



UAB „PASVALIO KNYGOS“

Ramioji g. 3, LT-39145, Pasvalys, tel. (8 451) 51 953, el. p. knygynas@pasvalys.lt.

2023 m. UAB „Pasvalio knygos“ veiklos ataskaita

Pasvalys

2024

Turinys

Įmonės veiklos santrauka, įsteigimas ir rekvizitai	3
Strateginio plano paskirtis	4
Aplinkos analizė	5
Įmonės misija, vizija ir strategija	5
Strateginiai tikslai	6
Strateginio veiklos plano įgyvendinimo, vertinimo ir tobulinimo principai	12

Įmonės veiklos santrauka, įsteigimas ir rekvizitai

UAB „Pasvalio knygos“ įkurta 1995 m. liepos 3 dieną ir įregistruota Valstybės įmonės registrų centre. Duomenys apie įmonę kaupiami ir saugomi Valstybės įmonės Registrų centre Panevėžio filiale. Bendrovės pagrindinė veikla – mažmeninė prekyba knygomis ir kanceliarijinėmis prekėmis. Veiklos tikslas – gauti pelną.

Įmonė turi savo antspaudą, kuriame įrašyti pagrindiniai duomenys apie įmonę (t.y.: adresas, telefono numeris, įmonės kodas, PVM mokėtojo kodas bei banko sąskaita). UAB „Pasvalio knygos“ yra įsikūrusi Pasvalio mieste, Ramioji g. 3. UAB „Pasvalio knygos“ įmonės kodas yra 169167554. Bendrovė yra PVM mokėtoja. PVM mokėtojo kodas yra LT691675515.

Pagrindiniai UAB „Pasvalio knygos“ valdymo organai yra:

- Vienintelis akcininkas Pasvalio rajono savivaldybė;
- Įmonės direktorė.

Bendrovės organizacinė struktūra:

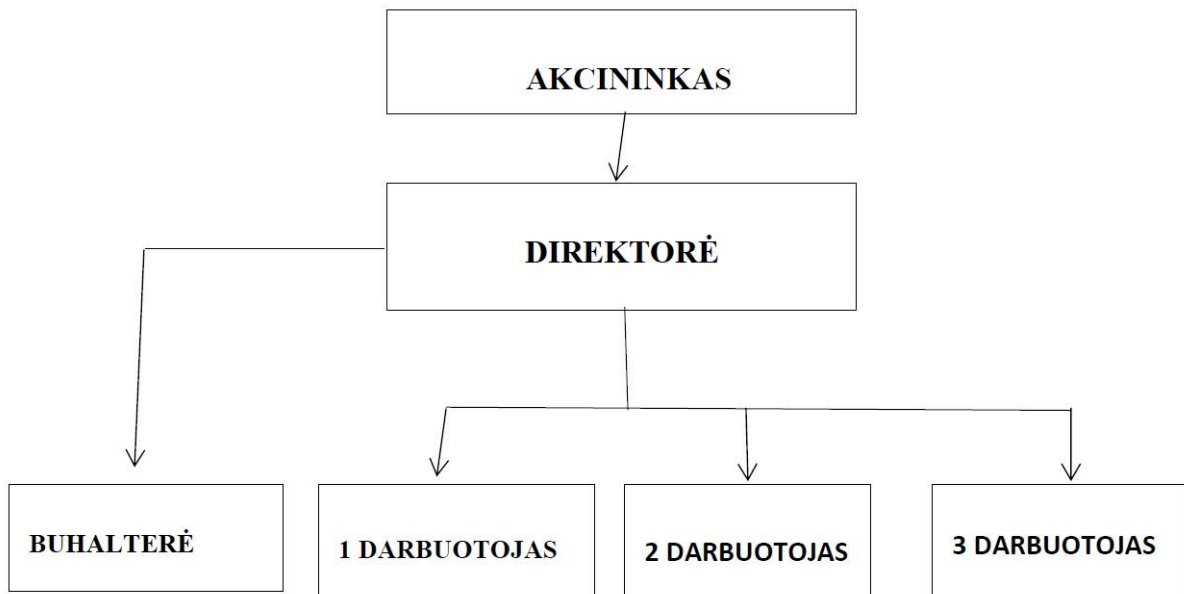
- Akcininkas;
- Direktorė;
- Buhalterė;
- Dvi pardavėjos-konsultantės;
- Valytoja (aplinkos prižiūrėtoja).

