, vartojimu, maisto produktų aprūpinimu ir paslaugomis visame pasaulyje. Ši pramonė įdarbina didelį skaičių išsilavinusių ir išsilavinimo neturinčių žmonių. Egzistuoja tam tikrų veiksnių visuma, kuri didina maisto pramonės

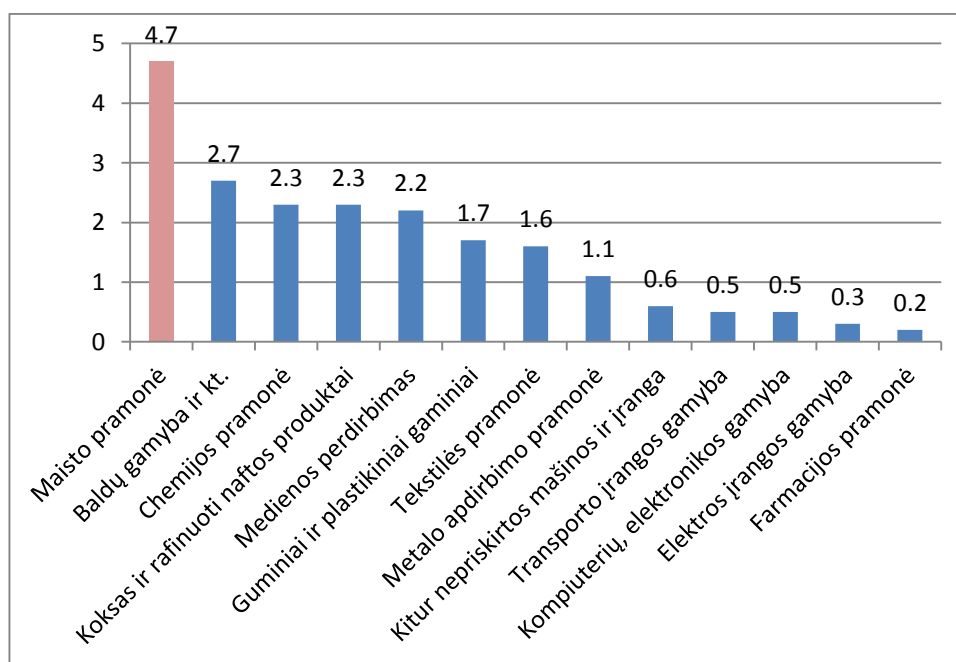
paklausą, tokie kaip gyventojų skaičius, pajamų paskirstymas, susirūpinimas sveikata (organiškas maistas) ir įvairūs gyvenimo būdai.

Maisto pramonė yra labai įvairi ir apima keletą svarbių komponentų. Kiekvienas komponentas prideda atskirą vertę visai maisto tiekimo grandinei gerinant tvarumą ir galutinio produkto kokybę. (Economy watch. 2010)

Kiekvienoje šalyje maisto pramonė užima vieną svarbiausių vietų šalies ekonomikoje, nes tai pirmo būtinumo produkcija, ne išimtis ir Lietuva. Maisto produktų ir gėrimų pramonė Lietuvoje yra viena stambiausių ir labiausiai išvystytų pramonės šakų šalyje, o lyginant su ES šalimis, Lietuva yra viena labiausiai maisto produktų ir gėrimų gamyboje besispecializuojančių šalių – sektoriaus indėlis į šalies BVP ES-27 vidurkį viršija daugiau nei 2 kartus. Lietuvos maisto produktų ir gėrimų pramonė turi geras vystymosi perspektyvas, ypač vykdoma eksporto veikla prisideda prie sektoriaus augimo, nes vidaus rinkoje, mažėjant gyventojų skaičiui ir kartu – vartotojų bazei, ilgalaikės plėtros perspektyvos yra ribotos.

Lietuva yra viena labiausiai specializuotų Europos Sąjungos šalių maisto produktų ir gėrimų gamyboje. Maisto produktų ir gėrimų gamybos pramonė yra svarbiausia gamybos šaka Lietuvoje, kuriai būdingas didesnis atsparumas ekonominiams svyravimams šalyje bei pasaulyje tiek apdirbamosios gamybos, tiek ir visos pramonės atžvilgiu. Tai lemia šios šakos sukuriama produkcijos kaip pirmo būtinumo prekės reikšmė visiems gyventojams.

Maisto produktų ir gėrimų gamybos pramonė yra didžiausia gamybos šaka Lietuvoje, joje veikia beveik 900 ūkio subjektų, dirba 48,6 tūkst. užimtųjų (3,1% šalies užimtųjų), yra sukuriama beveik 5% šalies bendrosios pridėtinės vertės bei generuojama 11% šalies eksporto pajamų.



1 pav. Lietuvos pramonės šakų dalis bendroje pridėtinėje vertėje, proc., 2011.

(Lietuvos verslo konfederacija, 2014;11)

1 paveiksle grafiškai pavaizduotas maisto pramonės indėlis į šalies BVP, palygintas su kitomis šalies pramonės šakomis.

Lietuvos verslo konfederacijos parengtoje Maisto produktų ir gėrimų gamybos sektoriaus įmonės eksporto plėtros galimybių studijoje Baltijos šalims, apžvelgiama šio sektoriaus sukurtos pridėtinės vertės dinamika per pastaruosius metus. Lyginamasis svoris bendrame šalies BVP visada buvo aukštas, net ir kriziniu laikotarpiu, sektorių ekonominiai svyravimai šalyje įtakoja žymiai silpniau. Tai yra paaiškinama tuo, jog maisto produktai yra pirmo būtinumo prekės ir paklausa joms, nepriklausomai nuo ekonominės padėties šalyje, visada išlieka aukšta.

„2011 m. maisto produktų ir gėrimų gamybos įmonės sukūrė 4,7% šalies bendrosios pridėtinės vertės arba 22,5% apdirbamosios gamybos sektoriaus sukuriamos vertės. Iki 2006 m. sektorius vystėsi lėčiau nei visa apdirbamoji gamyba, todėl jo lyginamasis svoris nuosekliai mažėjo – per 1995-2006 m. sumažėjo nuo 31,5% iki 18,8%. Tačiau 2007-2008 m., prasidėjus pasaulinei finansų krizei sukėlusiai ekonomikos nuosmukį daugumoje pagrindinių Lietuvos pramonės eksporto rinkų, ši tendencija sustojo. Maisto produktai yra pirmo būtinumo prekės, todėl sektorius yra atsparesnis ekonominio ciklo svyravimams, ką patvirtino 2007-2009 m. rezultatai – nuosmukio metu sektoriuje sukuriamos pridėtinės vertės (to meto kainomis) augimo tempai sulėtėjo, tačiau išliko teigiami, kai bendrai apdirbamosios gamybos rezultatai 2009 m. smuko į 2005-2006 m. lygį ir tik 2011 m. pasiekė prieškrizines apimtis. Tai lėmė, kad 2009 m. maisto produktų ir gėrimų sektoriaus dalis šalies pridėtinėje vertėje padidėjo nuo 3,4% iki 4,5%, o 2011 m. pasiekė 4,7%“. (Lietuvos verslo konfederacija, 2014:12)

Maisto produktų ir gėrimų gamyba Lietuvoje turi galias tradicijas ir jau daugelį metų pirmauja tarp apdirbamosios pramonės šakų pagal indėlį į šalies ekonomiką. Nors sektorius priskiriamas žemų arba vidutiniškai žemų technologijų grupei, tačiau jis yra strategiškai svarbus aprūpinant vidaus rinką būtiniausiais produktais, sprendžiant gyventojų užimtumo problemas bei pastaraisiais metais vis ryškiau auga ir jo eksporto potencialas. Sektorius kaip žaliavą naudoja daug vietinės žemės ūkio produkcijos, todėl jo veikla teigiamai veikia ir šį ekonomikos sektorių. Be to, maisto produktų ir gėrimų gamybos sektorius pasižymi stabilumu ir atlieka svarbų vaidmenį švelninant ekonomikos svyravimus.

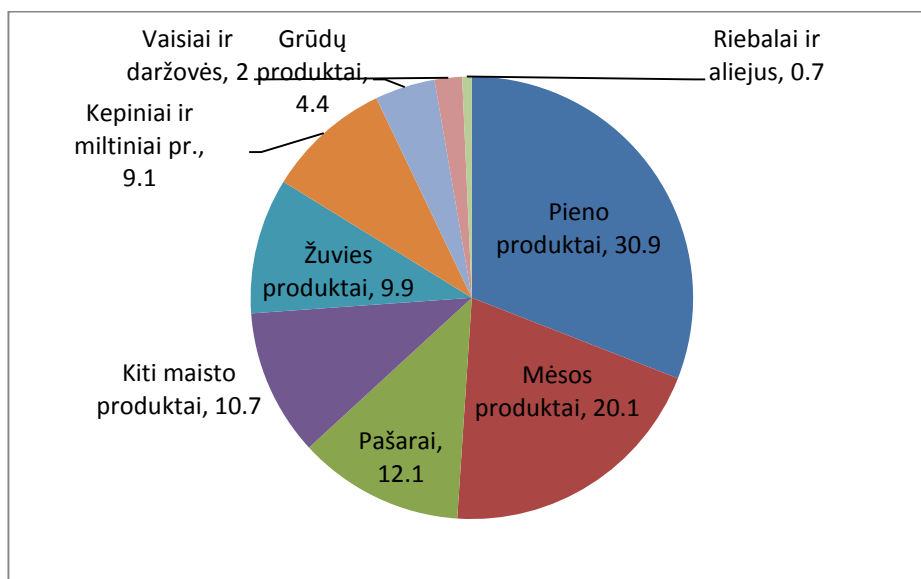
Kaip buvo minėta, sektorius taipogi užtikrina užimtumą daugeliui gyventojų šalyje. „Nuo 2000 iki 2011 m. maisto pramonės sektoriuje dirbo apie 3 % visų šalies užimtųjų, rodiklio pasikeitimai per visą laikotarpį nežymūs, jis išlieka stabilus. Be to, maisto gamybos pramonė sudaro didelę dalį šalies eksporto rinkos, o būtent eksporto svarba pabrėžiama kalbant apie šalies ekonomikos efektyvumo didinimą. 2012 m. 11,2% šalies eksporto generavo maisto produktų ir gėrimų gamyba (kartu su pirmine žemės ūkio produkcija – 18,4%)“. (Lietuvos verslo konfederacija, 2014:13)

Visą tai parodo kiek svarbus šaliai yra maisto pramonės sektorius, todėl būtina užtikrinti, kad jis veiktų kiek įmanoma efektyviau. Todėl kiekviena Lietuvos įmonė, susijusi su maisto sektoriaus veikla, savo vykdoma ūkine veikla prisideda prie šalies gerovės gerinimo. Būtent mikro lygmenyje reikia ieškoti efektyviausių sprendimų, kad būtų pasiektas geriausias makro tikslo rezultatas.

Šiame sektoriuje daugiausiai vidutinių bei mažų įmonių, tačiau didėjant globalizacijai ir tuo pačiu konkurencijai, mažoms įmonėms darosi sunku konkuruoti, ypač tarptautinėse rinkose. Todėl jau pastebimas šio sektoriaus įmonių stambėjimas.

Kriziniu laikotarpiu, sumažėjus paklausai, įmonės buvo priverstos ieškoti veiklos efektyvumo didinimo galimybių. Daugelis įmonių smarkiai sumažino darbuotojų skaičių, tuo tarpu gamybos apimtys buvo išlikusios gana didelės, todėl buvo pastebimas darbo našumo padidėjimas (prieškriziniu laikotarpiu, augant paklausai, našumas padidėjo 5 proc., o krizės metu didėjimas siekė net 18 proc.). Sektoriaus veiklą smarkiai įtakoja pastoviai didėjančios žaliavų kainos.

Maisto produktų gamybos sektoriuje didžiausią dalį užima pieno perdirbimo pramonė (apie 30 proc.), antra – mėsos perdirbimo pramonė (apie 20 proc.), trečia – pašarai ir kiti produktai (apie 12 proc.), panašų lyginamąjį svorį turi žuvies perdirbimo pramonė (apie 10 proc.) ir kitos gamybos šakos, kurios pavaizduotos 2 paveiksle.



2 pav. Maisto produktų gamybos sektoriaus pasiskirstymas pagal sub-sektorius.
(Lietuvos verslo konfederacija, 2014;16)

Šiame darbe nagrinėjama mažmeninės prekybos įmonė UAB „Pasaulio skoniai“ patenka į dvi kategorijas: aliejų gamyba, bei pašarų pramonė (kuri apima arbata, kava ir specializuotas maisto prekes).

Nesunku suprasti, kad maisto pramonė yra būtent tas variklis, vedantis šalies ekonomiką į priekį ir palaikantis stabilumą finansiškai sunkiais laikotarpiais. Beje, būtent sunkūs laikai paskatinimo

sektoriaus įmones ieškoti būdų efektyvinti bei plėsti veiklą, ieškoti naujų rinkų už šalies ribų, kadangi potencialas augti vietinėje rinkoje yra ribotas, kai tuo tarpu pasaulyje paklausa maisto produktams didėja. Tačiau kad Lietuvos mažmeninės prekybos įmonės taptų matomos, žinomos ir pastebimos tarptautinėse rinkose, būtina didinti konkurencinį pranašumą, kuris pasiekiamas efektyvinant veiklą įmonių viduje.

2. MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

2.1. Veiklos efektyvumo samprata

„Efektyvumo sąvoka (lotyn. „effectus“ – veiksmas, vykdymas) iš pradžių buvo siejama su technologijomis, dažniausiai tai reikšdavo atlikto darbo kiekį palyginus su išleikvota energija, kitaip tariant, tai faktinių ir potencialių bet kurio proceso rezultatų santykis, nebūtinai susijęs su ekonomika. Tik vėliau efektyvumo samprata buvo pradėta naudoti ekonominėje veikloje, tiksliau gamybinio ciklo efektyvumas kaip pagamintos produkcijos ir sunaudotų išteklių santykis“. (Kalijeva O. ir kiti. 2014:99)

Veiklos efektyvumas apibūdinamas kaip sąnaudų, išteklių ir kokybiško rezultato santykis. Jis neatsiejamas nuo kiekvienos veiklos ir apima įvairias jos sritis: sprendimų priėmimą ir jų įgyvendinimą, darbuotojų veiklos gerinimą, teikiamų paslaugų kokybę, išteklių panaudojimo racionalumą ir kitus veiksnius.

Mažmeninės prekybos įmonių veiklos įvertinimas įgyvendinamas pagal konkretų kriterijų – efektyvumo principą. Šis principas yra visaapimančio racionalumo principo išraiška. Paskutiniojo esmė yra ribotų išteklių pagalba užtikrinti optimaliausią rezultatą, siekiant užsibrėžtų tikslų. Tačiau veiklos rezultato įvertinimas turi apimti ne tik užsibrėžto tikslo pasiekimo konstatavimą, bet ir tikslo pasiekimo lygį, atsižvelgiant į pasirinktų sprendimų optimalumą. Jeigu optimalumas apibūdinamas siaurai jis identiškas ekstremalaus kraštutinumo supratimui. Veiksmų būdai (alternatyvos) išteklių paskirstymui tik tada gali būti pripažinti optimaliais, jeigu jie padeda pasiekti maksimalaus rezultato, naudojant turimus išteklius arba tam tikro rezultato pasiekimas, panaudojant minimalius išteklius. Efektyvumo principo pagalba gali būti suformuluoti visų rūšių tikslų kriterijai (ekonominių, socialinių, technologinių ir ekologinių).

Kiekviena mažmeninės prekybos įmonė priima sprendimus daugeliu klausimu: nustato gaminamų ir parduodamų produktų asortimentą; į kurią rinką ar jos segmentą orientuoti šiuos produktus; kokias technologijas naudoti prekių gamybai ir jų realizacijai; kokia išteklių struktūra yra reikalinga ir kaip paskirstyti darbo, materialinius bei finansinius išteklius; kokių rodiklių turi pasiekti įmonė per tam tikrą laikotarpį, ypatingai prekių kokybės ir techninių savybių srityse, gamybos efektyvumo ir t.t.

Visus įmonės tikslus galima įgyvendinti, naudojantis efektyvumo principu, pritaikant kiekvienam tikslui jo kriterijus.

Praktikoje naudojamos šios pagrindinės ūkio veiklos subjektų tikslų sistemos:

- Ekonominiai tikslai, kurie numato užkariavimą ir išlaikymą konkretaus tikslo rinkoje konkrečioms prekėms ir visam asortimentui, pelno maksimizavimą, sąnaudų padengimą pajamomis, sąnaudų mažinimą, pardavimų apimčių didinimą ir kt. Šių tikslų pasiekimo įvertinimui būtina pasirinkti rodiklius, kurie parodo įmonės veiklos ekonominį racionalumą.

Svarbiausia šių rodiklių efektyvumo išraiška yra rezultato santykis su bendromis išlaidomis ar pajamomis.

- Technologiniai tikslai, kurie nukreipia įmonę į kokybės gerinimą, įrangos techninio lygio didinimą, mašinas ir technologijas ir t.t.
- Socialiniai tikslai, kurie numato darbo laiko sutrumpinimą, socialinio aprūpinimo senatvėje gerinimą, užimtumo užtikrinimo garantiją ir kt.
- Ekologiniai tikslai, kurie nukreipia įmones į žalos mažinimą aplinkai, mažinant vandens bei oro užterštumą, atliekų mažinimą ir jų perdirbimą, triukšmo eliminavimą ir t.t.

Nežiūrint į tai, kad pelningos veiklos užtikrinimas yra prioritetas, tai nereiškia, kad kiti tikslai mažiau svarbūs. Kiekvieno tikslo siekimas turėtų būti apskaičiuotas, turi būti numatyti atitinkamų uždavinių sprendimai dabartinėje ir ilgalaikėje perspektyvoje. Tačiau būtina nepamiršti, jog kitos užduotys (tikslai) bus išspręstos tik jeigu įmonė galės užtikrinti pelno gavimą iš ūkinės veiklos.

Išskiriamos trys efektyvumo rūšys:

- Ūkinės veiklos efektyvumas, kuris nustatomas remiantis gautais rezultatais (vykdant šią veiklą), kurie atspindi vystymosi tikslų pasiekimą ir konkurentinę sėkmę rinkoje, kuri išreiškta parduotos produkcijos kiekiu (produktų kaina, kokybe);
- Atskirų išteklių rūšių panaudojimo efektyvumas, kuris apibūdinamas produkcijos kiekio santykiu arba pajamomis, gautomis ūkinės-finansinės veiklos metu, su atitinkamu išteklių dydžiu;
- Produktų gamybos efektyvumo esmė yra minimalaus išteklių kiekio panaudojimas, norint pagaminti tam tikrą kiekį produkcijos ar suteikiant paslaugas ir sąnaudų mažinimas produkcijos vienetui (darbų, paslaugų).

Efektyvumas yra pasiektas tada, kai neįmanoma pakeisti turimų resursų taip, kad padidinti gaminamos produkcijos kiekį, nemažinant kitų produktų gamybos, t.y. tam, kad efektyvumas būtų pasiektas būtinas papildomų naudų gavimo nebuvimas perskirstant išteklius. Tačiau, tai tik teorinis pavyzdys, realybėje tokia situacija neįmanoma. Kiekviena įmonė turi priimti tokius sprendimus, kad pasirinktos alternatyvos dėka pasiekti tokio pelno ir išteklių santykio, kuris užtikrins optimaliausią užsibrėžtų tikslų pasiekimą.

Efektyvus mažmeninės prekybos įmonių darbas skatina efektyvią gamybą visoje šalyje. Kiekvienos šalies ekonomikoje yra neišsenkami veiklos efektyvumo gerinimo rezervai visose vadovavimo lygmenyse, kaip įmonėse taip ir visoje pramonėje. Šių rodiklių teigiamas pasikeitimas analizuojamu laikotarpiu palyginus su prieš tai buvusiu, parodo įmonės veiklos efektyvumą, judant nustatyta kryptimi.

Taipogi, kiekvienos šalies ekonomikoje yra galimybės gauti papildomos naudos struktūrinių pokyčių ekonomikoje sąskaita, naudojamų išteklių, naujų technologijų įdiegimo, žaliavų kokybės gerinimo, medžiagų, naujų kuro rūšių ir kitų faktorių. Todėl visoms šalims aktuali veiklos efektyvumo didinimui turimų galimybių panaudojimo problema, išteklių paskirstymas ir apsikeitimas bei pagamintos produkcijos suvartojimas (prekių ir paslaugų).

Apibendrinant, galima teigti, jog efektyvumas yra sudėtinis reiškinys, kuris yra įtakojamas daugelio vidinių ir išorinių faktorių.

2.2. Efektyvumo vertinimo metodų visuma

Egzistuoja įvairių sričių (rūšių) efektyvumas (įmonės ūkinės veiklos efektyvumas, įvairių išteklių panaudojimo efektyvumas, gamybos proceso efektyvumas ir t.t.), todėl ir vertinant efektyvumą būtina naudoti įvairius rodiklius bei vertinti kitas aplinkybes, darančias įtaką įmonės veiklai.

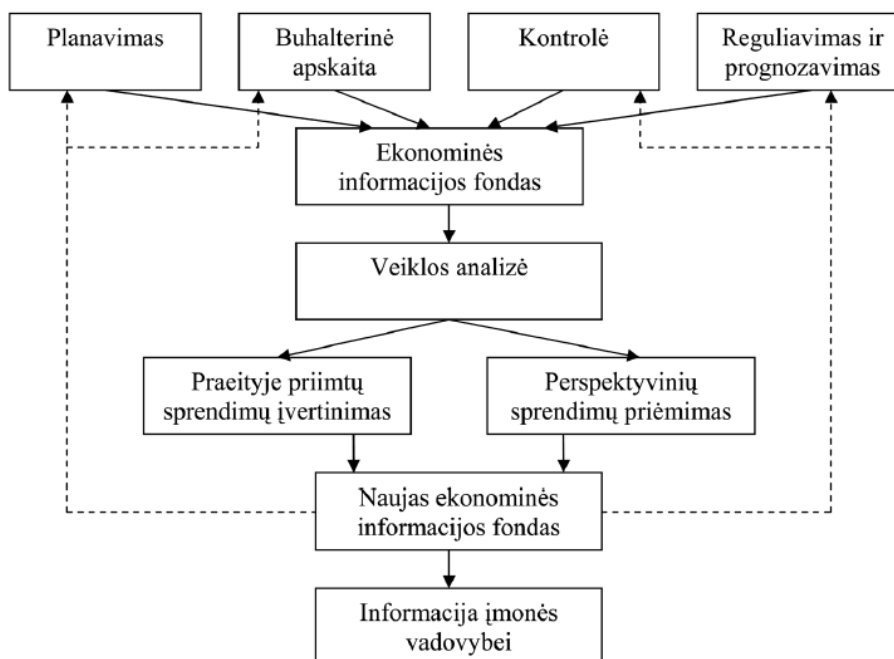
„Šiuolaikiniame versle įmonės ekonominis efektyvumas turėtų būti vertinamas ne tik pagal finansinius rodiklius (gautus rezultatus), bet ir remiantis kitais rodikliais, tokiais kaip personalo valdymo, naujų technologijų diegimo ir panašiai. Visi šie rodikliai tarpusavyje tarpiai susiję, todėl įmonės veiklos vertinimas turėtų būti kompleksiškas, atliekamas taikant pačios įmonės paruoštą modelį (modifikuotą teorinį modelį), parenkant svarbiausius, geriausiai jos veiklą, verslo ypatumus ir specifiką atspindinčius rodiklius“. (Popovas V. 2014:7)

„Efektyvumo didinimas tiesiogiai susijęs su jo matavimo problema. Klasikinėje literatūroje ekonomikos kaip vieneto efektyvumas, taipogi jos sektorių (įskaitant finansų sistemą), vertinamas naudojant daugybę modelių ir veiklos rodiklių. Paskutiniai tyrimai parodė tendenciją sieti efektyvumą su vertės kūrimo rodikliais. Šių rodiklių naudos pagrindiniai argumentai yra siejami su jų sudėtingumu. Šie rodikliai leidžia turėti omeny išorinės rinkos elementus, vidinius įmonės veiksnus, suinteresuotas šalis“. (Darškuvienė V., Šakalytė J. 2006:42)

Egzistuoja keletas mažmeninės prekybos įmonių efektyvumo įvertinimo būdų. Gana paplitęs būdas – finansinių rodiklių panaudojimas. Kiekviena įmonė pasirenka svarbiausius finansinius rodiklius, kurių pagrindu bus vertinamas efektyvumas, atsižvelgiant į įmonės veiklos specifiką. Šiuolaikinė praktika siūlo naudoti sekančius rodiklius įmonės efektyvumo vertinimui: grynasis pelnas ir grynasis pelnas vienai akcijai, pinigų srautai, investicijų pelningumas, įmonės vertė.

