

CĒSU TIRGUS

**Sabiedrības ar ierobežotu atbildību
„Cēsu tirgus”**

**VIDĒJA TERMIŅA DARBĪBAS
STRATĒGIJA
2021. – 2023. gadiem**

Cēsīs, 2020

SATURA RĀDĪTĀJS

1. Ievads	3
2. Vispārīgā informācija.....	4
3. Kapitālsabiedrības biznesa modelis, informācija par pakalpojumiem...	5
4. Kapitālsabiedrības stipro un vājo pušu analīze	7
5. Tirgus analīze, konkurentu un klientu apraksts.....	8
6. Vispārējie stratēģiskie mērķi.....	8
7. Kapitālsabiedrības risku analīze.....	11
8. Korporatīvā ilgtspēja	14
9. Pielikumi	16

Ievads

Sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Cēsu tirgus” vidēja termiņa darbības stratēģija ir vidēja termiņa plānošanas dokuments, kurā noteikti kapitālsabiedrības stratēģiskās attīstības pamatvirzieni, laika posmam no 2021.gada 1.janvāra līdz 2023.gada 31.decembrim.

Stratēģija izstrādāta atbilstoši Publiskas personas kapitāla daļu un kapitālsabiedrību pārvaldības likuma 57.pantam „Vidēja termiņa darbības stratēģijas izstrāde” un apstiprināta ar dalībnieka sapulces lēmumu, atbilstoši, iepriekš minētā likuma 66.panta „Dalībnieku sapulces kompetence” 1. daļas 12. punktam. Vispārējie stratēģiski mērķi un nefinanšu mērķi noteikti ar Cēsu novada domes 2021. gada 21. janvāra lēmumu Nr. 13 „Par grozījumiem Cēsu novada domes 30.12.2015. lēmumā Nr.316 "Par Cēsu novada pašvaldības līdzdalības saglabāšanu sabiedrībā ar ierobežotu atbildību "Cēsu tirgus"" un nefinanšu mērķu noteikšanu”. Saskaņojot ar iepriekšminēto CND lēmumu dokuments papildināts.

Vidēja termiņa darbības stratēģijā iekļauta informācija par SIA “Cēsu tirgus” darbību, finansiālo situāciju, definēti finanšu un nefinanšu mērķi, veikta stipro un vājo pušu analīze, definētas aktivitātes, kas būtu īstenojamas periodā no 2021. – 2023.gadam.

Stratēģijas īstenošanas priekšnosacījums ir stabilitātes un ilgtspējības saglabāšana valsts un pašvaldības ekonomikā un politikā.

Dokuments izstrādāts, pamatojoties uz iepriekšējo periodu pieredzi un ņemot vērā jaunus apstākļus, kādi noteikti ar tās dibinātāja, Cēsu novada pašvaldības, 2019., 2020., 2021. gados pieņemtajiem lēmumiem, ņemot vērā Valsts politiku un normatīvo regulējumu kapitālsabiedrību komercdarbības jomā.

1. Vispārīgā informācija

- 1.1. Kapitālsabiedrības firma ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Cēsu tirgus”;
- 1.2. Pamatkapitāls ir 332909.00 EUR (332909 kapitāla daļas, vienas daļas nominālvērtība 1.00 EUR);
- 1.3. Dalībnieks – Cēsu novada pašvaldība (100 % kapitāla daļu īpašnieks);
- 1.4. Valsts budžetā nodokļos 2019.gadā samaksāti 55451.00 EUR, 2020. gadā 62726.00 EUR; Cēsu novada pašvaldības budžetā 2019. gadā 2963.00 EUR, 2020. gadā 2971.00 EUR /NĪN, neskaitot SIA PLUSS V, saskaņā ar ilgtermiņa līgumu/.
- 1.5. Kapitālsabiedrība valsts un pašvaldības budžetu finansējumu nesaņem;
- 1.6. Kapitālsabiedrības īpašuma struktūra 1.tabulā :

1. tabula

SIA „Cēsu tirgus” īpašuma struktūra

N.p.k.	Īpašums	Kadastra numurs	Adrese	Platība, kv.m.	Apgrūtinājumi
1.	Zemes gabals *)	4201 005 1101	V - 2	11697	SIA „PLUS V” pārjaunojuma līgums (2032./2050. gads)
2.	Zemes gabals **)	4201 005 1110	Dz - 3	253	Pārdošanai Cēsu novada pašvaldībai, rotācijas apļa izbūvei
3.	Zemes gabals	4201 005 1324	U - 24	3932	-
4.	Tirdzniecības paviljons	4201 100 1324 002	U - 24	1000	-
5.	Biroja ēka	4201 005 1101 001	V - 2	154.1	Pārdota SIA „PLUS V” demontāžai rekonstrukcijas projekta ietvaros
6.	Tirdzniecības paviljons	4201 005 1101 002	V - 2	332.2	Komercdarbībai netiek izmantots
7.	Tirdzniecības paviljons	4201 005 1101 003	V – 2	431.8	Komercdarbībai netiek izmantots
8.	Tirdzniecības kiosks (7/8 daļas)	4201 005 1101 004	V – 2	98.0	Izīrēts tirdzniecības dalībniekam
9.	Tirdzniecības kiosks	4201 005 1101 010	V - 2	61.9	Izīrēts tirdzniecības dalībniekam (marts – oktobris)
10.	Tirdzniecības kiosks	4201 005 1101 012	V - 2	25.0	Komercdarbībai netiek izmantots

Paskaidrojumi saīsinājumiem 1. tabulā:

U – 24 – Uzvaras bulvāris 24;

Dz – 3 - Dzintara iela 3;

V – 2 - Valmieras iela 2;

*) ; **) – 2020.gadā veikta zemesgabalu robežu pārkārtošana, saskaņā Cēsu novada pašvaldības apstiprināto ZIP.