Bendrovėje finansiniai metai trunka 12 mėnesių. Finansiniai metai prasideda sausio 1 d. ir baigiasi gruodžio 31 d. Apskaita tvarkoma ir apskaitos dokumentai surašomi naudojant Lietuvos Respublikos pinginį vienetą – eurą, o prireikus ir kitą užsienio valiutą. Apskaitos dokumentai surašomi ir apskaitos registrai sudaromi lietuvių kalba, o prireikus ir užsienio kalba.

UAB „Pasvalio knygos“ buhalterinę apskaitą tvarko buhalterė. Buhalterę į pareigas priima ir atleidžia įmonės direktorė. Buhalterė atsako už visų buhalterinių įrašų teisingumą.

Įmonės direktorė yra pavaldi bendrovės akcininkui. Pagrindinis bendrovės akcininkas yra Pasvalio rajono savivaldybė, todėl direktorė su jais bendrauja tiesiogiai ir sprendimus su įmonės veikla priima kartu. Įmonės buhalterė yra pavaldi direktorei kaip ir pardavėjos - konsultantės bei

valytoja yra tiesiogiai pavaldžios įmonės direktorei. Kiekviena darbuotoja turi įmonės direktorės patvirtintus ir pasirašytus pareigybinius nuostatus, kurių turi laikytis darbo metu.



Strateginio plano paskirtis

UAB „Pasvalio knygos“ strateginis veiklos planas (toliau – Strateginis veiklos planas) yra skirtas žmogiškųjų, finansinių išteklių panaudojimui įvertinti bei suplanuoti, taip nustatant ir įgyvendinant įmonės strateginius veiklos tikslus bei juos atitinkamai įvertinti. Kartu tai ir įmonės vizijos plėtojimas ir realizavimas.

Strateginis veiklos planas buvo sudarytas penkiems metams, numatant ilgalaikius tikslus, ir numatant trumpalaikius tikslus – vieniems metams. Planas gali būti tikslinamas ir keičiamas, atsiradus aplinkos pokyčiams, taip siekiant, jog rezultatas būtų realus, atitinkantis tos dienos realijas ir kad atitiktų įmonės poreikius bei padėtų siekti teigiamų rezultatų.

Strateginiame veiklos plane aptariama įmonės vizija, misija, tikslai, prioritetai, planuojami ištekliai.

Kai kurie tikslai bei jų įgyvendinimo būdai nėra aprašomi sąmoningai, siekiant konfidencialumo ir saugant įmonės veiklą nuo konkurentų neigiamų veiksmų.

Aplinkos analizė

Prekybai didelę įtaką daro aplinka: įmonės veiklos vieta, gyventojų (pirkėjų) pragyvenimo lygis bei nedarbas (ekonominė aplinka), demografiniai pokyčiai, švietimo įstaigų veikla, gyventojų užimtumas.

UAB „Pasvalio knygos“ veiklos vieta – Ramioji g. 3 Pasvalys. Strategiškai ši vieta turi palankių ir neigiamų faktorių. Palankūs – žinoma vieta vietos gyventojams ir gana lengvai pasiekama, patogiu, atvykus automobiliu, šalia yra net trys mokyklos, tai mokslo metų laikotarpiu turi įtakos didesniems pardavimams. Neigiami – vieta sunkiai atrandama miesto svečiui, nepaisant to, jog yra netoli miesto centro. Tad mažai tikėtina, kad į knygyną užsuks atsitiktinis praėivis-pirkėjas.

Ekonominė aplinka – tai gyventojų perkamoji galia ir jai įtakos turintys veiksniai (pajamos, santaupos, kainos, kredito sąlygos, nedarbas, pajamų ir išlaidų struktūra). Galima sakyti, jog labai stipriai veikia ir tiesiogiai įtakoja pardavimus gyventojų pragyvenimo lygis bei nedarbas. 2023 m. Lietuvos ekonominė situacija turėjo įtakos ir UAB „Pasvalio knygos“ pardavimams. Mažėjantys pardavimai buvo tiesiogiai jaučiami ir įmonėje.