Dažnai mokslinėje literatūroje kartu su efektyvumo sąvoka minima veiklos analizė. Šią temą giliai nagrinėjo prof. J. Mackevičius. „Įmonių veiklos analizė – tai įvairios ekonominės informacijos apie įmonės veiklą rinkimas, visapusiškas ir objektyvus jos tyrimas ir vertinimas siekiant padėti įmonės vadovybei pasiekti numatytus tikslus“ (Mackevičius J. 2008:47). Straipsnyje autorius mini, jog egzistuoja daug veiklos analizės apibrėžimų ir jos atlikimo būdų, todėl jis išskyrė du skirtingų autorių požiūrius: Vakarų šaltinių autoriai daugiausia dėmesio skiria įmonių finansinei būklei tirti, kai tuo

tarpu Rytų ir Vidurio Europos autoriai daug dėmesio skiria produkcijos gamybos, ritmingumo ir kokybės, darbo našumo, darbo laiko naudojimo, darbo užmokesčio ir kitų klausimų analizei. Pasak autoriaus, įmonės veiklos analizė yra pagrindas įvairiems tolimesniems veiksams, tai lyg pagrindinis informacijos apie įmonę šaltinis, skirtas tiek vidaus taip ir išorės vartotojams. Mackevičius pateikia grafišką savo hipotezės paaiškinimą (3 pav.)



3 pav. Įmonės veiklos analizės ekonominės informacijos fondas

(Mackevičius J. 2008:49)

Kaip matome iš paveikslo, veiklos analizės rezultatai yra naudojami ir praeities sprendimų įvertinimui ir ateities sprendimų priėmimui, kas savo ruožtu formuoja naują ekonominę informaciją, kuri yra naudojama efektyvinti veiklą pagrindinėse valdymo sistemos funkcijose – planavime, buhalterinėje apskaitoje, kontrolėje ir reguliavime bei prognozavime.

Mackevičius J. (2008) nustatė, jog įmonių veiklos analizės informacija padeda įmonių vadovams:

- laiku nustatyti įvairių įmonės padalinių veiklos trūkumus, numatyti jų šalinimo ir veiklos efektyvumo didinimo priemones;
- atskleisti vidaus rezervus racionaliau naudojant materialinius, darbo ir finansinius išteklius;
- nustatyti ir įvertinti su verslu susijusias rizikos rūšis;
- nustatyti pelno gavimo galimybes;
- įvertinti įmonės veiklos tęstinumo galimybes ir kt.

Daugeliui mažmeninės prekybos įmonių finansinių rodiklių analizė ir planavimas tapo įprasta praktika. Tačiau spręsti apie įmonės rezultatyvumą ir efektyvumą vien iš finansinių rodiklių

neįmanoma, nes jie parodo įmonės veiklą tik trumpalaikėje perspektyvoje. Verta paminėti, jog naudojant vien finansinius rodiklius įmonės efektyvumo vertinimas neleis iš anksto numatyti daugelį problemų, tokių kaip gaminamos produkcijos kokybės sumažėjimas, klientų aptarnavimo lygio smukimas, personalo valdymo efektyvumo mažėjimas. Tai reiškia, kad vien finansinių rodiklių nepakanka tam, kad pilnai ir visapusiškai įvertinti mažmeninės prekybos įmonės veiklos efektyvumą, todėl juos būtina papildyti kitais kiekybiniais ir kokybiniais rodikliais.

Vienas iš nedaugelio kiekybinių finansinių rodiklių, leidžiančių įvertinti įmonės veiklos pelningumą ilgalaikėje perspektyvoje yra jos (įmonės) vertė. Pagrindinis ir svarbus įmonės rinkos vertės rodiklio trūkumas - didelis kiekis prognozių, kurias būtina atlikti norint apskaičiuoti šį rodiklį. Tačiau šis rodiklis leidžia įvertinti daugelį faktorių, darančių įtaką įmonės veiklos efektyvumui.

„Literatūroje dažniausiai nurodoma, kad finansinė atskaitomybė teikia apie 70–80 proc. visos įmonės ekonominės informacijos. Svarbu tinkamai panaudoti šią informaciją dabartinei įmonės veiklai įvertinti ir jos ateities perspektyvoms numatyti. Tačiau, norint tinkamai panaudoti finansinės atskaitomybės teikiamą informaciją, reikia mokėti ją iširti: apskaičiuoti tam tikrus rodiklius, juos sugrupuoti, susisteminti, nustatyti veiksnius, turėjusius įtakos jų pokyčiams, padaryti apibendrinamąsias išvadas ir kt.“ (Janovič V. 2012:103)

2. 2. 1. Santykinių rodiklių analizė

Pasak Mackevičiaus J. ir Valkausko R. (2010), neužtenka apskaičiuoti vien absoliučius turto, įsipareigojimų, kapitalo ar kitus rodiklių pokyčius, labai svarbu skaičiuoti būtent santykinus finansinius rodiklius. Iš visų įmonės finansinės atskaitomybės ataskaitų galima apskaičiuoti apie šimtą įvairių rodiklių. Yra autorių, kurie nurodo net du šimtus rodiklių, tačiau akivaizdu, kad visoms įmonėms nėra prasmės skaičiuoti juos visus. Kiekviena įmonė pasirenka tokias rodiklių grupes, kurios geriausiai atspindi jos veiklos efektyvumą bei rezultatyvumą.

Skirtingi autoriai nurodo vis kitokį būtinų apskaičiuoti rodiklių kiekį. Jis svyruoja nuo 14-16 iki net 70 santykinių rodiklių. Priklausomai nuo autoriaus, skiriasi ir šių rodiklių grupavimo metodika.

„Labiausiai paplitusi tokia santykinių rodiklių grupių visuma:

- pelningumo rodikliai;
 - likvidumo rodikliai;
 - finansinio sverto rodikliai;
 - Apyvartumo (efektyvumo) rodikliai;
 - rinkos vertės rodikliai“.
- (Investologija. Lt. 2015)

Kiekvienos įmonės pagrindinis tikslas yra gauti pelno, todėl būtent **pelningumo rodikliai** laikomi vieni pagrindinių įmonės veiklos efektyvumo rodiklių. Pelningumo rodikliai yra dviejų tipų:

1) Rodikliai, kurie rodo pelningumą parduotų prekių ir suteiktų paslaugų atžvilgiu (pardavimų pelningumas).

2) Rodikliai, kurie rodo pelningumą investicijų į įmonę atžvilgiu (turto ir kapitalo pelningumas).

Pelningumo rodikliams apskaičiuoti yra naudojami pelno (nuostolių) ataskaitos duomenys. Vienas pagrindinių rodiklių yra bendrasis pelningumas. Šis rodiklis rodo pagrindinės įmonės veiklos pelningumą. Bendrasis pelningumas nustato, kiek bendrojo pelno tenka vienam pardavimų litui bei įmonės sugebėjimą gauti pelną iš pagrindinės įmonės veiklos. Šio rodiklio dėka yra analizuojamos tiesioginės ir netiesioginės išlaidos. Jeigu per analizuojamą laikotarpį yra pastebimas mažėjantis bendrasis pardavimo pelningumas, tai reiškia, kad sąnaudos, tenkančios parduotai produkcijai, didėja daugiau nei pardavimo pajamos.

Bene svarbiausiu mažmeninės prekybos įmonės veiklos pelningumo rodikliu yra laikomas grynojo pelningumo koeficientas. Grynasis pelningumas, kaip pardavimo pajamų ir grynojo pelno koeficientas gerai apibūdina galutinį įmonės veiklos pelningumą. Piniginė išraiška rodo kiek 1-nam pardavimų litui tenka grynojo pelno.

„Taipogi prie pagrindinių įmonės veiklą geriausiai atspindinčių rodiklių priskiriamas nuosavo kapitalo rodiklis, kuris yra skirtas matuoti kokį pelną įmonė uždirba lyginant su jos nuosavu kapitalu (buhalterine verte). Esant normalioms rinkos sąlygoms vidutinė siektina nuosavybės grąža būna apie 15 proc., o jei ši grąža mažesnė, tai gali reikšti keletą dalykų:

- kompanija dirba neefektyviai;
- konkurencija rinkoje yra itin stipri;
- rinkos segmento ciklas yra kritimo stadijoje;
- kompanijos kapitalo struktūra nėra efektyvi“. (Finansistas. net, 2014)

„Turto pelningumo rodiklis yra populiarus ir kartu lengvai suprantamas rodiklis, kuris parodo kiek įmonės turtas efektyviai valdomas, t.y. kiek kiekvienam įmonės turto eurui tenka grynojo pelno, kuris yra vienas iš populiariausių įmonės vertinimo dydžių“. (Auditum. 2015)

Likvidumo (mokumo) rodikliai. „Įmonės mokumas arba likvidumas parodo kaip kompanijai sekasi vykdyti savo įsipareigojimus kreditoriams. Kitaip tariant įmonės mokumo rodikliai parodo ar kompanijai pakaks pinigų grąžinti paskolas ir palūkanas. Naudodami likvidumo rodiklius, galite įvertinti ar kompanijai negresia bankrotas. Net ir pelningai veikianti kompanija gali bankrutuoti, jeigu ji pristigs apyvartinių lėšų ir nesugebės grąžinti skolų kreditoriams“. (Investologija.lt. 2015) Mokumo rodikliai parodo, ar įmonė galės laiku sumokėti tiekėjams už žaliavas ir medžiagas, samdomiems darbuotojams už darbą, mokesčius ir įmokas juos administruojančioms institucijoms, sumokėti palūkanas ir grąžinti paskolą kredito institucijoms, išmokėti dividendus savininkams.

„Trumpalaikio mokumo (likvidumo) rodikliai susiję su trumpalaikiu turtu ir trumpalaikiais įsipareigojimais. Terminas „trumpalaikis“ yra suprantamas kaip pinigų gavimas arba įsipareigojimų vykdymas per vienus metus.

Trumpalaikio mokumo koeficientai:

- einamojo likvidumo koeficientas
- kritinio likvidumo koeficientas
- absoliutaus likvidumo pinigais rodiklis
- apyvartinis kapitalas
- apyvartinio kapitalo ir turto santykis“. (Auditum. 2015)

Finansinio svorto arba ilgalaikio mokumo rodikliai skaičiuojami norint nustatyti įmonės finansavimo šaltinius ir skolų vaidmenį finansavimui, palūkanų sumokėjimo greitį, galimybes greičiau apmokėti skolas, prognozuoti finansinį stabilumą ir veiklos tęstinumą. Nuosaikiai valdant finansus, ilgalaikiais finansavimo šaltiniais turėtų būti finansuojamas visas nuolatinei reikalingas trumpalaikis turtas.

„Ilgalaikio mokumo (finansinio svorto) koeficientai:

- bendrasis skolos rodiklis
- finansinis svortas
- ilgalaikės skolos rodiklis
- nuosavybės koeficientas
- palūkanų padengimo koeficientas
- ilgalaikių įsipareigojimų apmokėjimo pinigais koeficientas
- visų įsipareigojimų apmokėjimo koeficientas“. (Investologija.lt. 2015)

„Įmonių nemokumo rizikos veiksnius galima kontroliuoti profesionaliomis ir veiksmingomis priemonėmis: analizuoti įmonės veiklos rodiklius, stebėti situaciją rinkoje, laiku prognozuoti įmonės nemokumą galinčius sukelti veiksnius ir imtis priemonių juos pašalinti ar sumažinti. Racionalūs ir laiku priimti sprendimai dėl įmonės veiklos krypties koregavimo, naujovių ir pažangių technologijų diegimo, mažina nemokumą. Todėl įmonėse, kuriose tinkamai organizuota analitinė veikla ir kuriose atsakingai bei efektyviai valdomi su verslo rizika susiję procesai, galima anksčiau nustatyti artėjančią veiklos krizę, operatyviai į ją reaguoti ir sumažinti nemokumo riziką“. (Martirosianienė L., 2011)

Apyvartumo (efektyvumo) rodikliai. Kuo didesnis kapitalo apyvartumas, tuo greičiau pajamos pavirsta pinigais, kurias įmonė gali sumokėti mokesčių pavidalų, tiekėjams, darbuotojams ir akcininkams. Tai yra priemonė uždirbti didesnę pelną. Greitesnis atsargų apyvartumas rodo efektyvesnę jų valdymą. Tačiau atsiranda grėsmė, kad įmonė gali pritrūkti jų ir tuo pačiu netekti būsimų pajamų. Pirkėjų skolos yra svarbus įmonės veiklos baras. Žinoma kuo mažesnius atidėjimus

pirkėjams suteikiame, tuo mūsų veikla efektyvesnė. Tačiau rinkos aplinka gali ženkliai įtakoti įmonės veiklos laisvę. Jei įmonės konkurentai suteikia ilgesnius terminus, įmonei galit tekti pasielgti taip pat. Skolų tiekėjams apyvartumas turi atvirkštinį efektą, kadangi pirkėjo vaidmenyje atsiduria pati įmonė. Visi šie rodikliai parodo kaip efektyviai įmonė panaudoja savo lėšas, savo resursus. Kitas svarbus rodiklis - „turto apyvartumas (asset turnover) - parodo kiek vienas turto litas sukuria pardavimų (dažniausiai skaičiuojamas metinis rodiklis). Kitas įdomus ir svarbus rodiklis, tai apyvartinio kapitalo apyvartumas (working capital turnover). Pardavimus padaline iš apyvartinio kapitalo sužinome kaip įmonės apyvartinis kapitalas panaudojamas kuriant įmonės pardavimus“. (Auditum. 2014)

„Dažniausiai naudojami turto panaudojimo efektyvumo rodikliai:

- atsargų apyvartumas
- pirkėjų įsiskolinimo apyvartumas
- skolų tiekėjams apyvartumas
- apyvartinio kapitalo apyvartumas
- ilgalaikio turto apyvartumas
- turto apyvartumas
- grynojo turto apyvartumas“ (Investologija.lt. 2015)

Rinkos vertės rodikliai suteikia informacija apie įmonės vertę vertybinių popierių rinkoje, ar verta investuoti į tokios įmonės akcijas. Šių rodiklių dėka galima palyginti panašių įmonių veiklą. Bet kaip taisyklė, šių rodiklių grupė paprastai įdomi išorės vartotojams (potencialiems investuotojams, kitų įmonių savininkams). Populiariausi rodikliai šioje grupėje yra pelnas tenkantis akcijai, akcijos kainos ir pelno santykis.

Dažnai literatūroje, turint omeny ne tik mažmeninės prekybos įmonės veiklos analizę, bet ir jos efektyvumą, pabrėžiama **sąnaudų lygio rodiklių** svarba. Būtent efektyvus išlaidų valdymas padeda pasiekti didesnių veiklos rezultatų, t.y. didesnę pelną. Išanalizavus šiuos rodiklius galima spręsti apie įmonės gebėjimą valdyti savo sąnaudas. Visų įmonės sąnaudų suvestinė yra pateikiama pelno (nuostolių) ataskaitoje. Šiuos rodiklius nagrinėjo Gronskas V. (2005), kuris jiems priskyrė šiuos koeficientus:

- pagrindinės veiklos išlaidų lygio koef.;
- administracinių išlaidų lygio koef.;
- parduotų prekių savikainos vienam pardavimų eurui koef.;
- veiklos sąnaudų vienam pardavimų eurui koef.

Be santykinų rodiklių (o tiksliau, prieš juos), analitikai, atliekantys įmonės finansų analizę, naudoja vertikaliąją bei horizontaliąją analizes. Šios analizės dažniausiai atliekamos naudojant balanso bei pelno (nuostolių) ataskaitos duomenis. Horizontalioji analizė parodo konkrečių elementų kitimo

tendencijas, jos išreiškiamos absoliučiais skaičiais bei procentais. Gavus duomenis galima matyti pakitimų dinamiką, palyginti skirtingus laikotarpius. Tačiau horizontalioji analizė neparodo minėtų pasikeitimų priežasčių. Vertikaliąją analizę galima pavadinti struktūros analize. Ji parodo atskirų elementų lyginamąjį svorį, išreikštą procentais. Remiantis šia analize geriau matomos straipsnių pokyčių priežastys, tačiau abi (horizontalioji ir vertikalioji) analizės nėra pakankamai informatyvios, norint įvertinti įmonės veiklą.

Santykiniai rodikliai suteikia daug informacijos apie dabartinę įmonės būklę, o jų palyginimas skirtingais laikotarpiais leidžia stebėti jų dinamiką bei kitimo tendencijas. Tačiau akivaizdu, kad tai tik dalis mažmeninės prekybos įmonės veiklos efektyvumą nusakančių veiksnių. Ne viskas priklauso vien nuo įmonės finansinių rezultatų, labai svarbūs ir kiti išoriniai bei vidiniai faktoriai.

2. 2. 2. Išorinės ir vidinės aplinkos analizė

Analizuojant mažmeninės prekybos įmonę neįmanoma neatkreipti dėmesio į aplinką, kurioje organizacija vysto savo veiklą. Visos mažmeninės prekybos įmonės funkcionuoja išorinėje aplinkoje. Bet kuris organizacijos veiksmas galimas tik tada, kai jo įvykdymą leidžia aplinka, kurioje organizacija egzistuoja. Įmonė tai atvira sistema, nes glaudžiai sąveikauja su išorine aplinka ir gauna iš jos išteklius, tokius kaip žaliavas, medžiagas, darbo jėgą, informaciją ir t.t. Dalis gaunamų iš išorinės aplinkos išteklių yra perdirbamos į produktus ar paslaugas, kuriuos organizacija perduoda atgal į išorinę aplinką.

Išorinė aplinka apima daugybę sudedamųjų dalių, kurios skirtingai veikia įmonę. Tuo tarpu kai vienos dalys suteikia įmonei plėtros galimybes, kitos sudaro sudėtingas sąlygas įmonei funkcionuoti. Išorinė įmonės aplinka – tai visos sąlygos ir veiksniai, kurie atsiranda nepriklausomai nuo įmonės veiklos ir daro jai reikšmingą įtaką.

Išoriniai veiksniai dažniausiai skirstomi į dvi grupes: tiesioginio ir netiesioginio poveikio veiksniai. Prie tiesioginio poveikio veiksnių priskiriami: išteklių tiekėjai, vartotojai, konkurentai, darbo ištekliai, valstybė, akcininkai (jei įmonė yra akcinė bendrovė) ir t.t.

„Taip išoriniai faktoriai gali turėti kaip neigiamą taip ir teigiamą įtaką, tačiau yra neįmanoma, kad jie visai neįtakotų įmonės veiklos. Išorinė aplinka skiriama į du lygius:

- makroaplinką – veiksnius, darančius įtaką visų ekonomikos šakų ūkiniams subjektams. Makroaplinka apjungia ekonominius, politinius–teisinius, socialinius–kultūrinius, mokslinius–technologinius, gamtinius veiksnius;

- pramonės rinkos aplinką – veiksnius, būdingus konkrečiai ekonomikos šakai, kurioje funkcionuoja organizacija. Pramonės rinkos aplinka dažniausiai apima konkurentus, tiekėjus ir vartotojus“. (Snieškienė G., 2009:969)

Išsamiau yra nagrinėjama būtent markoaplinka. Labiausiai naudojamas makroaplinkos analizės instrumentas – PEST analizė, kuri nagrinėja ekonominius, politinius, socialinius bei technologinius veiksnius.

Ekonominiai veiksniai apima šalies ūkio raidą, šiandien aktualios globalizacijos įtaką, bei konkurenciją. Yra analizuojami bendri šalies ekonominiai rodikliai, infliacijos lygis, valiutos kurso svyravimai, BVP, DU pasikeitimai ir kiti veiksniai neabejotinai turintys įtakos įmonės vykdomai ūkinei veiklai. Politinė aplinka dažnai tapatinama su teisine. Tai įstatymai, apribojantys ir kontroliuojantys įmonių veiklą, įskaitant mokestinę sistemą. Į šią kategoriją patenka ir valdymo organų pasikeitimai, finansinės krizės ir pan. Socialiniai veiksniai – tai veiksniai, susiję su visuomene, kurioje įmonė vykdo veiklą. Tai demografiniai pasikeitimai, gyvenimo būdo ypatybės, ekologijos problemos ir kultūriniai ypatumai. Pasak Melniko B. ir Smaliukienės R. (2007), „Technologinių veiksnių visuma tai technologinių inovacijų įtaka organizacijos veiklai, taipogi informacijos sklaida šalyje, valstybės technologijų politika, naujausios komunikacinės technologijos, bei galimybės ir būtinybė jas panaudoti organizacijos veikloje“.

Vidinė organizacijos aplinka yra dalis išorinės aplinkos, kuri funkcionuoja organizacijos viduje. Vykdamas savo veiklą, mažmeninės prekybos įmonė nuolat yra veikiamas vidinės aplinkos veiksnių. Vidinė aplinka apima įmonės tikslus ir uždavinius; struktūrą; darbuotojus; techniką ir technologijas, kurias naudoja gamyboje; vidinę informaciją; įmonės kultūrą ir kitus elementus.

Vidinėje organizacijos aplinkoje išskiriamos sekančios posistemos:

- Socialinė – priskiriami visi darbuotojai kartu su jų bendradarbiavimo kompleksu;
- Organizacinė – apima komunikacinius procesus, subordinaciją, įgaliojimų paskirstymas, darbo tvarka ir t.t.;
- Informacinė – organizacinių-technologinių išteklių visuma, kuri aprūpina įmonę būtina informacija veiklai vykdyti;
- Gamybinė-techninė – priskiriamas gamybos išteklių kompleksas (įranga, žaliavos ir t.t.);
- Ekonominė – ekonominių procesų visuma (kapitalo judėjimas, piniginių lėšų judėjimas ir t.t.).

(Economican. ru. 2015)

Nežiūrint į visos vidinės aplinkos svarbą, svarbiausi vis dėl to yra žmonės, dirbantys organizacijoje. Nes mažmeninės prekybos įmonės veiklos rezultatas yra tiesiogiai susijęs su ten dirbančių žmonių gabumais, kvalifikacija, atsidavimu darbei ir motyvacija.

Vidinei aplinkai analizuoti dažnai naudojama SWOT arba SSGG analizė. Nors ji apima ne tik vidines silpnas bei stiprias, bet ir išorines galimybes bei grėsmes, tuo kažkiek atkartodama PEST analizės rezultatus. Vidinės analizės tikslas yra veiklos silpnų ir stiprių pusių paieška, nes kad pasinaudoti išorinėmis galimybėmis, įmonė privalo turėti vidinį potencialą. Tuo pat metu reikia žinoti silpnas vietas, kurios gali sustiprinti išorinę grėsmę ir pavojų.

„Stiprybės ir silpnybės – vidinis vertę kuriantis turtas ar įgūdžiai, kurie turimi ar prieinami arba ne. Stiprybes ir silpnybes galima išmatuoti naudojant kitas priemones, kaip pavyzdžiui, vidinė ir išorinė lyginamoji analizė pagal atskaitos tašką, taip pat kiti audito būdai.

Galimybės ir grėsmės – išorinės, kitaip tariant, jų organizacija nesukuria, jos susidaro dėl konkurencijos dinamikos, kurią sukelia „spragos“ rinkoje ar organizacijos aplinkoje. Galimybės ir grėsmės atsiranda dėl išorinės makro aplinkos veiksnių, kaip antai, technologiniai, ekonominiai, politiniai, teisiniai, klientų ir konkurentų veiklos, taip pat kultūriniai veiksniai“. (Versli Lietuva.2015)

Yra be galo svarbu nagrinėti kiek vidinę tiek išorinę įmonės aplinką, kadangi tokia analizė gali suteikti daug informacijos apie įmonėje vystančių procesų priežastis.

2. 3. Rizika mažmeninės prekybos įmonių veikloje

Visais laikais mažmeninės prekybos įmonių veikloje egzistavo rizika. Rizika tai neapibrėžtumas, neigiamo poveikio grėsmė. Rizikos rūšių tampa vis daugiau ekonomikai augant, kadangi auga ir konkurencija.