- 1.7.SIA „Cēsu tirgus” komercdarbības veids ir **Sava vai nomāta nekustamā īpašuma izīrēšana un pārvaldīšana (NACE 68.20)**;
- 1.8.Kapitālsabiedrība dibināta **2002.gada 4.oktobrī**, saimniecisko darbību uzsākusi 2003.gada 1.janvārī, kā bezpeļņas organizācija sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Cēsu tirgus”, **2004.gada 5.novembrī**, saskaņā ar LR Komerclikuma noteikumiem pārreģistrēta LR Komercreģistrā, kā Cēsu pilsētas pašvaldības sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Cēsu tirgus”, **2006.gada 8.septembrī**, kā sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Cēsu tirgus”;
- 1.9.Kapitālsabiedrības izpildinstitūcija ir **valde divu cilvēku sastāvā**;
- 1.10. Kapitālsabiedrības personāls:
grāmatvede – 0.5 slodzes – 1 darbinieks;
grāmatveža palīgs(kārto uzņēmuma lietvedību un norēķinus ar tirdzniecības dalībniekiem) – 1 slodze – 1 darbinieks;
apkopēja (tirdzniecības paviljonā) - 0.4 slodzes - 1 darbinieks;
sētnieces (āra teritorijā Valmieras ielā 2/Dzintara ielā 3 un Uzvaras bulvārī 24) – 0.4 un 0.7 slodzes – 1 darbinieks; Kopā - 4 (četri) darbinieki un 3 pilna laika slodzes. Covid19 krīzes apstākļos epidemioloģiskās situācijas nodrošināšanai ārkārtas situācijas periodos tiek nodarbināts klientu apkalpošanas speciālists tirdzniecības paviljonā un āra teritorijā, mobilo tirdzniecības vietu uzraudzībai. Papildu personāls klientu apkalpošanai tiek pieaicināts Stādu festivāla organizēšanai (2019. un 2020.gadā), kā arī pasākumos ārpus tirgus teritorijas (2018., 2019. gados).

2. Kapitālsabiedrības biznesa modelis, informācija par pakalpojumiem

SIA „Cēsu tirgus” savos īpašumos esošās tirdzniecības vietas iznomā gan LR Uzņēmumu reģistrā reģistrētām juridiskām un fiziskām personām (AS; SIA; IU; IK), gan VID reģistrētām pašnodarbinātām personām, gan neregistrētām fiziskām personām, gadījumos, kad to pieļauj LR likumdošana (pamatojoties uz tirdzniecības dalībnieku ieņēmumu uzskaiti, normatīvajā regulējumā noteiktajā kārtībā).

Cēsu tirgus pakalpojumi ir tirdzniecības vietu un zemes gabala daļu iznomāšana tirdzniecības dalībniekiem, kuri nodarbojas ar pārtikas produktu un nepārtikas preču mazumtirdzniecību, kā arī dažādu kultūras un sporta pasākumu organizēšanas vajadzībām.

Cēsu tirgus, saskaņā ar reģistrēto komercdarbības veidu, iznomā tirdzniecības vietas gan tirdzniecības paviljonā, gan āra teritorijā (uz tirdzniecības galdiem un mobilajās tirdzniecības vietās).

Nolūkā uzlabot preču piedāvājumu, katru mēnesi tiek organizēti divu dienu paplašinātie (rūpniecības preču) tirgi āra teritorijā. 2020. gadā āra tirdzniecība, sakarā ar Valstī noteikto Ārkārtas situāciju COVID 19 pandēmijas sakarā, netika organizēta marta un aprīļa mēnešos, kā arī decembra mēnesī. Kapitālsabiedrība realizē kopējus projektus ar Cēsu novada pašvaldības aģentūru „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs”. Tiek organizēti mājražotāju un amatnieku tirdziņi Cēsu pilsētas svētkos, Ziemassvētku egles atklāšanā un Ziemassvētkos, Miķeļa dienā, Lieldienās. 2020. gada kopējo projektu realizāciju ievērojami ietekmējusi COVID 19 krīze. Sadarbības projektu realizācija plānota arī plānošanas periodā, no 2021.-2023.gadam.

2.tabula

Komercedarbībai izmantotais kapitālsabiedrības īpašums un tā noslogojums Vidēja termiņa darbības stratēģijas, 2021. -2023. gadam, izstrādes laikā :

N.p.k.	Produkts	Kopējā iznomājamā platība /kv.m./	Iznomātā platība /kv.m./	Noslogojums %
1.	Tirdzniecības vietas rūpniecības preču nodaļā	336	272.0	81.0
2.	Tirdzniecības vietas pārtikas produktu nodaļā	190	161.7	85.1
3.	Zemes noma, Valmieras 2, Cēsis	11697	11697	100
4.	Zemes noma, Dzintara 3, Cēsis	253	253	100
4.	Zemes noma /sezonas tirdzniecība, Uzvaras 24, Cēsis/	521.9	738	70.7
5.	Tirdzniecības vietas āra teritorijās / siltajā sezonā Valmieras 2, Dzintara 3, Uzvaras 24, Cēsis/	200	200	X
6.	Ikmēneša paplašinātie tirgi /vidēji mēnesī/	Pēc pieprasījuma /sezonas raksturs/	15850 /V-2;Dz.-3; U-24/	X