Demografija. Lietuvoje didėjo nuolatinių gyventojų skaičius (51,3 tūks.) lyginant su 2022 metais. Tačiau Panevėžio apskritis, kuriai priklauso ir Pasvalys, pirmavo mažėjančių gyventojų skaičiumi.¹

Mažėjantis gimstamumas bei gyventojų skaičius turi įtakos prekybai.

Įmonės misija, vizija ir strategija

UAB „Pasvalio knygos“ **misija** – skatinti pažinimo ir skaitymo poreikį, auginti kultūrinį gyvenimą, teikti pažinimo džiaugsmą ir skaitymo malonumą.

UAB „Pasvalio knygos“ **vizija** – esame lyderiai Pasvalio rajone, pasiūlydami platų ir klientų poreikius atitinkanti asortimentą.

¹ <https://osp.stat.gov.lt/lietuvas-regionai-2022/zmones/demografija>

- Esame aktyvus švietimo sistemos dalyviai. Plečiame mokomosios literatūros tiekimą į rajono bei miesto mokyklas. Bendradarbiaujame su švietimo ir ugdymo įstaigomis. Mokomosios literatūros platinimo plėtra.

- Mūsų knygynas turi aukščiausią bei nuolat tobulėjantį klientų aptarnavimo lygį, patenkinantį klientų poreikius.

- Esame patraukliausias darbdavys.

- Nuolat atliekame gyventojų poreikių analizę ir jos įgyvendinimą.

UAB „Pasvalio knygos“ strategija – siekti pelno, užtikrinti pakankamą kiekį mokomosios literatūros.

Didinti informacijos sklaidą siekiant visuomenės švietimo bei ginant viešą interesą.

Vertybės

- Komandinis darbas;

- Lojalumas;

- Profesionalumas ir kokybė;

- Įžvalga, tobulėjimas ir kaita;

- Sąžiningumas ir asmeninė atsakomybė.

Strateginiai tikslai

• **1 tikslas** – siekti pelno, kasmet mažinti nuostolį ir kelti pardavimus (po 4-10 % per metus).

• **2 tikslas** – kelti ir tobulinti kliento aptarnavimo lygį, kelti darbuotojų kvalifikaciją.

• **3 tikslas** – kultūrinis aktyvumas, organizuoti įvairius renginius, edukacines programas, parodas.

• **4 tikslas** – socialinių puslapių aktyvumo augimas, didėjantis pasiekiamumas, greitas ir informatyvus atsakymas į užklausas bei sklandus prekės pardavimas nuotoliniu būdu.

• **5 tikslas** – kasmetinis įmonės bendrojo pelningumo augimas.

Strateginis veiklos planas, jo įgyvendinimas

- **1 tikslas** – siekti pelno, kasmet mažinti nuostoli ir kelti pardavimus (po 4-10 % per metus).

<i>1 tikslas - siekti pelno, kasmet mažinti nuostoli ir kelti pardavimus (po 4-10 % per metus)</i>							
PRIEMONĖS	TERMINAS					Finansavimas	Vertinimas/ Rizikos
	2019 m.	2020 m.	2021 m.	2022 m.	2023 m.		
Pardavimų kėlimas. Peržiūrimos būtinos ir nebūtinos išlaidos.	X	x	x	X	x	Įmonės lėšos. Akcininkų indėliai.	Rizikos – įstatymų pasikeitimai valstybinių mastu savivaldybių įmonėms.
Sezoniškumo laikymasis. Naujų veiklų įvedimas.	Per 2019m. pardavimus pakelti 4-6 proc.	Per 2020 metus pardavimai padidėjo 3,19 proc.	Per 2021 metus pardavimai kilo, padidėjo 5,30 proc.	Per 2022 metus pardavimų pajams kilo 17,75 proc. Tam įtakos turėjo ne parduodamas kiekis vienetais, o kainų, prekės savikainos kilimas. Dėl šios priežasties įvyko netipiškas pokytis.	Per 2023m. pardavimai kilo 13,18 proc.		