„Objektyvus padėties vertinimas, gebėjimas numatyti riziką, teisingų sprendimų priėmimas tinkamu laiku finansų, investicijų, technikos ir technologijos, darbo organizavimo, naujų prekių ir paslaugų kūrimo bei kitose srityse yra svarbios įmonės veiklos stabilumo ir tęstinumo prielaidos. Kartais dėl vieno neteisingo sprendimo net ir gerai dirbanti įmonė gali atsidurti ties bankroto riba“. (Mackevičius J., Raksteliene A. 2005:24)

„Mokslinėje literatūroje bankroto sąvoka yra interpretuojama įvairiai, tačiau labai dažnai terminai „nemokumas ir bankrotas“ vartojami kaip sinonimai. Lietuvos bankroto sąvoka yra pateikiama Lietuvos bankroto įstatyme – „tai nemokios įmonės būseną, kai įmonei teisme yra iškelta bankroto byla arba kreditoriai įmonėje vykdo bankroto procedūras ne teismo tvarka“. Įmonės nemokumas - tai nesugebėjimas sumokėti už tai, kas įsipareigota“. (Budrikienė R., Paliulytė I. 2012:91).

Klaidinga manyti, jog bankrotas paveikia tik mažmeninės prekybos įmones, kurioje jis įvyko, savininkus. Visų pirma nukenčia visi darbuotojai, dirbę įmonėje, jiems tenka ieškoti naujos darbo vietos, įmonė dažniausiai lieka neatsiskaičiusi su darbuotojais. Neabejotinai įmonės bankrotas paveiks kreditorius, kadangi įmonė taps nemoki, negalės grąžinti įsiskolinimų. Kitos suinteresuotos šalys kaip tiekėjai ir net valstybė (negaus mokesčių) taip pat bus paveiktos. Plačiąja prasme, įmonės bankrotas veikia visą visuomenę (netenkama potencialių darbo vietų, mažėja prekių (paslaugų) pasiūla ir t.t) ir šalies ekonomiką (mažėja BVP, nesurenkama mokesčių ir t.t.).

Įmonės finansinės atskaitos yra duomenų apie bankroto tikimybę šaltiniai. Todėl labai svarbu, kad duomenys jose būtų atitinkantys realybę, be klaidų. Mokslininkai pabrėžia, kad bankroto tikimybės prognozavimą būtina atlikti kasmet, dėl sparčiai besikeičiančios verslo aplinkos. Garškaitės

K. (2008) teigimu, toks prognozavimas yra būdas kiekybiniais parametrais įvertinti įmonės būklę, nustatyti negatyvias įmonės būklės tendencijas ir jų bankroto tikimybę. Savalaikis tokių parametru įvertinimas padeda laiku aptikti iškilusią grėsmę bei imtis veiksmų jai mažinti ar net visai panaikinti.

Finansinėje ir vadybos mokslo literatūroje nemažai nagrinėjami įmonių bankroto prognozavimo modeliai, jų tinkamumas. Dažniausiai aptarinėjami klasikiniai statistiniai modeliai. Iš jų anksčiausiai įmonių bankroto grėsmei nustatyti siūlyti tokie kompleksiniai modeliai, kuriuose naudojama tiesinė diskriminantinė analizė. Jie vis dar išlieka vieni populiariausių.

Bendriausia tiesinės diskriminantinės analizės modelio išraiška tokia:

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Čia Z – bankroto tikimybė (rezultato dydis); a – konstanta; X_i – nepriklausomas finansinis kintamasis; b_i – koeficientas, išreiškiantis ryšio tarp bankroto tikimybės ir atitinkamojo finansinio kintamojo dydį.

„Šių modelių pradininkas yra amerikiečių ekonomistas E. I. Altmanas, kuris nuodugniai nagrinėjo įmonių bankroto prognozavimo problemą. Modelių esmę sudaro tai, kad įmonės veiklos įvairios sritys įvertinamos finansiniais rodikliais, iš kurių išvedamas apibendrinantis kompleksinis Z koeficientas“. (Garškaitė K., 2008:282)

E. I. Altmano sukonkretintas modelis atrodo taip :

$$Z = 1.2 \times X_1 + 1.4 \times X_2 + 3.3 \times X_3 + 0.6 \times X_4 + 1.0 \times X_5$$

$$X_1 = \frac{\text{Apyvartinis kapitalas}}{\text{Turtas}}$$

$$X_2 = \frac{\text{Nepaskirstytas pelnas}}{\text{Turtas}}$$

$$X_3 = \frac{\text{Pelnas iki pamokestinimo}}{\text{Turtas}}$$

$$X_4 = \frac{\text{Akcinio kapitalo rinkos vertė}}{\text{Įsipareigojimai}}$$

$$X_5 = \frac{\text{Pardavimų pajamos}}{\text{Turtas}}$$

Tačiau šis plačiai nagrinėjamas modelis yra skirtas įmonėms, kurių akcijos yra kotiruojamos vertybinių popierių biržoje. Todėl vėliau Altmanas sukūrė ir modelį, tinkantį įmonėms, kurių akcijos nedalyvauja vertybinių popierių biržoje:

$$Z = 0.717 \times X_1 + 0.847 \times X_2 + 3.107 \times X_3 + 0.420 \times X_4 + 0.995 \times X_5$$

Čia

$$X_1 = \frac{\text{Apyvartinis kapitalas}}{\text{Turtas}}$$

$$X_2 = \frac{\text{Pardavimų pajamos}}{\text{Turtas}}$$

$$X_3 = \frac{\text{Pelnas iki apmokestinimo}}{\text{Turtas}}$$

$$X_4 = \frac{\text{Nuosavas kapitalas}}{\text{Įsipareigojimai}}$$

$$X_5 = \frac{\text{Nepaskirstytas pelnas}}{\text{Turtas}}$$

Rezultatai yra vertinami taip:

- bankroto tikimybė labai didelė, jei $Z < 1,23$;
- bankrotas įmanomas jei Z svyruoja tarp 1,23 ir 2,90;
- bankroto tikimybė labai maža, jei $Z > 2,90$.

Lietuvos mokslininkai ne kartą nagrinėjo E.I. Altamano modelio tinkamumą Lietuvos įmonių bankroto tikimybės vertinimui ir jų nuomonės skiriasi. Vieni pasisako už, kitų nuomone šis modelis yra netinkamas Lietuvos ekonomikos sąlygomis. Tačiau akivaizdu, kad net jei šiuo modeliu negalima visiškai pasitikėti, nagrinėjant įmonės bankroto grėsmę, jo rezultatai yra labai informatyvūs ir prisideda prie bendro įmonės efektyvumo vertinimo.

Tačiau įmonės bankrotas tai jau blogų įmonės veiklos rezultatų pasekmė. Įvairių neigiamų veiksmų nutikimo tikimybė tai rizika, su kuria susiduria visos mažmeninės prekybos įmonės, todėl labai svarbu mokėti identifikuoti bei valdyti riziką.

„Riziką galima valdyti, tai yra naudoti įvairias priemones, leidžiančias tam tikru laipsniu prognozuoti rizikingo įvykio įvykimą ir imtis priemonių rizikos laipsniui mažinti. Verslo rizikos valdymas – tai jau ne pasyvus nusiteikimas rizikuoti, o metodų ir priemonių visuma aktyviai veikti ateitį ir gauti minimalų nuokrypį nuo laukiamų rezultatų. Tai priemonių rengimo ir realizavimo procesas, kurio tikslas– sumažinti galimas neigiamas nepalankių įvykių pasekmes realizuojant priimtą sprendimą“.(Kaleininkaitė L., Trumpaitė I. 2007:177)

Daugiau nei prieš dešimtmetį „Treadway“ komisijos rėmėjų komitetas (ang. the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)) sukūrė „Vidinė kontrolė – intergruota sistema“ (ang. Internal Control – Integrated Framework), kad padėti įmonėms ir kitiems subjektams įvertinti ir sustiprinti savo vidaus kontrolės sistemas. (the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. 2004)

COSO Organizacijų rizikos valdymo sistemos esminė prielaida yra ta, kad kiekviena organizacija veikia tam, kad teiktų vertę savo suinteresuotiems asmenims. Organizacijos rizikos valdymo tikslas – leisti vadovybei efektyviai valdyti neaiškumus ir su jais susijusią riziką bei galimybes, padidinant galimybę vertei kurti, veiksmingiau ir ekonomiškiau teikti efektyvesnes paslaugas ir nukreipti jas atsižvelgiant į vertes, tokias, kaip nuosavybė ir teisingumas.

Organizacijos rizikos valdymo sistemą sudaro aštuonios tarpusavyje susijusios dalys. Jos išskiriamos pagal tai, kaip vadovybė vadovauja organizacijai ir yra integruotos į valdymo procesą. Sudedamosios dalys:

- Vidaus aplinka
- Tikslų nustatymas
- Įvykių nustatymas
- Rizikos vertinimas
- Reakcija į riziką
- Kontrolė
- Informacija ir ryšiai
- Stebėseną

„Taikydama Organizacijos rizikos valdymo sistemą organizacija turėtų atsižvelgti į visus savo veiklos lygmenis. Taip pat naudodama Organizacijos rizikos valdymo sistemą vadovybė turėtų apsvarstyti naujas iniciatyvas ir projektus“. (Tarptautinė aukščiausiųjų audito institucijų organizacija, 2004).

Akivaizdu, kad išankstinės priemonės tai geriausias būdas eliminuoti ar bent sumažinti galimą riziką ir jos pasekmes. Kiekvienos įmonės vadovybė turi nuspręsti koks rizikos lygis jiems yra priimtinas, norint pasiekti užsibrėžtų tikslų, kokios rizikos vengti, o kokią priimti. Rizikos valdymas įmonėje tai cikliškas procesas.

Egzistuoja daugybė mažmeninės prekybos įmonių veiklos efektyvumo vertinimo metodų, tačiau kiekviena įmonė renkasi tokius metodus (ar metodų sistemą), kurie geriausiai atspindi įmonės veiklos rezultatyvumą bei efektyvumą. Taikomų metodų įvairovė bei kiekis užtikrina įvairios ir visapusiškos informacijos, reikalingos įmonės veiklai vertinti, gavimą, t.y. kuo daugiau koeficientų įmonės analitikai nagrinės, tuo išsamesni bus analizės rezultatai. Svarbu pažymėti, kad tokios veiklos efektyvumo analizės turėtų būti atliekamos nuolat (bent kartą per metus), kad laiku pastebėti neigiamus rodiklių pokyčius, išsiaiškinti jų priežastis ir tiesiog kontroliuoti įmonės veiklą. O būtent teisinga ir savalaikė mažmeninės prekybos įmonės veiklos vertinimo rodiklių analizė yra pagrindas įmonės vadovybės priimamiems sprendimams ateityje.

3. TYRIMO METODOLOGIJA

Kaip jau buvo minėta pirmoje baigiamojo darbo dalyje, veiklos ekonominio efektyvumo vertinimo mažmeninės prekybos įmonėje svarba yra sąlygojama vis didėjančios konkurencijos rinkoje. Kiekvienai įmonei tampa itin svarbu žinoti kokie yra jos konkurenciniai pajėgumai ir pranašumai, o gal trūkumai. Turint šią svarbią informaciją, yra įmanoma stebėti ir keisti situaciją. Tačiau kyla klausimas, koks turėtų būti vertinimas, kad atskleistų itin svarbią ir būtinai realybę atitinkančią informaciją, t.y. kokia analizė atskleis efektyvumą lemiančius veiksnius.

Kiekviena mažmeninės prekybos įmonė renkasi labiausiai jos pobūdį atitinkantį veiklos ekonominio efektyvumo vertinimo metodą arba jų derinį. Egzistuoja nuomonė, jog kuo daugiau rodiklių vertinimo eigoje bus panaudota, tuo tikslesni bus rezultatai. Iš dalies tai tiesa, tačiau reikėtų nepamiršti, kad per daug rodiklių gali suklaidinti, todėl reikėtų koncentruotis į labiausiai įmonei tinkančius.

UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominio efektyvumo vertinimo tyrimui buvo pasirinkti keli svarbiausi įmonės veiklą apibūdinantys analizės metodai, tai:

- Išorinės bei vidinės aplinkos analizės;
- Horizontaliosios ir vertikaliosios pagrindinių finansinių ataskaitų analizės;
- Santykinių rodiklių metodas;
- Bankroto prognozavimas pagal E.I. Altmaną.

Atlikto tyrimo darbo dalis pradedama bendros informacijos apie UAB „Pasaulio skoniai“ pateikimu: veiklos apibūdinimas, dirbančiųjų skaičiaus dinamika. Remiantis 2011 -2014 metų pelno (nuostolių) ataskaitomis grafiškai pateikta grynojo pelno kitimo dinamika.

Pats tyrimas prasideda nuo **išorinės aplinkos** analizės. Pirmasis pasirinktas išorinės aplinkos vertinimo metodas – konkurentų analizė, nes būtent konkurencijos buvimas skatina įmonių tobulėjimą ir visos ekonomikos judėjimą į priekį. Šis vertinimas buvo atliktas naudojant įmonės potencialo analizę, kuri išryškino nagrinėjamos įmonės kertines kompetencijas konkurencinėje kovoje. Duomenys apie konkurentų įmones buvo renkami UAB „Pasaulio skoniai“ marketingo skyriuje bei gauti internetinių informacijos šaltinių analizės dėka.

Kitas išorinės aplinkos, o būtent makro aplinkos analizavimo būdas panaudotas ekonominio efektyvumo nustatymo tyrimui – PEST analizė. Tai analizė, kuri apima ekonominius, politinius, socialinius bei technologinius veiksnius, kurie daro įtaką visoms rinkoje dalyvaujančioms įmonėms. Buvo nagrinėjami tokie sekantys ekonominiai veiksniai: BVP augimas, perkamosios galios pokyčiai, bendras kainų lygio didėjimas, konkurencija, palūkanų normos pokyčiai. Politiniai (arba teisiniai) nagrinėti veiksniai: besikeičianti įstatyminė bazė, mokesstinės šalies sistemos nestabilumas. Nagrinėti socialiniai veiksniai: nedarbo lygis, visuomenės išsilavinimo lygis. Pagrindinis technologinis veiksnys

– naujų technologijų atsiradimas. Visų šitų veiksnių nagrinėjimas padeda geriau suprasti, kokie išoriniai faktoriai įmonei daro didžiausią įtaką (neigiama – grėsmės, kurioms turi būti pasiruošusi įmonė; teigiama – galimybės, kuriomis turėtų pasinaudoti įmonė).

Vidinės aplinkos vertinimui buvo naudojama SSGG analizė, kuri be vidinių veiksnių, nurodo ir išorinius, taip kažkiek atkartodama PEST analizės rezultatus. Itin svarbu žinoti kas iš vidaus padeda (stiprybės), o gal atvirksčiai trukdo (silpnybės), įmonei efektyviai dirbti. Nes skirtingai nuo išorinių veiksnių, kai galima keisti tik įmonės reakciją į juos, vidiniai veiksniai gali būti eliminuojami arba jų poveikis gali būti maksimaliai mažinamas.

Sekanti tyrimo dalis yra skirta **santykinų rodiklių** vertinimui. Tačiau, prieš atliekant santykinų rodiklių analizę, kaip pagrindas šiai analizei, buvo atliktos pagrindinių įmonės finansinių ataskaitų **horizontalioji bei vertikalioji analizės**. Šiam tikslui ir santykinų rodiklių skaičiavimams buvo naudojami duomenys iš UAB „Pasaulio skoniai“ 2011-2014 m. balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitų.

Svarbi ir didžiausia tyrimo dalis – santykinų rodiklių skaičiavimas, rezultatų vertinimas, grupavimas ir palyginimas. Visų pirma, buvo apskaičiuoti **pelningumo rodikliai**:

$$\text{Bendrojo pelningumo koef.} = \frac{\text{Bendrasis pelnas}}{\text{Pardavimo pajamos}} \times 100\%$$

$$\text{Grynojo pelningumo koef.} = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Pardavimo pajamos}} \times 100\%$$

$$\text{Nuosavo kapitalo pelningumo koef.} = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Nuosavas kapitalas}} \times 100\%$$

$$\text{Turto pelningumo koef.} = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Visas turtas}} \times 100\%$$

Sekanti apskaičiuotų bei išanalizuotų rodiklių grupė tai **likvidumo rodikliai**:

$$\text{Einamojo likvidumo koef.} = \frac{\text{Trumpalaikis turtas}}{\text{Trumpalaikiai įsipareigojimai}}$$

$$\text{Kritinio likvidumo koef.} = \frac{\text{Trumpalaikis turtas} - \text{Atsargos}}{\text{Trumpalaikiai įsipareigojimai}}$$

$$\text{Absoliutaus likvidumo pinigais koef.} = \frac{\text{Pinigai ir jų ekvivalentai}}{\text{Trumpalaikiai įsipareigojimai}}$$

$$\text{Apyvartinio kapitalo rod.} = \text{Trumpalaikis turtas} - \text{Trumpalaikiai įsipareigojimai}$$

Toliau buvo atliekama ilgalaikio **mokumo rodiklių** analizė:

$$\text{Bendrasis skolos koef.} = \frac{\text{Visi įsipareigojimai}}{\text{Visas turtas}}$$

$$\text{Finansinio sveto koef.} = \frac{\text{Visi įsipareigojimai}}{\text{Nuosavas kapitalas}}$$

$$\text{Ilgalaikės skolos rodiklis} = \frac{\text{Ilgalaikiai įsipareigojimai}}{\text{Visas turtas}}$$

$$\text{Nuosavo kapitalo koncentracijos koef.} = \frac{\text{Nuosavas kapitalas}}{\text{Visas turtas}}$$

$$\text{Palūkanų padengimo koef.} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Palūkanų sąnaudos}}$$

$$\text{EBIT} = \text{Ikimokestinis pelnas} + \text{finansinės sąnaudos} - \text{finansinės pajamos}$$

Sekantys buvo aptariami itin svarbūs prekybinei įmonei **apyvartumo rodikliai**:

$$\text{Atsargų apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo savikaina}}{\text{Vidutinės metinės atsargos}}$$

$$\text{Pirkėjų įsiskolinimo apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Vidutinis metinis pirkėjų įsiskolinimas}}$$

$$\text{Skolų tiekėjams apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Vidutinės metinės skolos tiekėjams}}$$

$$\text{Apyvartinio kapitalo apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Vidutinis metinis apyvartinis kapitalas}}$$

$$\text{Ilgalaikio turto apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Vidutinis metinis ilgalaikis turtas}}$$

$$\text{Turto apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Vidutinis metinis visas turtas}}$$

$$\text{Grynojo turto apyvartumo koef.} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Grynasis turtas}}$$

$$\text{Grynasis turtas} = \text{Ilgalaikis turtas} + \text{Apyvartinis kapitalas}$$

Rinkos vertės rodiklių skaičiavimai buvo atliekami naudojant šias formules:

$$\text{Balansinė įmonės vertė} = \text{Turtas} - \text{Įsipareigojimai ir skolos}$$

$$\text{Akcijos buhalterinės vertės koef.} = \frac{\text{Nuosavas kapitalas}}{\text{Akcijų skaičius}}$$

$$\text{Pelno tenkančio vienai akcijai koef.} = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Akcijų skaičius}}$$

Paskutinoji nagrinėta rodiklių grupė – **sąnaudų lygio rodikliai**:

$$\text{Parduotų prekių savikainos vienam pardavimui lt (eur) rod.} = \frac{\text{Parduotų prekių savikaina}}{\text{Pardavimų pajamos}}$$

$$\text{Veiklos sąnaudų vienam pardavimui lt (eur) rod.} = \frac{\text{Veiklos sąnaudos}}{\text{Pardavimų pajamos}}$$

Visų aukščiau paminėtų rodiklių analizavimas bei vertinimas visapusiškai parodė įmonės vidaus procesų rezultatyvumą, bei leido pamatyti įmonės finansines silpnąsias vietas. Šių rodiklių rezultatų analizė yra atspirties taškas įmonės vadovybei naujų sprendimų ir ateities planų kūrimui. Be to, analizuojant praeitų laikotarpių santykinius rodiklius galima stebėti kaip buvo įgyvendinami įmonės užsibrėžti tikslai ar įmonės veikla progresuoja.

Tyrimą užbaigia UAB „Pasaulio skoniai“ rizikos lygio nustatymas, naudojant bankroto tikimybės E. I. Altmano metodą (jo skaičiavimo metodiką galima matyti darbo 2.5 skyriuje). Duomenys šiai analizei taip pat buvo paimti iš pagrindinių įmonės finansinių ataskaitų. Šio metodo panaudojimo būtinumas yra sąlygojamas tuo, kad jis leidžia gana tiksliai nustatyti įmonės nemokumo riziką, bei parodyti ar tokia rizika buvo iškilusi praeityje, kokios buvo priežastys.

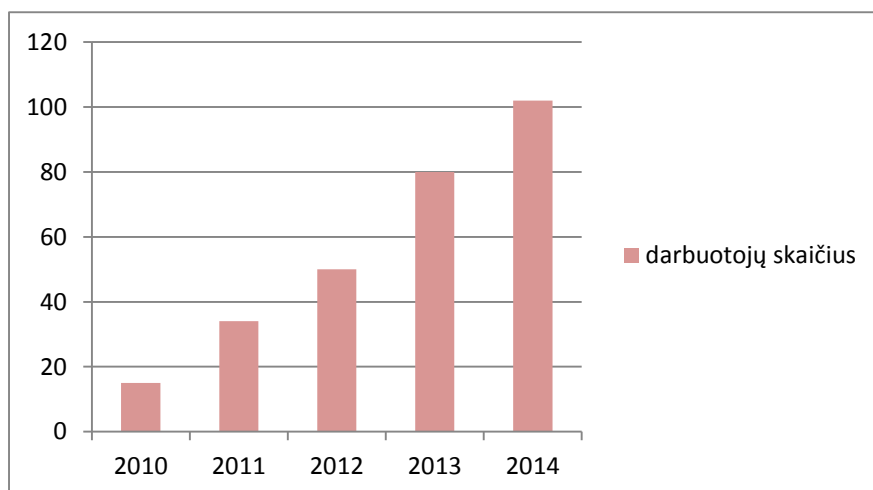
4. UAB „PASAULIO SKONIAI“ EKONOMINIO EFEKTYVUMO VERTINIMAS

4.1. UAB „Pasaulio skoniai“ veiklos aprašymas

UAB „Pasaulio skoniai“ pradėjo savo veiklą 2001m. nuo nedidelės parduotuvės Klaipėdoje. Iki 2004 m. tai buvo individuali įmonė, o vėliau tapo uždara akcine bendrove. Palaipsniui įmonė plėtėsi, įsteigdama dar keletą parduotuvių uostamiestyje, ir nuo 2004 m. pradėjo plėstis už miesto ribų. Šiuo metu įmonė valdo nuolat besiplečiantį parduotuvių tinklą visoje Lietuvoje. Šiandien UAB „Pasaulio skoniai“ yra viena lyderiaujančių įmonių savo šakoje. Pagrindinės asortimento gairės: aliejus, prieskoniai, žolelės, arbata, kava, džiovinti vaisiai, riešutai, ekologiškos linijos išvardintose produktų grupėse. UAB „Pasaulio skoniai“ asortimente yra unikalių maisto pagardų. Taipogi įmonė gali pasiūlyti maisto gaminiui reikalingų priedų.

Jau veikiančiose dvidešimt aštuoniose parduotuvėse, savo pirkėjams įmonė siūlo daugiau kaip keturiasdešimt rūšių pilstomo ir fasuoto aliejaus, atgabento iš įvairių pasaulio šalių. Įmonės prekių asortimente - dešimtys rūšių prieskonių, kuriose nėra skonio ir kvapo stipriklių, be druskos ir su druska, pavieniai ir įvairūs paruošti prieskonių mišiniai, šimtai rūšių vaistažolių, kvapniausios arbatos ir gardžiausios „Arabica“ kavos pupelės. Taipogi parduodami egzotiški džiovinti vaisiai, riešutai iš viso pasaulio ir dar daug kas, kas skanu, sveika ir naudinga.

Nagrinėjama įmonė UAB „Pasaulio skoniai“ pagal Lietuvos įstatymų apibrėžiamus įmonių tipus, priklauso vidutinėms įmonėms. Pagal veiklos sritį - yra prekybos įmonė. Šiuo metu įmonėje dirba 112 darbuotojų, iš kurių 9 administracijos skyriaus darbuotojai, 10 sandėlio darbininkų-vairuotojų o likusi dalis – 93 žmonės aptarnaujantis personalas (pardavėjai).