Tirgzinību (mārketinga) **aktivitātes** – tiek organizētas ar mērķi maksimāli saglabāt esošo klientu loku, piesaistīt jaunus klientus un pēc iespējas dažādot tirdzniecības dalībnieku piedāvāto produktu klāstu, kā arī Cēsu tirgus apmeklētājiem un pircējiem piedāvāto pakalpojumu klāstu (publiskā ēdināšana, t.sk. Fast Food produkti, amatniecības, kulinārijas un konditorejas ražošanas meistarklases. iekļaušanās zero waste kustībā, ar mērķi popularizēt produktu iepakojumam izmantoto dabas resursu patēriņa samazināšanu). Vēstīt publiskajā telpā par tirgus, kā mazumtirdzniecības uzņēmuma, priekšrocībām beziepakojuama kustības atbalstīšanā (tirgū 2/3 no piedāvātajiem pārtikas produktiem nav iepakoti ražotāja iesaiņojumā), kas dod priekšrocības pircējam izmantot savu līdzīgu paņemto, vairākkārt lietojamo iepakojumu. Tirdzniecības paviljonā iekārtots stends labai draudzīgam iepakojumam, kā arī iepakojumam, kuru pircēji var izmantot pērkot produktus un nākošajā reizē, tīru atgriezt labai draudzīgā iepakojuma stendā.

Cenas pakalpojumiem tiek noteiktas, pamatojoties uz kapitālsabiedrības valdes izstrādāto Pakalpojumu cenu noteikšanas metodiku. Cenrāža apstiprināšana ir Cēsu tirgus valdes kompetencē.

Cēsu tirgus darbinieki praktizē sadarbību ar katru klientu individuāli (tiešo pārdošanu), klientu informēšanai izmantojam mājas lapu internetā www.cesutirgus.lv, Vidzemes novadu laikrakstu „Druva”- paplašināto tirgu izziņošanai, interneta portālu www.gadatirgi.lv klientu un pircēju informēšanai par citām aktualitātēm, pie tirdzniecības paviljona regulāri tiek izvietota informācija par tuvākajām aktualitātēm tirgū. Informāciju par aktualitātēm izvietojam - sociālajos tīklos profilā facebook un draugiem.lv.

Šajā plānošanas periodā plānojam pilnveidot satura, sociālo tīklu un e-pasta mārketinga pasākumu pielietošanu.

2022. gadā plānots izveidot mājas lapu elektroniskai produktu pasūtīšanai un piegādei pircēju dzīves vietās, pēc sagatavošanās darbu veikšanas (Cēsu tirgus nav tirgū pārdodamās produkcijas īpašnieks).

3. Kapitālsabiedrības stipro un vājo pušu analīze

Kapitālsabiedrības darbības izvērtēšanai un nākotnes stratēģijas noteikšanai būtiski veikt stipro un vājo pušu identificēšanu, kā arī izvērtēt iespējas un iespējamos draudus, komercdarbību ietekmējošā ārējā vidē.

3.tabula

SVID faktoru uzskaitījums

Stiprās puses	Vājās puses
1.Administratīvās teritorijas iedzīvotāju tradīcijas, ieradumi apmeklēt un iepirkties tirgū; 2.Tirdzniecības dalībnieku (tirgotāju) interese par tirdzniecības vietu nomu; 3. Plašs piedāvātās produkcijas klāsts, kas nodrošina cilvēku plūsmu un pirkumus; 4. Laba atrašanās vieta ar atbilstošu infrastruktūru (piebraucamie ceļi, autostāvvietas); 5. Atbalsta punkts sabiedrības aktualitātēm bezpakojuma kustības attīstībā (Zero waste). Pārtikas produkti pieejami bez ražotāja iepakojuma (2/3).	1. Ierobežota iespēja nodrošināt pārtikas produktu tirdzniecībai normatīvajos dokumentos noteikto mikroklimatu (ja āra gaisa temperatūra pārsniedz + 30C); 2. Tirdzniecības dalībnieku mainīgums un nepastāvīga, īstermiņa savstarpējā sadarbība (bez līgumiem); 3. Nepietiekama cilvēku plūsma nedēļas pirmajā pusē (pirmdiena-trešdiena); 4. Tirgus paviljona darba laiks nav optimāls, lai to varētu apmeklēt visi iepirkties gribētāji; 5. Nav pietiekams autostāvvietu skaits intensīvās iepirkšanās dienās(piekdiena-sestdiena)
Iespējas	Draudi
1. Veikt mārketinga aktivitātes tirdzniecības dalībnieku piesaistei; 2.Izmantojot tirgus segmenta uzraudzību savlaicīgi reaģēt uz izmaiņām nomas platību tirgus segmentā; 3.Piedalīties Cēsu novada pašvaldības publiskajos pasākumos, organizējot paplašinātos un tematiskos tirgus; 4. Realizēt Cēsu tirgus (Uzvaras bulvārī 24) rekonstrukcijas projektu, izvērtējot finanšu un rekonstrukcijas perioda komercdarbības (ražošanas) riskus; 5. Papildināt patērētājam pieejamo produktu klāstu ar uz vietas gatavotiem pārtikas produktiem, publiskās ēdināšanas vietām, mājražotāju un amatnieku meistarklasēm un citiem	1. Izmaiņas Valsts vai pašvaldības normatīvajos dokumentos; 2.Izmaiņas Valsts nodokļu politikā (pašnodarbināto un MUN režīmu izmaiņas); 3.Tiešu (tirdzniecības vietas) un netiešu (sīkražotāju produkcija mazumtirdzniecības veikalos) konkurentu parādīšanās; 4. Negodīgas konkurences (nekontrolētas komercdarbības) esamība un apjomu palielināšanās; 4.Tirdzniecības dalībnieku komercdarbības rezultāta pasliktināšanās (samazinās iznomājamās platības ilgtermiņā un regulāri); 5. Cēsu tirgus rekonstrukcija – neērtību

patērētāju interesējošiem pasākumiem.	radīšana tirdzniecības dalībniekiem un pircējiem.
---------------------------------------	---