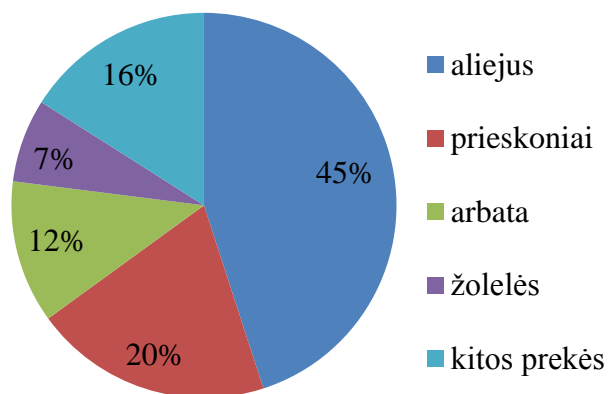


4 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ darbuotojų skaičiaus dinamika 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Kaip matome iš žemiau pateikto 4 paveikslo, dirbančiųjų įmonėje kitimo dinamika yra teigiama. Ši reiškinį įtakojo įmonės plėtra, t.y. naujų filialų atidarymas.

Besiplečiant įmonei atitinkamai augo ir pardavimų pajamos. Tačiau nusistovėjusi nuo pat įmonės įkūrimo pajamų generavimo struktūra, pavaizduota pav. 1, išliko maždaug tokia pati.

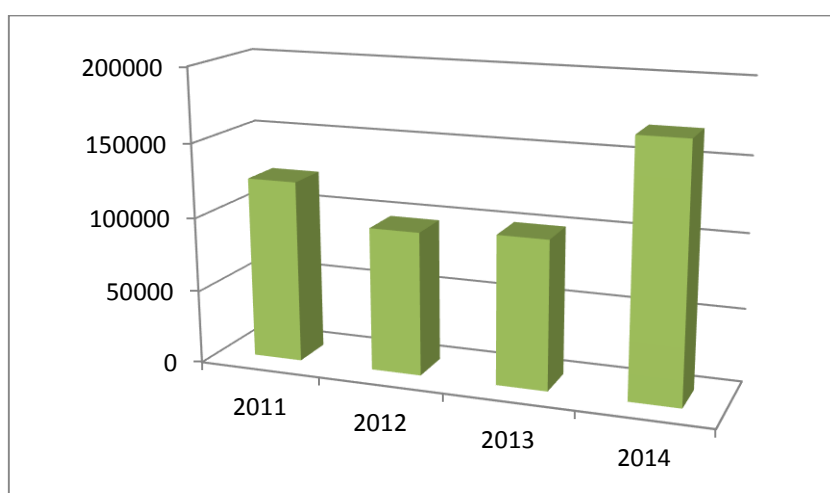


5 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ pajamų generavimo struktūra.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Kaip matome iš 5 pav. didžiausią dalį įmonės pajamų sudaro pajamos gaunamos iš įvairių rūšių aliejaus pardavimo.

Įmonės pelno kitimas taipogi turi teigiamą dinamiką, tai galima matyti 6 paveiksle. Pagal lentelėje pateiktus duomenis matome kad 2011 m. grynas pelnas siekė 123368 Lt, 2012 m. įmonės pelnas šiek tiek sumažėjo ir sudarė 97216 Lt, o 2013 100641 Lt, 2014 šoktelėjo iki 170095 Lt. Verta paminėti, jog 2009 metais įmonė patyrė nuostolį, tačiau jau 2010 metų pabaigoje jau turėjo teigiamą rezultatą.



6 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ grynojo pelno dinamika.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Šnekant apie pelną svarbu paminėti pagrindinius veiksnius, darančius įtaką jo formavimuisi. Pardavimo pajamos, palyginus su grynuoju pelnu, įmonėje yra gana didelės: 2011 metais jos siekė 3,78 mln. lt, 2012 m. – 4,73 mln. lt, 2013 m. pajamos siekė 6,24 mln. lt ir 2014 m. – beveik 7,89 mln. Lt. Nuo 2011 m. iki 2014 m. pardavimo pajamos padidėjo dvigubai, tam įtakos turėjo didelis naujai atidarytų parduotuvių skaičius, bei vis didėjanti pirkėjų paklausa. UAB „Pasaulio skoniai“ kainų politika nesikeitė per visus įmonės gyvavimo metus: kainos yra aukštesnės už vidutines (panašių produktų kainas didžiųjų prekybos tinklų parduotuvėse). Tokia kainų politika įmonės vadovai nori pabrėžti produktų išskirtinumą bei orientuojasi į vartotojų grupę, gaunančią aukštesnes nei vidutines pajamas. Pagrindinis UAB „Pasaulio skoniai“ pranašumas, kuris vis didina klientų skaičių – itin platus bei gilus prekių asortimentas, kol kas neturintis analogų rinkoje.

Kadangi UAB „Pasaulio skoniai“ prekiauja tik labai kokybiška produkcija ir dažniausiai ją veža iš įvairių pasaulio kampelių, prekių savikaina (į kurią įeina ir transportavimo išlaidos) yra gana aukšta ir sudaro apie 50% pardavimo pajamų. Taipogi didelę dalį sudaro veiklos sąnaudos, į kurias įeina darbuotojų atlyginimai, su tuo susiję mokesčiai.

4.2. UAB „Pasaulio skoniai“ išorinės ir vidinės aplinkos analizė

4.2.1. UAB „Pasaulio skoniai“ konkurentų analizė

Vienas svarbiausių išorinės aplinkos veiksnių, darančių didelę įtaką įmonės veiklai – konkurentai. Būtent vienos įmonės veiklos palyginimas su kitos įmonės veiklą skatina tobulėjimą visomis kryptimis: pradedant vartotojų poreikio tenkinimą ir baigiant vidinių procesų efektyvumo dindimą. Kaip ir beveik kiekviena įmonė rinkoje, UAB „Pasaulio skoniai“ turi konkurentų, kurių skaičius pastoviai auga. Norint neatsilikti, o neretai ir aplenkti konkurentus, būtina stebėti ir analizuoti jų veiklą.

„Konkurentų veiklos tyrimai yra svarbi kompleksinių rinkodaros tyrinėjimų, tarp jų ir verslo mikro aplinkos, kaip svarbiausių įmonę veikiančių artimųjų išorės jėgų visumos, tyrinėjimų sudėtinė dalis. Atliekant konkurentų, tiek esamų, tiek ir naujų (galimų) tyrimus, pabrėžtinai svarbus jų etapas – konkurentų grupavimas ir išskyrimas, t. y. jų identifikavimas. Jis leidžia kryptingai atlikti tolesnį tyrimą bei susiaurinti analizės objektą, pavyzdžiui, aprėpti tikslinės konkurentų grupės įmones. Konkurentai paprastai grupuojami išskiriant rinkos lyderius, konkurentus, keliančius didelę grėsmę, potencialius konkurentus ir kt.“ (Žvirblis A. ir kiti, 2008:82)

UAB „Pasaulio skoniai“ turi daug smulkių ir kelis stambius konkurentus. Prie smulkių galima priskirti visas ekologiškomis maisto prekėmis prekiaujančias parduotuves (ši sritis itin populiarėja, todėl minėtų parduotuvių skaičius sparčiai auga), verta paminėti tokias įmones kaip UAB „Sveiki

produktai“, MB „Grin Grin“. Šių įmonių asortimentas ir specializacija yra labai panašūs, todėl jas nesunku apjungti į vieną grupę.

Kita didelė konkurentų grupė – didieji šalies prekybos tinklai: UAB „Maxima LT“, UAB „Palink“, UAB „Norfos mažmena“, UAB „Rimi Lietuva“, UAB „Grūstė“, UAB „Prisma LT“, UAB „Aljansas AIBĖ“. Šių prekybos tinklų bendras bruožas yra asortimento plotis, mažesnės kainos, patogus susisiekimas, parduotuvių gausa.

Taipogi šalyje yra kelios didelės įmonės užsiimančios konkrečiai aliejaus gamyba ir pardavimų, tai UAB „Tiekėjų gildija“, UAB „Vetarga“ (parduotuvė „Senoji aliejinė), SV „Obeliai“ (Obelių aliejus), UAB „Aletovis“ – šias įmonės analizėje apjungs grupė „Stambieji aliejaus gamintojai“. Šiuos konkurentus galima priskirti prie pagrindinių konkurentų, kadangi būtent aliejaus prekyba bei gamyba generuoja daugiau nei 70 proc. UAB „X“ pardavimų.

Šalyje nemažai įmonių prekiaujančių prieskoniais, arbata, kava, didžiausios yra UAB „Alvas ir Ko“, UAB „Sauda“, UAB „Saldva“, UAB „Kavinuko prekyba“, UAB „Skonis ir kvapas“. Šios įmonės pagrinde užsiima didmenine prekyba, tačiau turi ir mažmeninės prekybos taškus.

Išvardintos tik didžiausios ir labiausiai žinomos įmonės. Verta paminėti, jog sunku išskirti konkrečius UAB „Pasaulio skoniai“ konkurentus, kadangi įmonės asortimentas yra itin platus ir gilus, apimantis daug sričių, tarp jų ir specifinės maisto prekės. Visos aukščiau paminėtos įmonės užsiima tik kažkurių produktų, iš viso UAB „Pasaulio skoniai“ asortimento, prekyba, todėl galima teigti, jog absoliučiai identiško konkurento (kuris turėtų tokią pat produktų įvairovę) šiai dienai rinkoje nėra. Taip yra todėl, kad UAB „Pasaulio skoniai“ rinkoje yra pakankamai ilgą laiką ir buvo viena pirmųjų užėmusių šių produktų prekybos nišą.

Labai gerai konkurencinį pranašumą (arba atvirkščiai, trūkumus) parodo įmonės potencialo analizė, kurioje tam tikros rodiklių grupės yra lyginamos su konkurentų rodikliais. Toks palyginimas padeda išskirti kertines įmonės kompetencijas, bei pastebėti trūkumus. Ši analizė kažkiek panaši į įmonės SSSG analizę, tačiau šiuo atveju rezultatai yra lyginami su kitomis tos pačios nišos įmonėmis.

Tyrimo patogumui konkurentai buvo sustambinti į grupes: didžiųjų prekybos tinklų parduotuvės, ekologiškų prekių parduotuvės ir stambūs didmeniniai pardavėjai ir gamintojai.

Savo tyrimui pasirinkau šias rodiklių grupes: marketingas, produktai, personalas. Būtent tokie rodikliai kaip, kokybė, kaina, įmonės žinomumas geriausiai parodo pagrindinius konkurencinius skirtumus. Paprastai tokio pobūdžio analizės taipogi apima ir finansų rodiklių grupę, tačiau tam reikėtų turėti tikslius konkurentų finansinės veiklos rezultatus, todėl kad išvengti netikslumų šį grupę analizėje nefigūruos.

Marketingas. UAB „Pasaulio skoniai“ marketingo skyriaus tikslas – išlaikyti esamus ir pritraukti naujus klientus. Tam tikslui pasiekti įmonė naudoja įvairias priemones. Viena jų – reklama parduotuvėse. UAB „Pasaulio skoniai“ rengia naujų produktų degustacijas, gamina ir dalina

informacinius bukletus bei produktų mėginukus. Deja, kol kas vadovybė neinvestuoja į reklamą per masinės informacijos priemones (laikraščiai, televizija, net internete, turėdama elektroninę parduotuvę, įmonė nesireklamuoja).

Visai kita situacija yra su konkuruojančių įmonių reklama. Ypatingai didieji prekybos tinklai reklama yra užpildę visą televizijos eterį, laikraščius, žurnalus; taipogi pastoviai vykdomos degustacijos ir akcijos. Ekologiškų prekių parduotuvių rinkodara labiau nukreipta į internetą, nes beveik absoliuti dauguma šių įmonių yra mažos ir jos neturi pakankamai lėšų reklamai kitur. Didmeninės įmonės, jau turėdamos pastovią klientūrą, per masinės informacijos šaltinius nesireklamuoja arba daro tai itin retai.

UAB „Pasaulio skoniai“ skiria nemažą dėmesį rinkos tyrimams. Periodiškai yra atliekami konkurentų produktų analizavimai, asortimento palyginimas. Taipogi įmonė atlieka klientų apklausas apie savo produktų kokybę, pageidavimus, aptarnavimo kokybę ir t.t.

Didžiųjų prekybos tinklų parduotuvės, turėdamos didelius rinkotyros skyrius, taipogi pastoviai vykdo rinkos analizę, tačiau atskirų klientų nuomonės teiraujasi retai.

Labai svarbus marketingo rodiklis UAB „Pasaulio skoniai“ yra reputacija, žinomumas. Virš 13 metų esant rinkoje, įmonė užsitikrino atpažįstamą vardą, kuris yra siejamas su kokybę, pasirinkimo gausa bei išskirtinumu. Atpažįstamą vardą bei ilgalaikę patirtį turi ir didieji prekybos tinklai. Ekologiškų prekių parduotuvės yra mažiau žinomos dėl jų gausos ir palyginti trumpalaikės veiklos. Aliejaus ir prieskonių didmeninės prekybos įmonės yra puikiai žinomos įmonėms, užsiimančioms mažmenine prekyba, bet pavieniai vartotojai apie juos žino nedaug.

Produktai. UAB „Pasaulio skoniai“ skiria labai didelį dėmesį parduodamų produktų kokybei. Visi parduodami produktai yra išbandomi „savu kailiu“, iš daugelio pavyzdžių yra išrenkami geriausi. Yra tam tikri tiekėjų atrankos kriterijai, kurių laikosi įmonė. Dažniausiai tai būna ilgametė partnerystė, todėl UAB „Pasaulio skoniai“ gali užtikrinti, kad klientui tiekia kokybiškas prekes. Taipogi, įmonė stengiasi bendradarbiauti tik su gamintojais arba bent oficialiais atstovais, o ne perpardavinėtojais. Be abejo, kokybę gali užtikrinti ir didmeniniai gamintojai, kadangi patys parenka žaliavas, bei stebi visą gamybos procesą. Aukštą kokybės lygį stengiasi išlaikyti ir ekologiškų prekių parduotuvės (ekologiškumo ir kokybės sąvokos tiesiogiai priklauso viena nuo kitos.)

Asortimentas yra stipriausia UAB „Pasaulio skoniai“ pusė. Jis yra itin platus ir gilus. Šitoje vietoje, UAB „Pasaulio skoniai“ yra neabejotinas lyderis, nes yra nemaža dalis produktų, kuriuos galiam rasti tik UAB „Pasaulio skoniai“ tinklo parduotuvėse. Asortimentas yra nuolat plečiamas, stengiantis atitikti didėjančius klientų poreikius. Jis išsiskiria unikalumu, egzotika bei gurmaniškų produktų gausa. Jokie kiti minėti konkurentai neturi tokios produktų įvairovės.

Kita stipri UAB „Pasaulio skoniai“ pusė – produktų kilmės šalys. Įmonė perka atsargas visame pasaulyje, net egzotiškiausiuose pasaulio kampeliuose (Malaizija, Tailandas). Kai tuo tarpu

konkurentų produktai neretai būna iš Lenkijos ir kitų ne itin gerai vertinamų šalių-tiekėjų. Tiksliai žinodama produktų kilmę, UAB „Pasaulio skoniai“ gali užtikrinti jų natūralumą. Šitoje kategorijoje „laimi“ ir vietiniai didmeniniai aliejaus gamintojai.

Produktų kainą UAB „Pasaulio skoniai“ yra aukštesnė už vidutinę rinkos kainą, kadangi įmonės tikslinė grupė yra vartotojai, gaunantys didesnę nei vidutinį darbo užmokestį. Taip yra todėl, kad dėl prekių išskirtinumo, kokybės, bei transportavimo išlaidų jų savikaina yra gana aukšta. Analogiškas, tačiau neidentiškas prekes, konkurentai (ypatingai didžiųjų prekybos tinklų parduotuvės ir didmeniniai gamintojai) gali pasiūlyti pigiau. Ekologiškų prekių parduotuvės dažniausiai laiko gana aukštą kainų lygį

Personalas. UAB „Pasaulio skoniai“ personalo vadyba yra gana silpnai išvystyta. Galbūt, tai susiję su vadovavimo stiliumi (noras viską padaryti pačiam, nepasitikėjimas personalu). Administracinio (vadovai, finansų skyrius, marketingas) lygio darbuotojų patirtis tikrai yra svarbi įmonėje, kadangi dauguma darbuotojų dirba nuo įmonės įkūrimo, žino visą raidą, buvusias problemas ir yra susieti tų pačių tikslų. Tačiau, aptarnaujančiojo personalo lygmenyje vyksta didelė kaita, dėl to kenčia aptarnavimo kokybė.

UAB „Pasaulio skoniai“ mažai dėmesio skiria darbuotojų motyvacijai, tobulėjimui. Nėra rengiami mokymai, nesiunčiama į kvalifikacijos kėlimo kursus (išskyrus finansų skyriaus darbuotojus). Vienintelis dalykas, kuri UAB „Pasaulio skoniai“ padarė norėdama motyvuoti darbuotojus – didesnė alga. Net pardavėjai-konsultantai gauna gerokai didesnę už „minimumą“ algą. Tačiau, yra pamirštama, jog darbuotojai šalia padoraus atlygio už darbą norėtų būti įvertinti, turėti galimybę kilti karjeros laiptais. Dėl šių veiksnių trūkumo, darbuotojai palieka UAB „Pasaulio skoniai“ ir kartais net būna aptarnaujančiojo personalo stygius (parduotuvėje, kurioje turėtų dirbti 3-4 darbuotojos, dirba 1 arba 2), tai, be abejo, turi neigiamą poveikį aptarnavimo kokybei.

Visos mažmeninės prekybos įmonės susiduria su didele personalo kaita žemiausiame lygyje, kadangi pardavėjų darbas nėra perspektyvus ar gerai apmokamas. Kitokia situacija didmenine prekyba bei gamyba užsiimančiose įmonėse, kur darbuotojų kaita ženkliai mažesnė.

Visi analizės rezultatai susisteminti ir pavaizduoti 7 paveiksle.

Potencialas YRA situacija	Įvertinimas		
	blogai	vidutiniškai	gerai
Marketingas <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reklama ▪ Rinkos tyrimai ▪ Pastovūs klientai ▪ Reputacija 			
Produktai <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produktų kokybė ▪ Produktų asortimentas ▪ Produktų kilmės šalis ▪ Produktų kaina 			
Personalas <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaita ▪ Motyvavimo sistema ▪ Patirtis 			

- Didžiųjų prekybos tinklų parduotuvės
- Didmeniniai pardavėjai ir gamintojai
- Ekologiškų prekių parduotuvės
- UAB „Pasaulio skoniai“

7 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ potencialo analizės rezultatai.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Kaip matome iš paveikslo, UAB „Pasaulio skoniai“ kertinės kompetencijos yra produktų asortimentas ir kokybė. Taip pat dėka ilgalaikės patirties rinkoje, įmonė yra gerai žinoma ir turiu pastovią klientūrą. Akivaizdi problema yra personalo srityje: didelė darbuotojų kaita neišvengiamai neigiamai įtakoja aptarnavimo kokybę.

Panaši, tačiau geresnė situacija didmeninės prekybos ir gamybos įmonėms. Jų stiprioji pusė – personalas, dėl jo stabilumo, kaupiasi būtina efektyviam darbui patirtis. Dėl siauros specializacijos, jų asortimentas, palyginus su UAB „Pasaulio skoniai“, mažas. Dėl gamybos ir pardavimų apimčių, šios įmonės gali pasiūlyti mažesnę pardavimo kainą, todėl šitoj srityje yra pranašesni už mažmeninės prekybos įmones.

Didžiųjų prekybos tinklų parduotuvių kreivė išsidėstė labai netolygiai, nuo vieno kraštutinumo prie kito. Taip yra todėl, kad šios įmonės skiria daug dėmesio klientų pritraukimui, tačiau ne visada pilnai patenkina jų poreikius bei lūkesčius. Kaip ir UAB „Pasaulio skoniai“, personalo sritis yra silpna.

Ekologiškomis prekėmis prekiaujančios parduotuvės yra palyginti jaunos, todėl dar nespėjo užsitikrinti klientų pripažinimo ir pasitikėjimo. Tačiau šiais laikais itin populiarius sveikas gyvenimo būdas, užtikrina tam tikrą pastovių klientų skaičių. Kainų atžvilgiu šios įmonės neturi konkurencinio pranašumo.

Apibendrinant, galima teigti jog didžiausi UAB „Pasaulio skoniai“ konkurentai yra didmeniniai gamintojai bei pardavėjai, kurie gali pasiūlyti kokybišką bei pigesnę produkciją. Tačiau asortimento gausoje UAB „Pasaulio skoniai“ yra neginčijamas lyderis. Kol egzistuoja pastovių klientų nuolat besiplečiantis ratas bei augantys pardavimai, UAB „Pasaulio skoniai“ gali sau leisti nepastebėti

personalo problemos, tačiau rinkai augant, neužilgo atsiras analogiškų parduotuvių ir įmonei teks ieškoti kitų būdų (įmonės viduje) veiklos rezultatyvumui didinti.

4.2.2. UAB „Pasaulio skoniai“ PEST analizė

Kaip ir buvo minėta prieš tai, visos įmonės vykdo savo veiklą tam tikroje aplinkoje, kuri neišvengiamai daro įtaką visoms joje veikiančioms organizacijoms. Todėl svarbu išnagrinėti visas įtaką darančius išorinės aplinkos veiksnius ir kokią poveikį jie turi konkrečiai įmonei ir visai šakai (pramonei). Populiariausias išorinės aplinkos analizės metodas – PEST analizė, kuri apima ekonominius, politinius, socialinius bei technologinius veiksnius.

Ekonominiai veiksniai. Nagrinėjant šalies ekonomiką, svarbiausiu laikomas BVP rodiklis, kuris parodo bendrą ekonomikos augimą (smukimą) šalyje. Nagrinėjamo periodo pradžioje, 2011 m., BVP augo itin sparčiai ir augimas siekė net 6,1 %, 2012 m. augimas buvo 3,8 %, 2013 m. – 3,3 %, o 2014 m. pabaigai sudarė 2,9%. Nors augimo tempai sumažėjo, tačiau augimas yra pastovus. Pagrindinis ekonomikos šalyje augimo šaltinis – vidinės paklausos didėjimas, t.y. didėja vartotojų (šalies gyventojų) noras ir pajėgumas pirkti. Perkamoji galia yra itin svarbus bei didelę įtaką turintis išorinis veiksnys. Po krizės praėjus porai metų gyventojai pradėjo drąsiau leisti savo pajamas ir santaupas, kas savo ruožtu padidino bendrą produktų paklausą. Vartotojų perkamosios galios padidėjimui ir jų skaičiaus augimui didelę įtaką turėjo vidutinio bei minimalaus darbo užmokesčio didėjimas per nagrinėjamą laikotarpį. Taipogi viešai skelbiama informacija apie šalies ekonomikos augimą, infliacijos mažėjimą (iki euro įvedimo) skatino didesnę vartojimą. Didėjanti paklausa didina ir parduodamų prekių kainas – taip veikia rinkos mechanizmas, todėl beveik visos maisto pramonės prekių kainos kilo per nagrinėjamą laikotarpį. Natūralu, jog kartu padidėjo ir tiekėjų siūlomų prekių kainos, kas ženkliai sumažina pajamų padidėjimo iš vartojimo augimo efektą.

Augant ekonomikai šalyje atsiranda ir daugiau vietos konkurentams ateiti į rinką, taip didinant ir taip gan aukštą konkurencijos lygį. Šis veiksnys itin nepalankus UAB „Pasaulio skoniai“, kadangi viena svarbiausių įmonės kertinių kompetencijų yra asortimento unikalumas, kas leidžia įmonei laikyti gan aukštą kainų lygį ir išlikti paklausia.

Ne mažiau svarbus yra finansinių paskolų palūkanų normų augimas šalyje. Tai ypač liečia įmones, savo veikloje naudojančias daug skolintų lėšų (kaip UAB „Pasaulio skoniai“).

Politiniai (dažnai vadinami politiniais-teisiniais) veiksniai. Kaip ir bet kurioje šalyje, Lietuvoje politinė sistema nėra nesikeičianti ir visiškai stabili: į valdžią ateinant naujiems lyderiams keičiasi ir politinė situacija šalyje. Dažnai išleidžiami nauji įstatymai reglamentuojantys ir apribojantys įmonių veiklą arba atsiranda pataisos jau esamiems įstatymams. Ypatingai tai liečia mokesstinę sistemą, kuri Lietuvoje yra itin dinamiška: nauji mokesčiai, besikeičiantys esamų mokesčių tarifai, lengvatos, jų

naikinimas, apskaitos standartų keitimas ir t.t. Šie pokyčiai reiškia nestabilumą ir sunkiai prognozuojamą ateitį.

Visi aukščiau išvardinti neigiami veiksniai veikia šalies įmonių veiklą stabdydami jų plėtrą, slopindami potencialą, o tai, be abejojimo, turi neigiamą poveikį ir visai šalies ekonomikai.

Socialiniai veiksniai. Tai veiksniai, kuriuos formuoja visuomenė. Vienas svarbiausių reikšmę turinčių veiksnių šioje kategorijoje yra nedarbo lygis, jo mažėjimas. 2011 m. buvo fiksuojamas daugiau nei 15% nedarbo lygis, 2012 m. – kiek daugiau 13%, 2013 m. jau nesiekė 12%, o 2014 sumažėjo iki kiek daugiau nei 10% ir vis turi tendenciją mažėti. Šis veiksnys galėtų būti ir ekonominių veiksnių kategorijoje, kadangi didina perkamąją galią bei vartojimą, tačiau taipogi nedarbo sumažėjimas suteikia vartotojams socialinio stabilumo jausmą.

Didėja ir išsilavinusių žmonių skaičius. 2014 m. pabaigai Lietuvoje aukštąjį išsilavinimą turėjo daugiau nei 40% gyventojų. Išsilavinę žmonės yra labiau linkę vertinti produktus už jų kokybę, išskirtinumą bei natūralumą, sutikdami mokėti už tai didesnę kainą. Tačiau yra ir kita medalio pusė – išsilavinę žmonės yra linkę keisti darbo vietą (ypatingai prekybos sektoriuje, žemiausioje grandyje – pardavėjai), kas apsunkina įmonių veiklą, pastoviai ieškant naujų kadro.

Technologiniai veiksniai. Naujų technologinių sprendimų (įrangos) atsiradimas gamyboje didina darbo našumą bei rezultatyvumą. Be to, produktai, pagaminti naudojant naujausias technologijas būna kokybiškesni, bei mažiau kenkia aplinkai. Kita svarbi technologinio progreso dalis: sparčiai per pastaruosius metus išpopuliarėjusios elektroninės parduotuvės, kurios leidžia vartotojams apsipirkti greitai ir patogiai (UAB „Pasaulio skoniam“ tokį prekybos būdą naudoja jau nuo 2011 m.). Nuolat tobulėja ir įmonėse naudojama programinė įranga, kuri leidžia dirbti efektyviau (pvz. buhalterinės apskaitos programos, sandėliavimo programos, mokesčių formavimo ir pateikimo programos ir t.t.)

Apibendrinant gautus PEST analizės rezultatus, galima teigti jog didžiausią įtaką visoms įmonėms šalyje daro vartotojų galimybė pirkti siūlomus produktus, o šios galimybės atsiradimas siejamas su nedarbo sumažėjimu, darbo užmokesčio didėjimu bei bendru gyventojų gyvenimo kokybės pagerėjimu.

4.2.3. UAB „Pasaulio skoniam“ SSGG (SWOT) analizė

PEST analizė parodo veiksnis, kurie veikia visas sektoriuje, šakoje ar šalyje veiklą vykdančias įmones, tuo tarpu SSGG analizės tikslas – išsiaiškinti būtent konkrečiai įmonei būdingas grėsmes, galimybes, stiprybes bei silpnybes. Atliktos UAB „Pasaulio skoniam“ SSGG analizės rezultatai yra pavaizduoti 1 lentelėje

1 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ SSGG analizė.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis).

Išorinės galimybės	Išorinės grėsmės
<ul style="list-style-type: none">Galimybė augti dėl didėjančios paklausos rinkoje;Galimybė įdiegti naujas technologijas gamyboje;Galimybė didinti klientų skaičių;Eksporto galimybė;Kvalifikuotos darbo jėgos pritraukimas.	<ul style="list-style-type: none">Užsienio konkurentų atėjimas į rinką;Užsienio valiutų kursų svyravimai (ne ES narių);Palūkanų normos augimas;Paklausos sumažėjimas įvedus eurą;Klientų praradimas dėl aukštos prekių kainos;Pardavimų sumažėjimas.
Vidinės stiprybės	Vidinės silpnybės
<ul style="list-style-type: none">Asortimento dydisRinkos lyderio reputacija;Daug tiekėjų – nėra priklausomybės nuo vieno;Pastovi klientų grupė;Kokybiškų prekių pateikimas į rinką;Nuosavas krovinių transporto parkas;Ilgalaikė vadovavimo patirtis.	<ul style="list-style-type: none">Silpnai išvystytas marketingas – nėra reklamos;Jokio inovacinių idėjų skatinimo aptarnaujančio personalo lygmenyje;Aptarnaujančio personalo kaita;Personalo skatinimo stoka;Žema pardavėjų kompetencija;Nenoras (baimė) eiti į tarptautines rinkas;Nelanksti kainų politika;Vienas sandėlis visoms šalies parduotuvėms.

Vidinės stiprybės. Įmonė UAB „Pasaulio skoniai“, rinkoje jau 14 metų, tad rinkos lyderio pozicijas yra tvirtai užsitikrinusi ir besąlygiškai ginanti įmonė. Bendrovė turi savo patikrintus, lojalius klientus, nes produkcija metai iš metų yra tiekiamą nepakitusi, kokybiška ir originali savo sudėtimi. Originali sudėtis lemia tai, kad į rinką yra pateikiamos kokybiškos prekės, natūralios sudėties aliejus, nėra konservantų ir sintetinių medžiagų.

Įmonės „koziris“ – gilus ir platus asortimentas, išskiriantis UAB „Pasaulio skoniai“ iš konkurentų gretų. Tiekėjus įmonė renkasi itin atidžiai ir visada turi galimybę rinktis prekes iš daugybės įvairių įmonių, tuo užtikrindama pastovų prekių tiekimą. Taipogi įmonė turi nuosavus krovinius

automobilius, kurių dėka transportavimo išlaidos yra žymiai mažesnės (palyginus atvejį, jei tas išlaidas reikėtų užsakyti iš trečiųjų asmenų).

Įmonės turi greičiau nei konkurentai reaguoti į aplinkos pasikeitimus, sparčiau modernizuotis, visai tai neįmanoma be gero darbo ir ilgalaikio vadovavimo patirties. Visa tai turi UAB „Pasaulio skoniai“, ir viena iš jos stiprybių – laiko patikrintas ir subrandintas, kryptingas vadovavimas.

Išorinės galimybės. Įmonė gali augti, nes jos produktų paklausa didėja rinkoje. Kad taip vyksta galima spręsti iš didėjančių pardavimų, vis didesnio klientų susidomėjimo, naujų konkurentų neatėjimo į rinką (ne daug verslininkų nori būti „dar viena panašia parduotuve“, o tapti geriausiems ir nukonkuruoti senbūvius sunku).

Inovacijų diegimas gamyboje, įmonei, kaip galimybė (kada nors) užimti naujas rinkas ir plėtoti bei tobulinti savo produktus. Nuosavos gamybos turėjimas ženkliai sumažintų parduodamo aliejaus savikainą (o aliejaus pardavimai sudaro apie 70proc. Visų pardavimų apimties) ir padidintų pelną.

UAB „Pasaulio skoniai“ turi visas sąlygas eksportuoti savo prekes į užsienį. Toks žingsnis padėtų pradėti plėtoti verslą ne tik Lietuvoje, bet ir svetur, atrandant naujas rinkas. Besiplečiant įmonei atsirastų galimybė sudominti daugiau kvalifikuotų darbuotojų.

Vidinės silpnybės. Įmonėje UAB „Pasaulio skoniai“ didžiausia vidinė problema yra, aptarnaujančio personalo lygmenyje. Tai reiškia, jog šių darbuotojų inovacinės idėjos nėra skatinamos, nėra kuriamas darbuotojų kūrybiškumas, nėra numatyta nei premijų, nei tam tikrų individualių paskatinimų darbuotojams. Įmonė nesiremia darbuotojų pastebėjimais, kaip būtų galima padidinti darbo našumą ar sumažinti tam tikras išlaidas, nes šių pasiūlymų paprasčiausiai ji negauna.

Sekanti iš įmonės silpnybių – neišvystytas arba silpnai išvystytas marketingas, o tiksliau būtent reklama. Nėra tam skiriama pakankamai dėmesio, nesutelkama reklama į potencialią auditoriją. Trūksta reklamos visuomenės informavimo priemonėse.

Paskutinė silpnybė, tai įmonės darbuotojų kaita, nekontroliuojama ji gali būti pražūtinga įmonei. Dėl šito faktoriaus darbo procesas prekyboje nevyksta našiai, trūksta vieningos, nusistovėjusios darbuotojų komandos. Kadangi darbuotojai keičiasi itin dažnai, naujai atėję nėra kvalifikuoti ir kompetetingi, nuo to nukenčia aptarnavimo kokybė. Personalo problemos kyla iš skatinimo, pasitikėjimo stokos. Neišklausoma problemų, nusiskundimų.

Įmonei norint vystytis ir plėtoti savo veiklą reikia „eiti“ už šalies ribų. Lietuva nėra didelė valstybė, todėl potencialas augti čia taip pat yra ribotas. Tačiau įmonės vadovai vengia žengti šį rizikingą žingnį (eksportas), kas grėšia veiklos stagnacija.

Išorinės grėsmės. Pagrindinės įmonės grėsmės yra naujų konkurentų atėjimas iš užsienio šalių, o tai šiuolaikinės globalizacijos sąlygomis yra labia reali grėsmė. O nelanksti įmonės kainų politika gali trukdyti laimėti konkurencinėje kovoje ir įmonė gali prarasti dalį savo klientų.

Taipogi juntamas paklausos sumažėjimas įvedus eurą: kadangi vartotojai jaučia bendrą kainų padidėjimą, jie mažiau linkę pirkti ne pirmo būtinumo prekes (nors UAB „Pasaulio skoniai“ prekiauja maisto prekėmis, tačiau jos nėra pirmo būtinumo maisto prekės).

Visi aukščiau išvardinti veiksniai mažintų įmonės gaunamas pajams, didintų kaštus norint išlaikyti turimą rinkos dalį.

Kadangi UAB „Pasaulio skoniai“ turi nemažai finansinių įsipareigojimų kredito įstaigoms, įmonė yra itin jautri palūkanų normos padidėjimams, kadangi palūkanų sąnaudos jau ir dabar sudaro nemažą veiklos sąnaudų dalį. Be to, įmonė įsigyja atsargas ir viso pasaulio, todėl ir valiutų kursų nepalankūs svyravimai sudaro papildomas sąnaudas ir atitinkamai mažina pelną.

4.3. UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominį efektyvumą lemiančių rodiklių vertinimas

Atliekant bendrovės ekonominio efektyvumo kiekybinį vertinimą, buvo naudojami 2011-2014 metų duomenys iš įmonės pagrindinių finansinių ataskaitų, t.y. balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos (Priedai 1-8), bei kiti įmonės vidiniai dokumentai.

Balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitų horizontalioji ir vertikalioji analizė parodo tik ataskaitose matomų absoliučių skaičių pasikeitimą bei jų struktūrą. Šių duomenų pasikeitimo priežasčių šios analizės neparodo, tačiau jų atlikimas yra būtinas žingsnis, norint atlikti tolimesnę įmonės ekonominio efektyvumo analizę.

4.3.1. Horizontalioji UAB „Pasaulio skoniai“ balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos analizė

Kaip matome iš horizontaliosios balanso analizės (9 priedas), ilgalaikis turtas įmonėje turėjo teigiamą dinamiką. Nagrinėjamo laikotarpio pradžioje, 2011-2012 metais, materialusis turtas padidėjo 56 proc., šio pasikeitimo priežastis – įmonės krovinių automobilių parko plėtra, buvo įsigytas sunkvežimiai. Ilgalaikis turtas labai išaugo (beveik 185 proc.) 2013 metais, tai įvyko materialaus turto dėka – įmonė įsigijo pastatą. 2014 metais ilgalaikis turtas padidėjo 30 proc. nes bendrovė ruošėsi įdiegti nuosavą gamybos liniją ir įsigijo tam reikalingų įrengimų.

Trumpalaikio turto dinamika nėra pastovi, nes 2012 metų pokytis buvo neigimas, t.y. trumpalaikis turtas sumažėjo daugiau nei 12 proc. Tam didžiausią įtaką turėjo atsargų sumažėjimas. 2013 ir 2014 metais atsargos augo tolygiai, jų padidėjimą sąlygojo atidaromų parduotuvių skaičius ir pardavimų didėjimas. 2012 metais stipriai išaugo pirkėjų įsiskolinimai, tai įvyko dėl pirkėjų skaičiaus padidėjimo ir atidedamų mokėjimų įvedimo (pastoviems ir urmu perkantiems klientams). Tačiau iki nagrinėjamo laikotarpio pabaigos pirkėjų įsiskolinimas turėjo tendenciją mažėti. Pinigai ir jų ekvivalentai kiekvienų nagrinėjamų metų pabaigoje vis didesni, tačiau šie skaičiai neatspindi realios

situacijos įmonėje. Taip yra todėl, kad įmonės pardavimai būtent metų pabaigoje, per didžiąsias šventes, yra itin aukšti, tai didina piniginių lėšų kiekį metų pabaigai, o atsiskaitymai su tiekėjais (už prieššventinius prekių užsakymus) dar būna neįvykdyti (UAB „Pasaulio skoniai“ tai daro metų pradžioje).

Nuosavas kapitalas per visą nagrinėjamą laikotarpį netolygiai augo. Didžiausią įtaką jo augimui turi nepaskirstyto pelno kasmetinis padidėjimas: 2012 m. nepaskirstytasis pelnas padidėjo net 121 proc., o 2013 ir 2014 metais didėjo apie 50 proc. Taip yra todėl, kad įmonė gaunamo ataskaitiniais metais pelno beveik neskirsto ir didžioji jo dalis kaupiasi. Didelis nuosavo kapitalo augimo šuolis pastebimas 2014 metais, kai įmonė padidino savo įstatinį kapitalą iki 300000 Lt ir atitinkamai padidino privalomąjį rezervą. Tai buvo būtina priemonė norint gauti didelės apimties ilgalaikę paskolą (paskola buvo skirta įrengimams gamybai bei apyvartinėms lėšoms padengti).

Mokėtinos sumos ir įsipareigojimai kito netolygiai. Antrais nagrinėjamais metais perpus sumažėjo ilgalaikių įsipareigojimų. Tačiau jau 2013 metų pabaigoje šis skaičius labai išaugo dėl paskolos pastato įsigijimui paėmimo. 2014 metais po vienerių metų grąžintinų sumų dydis išaugo dar 216 proc., nes įmonė vėl kreipėsi į kreditavo įstaiga kredito gamybos įrangai įsigyti. Skolos tiekėjams 2012 metais lyginant su 2011 metais sumažėjo 21 proc., o 2013 metais padidėjo 12 proc., tačiau 2014 metų pabaigoje likutis vėl buvo beveik 28 proc., mažesnis. Iš dalies tai įvyko dėl to, jog UAB „Pasaulio skoniai“ bendradarbiauja su daug tiekėjų iš viso pasaulio, dažnai tai net ne ES šalių įmonės, todėl atidėjimai mokėjimams yra itin trumpi, dėl to skolos tiekėjams nesusidaro itin didelės.

Iš pelno (nuostolių) ataskaitos horizontaliosios analizės, kuri pavaizduota 10 priede, matome, jog pardavimai auga ir gana stabiliai, nuolatinis augimas svyravo tarp 25 ir 32 proc. Pardavimo pajamų padidėjimui didžiausią įtaką turėjo naujų parduotuvių atidarymas, kas atitinkamai padidino pirkėjų skaičių. Kartu su pardavimo pajamomis augo ir parduodamų prekių savikaina: 2012 metų pabaigoje pokytis sudarė 13 proc., 2013 metais – beveik 5 proc., o 2014 metų pabaigoje savikainos padidėjimas buvo 24 proc. Atitinkamai augo ir bendrasis pelnas. Veiklos sąnaudos bendrovėje didžiaja dalimi susideda iš darbuotojų atlyginimų, todėl šių sąnaudų skaičius nuolat sparčiai auga (didėja parduotuvių skaičius – didėja darbuotojų poreikis). Todėl, pavyzdžiui, nežiūrint į tai, kad 2013 metais bendrasis pelnas augo net 62 proc., tiek pat ir net daugiau (65 proc.) išaugo ir veiklos sąnaudos.

2012 m. fiksuojamas grynojo pelno sumažėjimas, 21 proc., kadangi įmonė turėjo sumokėti pelno mokesťį, kurį netaikė 2011 metų rezultatui, kadangi 2010 metais įmonė patyrė nuostolį ir pagal LR įstatymą galėjo nemokėti pelno mokesčio, kol „neišlygins“ patirto nuostolio. Jau 2013 metais matomas 3,5 proc. grynojo pelno padidėjimas, o 2014 metais grynasis pelnas padidėjo net 69 proc. Taip atsitiko todėl, kad būtent per 2014 metus bendrovė įsteigė nemažą kiekį filialų visoje šalyje, kurie sparčiai padidino pardavimų apimtį.

4.3.2. Vertikaloji UAB „Pasaulio skoniai“ balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos analizė

Kaip matome iš 11 priede pateiktų balanso straipsnių struktūros skaičiavimų, 2011 m. ilgalaikis turtas sudarė 13,75 proc. viso turto, o trumpalaikis, atitinkamai – 86,25 proc. 2012m. ilgalaikio turto lyginamasis svoris padidėjo iki 22,2 proc., trumpalaikis sudarė – 77,80 proc. 2013 ir 2014 metais ilgalaikio ir trumpalaikio turto struktūra buvo labai panaši, atitinkamai apie 35 ir 65 proc. Kadangi nagrinėjama įmonė užsiima prekyba, natūralu, jog didžiąją dalį turto sudaro būtent trumpalaikis turtas, o tiksliau atsargos, jų lyginamasis svoris viso turto struktūroje visą nagrinėjamą laikotarpį sudarė daugiau nei 50 proc. Nuosavo kapitalo ir įsipareigojimų struktūra parodo įmonės sugebėjimą įsiskolinimus dengti nuosavom lėšom ir UAB „Pasaulio skoniai“ tai yra silpna vieta. 2011 m. įsiskolinimai sudarė net 92 proc., o nuosavas kapitalas vos 8 proc. Toliau pastebima teigiamą tendenciją ir nuosavo kapitalo lyginamasis svoris didėja ir 2014 m. siekia net 27 proc. Nagrinėjant atskirus įsipareigojimų straipsnius, matome, jog iki 2014m. didžiausią dalį sudaro per vienerius metus mokėtinos sumos, o 2014m. paimta paskola paskatino per vienerius metus mokėtinų sumų padidėjimą.

12 priede pavaizduota UAB „Pasaulio skoniai“ pelno (nuostolių) ataskaitos vertikaloji analizė, rodo jog savikaina 2011 metais sudarė beveik 58 proc. pardavimo pajamų, 2012 m. – 52 proc., 2013m. lyginamasis svoris siekė beveik 42 proc., o 2014 m. savikaina sudarė 41 proc. Savikainos lyginamojo svorio tendencija mažėti yra teigiamas reiškinys, nes mažesnė savikaina reiškia didesnę pelną. Įmonė sugebėjo sumažinti parduodamų prekių savikaina įsigydama krovininį transportą, taip ženkliai sumažindama transportavimo išlaidas. Žiūrint į grynojo pelno lyginamąjį svorį matome grynojo pelno pelningumą, kuris 2011 m. buvo 3,26 proc., 2012m. krito iki 2,05 proc., 2013m. pelningumas dar labiau sumažėjo iki 1,61 proc., tačiau 2014 m. pakilo iki 2,16 proc.

4.3.3. UAB „Pasaulio skoniai“ pelningumo rodiklių vertinimas

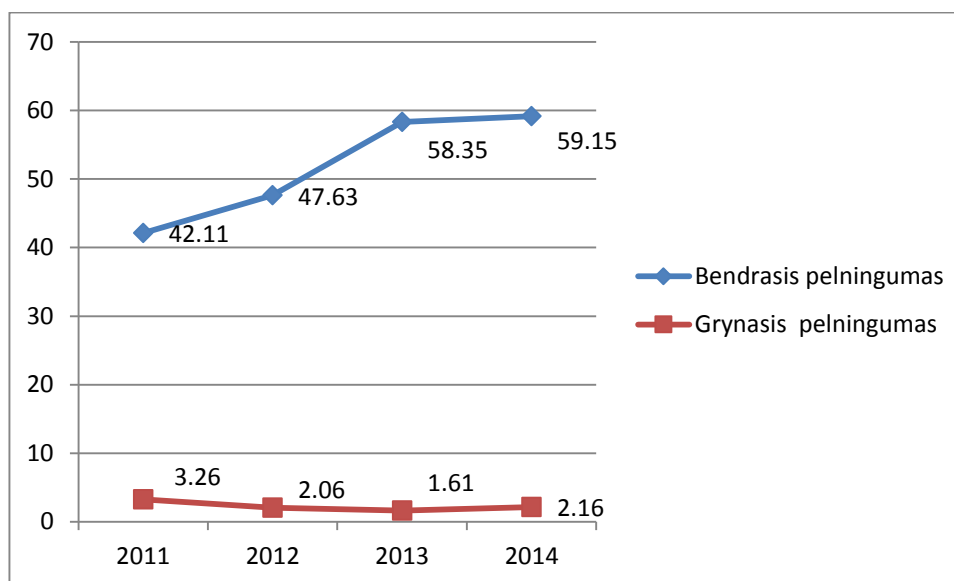
Pelningumo rodikliai yra vieni svarbiausių vertinant įmonės veiklos efektyvumą. Jie parodo atskirų veiklų pelno santykį su pardavimo pajamomis. Šie rodikliai domina kiek vadaus vartotojus (akcininkai, direktoriai, darbuotojai), tiek išorinius vartotojus (investoriai, tiekėjai ir t.t.). Vertinant UAB „Pasaulio skoniai pelningumą buvo apskaičiuoti bendrojo ir grynojo pelningumo rodikliai, kurie yra laikomi pagrindiniais šios rodiklių grupėje, taipogi nuosavo kapitalo bei turto pelningumo rodikliai. Rezultatai yra pateikti 2 lentelėje.

2 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ pelningumo rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Bendrasis pelningumas	42,11	47,63	58,35	59,15
Grynasis pelningumas	3,26	2,06	1,61	2,16
Nuosavo kapitalo pelningumas	138,34	52,16	35,06	22,77
Turto pelningumas	10,41	8,44	5,09	6,15

Kaip buvo minėta, labiausiai informatyviais laikomi grynojo ir bendrojo pelningumo rodikliai. Bendrojo pelningumo rodiklis parodo kiek bendrojo pelno tenka vienam pardavimų piniginiam vienetui, šiuo atveju, litui. Šis rodiklis taipogi parodo kiek efektyvūs yra pardavimai įmonėje. Jeigu rodiklis svyruoja nuo 10 iki 35 proc. jis laikomas geru. Kaip matome iš pateiktų skaičiavimų, bei grafiškai pavaizduotos rodiklio dinamikos 8 paveiksle, bendrasis pelningumas nagrinėjamoje bendrovėje gerokai viršija normas ir 2011 m. siekė 42 proc., kasmet vis didėjo ir jau 2014 m. yra net 59 proc. Tai reiškia, jog įmonės pajamos didėja greičiau nei savikaina, o tai parodo įmonės vadovybės gebėjimą racionaliai formuoti prekių savikainą, tinkamai pasirinktą kainų bei konkurencinę politiką. Šio rodiklio teigiama dinamika parodo, jog UAB „Pasaulio skoniai“ veikla tampa vis efektyvesne.



8 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ grynojo ir bendrojo pelningumo dinamika 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Tačiau labiau informatyvesniu laikomas grynojo pelningumo rodiklis, kurio dinamika taipogi pavaizduota 8 paveiksle. Kaip matome, jis yra gerokai mažesnis už bendrojo pelningumo rodiklį. Taip yra todėl, jog skaičiuojant grynąjį pelningumą yra vertinamos visos patiriamos sąnaudos, o būtent veiklos sąnaudos nagrinėjamoje bendrovėje yra itin aukštos. Todėl 2011 m. grynojo pelningumo rodiklis siekė 3,26 proc., 2012 m. jis sumažėjo iki 2,06 proc., o 2013 m. buvo užfiksuota mažiausia koeficiento reikšmė – 1,61 proc., 2014 m. rodiklis pakilo iki 2,16 proc. Pagal priimtas šio rodiklio

vertinimo normas, žemesnė nei 5 proc. rodiklio reikšmė yra laikoma nepatenkinama. Iki 2013 m. grynojo pelningumo dinamika buvo neigiama, tai rodo, jog įmonės finansiniam rezultatui didelę reikšmę turi pridėtinės išlaidos (šio atveju, veiklos sąnaudos), o tai savo ruožtu nurodo į naujų ir efektyvesnių verslo sprendimų būtinumą.