4. Tirgus analīze, konkurentu un klientu apraksts

Kapitālsabiedrības komercdarbības veids norādīts šī plāna 1.7.punktā. Tirgus analīzē ņemam vērā tiešās un netiešās konkurences faktorus:

Tiešie konkurenti – komensanti, kuri nodarbojas ar **tirdzniecības telpu vai tirdzniecības vietu iznomāšanu**. Tuvumā atrodošie iespējamie tiešie konkurenti – TC Solo, Jāņa Poruka ielā 19, nomas telpas ēkā Uzvaras bulvārī 4/Izstādes ielā 3; Vienības laukumā 2 (bij. universālveikals); Uzvaras bulvārī 1, Cēsīs, nomas telpas kompleksā „Cēsu klēts”; pilsētas centrālās daļas ēku 1. stāvi; TC Globuss.

Netiešie konkurenti - **mazumtirdzniecības veikali, kuru sortimentā iekļautas Cēsu tirgus tirdzniecības dalībnieku piedāvātajām precēm līdzīgās preces vai preces ar līdzīgu lietošanas vērtību, vai preces, kuras var lietot kā aizstājējpreces tirgū piedāvātajām** (iespējamie konkurenti, kā tiešo konkurentu sarakstā un veikals „ĀMA” Jāņa Poruka ielā 2, veikals „MAXIMA XX”, Valmieras ielā 17 A, lietoto apģērbu veikali pilsētas centrālajā daļā –Raunas iela/Uzvaras bulvāris/Vienības laukums; mobilie tirdziņi – Straupes Zirgu pastā, Plācī, Valmierā).

Cēsu tirgus tirdzniecības dalībnieki (klienti) 90% gadījumu ir mazie komersanti, kuri nodarbojas ar iepirkto preču mazumtirdzniecību vai produktu ražošanu un mazumtirdzniecību. Tirdzniecības dalībnieki komercdarbības veikšanai nomā tirdzniecības vietas, sākot no viena līdz pat vairākiem desmitiem kvadrātmtru.

Tirdzniecības vietas atrodas gan tirdzniecības paviljonā, gan āra teritorijā (galvenokārt siltajā sezonā, mobilās tirdzniecības vietas, neatkarīgi no gadalaika).

Liela tirdzniecības dalībnieku (ap 70 ikdienā, saskaņā ar noslēgtajiem nomas līgumiem) koncentrācija un piedāvātais preču klāsts nodrošina cilvēku interesi un plūsmu, pirkumus no tirdzniecības dalībniekiem.

2017. gadā uzsākta sadarbība ar Cēsu novada pašvaldības aģentūru „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs”, tirdziņu organizēšana Cēsu pilsētā dažādos pilsētas pasākumos. Nākošajā plānošanas periodā plānoti papildu pasākumi āra teritorijā un paviljonā Latvijā ražotās produkcijas popularizēšanai.

Kapitālsabiedrības komercdarbība nodrošina ieņēmumu apjomu, kurš nepieciešams tās darbības nodrošināšanai.

5. Kapitālsabiedrības misija, vīzija, vērtības, vispārējie stratēģiskie mērķi, nefinanšu un finanšu mērķi, un rādītāji

5.1. **Misija** – nodrošināt Valsts likumdošanā noteiktos apstākļus mikro, mazo un vidējo uzņēmumu, pašnodarbināto un fizisko personu komercdarbības organizēšanai Cēsu tirgum piederošajās ēkās un zemes gabalos. Kvalitatīvi organizētas tirdzniecības vietas nodrošina darba drošības, ugunsdrošības, pārtikas drošības normatīvo dokumentu noteikto normu ievērošanu, labi izskatās, rada brīnišķīgas sajūtas, sajūsmina un sniedz baudu gan tirdzniecības dalībniekiem, gan Cēsu tirgus apmeklētājiem un pircējiem.

5.2. **Vīzija**- piesaistīt pēc iespējas vairāk pārtikas produktu sīkražotāju (dzīvnieku un augu izcelsmes produktu ražotāju), amatnieku (koka, tekstila, metāla un citu dabas izejvielu pārveidotāju), tirdzniecības dalībnieku, kuri piedāvā Cēsu tirgus pircējiem

savvaļā iegūtus produktus (ogas, sēnes, puķes, u.c.), veidojot piedāvātās produkcijas klāstu atšķirīgu no mazumtirdzniecības veikalu piedāvājuma. Kļūt par pirmo izvēli patērētājiem, kuri augstu vērtē nacionālos pārtikas produktus, amatnieku darinājumus un dabas veltes.

5.3. Vērtības - Klienti (tirdzniecības dalībnieki) - ir visas mūsu darbības pamatā. Mēs vienmēr cenšamies pārsniegt klientu cerības – ar attieksmi, pakalpojumu cenu politiku.