Kitas apskaičiuotas rodiklis – turto pelningumas. Jis parodo, kaip efektyviai įmonė naudoja savo ilgalaikį bei trumpalaikį turtą. Kaip matome iš 2 lentelės, 2011 m. rodiklis turėjo didžiausią reikšmę per visą nagrinėjamą laikotarpį ir siekė 10,41 proc., 2012 m. – sumažėjimas iki 8,44 proc., sekančiais metais rodiklis krito vėl ir sudarė vos 5,09 proc., tačiau 2014 m. turto pelningumas padidėjo iki 6,15 proc. Šie rezultatai rodo, jog 2011 m. vienas turto piniginis vienetas (litas) uždirbo kiek daugiau nei 10 ct pelno, atitinkamai 2012m. – 8 ct, 2013 m. – 5 ct, o 2014 m. vienas turto litas sugeneravo 6 ct pelną. Vertinti šį rodiklį reikėtų lyginant su kitų tos pačios šakos įmonių rodikliais. Taipogi šio rodiklio reikšmė nepriklauso nuo įmonės finansavimo šaltinių, todėl ne visada parodo realią situaciją bendrovėje. Bet vertinant būtent turto pelningumo rodiklį atskirai, galima teigti, jog įmonė gana efektyviai „įdarbina“ savo turtą veikloje.

Šalia turto pelningumo visada skaičiuojamas ir nuosavo kapitalo pelningumo rodiklis, kuris parodo nuosavo kapitalo kuriamą pelną. UAB „Pasaulio skoniai“, kaip matome 2 lentelėje, šis rodiklis yra itin aukštas, net gi netikroviškai aukštas. Taip yra dėl to, jog šio rodiklio formavimuisi didelę reikšmę turi kapitalo struktūra bei nuosavų lėšų kiekis įmonės veikloje, o bendrovė savo veikloje naudoja per daug skolintų ir per mažai nuosavų lėšų. Tai rodo itin neefektyvų įmonės darbą, klaidingus vadovų finansavimo sprendimus, įmonės nestabilumą.

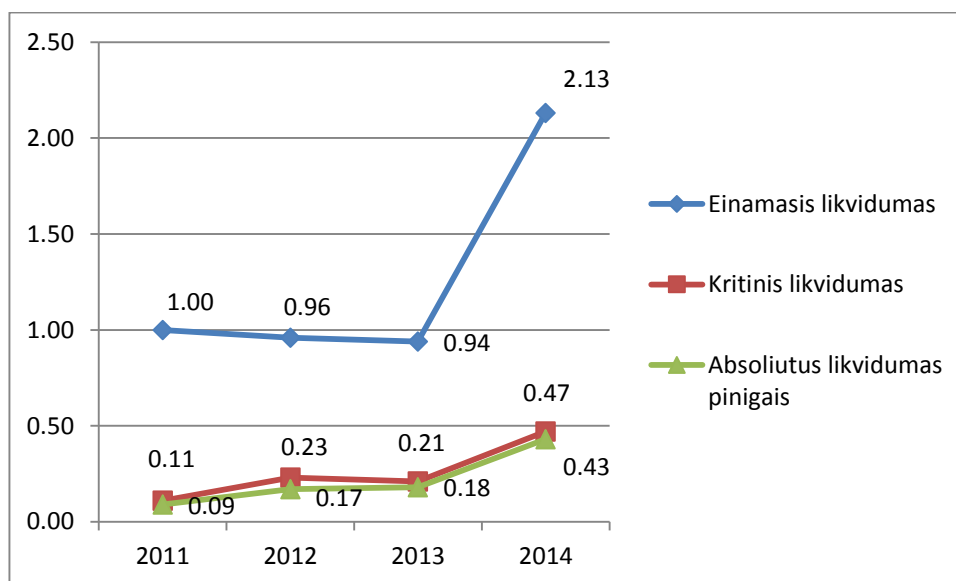
Išanalizavus įmonės pelningumo rodiklius, matome, jog įmonės veikla yra gana stabili, tačiau ne itin efektyvi, ypač turint omeny grynojo pelningumo koeficientų dydį, kuris per visą nagrinėjamą laikotarpį nepakilo aukščiau „rekomenduojamos“ 5 proc. ribos.

4.3.4. UAB „Pasaulio skoniai“ likvidumo rodiklių vertinimas

Tai rodiklių visuma, kuri parodo įmonės gebėjimą vykdyti savo trumpalaikius įsipareigojimus, o tai svarbu kiekvienai įmonei, kadangi tai parodo jos patikimumą, stabilumą. Finansinės rizikos lygį šie rodikliai svarbūs ne tik įmonės savininkams, bet ir išorės vartotojams – tiekėjams, kreditoriams, vartotojams. Moki įmonė turi autoritetą ir yra stipri konkurencinėje kovoje. Mokumas yra esminis įmonės rezultatyvumo rodiklis, jo reikšmė daro įtaką tolimesnei įmonei veiklai, vadovybės priimamiems sprendimams bei veiklos rezultatams.

Be abejo, labiausiai mokumui įtaką daro įmonės turimi finansiniai įsipareigojimai (jų dydis), kiek ilgalaikiai, tiek trumpalaikiai. Likvidumo rodikliai, arba kitaip vadinami, trumpalaikio mokumo rodikliai, parodo įmonės gebėjimą padengti įsipareigojimus turimomis lėšomis per vienerius metus arba per tam tikrą trumpą laiko ciklą.

Buvo apskaičiuoti UAB „Pasaulio skoniai“ sekantys likvidumo rodikliai. (9 pav.)



9 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ likvidumo rodikliai 2011-2014 m.
(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Visų pirma buvo apskaičiuotas bendrojo likvidumo, arba einamojo likvidumo rodiklis. Jis parodo kiek kartų trumpalaikis turtas yra didesnis už trumpalaikius įsipareigojimus, tai reiškia ar sugebėtų įmonė, esant reikalui, padengti visus savo trumpalaikius įsipareigojimus turimu trumpalaikiu turtu. Yra priimta, taip vadinamoji saugioji, žemiausioji šio rodiklio riba – 1,2. Kaip matome iš pateiktų duomenų, 2011 m. šis koeficientas pagal įmonės duomenis buvo lygus 1, 2012 m. – 0,96, 2013 m. – 0,94, o 2014 m. pakilo iki 2,13. Akivaizdu, jog iki 2014 m. koeficiento reikšmė yra per maža, laikotarpiu nuo 2011 iki 2013 įmonės veikla nebuvo stabili, įmonės trumpalaikis mokumas buvo nepatenkinamas. Tai rodo prastą materialinį aprūpinimą įmonėje. Šis rodiklis yra palčiai naudojamas, tačiau jis nėra tobulas. Trumpalaikio turto sudėtis, skaičiuojant šį rodiklį, nėra nagrinėjama – ne visas trumpalaikis turtas yra vienodai likvidus. Tačiau nagrinėjamos įmonės atveju, šis rodiklio trukumas didelės reikšmės neturi, kadangi didžioji dauguma įmonės trumpalaikio turto yra atsargos (prekės, skirtos perparduoti).

Tačiau, norint dar objektyviau įvertinti įmonės trumpalaikį mokumą yra skaičiuojamas kritinio likvidumo rodiklis. Nuo einamojo likvidumo, jis skiriasi tuo, kad eliminuojama atsargų įtaką. UAB „Pasaulio skoniai“ šis rodiklis turėjo teigiamą dinamiką (išskyrus nežymų sumažėjimą 2013 m.). 2011 m. kritinio likvidumo koeficientas siekė vos 0,11, 2012 m. – 0,23, 2013 m. šiek tiek sumažėjo iki 0,21, o 2014 m. pakilo iki 0,47. Pagal statistikos departamento duomenis, šis rodiklis neturėtų būti mažesnis už 1. Todėl galima daryti išvadą, kad esant poreikiui, UAB „Pasaulio skoniai“ nesugebėtų padengti savo trumpalaikių įsipareigojimų. Šis rodiklis yra neatsiejamas nuo bendrojo likvidumo rodiklio ir jie turėtų būti panašūs, jų skirtumas neturi būti didelis. Šių rodiklių skirtumai apteikti 3 lentelėje.

**3 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ einamojo likvidumo ir kritinio likvidumo skirtumas
2011-2014 m.**

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Einamasis likvidumas	1,00	0,96	0,94	2,13
Kritinis likvidumas	0,11	0,23	0,21	0,47
Skirtumas	0,89	0,73	0,73	1,66

Vertinant gautus rezultatus akivaizdu, jog rodiklių skirtumas per didelis. Tai reiškia, jog įmonė turi per daug atsargų, jos gali būti užsistovėjusios arba netinkamos realizacijai, todėl yra mažai arba visai nelikvidžios.

Absolūtus likvidumo pinigais rodiklis nagrinėjamu atveju yra labai panašus į kritinio likvidumo rodiklį. Jam apskaičiuoti yra imami visi įmonėje turimi pinigai ir jų ekvivalentai. Kaip matome iš 9 paveikslo, rodiklis nagrinėjamu laikotarpiu augo: nuo 0,09 2011 m. iki 0,43 2014 m. Tačiau nežiūrint į teigiamą dinamiką, rodiklis nėra pakankamai didelis ir nepadengia nė pusės trumpalaikių įsipareigojimų.

Nemažiau svarbus įmonei yra apyvartinio kapitalo rodiklis. Apyvartinis kapitalas tai lėšos, kuriomis gali disponuoti įmonė vykdydama savo tipinę veiklą. Tai laisvos lėšos likusios po trumpalaikių įsipareigojimų įvykdymo: mokesčių sumokėjimo, skolų tiekėjams grąžinimo ir t.t. Šios lėšos užtikrina nenutrūkstamą ir sklandžią įmonės kasdieninę veiklą. UAB „Pasaulio skoniai“ apyvartinis kapitalas per 2011-2014 m. laikotarpį pavaizduotas 4 lentelėje.

4 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ apyvartinio kapitalo rodiklis 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Apyvartinis kapitalas	-3165	-39268	-72801	962731

Kaip matome iš pateiktų skaičiavimų, nuo 2011 m. iki 2013 m. apyvartinis kapitalas buvo neigiamas. Apyvartinio kapitalo nebuvimas (neigiama jo reikšmė) reiškia, jog įmonė trumpalaikiams įsipareigojimams padengti naudoja ilgalaikius finansavimo šaltinius. Tai traktuojama kaip didelė įmonės nemokumo rizika, veiklos nestabilumas, nepatikimumas išorės vartotojams. 2014 m. apyvartinis kapitalo staigiai šoktelėjo į viršų ir siekė net 962731 lt, tačiau tai įvyko dėl didelės ilgalaikės paskolos gavimo. Todėl galima teigti, jog įmonė nesugeba organizuoti veiklos nenutrūkstamumo, užtikrinti būtinų veiklai lėšų srautą.

Apibendrinant galima teigti, jog įmonės gebėjimas vykdyti trumpalaikius įsipareigojimus yra žemas ir netenkinamas. Tai parodo įmonės vadovybės negebėjimą užtikrinti reikiamų lėšų kiekį einamiems poreikiams patenkinti (darbuotojų atlyginimai, mokesčiai, skolos tiekėjams ir t.t.). Kadangi šiuos įsipareigojimus UAB „Pasaulio skoniai“ vykdo, reiškia tam įmonės vadovai naudoja ilgalaikio

finansavimo lėšas, kas labai mažina bendrovės stabilumą ir daro ją neatsparia galimiems neigiamiems rinkos pokyčiams.

4.3.5. UAB „Pasaulio skoniai“ finansinio svėro rodiklių vertinimas

Finansinio svėro rodikliai dar vadinami ilgalaikio mokumo rodikliais. Savo veikloje kiekviena įmonė naudoja nuosavas ir skolintas lėšas. Kuo daugiau skolintas kapitalas viršija nuosavą, tuo rizikingesnė yra įmonės veikla. Jeigu įmonė nesugeba vykdyti savo ilgalaikių įsipareigojimų jina yra laikoma nemokia. Dažniausiai yra skaičiuojami 5 lentelėje pateikti koeficientai.

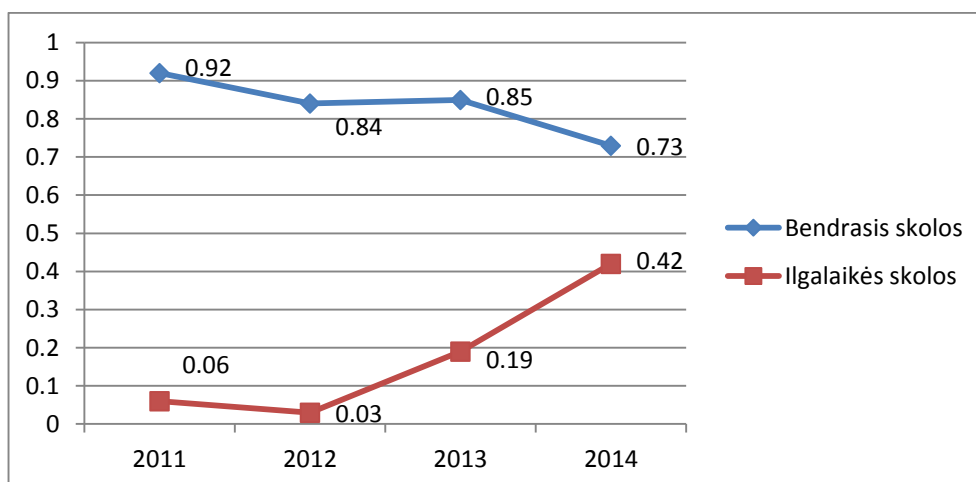
5 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ finansinio svėro koeficientai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Bendrasis skolos koef.	0,92	0,84	0,85	0,73
Finansinio svėro koef.	12,29	5,18	5,88	2,70
Ilgalaikės skolos koef.	0,06	0,03	0,19	0,42
Nuosavo kapitalo koncentr.	7,52%	16,18%	14,52%	27,00%

Bendrasis skolos koeficientas yra vienas pagrindinių ilgalaikio mokumo rodiklių, jis parodo kokia įmonės turto dalis yra finansuojama iš skolintų lėšų. Pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis, bendrasis skolos rodiklis per 2011-2014 m. laikotarpį turi tendenciją mažėti. Tai yra teigiamas reiškinys, nes mažėjimas rodo, jog mažėja bendras įsiskolinimo lygis ir tuo pačiu stabilesne tampa visa įmonės veikla. Tačiau yra manoma, jog šis rodiklis neturėtų viršyti 0,7, o tokį rezultatą įmonė pasiekė tik paskutiniaisiais nagrinėjamais metais. Galima daryti išvadą, kad įmonė turi per daug įsiskolinimų ir nagrinėjamu laikotarpiu įmonė neturėjo galimybės investuoti lėšas į plėtrą ar gamybos vystymąsi.

Bendrąjį skolos koeficientą tikslinga lyginti su ilgalaikės skolos koeficientu. Šis palyginimas pavaizduotas grafiškai 10 paveiksle.



10 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ bendrasis ir ilgalaikės skolos rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Ilgalaikės skolos rodiklis parodo kiek ilgalaikių įsiskolinimų tenka visam turtui. Aiškiai matoma šio rodiklio didėjimo tendencija. Padidėjimas fiksuojamas dėl ilgalaikių skolų augimo įmonėje. Šio rodiklio didėjimas rodo didėjančią įmonės priklausomybę nuo ilgalaikių skolinimo šaltinių. Rodiklis laikomas labai geru jei yra lygus arba mažesnis nei 0,3 arba 30 proc., ir geru jei neviršija 0,5 koeficiento. Kol kas rodiklis yra traktuojamas kaip geras, tačiau jo augimas nėra teigiamas reiškinys.

Kitas svarbus tiek vidaus tiek išorės vartotojams rodiklis – kapitalo struktūros arba finansinio svorto rodiklis (5 lentelė). Jeigu rodiklio reikšmė yra didesnė už 1 reiškia įmonė savo veikloje daugiau naudoja skolintų lėšų nei nuosavų. Iš pateiktų duomenų matyti, kad šis rodiklis įmonėje yra gerokai didesnis: 2011 m. jis siekė net 12,29, 2012 ir 2013 m. jis buvo didesnis nei 5, ir tik 2014 m. sumažėjo iki 2,7 (nors ir tai rodo itin aukštą skolų lygį, lyginant su nuosavomis savininkų lėšomis). Negalima sakyti, jog skolinto kapitalo įmonėje būti neturėtų visai – jei lėšos reikalingos plėtrai ir yra paskolintos geromis sąlygomis (žemos palūkanos) tai yra normalus reiškinys bet kurioje įmonėje, tačiau UAB „Pasaulio skoniai“ atveju, akivaizdu kad pasirinkta kapitalo struktūra gali tapti įmonės nestabilumo ir nemokumo priežastimi. Ilgainiui kreditoriai nebepasitikės įmone, nes esant tokiam aukštam skolų lygiui, įsipareigojimus atlikti taps vis sunkiau.

Kitas svarbus finansinio svorto rodiklis – nuosavo kapitalo koncentracijos koeficientas. Šis rodiklis dar vadinamas finansinės rizikos koeficientu. Jis parodo įmonės nepriklausomybę nuo skolinto kapitalo. Kaip matome 5 lentelėje, šis rodiklis auga (išskyrus 2013 m.), tai yra geri pokyčiai: nuo 7,52 proc. per 4 metus rodiklis išaugo iki 27 proc. Tačiau tai vis tiek nėra patenkinamas rezultatas. Jis reiškia, kad vos 27 proc. įmonės turto yra įsigyta iš nuosavų lėšų. Nesunku padaryti išvada, jog UAB „Pasaulio skoniai“ yra priklausoma nuo išorinių finansavimo šaltinių.

Kadangi nagrinėjama bendrovė savo veikloje naudoja daug skolinto kapitalo, svarbus rodiklis yra palūkanų padengimo koeficientas. Jo apskaičiavimui yra reikalingas EBIT (pelnas iki mokesčių, eliminavus finansinės-investicinės veiklos įtaką). Skaičiavimus galima matyti 6 lentelėje.

6 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ palūkanų padengimo koeficiento skaičiavimas 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Palūkanų padengimo koef.	49,9	107,07	9,29	6,67
EBIT	127734	118417	126664	209496
Palūkanos	2560	1106	13637	31430

Pagal pateiktus lentelėje duomenis, 2011 m. koeficientas buvo 49,9, 2012 m. siekė net 107,07, o nuo 2013 m. koeficiento reikšmė labai sumažėjo ir siekė vos 9,29, ir dar labiau sumažėjo 2014 m. – 6,67. Kai įmonė dar neturėjo didelių ilgalaikių finansinių įsipareigojimų, rodiklio reikšmė buvo gera ir įmonė galėjo lengvai atsiskaityti už jai suteiktas paskolas, tačiau nuo 2013 m. bendrovė du kartus

kreipėsi į kreditavimo įstaigas dėl didelės apimties kreditų, todėl smarkiai išaugo palūkanų sąnaudos, sumažėjo ir jų padengimo koeficientas.

4.3.6. Pasaulio skoniai“ apyvartumo rodiklių vertinimas

Apyvartumo, arba kitaip vadinamų turto panaudojimo, rodiklių visumą rodo kiek apyvartų per metus (ar kitą konkretų laiko tarpą) padaro tam tikras turtas, t.y. kaip efektyviai įmonė jį naudoja savo veikloje. Turto apyvartumo rodikliai yra pavaizduoti 7 lentelėje.

7 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ turto apyvartumo rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Turto apyvartumas	3,19	4,11	3,16	2,85
Ilgalaikio turto apyvartumas	23,19	18,50	8,57	8,28
Grynojo turto apyvartumas	23,65	21,86	9,52	4,12

Pagrindinis rodiklis šioje grupėje – viso turto apyvartumo koeficientas. Jis parodo kaip efektyviai bendrovė naudoja savo turtą siekiant užtikrinti sklandų pardavimų procesą, arba kiek pajamų tenka vienas turimo turto piniginiam vienetui (litui). Iš pateiktų lentelėje skaičiavimų matome, kad nuo 2012 rodiklis mažėja ir tai yra bloga tendencija, reiškia įmonės vadovai priima vis prastesnius turto panaudojimo sprendimus, o tai reiškia turtas yra naudojamas neefektyviai. Pagal statistikos departamento duomenis, prekybos įmonėms šis rodiklis turėtų būti ne mažesnis nei 5, kad situacija būtų vertinama kaip gera – per visą nagrinėjamą laikotarpį UAB „Pasaulio skoniai“ rodiklis nė karto nepasiekė šios minimalios ribos. Jei rodiklis yra daugiau 3, situacija yra traktuojama kaip patenkinama.

Ilgalaikio turto apyvartumo rodiklis parodo kaip efektyviai įmonės veikloje naudojamas būtent ilgalaikis turtas ir kokią vertę jis sukuria. UAB „Pasaulio skoniai“ šis rodiklis yra itin aukštas – 2011 m. jis siekė net 23,19 kartus, didėjant ilgalaikiam turtui mažėjo ir ilgalaikio turto apyvartumo rodiklis – 2014 m. jis jau buvo 8,28 karto. Tačiau ir toks koeficiento dydis yra gana aukštas – pagal statistikos departamento duomenis, jei rodiklis yra virš 10 tai traktuojama kaip labai gera situacija, aukštas turto panaudojimo efektyvumo lygis. Tokie rezultatai įmonėje yra todėl, kad savo veikloje naudoja sąlyginai mažai ilgalaikio turto, o pardavimo pajamos yra aukštos.

Taipogi neretai yra skaičiuojamas grynojo turto apyvartumo rodiklis. Grynasis turtas tai ilgalaikio turto suma sudėta su apyvartiniu kapitalu. Šis rodiklis rodo kiek pelno atneša į turtą bei apyvartinį kapitalo investuotos lėšos. Kuo rodiklis didesnis tuo geriau, tačiau UAB „Pasaulio skoniai“ duomenyse yra pastebimas šio rodiklio mažėjimas. Visų pirma to priežastis – neigiamas apyvartinio kapitalo rezultatas per 2011-2013 metus, todėl tuo laikotarpiu rodiklis labai panašus į ilgalaikio turto rodiklį. Pagal 2014 m. rezultatą matome, jog vienas investuotas į turtą litas atnešė 4,12 lt pajamų.

8 lentelėje pavaizduoti kiti svarbūs apyvartumo rodikliai, kuriuos tikslinga skaičiuoti norint įvertinti įmonės veiklos efektyvumą.

8 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ apyvartumo rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Atsargų apyvartumas	2,52	3,11	3,15	2,7
Pirkėjų įsiskolinimo apyvart.	778,22	109,81	209,73	280,01
Skolų tiekėjams apyvart.	3,69	5,06	4,73	9,25
Apyvartinio kapitalo apyvart.	-	-120,47	-85,73	8,19

Kadangi UAB „Pasaulio skoniai“ yra prekybos įmonė, itin svarbus yra atsargų apyvartumo rodiklis. Atsargų prekybos įmonėje turėtų būti užtektinai, kad užtikrinti nenutrūkstamą tolygią veiklą, tačiau ir ne per daug, kad atsargos neužsistovėtų, nes nenaudojamos atsargos tik didina atsargų laikymo sąnaudas, didėja tikimybė prarasti atsargas dėl natūralaus gedimo. Šis rodiklis parodo kiek kartų per metus gali pasikeisti atsargos, kiek kartų jos yra keičiamos naujomis, kaip greitai yra uždirbamas pelnas iš pardavimo. Pagal 8 lentelėje pateiktus duomenis matome, jos šio rodiklio dinamika nėra pastovi: 2011 m. – 2,52 karto, 2012 m. apyvartumas padidėjo iki 3,11 karto, dar šiek tiek jis kilo 2013 m., 2014 m. fiksuojamas nedidelis sumažėjimas iki 2,7 karto. UAB „Pasaulio skoniai“ turi itin daug atsargų, kad galėtų pasiūlyti savo klientams kuo įvairesnę produkciją. Tačiau lyginant su panašia veikla užsiimančiomis įmonėmis, nagrinėjamos įmonės atsargų apyvartumas yra gana mažas. Taip yra todėl, kad įmonės sandėliuose yra nemažai užsistovėjusių atsargų, tai „užšaldyti“ pinigai. Didėja atsargų aptarnavimo kaštai (sandėliavimas, draudimas ir t.t.), atsargos sensta. Taipogi įtakos turi, jog kai kurios atsargos (iš tolimų šalių, ne ES narių) keliauja po kelis mėnesius, taip prailgindamos visą apyvartumo ciklą. Galima daryti išvadą, jog įmonės vadovybė priima neefektyvius sprendimus susijusius su atsargomis.