Kvalitātes izcilība - Mēs tiecamies pēc augstas kvalitātes standartiem un uzņemamies atbildību par visu, ko darām. Mūsu uzticība kvalitātei iedvesmo mūs nepārtraukti uzlabot savu darbu.

Komandas gars - Lai gūtu panākumus, darbinieki, kā komercdarbības svarīgākais resurss, veido komandas garu, kurš parādās savstarpējā sadarbībā un atbalstā vienam pret otru, pret klientiem un Cēsu tirgus apmeklētājiem un pircējiem. Ar kopīgiem pūliņiem mēs iegūsim savu klientu un pircēju uzticību, un sasniegsim mūsu kopīgos mērķus.

Stratēģisko mērķu noteikšana parāda kapitālsabiedrības attīstības virzienu ilgtermiņā, rada pievilcīgas vides attīstības priekšnoteikumus mazās un vidējās komercdarbības attīstībai Cēsu novada administratīvajā teritorijā.

5.4. Vispārējie stratēģiskie mērķi -

Cēsu novada dome, kā kapitālsabiedrības vienīgais dibinātājs, ar 2021.gada 21. janvāra lēmumu Nr. 13, noteikusi vispārējos stratēģiskos mērķus:

1. SM1 Nodrošināt tādu Cēsu tirgus attīstību, kas ir moderns, atbilstošs mūsdienu cilvēku pieprasījumam un dzīves ritmam, tajā skaitā attīstot e-komerciju, īstenojot dažādas aktivitātes tirgotāju un gala patērētāju piesaistei; nodrošināt tādu tirgus pārvaldību, kas ir ilgtspējīga, uz vides un resursu saudzēšanu vērsta, īstenojot bezatkritumu principu ieviešanu;
2. SM2 Veikt nekustamā īpašuma Uzvaras bulvārī 24 modernizāciju atbilstoši mūsdienīga tirgus darbības nodrošināšanai;
3. SM3 Nodrošināt īpašuma Valmieras ielā 2, Cēsis, sakārtošanu un attīstību.

5.5. Nefinanšu mērķi un rādītāji –

4. tabula

Nefinanšu mērķi un rādītāji

Nefinanšu mērķi	Nefinanšu rādītāji	2021.	2022.	2023.
NM1 Nodrošināt nekustamā īpašuma Uzvaras bulvārī 24 attīstību un rekonstrukciju, nodrošinot tirgus sniegto pakalpojuma nepārtrauktību	Rekonstrukcijas laikā komercdarbība tiek turpināta, izmantojot rekonstrukcijā neiesaistītās zonas	X	X	X
NM2 Nodrošināt patērētāju apkalpošanas kvalitātes paaugstināšanu, uzlabojot gan tirdzniecības vietu iekārtojumu, gan piedāvāto produktu klāstu un kvalitāti	2.1. Pircēju apmierinātība (tirgus pakalpojumi, produktu klāsts, kvalitāte)	80	80	80
	2.2. Tirdzniecības dalībnieku apmierinātība (tirdzniecības vietu iekārtojums, nepieciešamo pakalp. nodrošinājums)	80	80	80
NM3 Veidot tādu tirgu, kurš piesaista mazumtirdzniecības	Tirdzniecības dalībnieku skaits: (periods – gads)			
	Pārtikas produktu nodaļa	185	190	195

uzņēmumus, mājražotājus un zemnieku saimniecības, kuru piedāvāto produktu klāstā dominē Latvijas amatnieku un vietēji ražota produkcija	Rūpniecības preču nodaļa	210	205	200
	Mobilās tirdzniecības vietas	490	490	490
	Tirdzniecības galdi āra teritorijā	400	400	400
	Zemes gabali stādu tirdzniecībai	40	40	40
	Paplašinātie tirgi	550	450	450
	Tematiskie tirgi	500	500	500
NM4 Īstenot pakāpenisku pāreju uz pārtikas produktu un uz vietas gatavotu ēdienu un vietējo amatniecības izstrādājumu sortimenta paplašināšanu	Pieejamo tirdzniecības vietu platība (kv.m.) :			
	Pārtikas produktu nodaļa	1800	2000	2200
	Rūpniecības preču nodaļa	2760	2560	2300
	Publiskā ēdināšana	15	40	60
	Mobilās tirdzniecības vietas	1500	1550	1600
	Nojumes-galdi āra teritorijā	3100	3100	3100
	Stādu tirdzniecības vietas	2900	2900	2900
	Paplašinātie tirgi	4950	4050	4050
	Tirdzniecības vietu noslogojums, (%)			
	Pārtikas produktu nodaļa	85	85	85
	Rūpniecības preču nodaļa	75	75	75
	Publiskā ēdināšana	100	100	100
	Mobilās tirdzniecības vietas	90	90	90
	Nojumes- galdi āra teritorijā	65	65	65
	Stādu tirdzniecības vietas	50	50	50
	Paplašinātie tirgi	80	80	80
NM5 Organizēt dažādus gadskārtu un tematiskos tirgus, pasākumus, radošās darbnīcas, meistarklases, ņemt dalību pašvaldības organizētajos pasākumos.	Organizēto pasākumu skaits	19	28	29
	Tematiskie tirgi	3	5	6
	Radošās darbnīcas, meistarklases /amatnieki, ēdienu gatavošana/	3	6	6
	Paplašinātie tirgi	9	12	12
	Stādu festivāls	1	1	1
	Pilsētas svētki	1	1	1
	Gadskārtu svētki pilsētā	2	3	3
NM6 Īstenot mārketinga un publicitātes aktivitātes, veidojot tirgus tēlu tādu, kas asociējas ar kvalitatīvu un svaigu, bioloģiski audzētu produkciju, mūsdienīgu infrastruktūru un aktivitātēm.	Mārketinga aktivitātes /reizes gadā/			
	Mājas lapas uzlabošana	2	2	2
	Aktuālās informācijas publicēšana mājas lapā un facebook	15	25	25
	Informācijas publicēšana www.gadatirgi.lv	9	12	12
	Pasākumu reklāmas izvietošana tirdzniecības paviljonā	9	12	12
	Pasākumi saskaņā ar NM 5	x	x	x
	Aktivitāšu ietekmes uz apgrozījumu izvērtēšana (1 x mēnesī)	12	12	12
NM7 2021.gadā izstrādāt mājas lapas moduli elektroniskai produktu	Elektronisko pasūtījumu platformas izveide un aktualizēšana (reizes gadā)	4	12	12