Pirkėjų įsiskolinimo apyvartumas parodo kaip greitai pirkėjų skolos virsta pinigais, t.y. kaip greitai pirkėjai atsiskaito su įmone. UAB „Pasaulio skoniai“ šis rodiklis yra itin didelis. Taip iš dalies yra todėl, kad įmonė netaiko didelių atidėjimų savo klientams, todėl skolos būna apmokėtos iškart arba per trumpą laiko tarpą. Atidėjimų „politiką“ bendrovė pradėjo taikyti nuo 2012 m. ir tai matosi pagal rodiklio pasikeitimą (nuo 778 kartų 2011 m. jis sumažėjo iki 109 kartų 2012 m.). Tačiau ir 2014 m. pabaigoje buvo fiksuojamas didelis pirkėjų įsiskolinimo apyvartumas – 280 kartų. Tai rodo, jog įmonei nereikia investuoti nuosavas lėšas į pirkėjų įsiskolinimus. Galima teigti, jog UAB „Pasaulio skoniai“ geba efektyviai surinkti pirkėjų įsiskolinimus.

Skolų tiekėjams apyvartumas, pavaizduotas 8 lentelėje, rodo kaip greitai UAB „Pasaulio skoniai“ vykdo atsiskaitymus su tiekėjais. Kuo rodiklis žemesnis, tuo įmonė labiau delsia atsiskaityti

su tiekėjais. Pagal statistinius duomenis, vidutinė rodiklio reikšmė yra 5 kartai. Nagrinėjamos bendrovės atveju, rodiklio dinamika nėra pastovi, tačiau nuo 2011 m., kai rodiklis buvo vos 3,69 karto jis pakilo iki 9,25 2014 m. Lyginant skolų tiekėjams apyvartumo rodiklį su pirkėjų įsiskolinimo apyvartumu, pastebimas akivaizdžiai didelis skirtumas. Įmonė delsia atsiskaityti su tiekėjais ir tuo pačiu didina savo apyvartinį kapitalą, t.y. įsiskolinimui padengti skirtas lėšas naudoja kitoms reikmėms. Tai yra įmanoma tik jei tiekėjai suteikia atidėjimus ir pasitiki įmone su kuria bendradarbiauja. Tačiau neretai už mokėjimo uždelsimą yra skaičiuojami delspinigiai, o tai sudaro papildomas išlaidas. Kol toks atsiskaitymo būdas tenkina tiekėjus, UAB „Pasaulio skoniai“ efektyviai naudoja apmokėjimams skirtas lėšas, tačiau ilgindama atsiskaitymo laiką bendrovė rizikuoja prarasti tiekėjų pasitikėjimą.

Svarbus yra ir apyvartinio kapitalo apyvartumo rodiklis, tačiau kadangi įmonėje teigiamas apyvartinis kapitalas buvo tik 2014 m., prieš tai buvusių metų rezultatą nagrinėti netikslinga. 2014 m. šis rodiklis buvo 8,19 karto. Tai, kad įmonė net neturi apyvartinio kapitalo rodo, jog vadovybė itin neefektyviai skirsto lėšas kasdienei įmonės veiklai ir pastoviai yra aukštos nemokumo rizikos padėtyje.

4.3.7. Pasaulio skoniai“ rinkos vertės rodiklių vertinimas

Ši rodiklių grupė paprastai yra skirta išoriniams vartotojams – investuotojams, potencialiems klientams, tiekėjams, kreditoriams. Tačiau ir įmonės vadovybei svarbu žinoti savo įmonės vertę, pasikeitimus, kad suprasti ar įmonės veikla neprastėja ir ar nereikia imtis papildomų priemonių veiklai efektyvinti. Šie rodikliai dar vadinami investiciniais arba kapitalo rinkos rodikliais. Rodiklių dinamika pavaizduota 9 lentelėje.

9 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ rinkos vertės rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Balansinė įmonės vertė	89176	186392	287033	747128
Akcijos buhalterinės vertės	891,76	1863,92	2870,33	249,04
Pelno tenkančio vienai akcijai	1233,68	972,16	1006,41	2629,1

Balansinės įmonės vertės rodiklis, arba dar vadinamas buhalterine verte, tai skirtumas tarp viso įmonės turto ir visų įmonės įsipareigojimų. Šis rodiklis yra reikalingas norint apskaičiuoti vienos akcijos buhalterinę vertę. UAB „Pasaulio skoniai“ atveju šis rodiklis gavosi lygus nuosavo kapitalo dydžiui, kadangi įmonė neturi ilgalaikio turto, kurio negalima būtų parduoti (dažniausiai tai nematerialus turtas). Balansinė įmonės vertė auga, tai daro ją labiau patrauklią potencialiems investuotojams ir didina įmonės stabilumą kreditorių akyse. Nuo 2011 m. įmonės vertė išaugo 657952 Lt arba daugiau nei 7 kartus.

Nuo 2011 m. iki 2013 m. pabaigos įmonės buvo išleidusi 100 paprastųjų akcijų. 2014 m. padidinus įstatinį kapitalą, buvo išleista dar 2900 paprastųjų akcijų. Kiekvienos iš jų vertė buvo 249,04 Lt, tai reiškia, kad tokia savininkų nuosavybės suma tenka kiekvienai akcijai.

Kitas investuotojams svarbus rodiklis – pelnas tenkantis vienai akcijai. Jis parodo kokį pelną galima tikėtis uždirbti už savo investuotas lėšas. Rodiklis keitėsi netolygiai – 2011 m. vienai akcijai teko 1233,68 Lt pelnas, 2012 m. – jis sumažėjo 261,52 Lt ir sudarė 972,16 Lt, 2013 m. rezultatas buvo šiek tiek didesnis – 1006,41 Lt, o 2014 m. pakilo daugiau nei du kartus ir buvo 2629,1 Lt. Pastebima augimo tendencija yra ženklas, įmonės veikla tampa efektyvesnė, pelningesnė.

4.3.8. UAB „Pasaulio skoniai“ sąnaudų lygio rodiklių vertinimas

Labai svarbu nagrinėti sąnaudų lygį, kadangi būtent didelės išlaidos mažina gaunamą pelną. Todėl nuolat reikia ieškoti būdų kaip naudojant tokį pat ar mažesnę kiekį sąnaudų uždirbti didesnį pelną, t.y. didinti įmonės veiklos efektyvumą. UAB „Pasaulio skoniai“ sąnaudų lygio rodikliai pateikti 10 lentelėje.

10 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ sąnaudų lygio rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	2011	2012	2013	2014
Parduotų prekių savikainos vienam pardavimų Lt koef.	0,58	0,52	0,42	0,41
Veiklos sąnaudų vienam pardavimų Lt koef.	0,39	0,45	0,57	0,56

Bene svarbiausia sąnaudų rūšis – savikaina. Todėl labai svarbu stebėti jos lygį lyginant su pardavimo pajamomis. Rodiklis rodo įmonės patiriamas pagrindines išlaidas, norint uždirbti 1 piniginį vienetą (šiuo atveju, litą). Pagal statistinius duomenis, rodiklis paprastai svyruoja nuo 0,5 iki 0,9. Kaip matome iš pateiktų skaičiavimų, šis rodiklis nagrinėjamoje bendrovėje yra tikrai geras, ir nuosekliai mažėja. Nuo 2011 m. 0,58 jis sumažėjo iki 0,41 2014 m., tai 0,17 punkto sumažėjimas. Tai rodo, jog įmonės vadovai geba efektyviai naudoti bei kontroliuoti patiriamas išlaidas.

Kita UAB „Pasaulio skoniai“ svarbi ir stambi sąnaudų rūšis – veiklos sąnaudos. Jos, be kitų kasdienių išlaidų, įmonėje apima visų darbuotojų atlyginimus. Kadangi įmonėje dirba daugiau nei 100 darbuotojų, šių išlaidų suma yra gana didelė. Žiūrint į gautus rezultatus, pastebima didėjimo tendencija, tai reiškia kad auga veiklos sąnaudų dalis vienam uždirbtam pajamų piniginiam vienetui. Rodiklis yra laikomas normaliu kai yra apie 18 proc. Tačiau įmonėje jis jau 2011 m. pabaigoje buvo 39 proc. ir kasmet augo, 2014 m. jis jau siekė 56 proc. Tai rodo prasta įmonės veiklos sąnaudų paskirstymą ir panaudojimo neefektyvumą.

4.4. UAB „Pasaulio skoniai” rizikos vertinimas

Kiekvienos įmonės ateitis yra siejama su neapibrėžtumu, ne išimtis ir UAB „Pasaulio skoniai”. Todėl labai svarbu laiku nustatyti galimas rizikas, kurios gali turėti neigiamą įtaką bendrovės veiklai, kad, esant poreikiui, būtų sukurtos priemonės toms rizikoms naikinti ar bent jau valdyti ir kontroliuoti.

Norint žinoti ar įmonei gresia nemokumas arba bankrotas yra plačiai naudojamas mokslininko E.I.Altmano modelis. Pradinė modelio versija buvo skirta tik vertybinių popierių biržose parduodamų akcijų įmonėms, tačiau vėliau buvo sukurtas ir nedalyvaujančių biržoje įmonėms, kuris ir bus naudojamas vertinant UAB „Pasaulio skoniai“ bankroto tikimybę.

E.I.Altmano modelis, skirtas vertybinių popierių biržoje nekotiruojamoms įmonėms:

$$Z = 0.717 \times X_1 + 0.847 \times X_2 + 3.107 \times X_3 + 0.420 \times X_4 + 0.995 \times X_5, \text{ kur:}$$

X_1 – apyvartinio kapitalo ir turto santykis;

X_2 – pardavimo pajamų ir turto santykis;

X_3 – pelno iki apmokestinimo ir turto santykis;

X_4 – nuosavo kapitalo ir įsipareigojimų santykis;

X_5 – nepaskirstyto pelno ir turto santykis;

Z – bankroto tikimybės arba kreditingumo koeficientas.

Taigi, taikant šį modelį UAB „Pasaulio skoniai” bankroto tikimybės (Z) apskaičiavimai pavaizduoti 11 lentelėje.

11 lentelė. UAB „Pasaulio skoniai“ bankroto tikimybė 2011-2014 m.

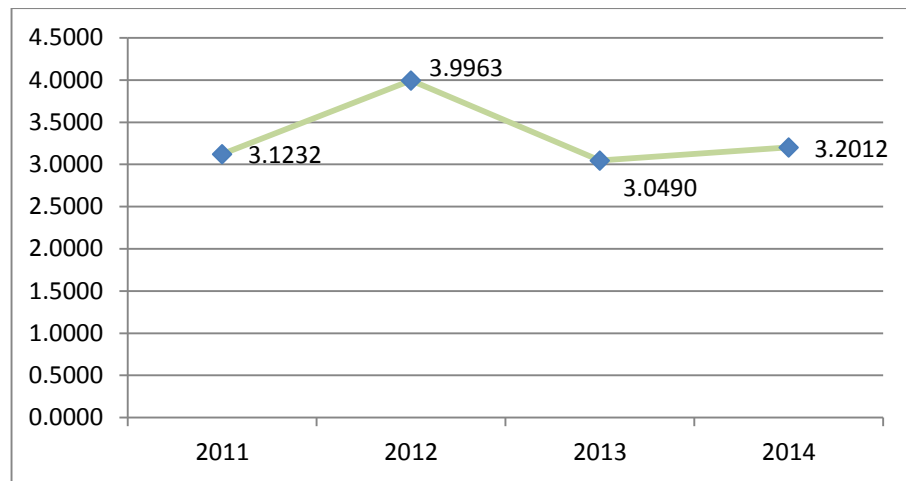
(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

	X1	X2	X3	X4	X5	Z
2011	-0,0027	3,189	0,1041	0,0814	0,0668	3,1232
2012	-0,0341	4,1081	0,0993	0,1931	0,1523	3,9963
2013	-0,0368	3,1584	0,0611	0,1699	0,1397	3,0490
2014	0,3479	2,8504	0,0733	0,3699	0,1551	3,2012

Kaip buvo minėta teorinėje dalyje, jei koeficiento Z reikšmė yra didesnė už 2,90 tai bankroto tikimybė ir labai maža. Kaip matome, visais nagrinėjamais metais UAB „Pasaulio skoniai“ bankroto tikimybė yra labai maža.

Rodikliui didelę įtaką daro apyvartinio kapitalo ir turto santykis, kuris pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis yra neigiamas, kadangi yra neigiamas pats apyvartinio kapitalo rodiklis, o tai, kaip buvo minėta anksčiau yra dėl to, kad įmonė savo veikloje naudoja skolintą kapitalą apyvartinių lėšų poreikiui patenkinti, kas didina bendrovės nemokumo tikimybę. Didžiausią įtaką Z koeficiento formavimuisi turėjo pardavimo pajamų ir turto santykis, kuris yra itin didelis aukštų pardavimų dėka.

Remiantis aukščiau pateiktais skaičiavimais, galima sudaryti kreditingumo koeficiento grafiką. (11 pav.)



11 pav. UAB „Pasaulio skoniai“ likvidumo rodikliai 2011-2014 m.

(sudaryta autorės pagal UAB „Pasaulio skoniai“ duomenis)

Kaip matome iš 11 paveikslo, per visą nagrinėjamą laikotarpį koeficientas padidėjo 0,078 punkto. Didžiausia kreditingumo koeficiento reikšmė buvo 2012 m. – 3,9963, o mažiausia 2013 metais – 3,049, per vienerius metus koeficientas sumažėjo net 0,9473 punkto. Tokiam pasikeitimui įtakos vėlgi turėjo pardavimo pajamų ir turto santykis, kuris 2013 metais ženkliai sumažėjo dėl padidėjusios turto reikšmės (per 2013m. buvo įsigyta ilgalaikio turto). Tačiau galima teigti, jog nežiūrint į svyravimus, visu nagrinėjamu laikotarpiu įmonės bankroto tikimybė buvo maža.

Apibendrinant visą tyrimą dėl UAB „Pasaulio skoniai“ ekonominės veiklos efektyvumo, galima išskirti kelis esminius veiksnius, darančius didžiausią teigiamą įtaką veiklos efektyvumui: asortimento dydis ir konkurentų su analogišku asortimentu nebuvimas, žinomumas ir nišos lyderio pozicija, parduodamų prekių kokybė ir išskirtinumas. Neigiamą įtaką (mažinantys efektyvumą) darantys veiksniai: nelanksti kainų politika; pasenęs požiūris į personalo vadybą; netinkama kapitalo struktūra, kuri ilgainiui gali tapti nemokumo priežastimi; pagrindinio veiklos įrankio – atsargų – žemas apyvartumas, bei aukštas veiklos sąnaudų lygis. Matant tokius analizės rezultatus, galima teigti, jog įmonės veikla nėra efektyvi ir UAB „Pasaulio skoniai“ vadovybei reikėtų iš esmės peržiūrėti valdymo principus bei metodus.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad mažmeninės prekybos įmonių ekonominis veiklos efektyvumas apibūdinamas kaip sąnaudų, išteklių ir kokybiško rezultato santykis. Jis neatsiejamas nuo kiekvienos veiklos ir apima įvairias jos sritis: sprendimų priėmimą ir jų įgyvendinimą, darbuotojų veiklos gerinimą, teikiamų paslaugų kokybę, išteklių panaudojimo racionalumą ir kitus veiksnius. Kiekviena įmonė turi priimti tokius sprendimus, kad pasirinktos alternatyvos dėka pasiekti tokio pelno ir išteklių santykio, kuris užtikrins optimaliausią užsibrėžtų tikslų pasiekimą. Galima teigti, kad efektyvi ekonominė veikla mažmeninės prekybos įmonėje tai reikškins, kai neįmanoma gauti didesnį pelną kaip bebūtų perskirstamos patiriamos išlaidos.

Efektyvumo užtikrinimas mikro lygiu, t.y. atskirose įmonėse, didina ir bendrą šalies ekonominį efektyvumą: surenkama daugiau mokesčių, kuriamos naujos darbo vietos, didinama prekių ir paslaugų pasiūla, auga šalies BVP, o reiškia ir visos šalies materialinė bei socialinė gerovė.

2. Atlikti tyrimai rodo, jog veiklos efektyvumas yra reikškins, susidedantis iš daugelio sudedamųjų dalių. Todėl ir nagrinėti šį reiškinį reikia pasitelkiant įvairius metodus, kurie apimtų visus įmonės veiklos procesus. Labiausiai paplitęs būdas ekonominio efektyvumo vertinimui yra santykinų rodiklių skaičiavimas bei analizė. Skirtingi autoriai siūlo vertinti skirtingas rodiklių grupes, tačiau kiekviena įmonė turėtų pasirinkti jos veiklą geriausiai apibūdinančius rodiklius, kurie būtų labiausiai informatyvūs. Kuo skaičiuojamų rodiklių daugiau, tuo tikslesni bus analizės rezultatai.

Tačiau svarbu nepamiršti, jog ekonominiam įmonės efektyvumui įtakos turi ir labai daug kokybinių veiksnių, t.y. tie veiksniai, kurie negali būti išmatuoti skaičiais. Todėl tikslinga yra atlikti SSGG analizę, kuri padeda išanalizuoti įmonės vidinį potencialą, veiksnius, darančius teigiamą arba neigiamą įtaką įmonei veiklai. Ne mažiau svarbi yra ir išorinė aplinka, kurioje funkcionuoja įmonė. Jai analizuoti puikiai tinka PEST analizė, kuri išskiria keturias veiksnių grupes (ekonominis, politinis, socialinius bei technologinius veiksnis), turinčias įtakos visoms toje aplinkoje veikiančioms įmonėms.

3. Nustatyta, kad vertinant kokybinius įmonės efektyvumą lemiančius veiksnis, vienas svarbiausių veiksnių UAB „Pasaulio skoniai“ - išskirtinis asortimentas. Būtent jo dėka įmonės pardavimai vis dar didėja, klientų ratas plečiasi. Asortimento išskirtinumu bendrovei neprilygsta nė viena šiuo metu rinkoje esanti įmonė. Tačiau, įmonės vadovams svarbu nepamiršti, kad tokia sėkmė juos lydi tik tol, kol rinkoje neatsirado pigesnes analogiškas prekes siūlančių konkurentų, kadangi įmonės siūlomų kainų lygis yra gana aukštas. UAB „Pasaulio skoniai“ vadovybei derėtų peržiūrėti kainų politiką: dažniau rengti prekių išpardavimus, įvesti lojalių klientų sistemą su nuolaidomis, taikyti urmo nuolaidas. Tai ne tik padidintų klientų skaičių, bet ir padėtų įmonei konkurencinėje kovoje, padarytų lankstesnę rinkos pokyčiams.

Įmonės ilgametė patirtis rinkoje taip pat yra labai svarbus efektyvumą didinantis veiksnys. UAB „Pasaulio skoniai“ buvo viena iš pirmųjų įmonių savo nišoje, todėl užsitikrino prestižą, žinomumą, patikimumą ir pastovių klientų ratą. Be to, ilgalaikė vadovavimo patirtis leidžia priimti efektyvesnius ir racionalesnius sprendimus. Norint dar labiau išpopuliarinti įmonės vardą reikia plėtoti rinkodarą – reklamuotis per masinės informacijos priemones ir ypač internete. Be to, įmonės vadovams reikėtų nepamiršti, jog besiplečiant įmonei turėtų keistis ir vadovavimo stilius: vadovavimo sprendimai, kurie tiko kai įmonėje dirbo 20 žmonių, nebetinka kai darbuotojų skaičius yra virš šimto.

Todėl negalima pamiršti ir vienos pagrindinių įmonės problemų, kuri stabdo veiklos vystymąsi – tai didelė personalo kaita. Esant dažnai darbuotojų kaitai nukenčia aptarnavimo kokybė, kas tiesiogiai veikia pardavimų kiekį. Vadovybės požiūris į darbuotojų motyvaciją yra pasenęs. UAB „Pasaulio skoniai“ vadovai privalo nepamiršti, jog darbo užmokestis nors yra pagrindinė, bet ne vienintelė motyvavimo priemonė. Darbuotojams svarbu suprasti, kad jie yra svarbi grandis, siekiant bendro įmonės veiklos tikslo. Vadovai galėtų skelbti geriausių darbuotojų konkursus, steigti premijas už aukštus pardavimus, rengti reguliarius pasitarimus ne tik su funkcinį padalinių vadovais, bet ir žemiausios grandies darbuotojais, išklausant jų pasiūlymus bei pastabas, t.y. efektyviau išnaudoti darbuotojų potencialą.

4. Nustatyta, kad pagrindinis veiksnys, darantis neigiamą įtaką bendrovės ekonominiam efektyvumui – netinkamai pasirinkta kapitalo struktūra. Įmonė savo veikloje naudoja per daug skolintų ir per mažai nuosavų lėšų. Mokymo rodiklių analizė parodė, jog įmonė sunkiai geba vykdyti savo įsipareigojimus, ypač trumpalaikius. Taip yra dėl apyvartinio kapitalo nebuvimo, kas rodo prastą materialinį kasdienės ūkinės veiklos aprūpinimą. Reguliariai veiklai palaikyti yra naudojamos ilgalaikės paskolos. Tai didina įmonės nestabilumą ir nemokumo riziką.

Įmonės bendras skolos rodiklis viršija nustatytą saugiąją ribą, o ilgalaikės skolos rodiklis dar ir nuolat auga dėl didėjančių finansinių įsipareigojimų. Didėjant ilgalaikių skolų dydžiui, didėja ir palūkanų sąnaudos, kurios atitinkamai mažina gaunamą pelną. Kapitalo struktūros rodiklis rodo, jog įmonės pasirinkta kapitalo sudėtis yra ne tik neefektyvi, bet ir didina nemokumo riziką, įmonės finansinį nestabilumą, užkerta kelią tolimesnei plėtrai. Įmonės vadovai turėtų atidžiai peržvelgti ateities veiklos planus ir galbūt kažkuriam laikui sustabdyti naujų filialų atidarymą, ir susikoncentruoti į įsipareigojimų kredito įstaigoms vykdymą bei lėšų plėtrai paieškas iš nuosavų finansavimo šaltinių.

Pelningumo rodiklių analizė parodė, jog nors įmonės bendrasis pelningumas yra gana aukštas ir turi tendenciją augti, kas rodo, jog įmonė geba efektyviai kontroliuoti savikainą sudarančias išlaidas, tačiau grynojo pelningumo rodiklis yra žemas. Akivaizdu, kad tokiam reiškiniiui daro įtaka veiklos sąnaudų dydis. Tai rodo, jog įmonė neefektyviai paskirsto ir išnaudoja patiriamas veiklos sąnaudas. Šį faktą patvirtina ir sąnaudų lygio rodiklių analizė – veiklos sąnaudų lygis vienam pardavimų litui UAB „Pasaulio skoniai“ yra per aukštas. Kadangi, didžiąją veiklos sąnaudų dalį sudaro su darbo užmokesčiu

susijusios išlaidos, mažinti jas nėra įmanoma, tačiau įmonės vadovybė, skatindama darbuotojus dirbti efektyviau, gali padidinti gaunamas pajamas, t.y. įmonės vadovai turėtų rasti būdų kaip išgauti didžiausią naudą iš patiriamų išlaidų.

Apyvartumo rodiklių analizė, parodė, jog UAB „Pasaulio skoniai“ neefektyviai savo veikloje naudoja turtą, ypač ilgalaikį. Svarbiausiai mažmeninės prekybos įmonei apyvartumo rodiklis – atsargų apyvartumas, taipogi nėra aukštas. Tai rodo, jog įmonėje kai kurių prekių atsargos laikomos per ilgai, gali būti užsistovėjusios ir pasenusios. Vienintelis būdas to išvengti – stebėti ir analizuoti, kurios būtent prekės ilgai nepalieka sandėlio, kurios yra nepaklausios ir tiesiog jų atsisakyti. Taip sumažės patiriamos bendros sandėliavimo išlaidos, galimi netekimai dėl prekių gedimo. Atsargų apyvartumą galėtų paspartinti naujų tiekėjų pasirinkimas, kurie greičiau vykdytų užsakymus ir savarankiškas prekių atgabenimas iš tolimų šalių.