pasūtīšanai un piegādei pircēju dzīves vietās un attīstīt e-komerciju				
	Platformas lietotāju skaits (gadā)	30	50	70
	Noformēto pasūtījumu skaits(gadā)	60	150	250
NM8 Veicināt dzīvesstila uzņēmumu piesaisti, bezatkrituma dzīvesveida veicināšanas aktivitātes	Piesaistīto dzīvesstila uzņēmumu skaits *	3	5	5
	Īstenoto aktivitāšu skaits (gadā)	6	12	12
	Atkritumu apjoma samazināšana (kub.m.; %, pret iepr. gadu)	10	10	10
	Elektroenerģijas patēriņa samazināšana (kWh; % , pret iepriekšējo gadu)	10	20	10
	Ūdens patēriņa samazināšana (kub.m.; % , pret iepriekšējo gadu)	10	10	10

*) Par «dzīves stila uzņēmumu» uzskata uzņēmumu ar ierobežotu straujas izaugsmes potenciālu, kura attīstīšanai bieži pietiek ar dibinātāja līdzekļiem un aizņēmumiem. «Dzīves stila uzņēmēji» ir - “nedz bagātību meklētāji, nedz arī finansiāli neatkarīgi cilvēki, kuri var nodarboties ar savu hobijs. Tie ir - privātpersonas, kuriem pieder uzņēmumi un kuri aizrautīgi īsteno uzņēmējdarbību ciešā saskaņā ar viņu personiskajām vērtībām, pārliecībām, interesēm un vaļaspriekiem” (Marcketti, Niehm, Fuloria, 2006)

5.6. Finanšu mērķi un rādītāji

Finanšu mērķu sasniegšanai tiek izmantoti sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Cēsu tirgus” īpašumā esošie aktīvi. Daļa no aktīviem apgrūtināti ar ilgtermiņa saistībām Cēsu tirgus rekonstrukcijas projekta īstenošanai(1.tabula).

Izmantojot komercdarbībā kapitālsabiedrības īpašumā esošos aktīvus, plānojam sasniegt :

5.tabula

Finanšu mērķi

Rādītāji	2021.	2022.	2023.
Ieņēmumi, euro	168 000	167 000	167 000
Izdevumi, euro	166 935	165 954	166 054
Peļņa pirms UIN, euro	1065	1046	946
Pārskata gada peļņa/zaudējumi, euro	1065	1046	946

6.tabula

Finanšu rādītāji

N.p.k.	Rādītāji	2021.	2022.	2023.
1.	Peļņa pirms proc. maks. un nodokļiem (EBIT), euro	1 065	1 046	946
2..	Peļņa pirms proc. maks., nodokļiem, nolietojuma un amortizācijas atskaitījumiem (EBITDA), euro	29 065	27 046	26 452

3.	Bilances kopsumma, euro	617 447	566 336	567 482
4.	Pašu kapitāls, euro	552 090	553 136	554 082
5.	Pašu kapitāla atdeve (ROE), %	0.193	0.189	0.171
6.	Aktīvu atdeve (ROA), %	0.172	0.177	0.167
7.	Kopējais likviditātes rādītājs, (saistības/aktīvi)	0.106	0.023	0.024
8.	Saistības pret pašu kapitālu, %	11.84	2.39	2.42
9.	Plānotās pamatdarbības naudas plūsmas izpilde, euro	2346	4940	1115
10.	Ieguldījumu pamatlīdzekļos un nemateriālo ieguldījumu plāna izpilde, (euro)	88000	7 200	1 000
11.	Sadalītās dividendes, euro	0	0	0
12..	Vidējā bruto atlīdzība (neskaitot DD VSAOI) uz vienu nodarbināto gadā, euro	8206	8286	8322
13.	Neto apgrozījums uz vienu nodarbināto, euro	21 000	20875	20 875

Dibinātajam dividendēs izmaksājamo peļņas daļu plānots novirzīt tirdzniecības iekārtu iegādei.

Vidēja termiņa darbības stratēģijas 2021. – 2023. gadam pielikumos (Nr. 1 – Nr. 3) naudas plūsmas plāns 2021. – 2023. gadiem; pielikumos Nr. 4 – Nr. 6 – plānotie peļņas vai zaudējumu aprēķini; pielikumos Nr. 7 – Nr. 9 – plānotās bilances.

6. Kapitālsabiedrības risku analīze

Neatkarīgi no dibinātāja, komercdarbība ir pakļauta dažādiem gan iekšējiem, gan ārējiem riskiem. Risku ietekmes mazināšanai uz komercdarbību, svarīgi šos riskus identificēt un izvērtēt iespējas to negatīvo ietekmi samazināt vai novērst, ja tas iespējams. Veiktā kapitālsabiedrības risku identificēšana un pasākumi to novēršanai vai ietekmes mazināšanai apkopoti 7.tabulā:

7.tabula

Kapitālsabiedrības biznesa riski, to identificēšana, novēršana vai mazināšana

Risku veidi	Risku raksturojums	Pasākumi riska faktoru ietekmes mazināšanai vai novēršanai
Ražošanas risks	Novecojušas tirdzniecības iekārtas; Nepietiekams gaisa dzesēšanas iekārtu nodrošinājums; Neprognozējamas izmaiņas ražošanas procesā	Tirdzniecības galdu un aukstuma iekārtu iegāde; Papildu gaisa dzesēšanas iekārtu uzstādīšana; Nodrošināt ārpakalpojumus iekārtu profilaktiskai uzraudzībai un savlaicīgai bojājumu novēršanai
Finanšu risks	Neplānoti izdevumi; Biznesa partneru (tirdzniecības	Plānojot finanšu resursus maksimāli paredzēt iespējamās

	dalībnieku) maksātnespēja; Inflācija; Nepietiekama apgrozāmo līdzekļu aprīte. Rekonstrukcijas projekta īstenošanas izdevumi	situācijas; Izmantojot pieejamās datu bāzes analizēt partneru finansiālos rādītājus un iespējamos riskus; Kontrolēt iegādāto materiālu krājumu atlikumus.
Tirgus risks	Jaunu konkurentu parādīšanās; Pieprasījuma samazināšanās; Cenu izmaiņas;	Nodrošināt nepārtrauktu tirgus segmenta monitoringu; Elastīgi reaģēt uz tirgus situācijas izmaiņām attiecīgajā tirgus segmentā
Cilvēciskā faktora risks	Darbinieka bezatbildība, bezdarbība; Biznesa partneru neparedzēta rīcība; Kvalificēta darbinieka zaudējums.	Kontrolēt darbinieku darba pienākumu izpildes regularitāti un kvalitāti; Savlaicīgi identificēt ar biznesa partneriem saistītos riskus; Veidot potenciālo darbinieku datu bāzi, izmantošanai krīzes situācijās
Politiskais risks	Nelabvēlīgas nodokļu izmaiņas; Attiecību pasliktināšanās ar citu valsti; Ekonomiskās un politiskās sistēmas stabilitāte.	Sekot politiskai situācijai valstī, darbiniekiem apmeklēt tālākizglītības, mūžizglītības pasākumus (lekcijas, seminārus, forumus)
Dabas risks	Dabas stihijas; Ilgstoši nelabvēlīgi klimatiskie apstākļi	Periodiski iepazīstināt darbiniekus un tirdzniecības dalībniekus ar Civilās aizsardzības dokumentāciju un veikt apmācību; Kontrolēt ventilācijas un gaisa dzesēšanas sistēmu darbību, novērst iespējamo negatīvo ietekmi uz tirdzniecības darba organizācijas procesu.
IT risks	Grāmatvedības, lietvedības datu zudums vai bojājumi; Sakaru pārtraukumi.	Nodrošināt periodisku datu ierakstīšanu ārējos informācijas nesējos; Plānoto sakaru pārtraukumu gadījumos iepriekš sagatavoties, neplānotos sakaru pārtraukumus – nekavējoties ziņot sakaru operatoram
Kriminālrisks	Zādzības; Īpašuma bojājumi	Nodrošināt objektu tehnisko apsardzi ārpus darba laika; Izmantot ieviesto videonovērošanas sistēmu īpašuma bojāšanas, zuduma un noziedzīgu nodarījumu fiksēšanas gadījumiem. Īpašuma apdrošināšana
Korupcijas risks	Valsts vai pašvaldības noteikto prasību izpildes nodrošināšanai	Rīkoties saskaņā ar LR likumdošanu un KNAB

	rodas papildu izmaksas	rekomendācijām, kapitālsabiedrības pretkorupcijas pasākumu plānu.
--	------------------------	---

7.Korporatīvā ilgtspēja

SIA „Cēsu tirgus” prioritātes korporatīvās ilgtspējas jomā paredzētas sešas politikās:

7.1.Sabiedrības iesaistīšanas politika

Tajā ietilpst - sadarbība ar ieinteresētajām pusēm (tirdzniecības dalībnieki un pakalpojumu sniedzēji uzņēmuma darbības nodrošināšanai) ; ieguldījumi sabiedrības interesēs (atbalsts publisku pasākumu organizēšanai pilsētā); sabiedriskā labuma mārketinga (uzņēmuma piedāvātā produkta (pakalpojuma) piedāvāšana par cenu, kas nenodrošina augstu peļņas procentu, 5-10 %); sponsorēšana (atbalsts sabiedriskā labuma organizācijām); ekonomiskā nozīme (atbilstošas komercdarbības vietas nodrošināšana mazajiem uzņēmumiem).

7.2.Veselības aizsardzības un darba drošības politika

Mēs apzināties kvalitatīvas veselības aizsardzības un drošas darba vides nozīmi mūsu komercdarbības mērķu sasniegšanā, vēlamies nodrošināt tādu darba vidi, kura nepieļauj kaitējuma nodarīšanu darbiniekiem un mūsu klientiem (tirdzniecības dalībniekiem). Veicam atbilstošus praktiskus pasākumus, lai novērstu, kontrolētu un aizsargātu savus darbiniekus un klientus no arodveselības, epidemioloģiskās drošības un fiziskās drošības apdraudējumiem darba vidē. Šie pasākumi paredz aizsardzību pret ugunsgrēkiem, nelaimes gadījumiem, bīstamām vielām un citiem apdraudējumiem. Mēs apzināties, ka darba drošība ir atkarīga ne tikai no tehniski atbilstošas darba vides un darba procedūrām, bet arī no atbilstoši apmācītiem darbiniekiem un piesardzīgas rīcības.