Debitoriniai įsiskolinimai įmonėje yra valdomi gana efektyviai, pirkėjai greitai atsiskaito su įmone. Tačiau pati UAB „Pasaulio skoniai“ naudojami atidėjimais, kuriuos siūlo tiekėjai, taip didindama apyvartinį kapitalą. Kol už delsimą tiekėjai nereikalauja deslpinigių, tokia mokėjimų schema yra palanki nagrinėjamai įmonei, kadangi laikinai lėšas, skirtas apmokėti skoloms tiekėjams, įmonė gali paskirstyti kažkur, kur jos galėtų būti panaudotos efektyviau. Bet delsiant atsiskaityti gali atsirasti tiekėjų nepasitikėjimas įmonės mokumu, stabilumu.

Taikant E.I. Altmano bankroto tikimybės modelį, UAB „Pasaulio skoniai“ bankroto tikimybė labai maža. Tačiau turint omeny visą atliktą ekonominės veiklos efektyvumo vertinimą, galima teigti jog įmonės veikla nėra efektyvi. Kol, žinomumo ir prekių išskirtinumo dėka, auga įmonės pardavimai, tol įmonė yra saugi, tačiau rizika, kad tai gali pasikeisti yra labai didelė, todėl įmonės vadovams derėtų iš esmės peržiūrėti įmonėje vykstančius procesus ir keisti valdymo politiką (ypač kapitalo formavime ir personalo srityse) tam, kad priimami sprendimai leistų efektyviau naudoti turimus išteklius.

LITERATŪRA

1. Aniulytė J., Bulzgytė A., Janulytė L., Juodytė V. (2010). *Lietuvos pieno pramonės įmonių veiklos efektyvumo įvertinimas*. Ekonomikos ir vadybos aktualijos, ISSN 2029-1019.
2. Auditum.lt. (2015). *Turto pelningumo rodiklis*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.auditum.lt/index.php/ekonominiu-terminu-zodynas/924-pelningumo-rodikliai/216-turto-pelningumo-rodiklis.html>
3. Budrikienė R., Paliulytė Irena. (2012). *Bankroto prognozavimo modelių pritaikomumas skirtingo mokumo ir pelningumo įmonėms*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos № 2 (26). ISSN 1648-9098.
4. Christauskas Č., Kazlauskienė V. (2009). *Modernių veiklos vertinimo sistemų įtaką įmonės valdymui globalizacijos laikotarpiu*. Ekonomika ir vadyba № 14. ISSN 1822-6515.
5. Daujotaitė D. (2011). *Finansų valdymo proceso vertinimas veiklos audite*. Socialinių mokslų studijos № 3 (4), ISSN 2029-2244.
6. Darškuvienė V., Šakalytė J. (2006). *Efficiency of financial system and corporate value recognition: The case of Lithuania*. Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai № 40, ISSN 1392-1142.
7. Economy watch. (2010). *Food industry, food sector, food trade*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.economywatch.com/world-industries/food-industry.html>.
8. Economican. ru. (2015). *Внешняя и внутренняя среда организации*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 spalio 10 d.]. Prieiga per internetą: http://economican.ru/v_man.php?id=7.
9. Janovič V. (2012). *Įmonių perspektyvinė finansinė analizė esant neapibrėžtumui*. Business systems and economics № 2 (1). ISSN 2029-8234.
10. Finansistas. net. (2014). *Nuosavybės graža*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.finansistas.net/nuosavybes-graza.html>
11. Garškaitė K. (2008). *Įmonių bankroto prognozavimo modelių taikymas*. Verslas: teorija ir praktika № 9 (4). ISSN 1822-4202.
12. Gronskas V. (2005). *Ekonominė analizė*. Kaunas, Technologija.
13. Investologija.lt. (2015). *Įmonės veiklos finansinė analizė: santykiniai finansiniai rodikliai*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 lapkričio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://investologija.lt/investavimas/i-akcijas/imones-veiklos-finansine-analize-santykiniai-finansiniai-rodikliai/>.
14. Kaleininkaitė L., Trumpaitė I. (2007). *Verslo rizikos valdymas ir jo tobulinimas*. Verslas: teorija ir praktika № 3. ISSN 1822-4202.

15. Lietuvos verslo konfederacija. (2014). *Maisto produktų ir gamybos sektoriaus įmonių eksporto plėtros galimybių studija Baltijos šalims*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 lapkričio 9 d.]. Prieiga per internetą:
http://www.lvk.lt/uploads/File/Asistentas1GS/24Maistas_Baltija.pdf
16. Mackevičius J. (2008). *Įmonių veiklos analizė – informacijos rinkimo, tyrimo ir vertinimo sistema*. Informacijos mokslai № 46. ISSN 1392-0561.
17. Mackevičius J., Rakštelienė A. (2005). *Alman modelių taikymas Lietuvos įmonių bankrotui prognozuoti*. Pinigų studijos № 1.
18. Mackevičius J., Valkauskas R. (2010). *Integruota įmonės finansinės būklės ir veiklos rezultatų analizės metodika*. Verslas: teorija ir praktika № 11 (3). ISSN 1648-0627.
19. Martirosianienė L. (2011). *Ar jūsų įmonei gresia bankrotas*. Mano ūkis № 12. Interaktyvus [žiūrėta 2015 lapkričio 13 d.]. Prieiga per internetą:
http://www.manoukis.lt/print_forms/print_st_z.php?s=2638&z=116.
20. Melnikas B., Smaliukienė R. (2007). *Strateginis valdymas*. Vilnius, Generolo Jono Žemaičio karo akademija.
21. Popovas V. (2014). *Kelių transporto įmonės veiklos ekonominio efektyvumo kompleksinio vertinimo modelio taikymo galimybės*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos № 1(33). ISSN 1648-9098.
22. Snieškienė G. (2009). *Išorinės aplinkos veiksnių poveikio kainodaros strategijai vertinimas*. Ekonomika ir vadyba № 14. ISSN 1822-6515.
23. Tarptautinė aukščiausiųjų audito institucijų organizacija. (2004). *Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės – išsamesnė apie organizacijos rizikos valdymą*. TAAIOV GOV 9130. Interaktyvus [žiūrėta 2015 spalio 25 d.]. Prieiga per internetą:
https://www.vkontrole.lt/INTOSAI_standartai/INTOSAI_GOV_9130_LT.pdf.
24. The Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commission. (2004). *Enterprise risk management – Integrated framework*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 spalio 22 d.]. Prieiga per internetą:
http://www.coso.org/documents/coso_erm_executivesummary.pdf.
25. Versli Lietuva. (2015). *SSGG analizė. The high growth coach*. Interaktyvus [žiūrėta 2015 lapkričio 9 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www.verslilietuva.lt/hgc/downloads/SSGG%20analize.pdf>.
26. Žvirblis A., Mačerinskienė I., Buračas A. (2008). *Įmonių konkurentų potencialo vertinimo vertinimo principai ir baziniai modeliai*. Intelektinė ekonomika № 1 (3). ISSN 1822-8038.

27. Калиева О., Разумова М., Дергунова М. (2014). *Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности*. Инновационная экономика. ISBN 978-5-9905861-1-6.
28. Чернов С. (2009). *Экономика, управление и учет на предприятии*. Проблемы современной экономики № 1 (29).

PRIEDAI

SUTRUMPINTAS UAB "PASAULIO SKONIAI" 2011 M. BALANSAS

	Suma, Lt
ILGALAIKIS TURTAS	163003
NEMATERIALUSIS TURTAS	7612
MATERIALUSIS TURTAS	155391
TRUMPALAIKIS TURTAS	1022276
ATSARGOS	912621
PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	6079
KITAS TRUMPALAIKIS TURTAS	19638
PINIGAI IR PINIGŲ EKVIVALENTAI	83938
TURTO IŠ VISO:	1185279
NUOSAVAS KAPITALAS	89176
KAPITALAS	10000
REZERVAI	
NEPASKIRSTYTASIS PELNAS (NUOST.)	79176
MOKĖTINOS SUMOS IR ĮSIPAREIGOJIMAI	1096103
PO VIENERIŲ METŲ MOKĖTINOS SUMOS IR ILGALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	70662
PER VIENERIUS METUS MOKĖTINOS SUMOS IR TRUMPALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	1025441
Ilgalaikių skolų einamųjų metų dalis	4500
Finansinės skolos	
Skolos tiekėjams	453620
Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai	162850
Atidėjiniai	
Kitos mokėtinos sumos ir trumpalaikiai įsipar.	404471
NUOSAVO KAPITALO IR ĮSIPAREIGOJIMŲ IŠ VISO:	1185279

SUTRUMPINTAS UAB "PASAULIO SKONIAI" 2012 M. BALANSAS

	Suma, Lt
ILGALAIKIS TURTAS	255658
NEMATERIALUSIS TURTAS	4766
MATERIALUSIS TURTAS	250892
TRUMPALAIKIS TURTAS	895901
ATSARGOS	682192
PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	43083
KITAS TRUMPALAIKIS TURTAS	15044
PINIGAI IR PINIGŲ EKVIVALENTAI	155582
TURTO IŠ VISO:	1151559
NUOSAVAS KAPITALAS	186392
KAPITALAS	10000
REZERVAI	1000
NEPASKIRSTYTASIS PELNAS (NUOST.)	175392
MOKĖTINOS SUMOS IR ĮSIPAREIGOJIMAI	965167
PO VIENERIŲ METŲ MOKĖTINOS SUMOS IR ILGALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	29998
PER VIENERIUS METUS MOKĖTINOS SUMOS IR TRUMPALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	935169
Ilgalaikių skolų einamųjų metų dalis	2950
Finansinės skolos	
Skolos tiekėjams	357260
Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai	141587
Atidėjiniai	
Kitos mokėtinų sumų ir trumpalaikių įsipar.	433372
NUOSAVO KAPITALO IR ĮSIPAREIGIJIMŲ IŠ VISO:	1151559

SUTRUMPINTAS UAB "PASAULIO SKONIAI" 2013 M. BALANSAS

	Suma, Lt
ILGALAIKIS TURTAS	728545
NEMATERIALUSIS TURTAS	2041
MATERIALUSIS TURTAS	726504
TRUMPALAIKIS TURTAS	1247613
ATSARGOS	970062
PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	29760
KITAS TRUMPALAIKIS TURTAS	5889
PINIGAI IR PINIGŲ EKVIVALENTAI	241902
TURTO IŠ VIŠO:	1976158
NUOSAVAS KAPITALAS	287033
KAPITALAS	10000
REZERVAI	1000
NEPASKIRSTYTASIS PELNAS (NUOST.)	276033
MOKĖTINOS SUMOS IR ĮSIPAR.	1689125
PO VIENERIŲ METŲ MOKĖTINOS SUMOS IR ILGALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	368711
PER VIENERIUS METUS MOKĖTINOS SUMOS IR TRUMPALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	1320414
Ilgalaikių skolų einamųjų metų dalis	34630
Finansinės skolos	
Skolos tiekėjams	399859
Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai	171344
Atidėjiniai	
Kitos mokėtinų sumos ir trumpalaikiai įsipar.	714581
NUOSAVO KAPITALO IR ĮSIPAREIGOJIMŲ IŠ VIŠO:	1976158

SUTRUMPINTAS UAB "PASAULIO SKONIAI" 2014 M. BALANSAS

	Suma, Lt
ILGALAIKIS TURTAS	951967
NEMATERIALUSIS TURTAS	
MATERIALUSIS TURTAS	951967
TRUMPALAIKIS TURTAS	1815100
ATSARGOS	1416583
PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	28168
KITAS TRUMPALAIKIS TURTAS	6137
PINIGAI IR PINIGŲ EKVIVALENTAI	364212
TURTO IŠ VISO:	2767067
NUOSAVAS KAPITALAS	747128
KAPITALAS	300000
REZERVAI	18010
NEPASKIRSTYTASIS PELNAS (NUOST.)	429118
MOKĖTINOS SUMOS IR ĮSIPAR.	2019939
PO VIENERIŲ METŲ MOKĖTINOS SUMOS IR ILGALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	1167570
PER VIENERIUS METUS MOKĖTINOS SUMOS IR TRUMPALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	852369
Ilgalaikių skolų einamųjų metų dalis	43765
Finansinės skolos	
Skolos tiekėjams	289341
Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai	180694
Atidėjiniai	
Kitos mokėtinos sumos ir trumpalaikiai įsipar.	338569
NUOSAVO KAPITALO IR ĮSIPAREIGOJIMŲ IŠ VISO:	2767067

**SUTRUMPINTA UAB "PASAULIO SKONIAI" 2011 M. PELNO (NUOSTOLIŲ)
ATASKAITA**

	Suma, Lt
PARDAVIMO PAJAMOS	3779837
PARDAVIMO SAVIKAINA	2188024
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	1591813
VEIKLOS SĄNAUDOS	1463945
Pardavimo	
Bendrosios ir administracinės	1463945
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	127868
KITA VEIKLA	-134
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	-4366
Pajamos	
Sąnaudos	4366
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOST.)	123368
PAGAUTĖ	
NETEKIMAI	
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKEST.	123368
PELNO MOKESTIS	
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	123368

**SUTRUMPINTA UAB "PASAULIO SKONIAI" 2012 M. PELNO (NUOSTOLIŲ)
ATASKAITA**

	Suma, Lt
PARDAVIMO PAJAMOS	4730778
PARDAVIMO SAVIKAINA	2477296
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	2253482
VEIKLOS SĄNAUDOS	2137347
Pardavimo	
Bendrosios ir administracinės	2137347
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	116135
KITA VEIKLA	2282
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	(4045)
Pajamos	
Sąnaudos	4045
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOST.)	114372
PAGAUTĖ	
NETEKIMAI	
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKEST.	114372
PELNO MOKESTIS	17156
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	97216

**SUTRUMPINTA UAB "PASAULIO SKONIAI" 2013 M. PELNO (NUOSTOLIŲ)
ATASKAITA**

	Suma, Lt
PARDAVIMO PAJAMOS	6241469
PARDAVIMO SAVIKAINA	2599501
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	3641968
VEIKLOS SĄNAUDOS	3530418
Pardavimo	
Bendrosios ir administracinės	3530418
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	111550
KITA VEIKLA	15114
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	(5922)
Pajamos	
Sąnaudos	5922
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOST.)	120742
PAGAUTĖ	
NETEKIMAI	
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKEST.	120742
PELNO MOKESTIS	20101
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	100641

**SUTRUMPINTA UAB "PASAULIO SKONIAI" 2014 M. PELNO (NUOSTOLIŲ)
ATASKAITA**

	Suma, Lt
PARDAVIMO PAJAMOS	7887307
PARDAVIMO SAVIKAINA	3221721
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	4665586
VEIKLOS SĄNAUDOS	4457612
Pardavimo	
Bendrosios ir administracinės	4457612
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	207974
KITA VEIKLA	1522
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	-6716
Pajamos	
Sąnaudos	6716
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOST.)	202780
PAGAUTĖ	
NETEKIMAI	
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKEST.	202780
PELNO MOKESTIS	32685
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	170095

UAB "PASAULIO SKONIAI" 2011-2014 M. BALANSŲ HORIZONTALIOJI ANALIZĖ

	2011	2012	Pokytis Lt, %		2013	Pokytis Lt, %		2014	Pokytis Lt, %	
ILGALAIKIS TURTAS	163003	255658	92655	56,84	728545	472887	184,97	951967	223422	30,67
NEMATERIALUSIS TURTAS	7612	4766	(2846)	-37,39	2041	-2725	-57,18		-2041	-100,00
MATERIALUSIS TURTAS	155391	250892	95501	61,46	726504	475612	189,57	951967	225463	31,03
TRUMPALAIKIS TURTAS	1022276	895901	(126375)	-12,36	1247613	351712	39,26	1815100	567487	45,49
ATSARGOS	912621	682192	(230429)	-25,25	970062	287870	42,20	1416583	446521	46,03
PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	6079	43083	37004	608,72	29760	-13323	-30,92	28168	-1592	-5,35
KITAS TRUMPALAIKIS TURTAS	19638	15044	(4594)	-23,39	5889	-9155	-60,85	6137	248	4,21
PINIGAI IR PINIGŲ EKVIVALENTAI	83938	155582	71644	85,35	241902	86320	55,48	364212	122310	50,56
TURTO IŠ VISO:	1185279	1151559	(33720)	-2,84	1976158	824599	71,61	2767067	790909	40,02
NUOSAVAS KAPITALAS	89176	186392	97216	109,02	287033	100641	53,99	747128	460095	160,29
KAPITALAS	10000	10000	-	0,00	10000	0	0,00	300000	290000	2900,00
REZERVAI	-	1000	1000	100,00	1000	0	0,00	18010	17010	1701,00
NEPASKIRSTYTASIS PELNAS (NUOST.)	79176	175392	96216	121,52	276033	100641	57,38	429118	153085	55,46
MOKĖTINOS SUMOS IR ĮSIPAR.	1096103	965167	(130936)	-11,95	1689125	723958	75,01	2019939	330814	19,58
PO VIENERIŲ METŲ MOKĖTINOS SUMOS IR ILGALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	70662	29998	(40664)	-57,55	368711	338713	1129,1 2	1167570	798859	216,66
PER VIENERIUS METUS MOKĖTINOS SUMOS IR TRUMPALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	1025441	935169	(90272)	-8,80	1320414	385245	41,20	852369	-468045	-35,45
Ilgalaikių skolų einamųjų metų dalis	4500	2950	(1550)	-34,44	34630	31680	1073,9 0	43765	9135	26,38
Skolos tiekėjams	453620	357260	(96360)	-21,24	399859	42599	11,92	289341	-110518	-27,64
Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai	162850	141587	(21263)	-13,06	171344	29757	21,02	180694	9350	5,46
Kitos mokėtinų sumos ir trumpalaikiai įsipar.	404471	433372	28901	7,15	714581	281209	64,89	338569	-376012	-52,62
NUOSAVO KAPIT. IR ĮSIP. IŠ VISO:	1185279	1151559	(33720)	-2,84	1976158	824599	71,61	2767067	790909	40,02

UAB "PASAULIO SKONIAI" 2011-2014 M. PELNO (NUOSTOLIŲ) ATASKAITŲ HORIZONTALIOJI ANALIZĖ

STRAIPSNIAI	2011	2012	Pokytis Lt, %		2013	Pokytis Lt, %		2014	Pokytis Lt, %	
PARDAVIMO PAJAMOS	3779837	4730778	950941	25,16	6241469	1510691	31,93	7887307	1645838	26,37
PARDAVIMO SAVIKAINA	2188024	2477296	289272	13,22	2599501	122205	4,93	3221721	622220	23,94
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	1591813	2253482	661669	41,57	3641968	1388486	61,62	4665586	1023618	28,11
VEIKLOS SĄNAUDOS	1463945	2137347	673402	46,00	3530418	1393071	65,18	4457612	927194	26,26
Bendrosios ir administracinės	1463945	2137347	673402	46,00	3530418	1393071	65,18	4457612	927194	26,26
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	127868	116135	(11733)	(9,18)	111550	(4585)	-3,95	207974	96424	86,44
KITA VEIKLA	-134	2282	2416	(1802,99)	15114	12832	562,31	1522	(13592)	-89,93
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	-4366	(4045)	321	(7,35)	(5922)	(1877)	46,40	-6716	(794)	13,41
Pajamos			-			-			-	
Sąnaudos	4366	4045	(321)	(7,35)	5922	1877	46,40	6716	794	13,41
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOST.)	123368	114372	(8996)	(7)	120742	6370	5,57	202780	82038	67,94
PAGAUTĖ			-			-			-	
NETEKIMAI			-			-			-	
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKEST.	123368	114372	(8996)	(7,29)	120742	6370	5,57	202780	82038	67,94
PELNO MOKESTIS		17156	17156	-	20101	2945	17,17	32685	12584	62,60
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	123368	97216	(26152)	(21,20)	100641	3425	3,52	170095	69454	69,01

UAB "PASAULIO SKONIAI" BALANSO VERTIKALIOJI ANALIZĖ

	2011	Struktūra	2012	Struktūra	2013	Struktūra	2014	Struktūra
ILGALAIKIS TURTAS	163003	13,75	255658	22,20	728545	36,87	951967	34,40
NEMATERIALUSIS TURTAS	7612	0,64	4766	0,41	2041	0,10		
MATERIALUSIS TURTAS	155391	13,11	250892	21,79	726504	36,76	951967	34,40
TRUMPALAIKIS TURTAS	1022276	86,25	895901	77,80	1247613	63,13	1815100	65,60
ATSARGOS	912621	77,00	682192	59,24	970062	49,09	1416583	51,19
PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	6079	0,51	43083	3,74	29760	1,51	28168	1,02
KITAS TRUMPALAIKIS TURTAS	19638	1,66	15044	1,31	5889	0,30	6137	0,22
PINIGAI IR PINIGŲ EKVIVALENTAI	83938	7,08	155582	13,51	241902	12,24	364212	13,16
TURTO IŠ VISO:	1185279	100%	1151559	100%	1976158	100%	2767067	100%
NUOSAVAS KAPITALAS	89176	7,52	186392	16,19	287033	14,52	747128	27,00
KAPITALAS	10000	0,84	10000	0,87	10000	0,51	300000	10,84
REZERVAI	-		1000	0,09	1000	0,05	18010	0,65
NEPASKIRSTYTASIS PELNAS (NUOSTOL.)	79176	6,68	175392	15,23	276033	13,97	429118	15,51
MOKĖTINOS SUMOS IR ĮSIP.	1096103	92,48	965167	83,81	1689125	85,48	2019939	73,00
PO VIENERIŲ METŲ MOKĖTINOS SUMOS IR ILGALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	70662	5,96	29998	2,60	368711	18,66	1167570	42,20
PER VIENERIUS METUS MOKĖTINOS SUMOS IR TRUMPALAIKIAI ĮSIPAREIGOJIMAI	1025441	86,51	935169	81,21	1320414	66,82	852369	30,80
Ilgalaikių skolų einamųjų metų dalis	4500	0,38	2950	0,26	34630	1,75	43765	1,58
Skolos tiekėjams	453620	38,27	357260	31,02	399859	20,23	289341	10,46
Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai	162850	13,74	141587	12,30	171344	8,67	180694	6,53
Kitos mokėtinos sumos ir trumpalaikiai įsipar.	404471	34,12	433372	37,63	714581	36,16	338569	12,24
NUOSAVO KAPIT. IR ĮSIP. IŠ VISO:	1185279	100%	1151559	100%	1976158	100%	2767067	100%

UAB "PASAULIO SKONIAI" 2011 -2014 M. PELNO (NUOSTOLIŲ) ATASKAITŲ VERTIKALIOJI ANALIZĖ

STRAIPSNIAI	2011	Lyginamasis svoris	2012	Lyginamasis svoris	2013	Lyginamasis svoris	2014	Lyginamasis svoris
PARDAVIMO PAJAMOS	3779837	100%	4730778	100%	6241469	100%	7887307	100%
PARDAVIMO SAVIKAINA	2188024	57,89%	2477296	52,37%	2599501	41,65%	3221721	40,85%
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	1591813	42,11%	2253482	47,63%	3641968	58,35%	4665586	59,15%
VEIKLOS SĄNAUDOS	1463945	38,73%	2137347	45,18%	3530418	56,56%	4457612	56,52%
Bendrosios ir administracinės	1463945	38,73%	2137347	45,18%	3530418	56,56%	4457612	56,52%
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	127868	3,38%	116135	2,45%	111550	1,79%	207974	2,64%
KITA VEIKLA	-134	-0,004%	2282	0,05%	15114	0,24%	1522	0,02%
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	-4366	-0,12%	(4045)	-0,09%	(5922)	-0,09%	-6716	-0,09%
Pajamos								
Sąnaudos	4366	0,12%	4045	0,09%	5922	0,09%	6716	0,09%
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOST.)	123368	3,26%	114372	2,42%	120742	1,93%	202780	2,57%
PAGAUTĖ								
NETEKIMAI								
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKEST.	123368	3,26%	114372	2,42%	120742	1,93%	202780	2,57%
PELNO MOKESTIS			17156	0,36%	20101	0,32%	32685	0,41%
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	123368	3,26%	97216	2,05%	100641	1,61%	170095	2,16%