Politikas ietvaros nodrošinām:

- vadības sistēmu un dokumentēšanu (dokumentācijas kopums);
- darba vides uzraudzību (risku identificēšana un pasākumi to mazināšanai vai novēršanai);
- apmācību (atbilstošu sertificētu speciālistu pieaicināšana lekcijām, praktiskām apmācībām).

7.3.Mārketinga komunikāciju politika

Mūsu mārketinga komunikāciju pamatprincips – „atbalstīsim mūsējos”. Mēs esam uzņēmums, kas īpašu uzmanību pievērš sociālās atbildības aspektam. Mēs vēlamies piedāvāt labus produktus, nevis radīt problēmas. Mūsu tirdzniecības dalībnieku piedāvātie zīmoli ir pazīstami mūsu pircējiem un tie ietekmē iedzīvotāju (pircēju) ikdienu. Mēs lepojamies ar saviem zīmoliem: mēs vēlamies aicināt patērētājus baudīt mūsu izstrādājumus, vienlaikus ievērojot samērīga un atbildīga patēriņa principus. Mūsu klienti (tirdzniecības dalībnieki) piedāvā pārtikas produktus, nepārtikas preces, mājražotāju radītus pārtikas produktus un amatnieku izstrādājumus, visdāzādākajām gaumēm. Mūsu mārketinga komunikācija atbilst piemērojamiem tiesību aktiem, tā ir piedienīga, godīga un patiesa, ievērojot sociālās atbildības un godīgas konkurences principus (normatīvā regulējuma ievērošanu). Komunikāciju veidi – tiešā pārdošana,

satura mārketinga pielietošana darbībām digitālajā vidē, atbalsts publiskajiem pasākumiem, kur informatīvajos uzrakstos izvietots uzņēmuma logo.

7.4.Darba tiesību un cilvēktiesību politika

Darbinieki ir mūsu lielākā vērtība un galvenais priekšnosacījums veiksmīgai mērķu sasniegšanai. Vadība nodrošina tādu darbavietu, kas sniedz darbiniekiem iespējas attīstīt savas iemaņas atklātā un iedvesmojošā darba vidē. Mēs turpināsim uzturēt augstus standartus, kas nodrošina taisnīgu, cienījamu un drošu darbavietu visiem darbiniekiem. Mēs ievērojam starptautiski pieņemtus cilvēktiesību principus un darba tiesību standartus. Mēs atbalstām pamatnostādnes, kas noteiktas ANO Vispārējā cilvēktiesību deklarācijā un Starptautiskās darba organizācijas Deklarācijā par pamatprincipiem un tiesībām darbā.

Respektējam principus:

- Nediskriminējoša attieksme
- Piespiedu nodarbinātība
- Bērnu nodarbinātība
- Tiesības iestāties arodbiedrībās un noslēgt kolektīvas vienošanās
- Uzmācšanās
- Darba laiks, sociālās garantijas un atalgojums
- Atvaļinājums
- Darba līgums

7.5.Komerccarbības ētikas politika

Mēs iestājamies par godīgu un atklātu komerccarbību, kura nodrošina ētisku rīcību un sniegtu padomu darbiniekiem, kuri savā ikdienas darbā var sastapties ar dilemmām, kas saistītas ar komerccarbības ētikas jautājumiem. Komerccarbības mērķis ir nostiprināt savas pozīcijas tirgus segmentā, vienlaikus īstenojot godīgu darbību stabilā, atklātā un konkurējošā komerccarbības vidē.

7.6.Vides aizsardzības politika

Vides ilgtspēja ir nozīmīgs mūsu komerccarbības elements. Mēs savā komerccarbībā izmantojam atbilstoši normatīvajiem dokumentiem pārbaudītas preces un izejvielas, mazgāšanas un dezinfekcijas līdzekļus, ar atbilstoši kvalitātes dokumentiem. Mūsu veiksmīgās darbības nākotne ir tieši atkarīga no vides kvalitātes. Tieši tādēļ mēs pastāvīgi cenšamies samazināt mūsu darbības ietekmi uz vidi un klimatu. Vides vadība ir viens no mūsu darbības stūrakmeņiem. Mēs apzināmies savu pienākumu nodrošināt ilgtspējīgu darbību ne tikai attiecībā uz vidi, bet arī sabiedrību, kurā mēs darbojamies. Mēs tirdzniecības dalībniekus virzām izmantot videi saudzīgus materiālus un tehnoloģijas, tādejādi veicinot ilgtspējīgu attīstību. Vides aizsardzības jomā akcentējam šādus tematus:

- enerģija un izmeši (enegoefektivitātes sertifikāts 2020.);
- ūdens • notekūdeņi;
- iepakojums;
- atkritumi.

Sevišķu vērību plānošanas periodā, no 2021. – 2023. gadam, pievērsīsim sabiedrības izglītošanai vairākkārt izmantojamā iepakojuma jomā, kā arī akcentēsīm uzmanību uz labai draudzīga iepakojuma izvēli produktu iesaiņošanai, Cēsu tirgus tirdzniecības vietās.