Priemonių patikslinimas. Pardavimai keliami (proc.) kasmet, atsižvelgiant į ekonominę situaciją, esant būtinybei gali būti koreguojami (didinami arba mažinami).

Peržiūrimos išlaidos kas mėnesį ir kas ketvirtį, kai ruošiamas ataskaita akcininkams, jei yra poreikis ir dažniau. Stebima ir reguliuojama, nereikalingų išlaidų atsisakoma.

Sezoniškumo laikymasis. Remiantis klientų poreikių analize užsakomos tam tikram sezonui reikalingos prekės (pvz. kuprinės, pieštukinės, sporto krepšiai – rudens sezonui; žieminiai dovanų variantai – prieškalėdiniam laikotarpiui).

Pastebėjus, jog įmonės rodikliai nėra labai geri, atsirado asortimentą papildančių prekių. Jos didino pardavimus, tačiau ekonominė situacija sudėtinga, augančios kainos, bei mokesčiai turėjo įtakos ne itin gerai padėčiai.

- **2 tikslas** – kelti ir tobulinti kliento aptarnavimo lygį, kelti darbuotojų kvalifikaciją.

2023 metais buvo ir toliau laikomasi pozicijos – skirti ypatingą dėmesį klientui, jo užsakymams, individualiam kliento poreikių įgyvendinimui. Išgirsti klientą, jo poreikius ir juos maksimaliai įgyvendinti. Ir toliau buvo pristatomi užsakymai į kitus Lietuvos miestus.

- **3 tikslas** – kultūrinis aktyvumas, organizuoti įvairius renginius, edukacines programas, parodas.

3 tikslas – kultūrinis aktyvumas, organizuoti įvairius renginius, edukacines programas, parodas.							
PRIEMONĖS	TERMINAS					Finansavimas	Vertinimas/Rizikos
	2019 m.	2020 m.	2021 m.	2022 m.	2023 m.		
Organizuoti renginius, parodas, edukacines pamokėles, kūrybinės veiklas.	x	x	x	x	x	Įmonės lėšos. Akcininkų indėliai.	Rizikos veiksnys - nesusirenkantys lankytojai į renginius. Nuostolingas renginys.
Kūrybinės susitikimų erdvės įrengimas, sudarant galimybę plėsti kultūrinę veiklą.	3 parodos, 2-3 susitikimai, 5 edukacinės pamokėlės.	3 edukacinės pamokėlės, 1 nuotolinė pamoka.	2 žiemos parodos. Atnaujinta tradicija ir vėl surengta keramikos paroda „Ant palangės“.	2 keramikos darbų parodos „Ant palangės“. 4 edukacinės pamokėlės- ekskursijos „Kaip į knygyną atkeliauja knyga?“	2 keramikos parodos – pavasario ir kalėdinė. 4 edukacinės pamokėlės- ekskursijos „Kaip į knygyną atkeliauja knyga?“	Įmonės lėšos. Akcininkų indėliai. Kūrybinės susitikimų erdvės įrengimas gali kainuoti apie 6000 Eur.	Rizika – akcininkams neskyrus lėšų, prarandama galimybė įrengti kūrybinę susitikimų erdvę.

2023 m. įvyko dvi keramikos darbų paroda „Ant palangės“. Viena skirta Vaikų giminimo dienai, o kita – Šv. Kalėdų proga.

Edukacinėse pamokėlėse-ekskursijose lankėsi lopšelio-darželio „Eglutė“, „Liepaitė“ auklėtiniai, „Svalios“ progimnazijos mokiniai bei „Riešuto“ mokyklos mokiniai.

• **4 tikslas** – socialinių puslapių aktyvumo augimas, didėjantis pasiekiamumas, greitas ir informatyvus atsakymas į užklausas bei sklandus prekės pardavimas nuotoliniu būdu.

2023 m. aktyviai augo socialinių tinklų peržiūros bei pasiekiamumas.

Google – 10,9 proc. išaugo lankomumas, su tiesioginiu nukreipimu į UAB „Pasvalio knygos“ socialinių tinklų paskiras ir į elektroninį įmonės puslapį.

Facebook – 18,9 proc. padidėjo sekėjų skaičius per metus.

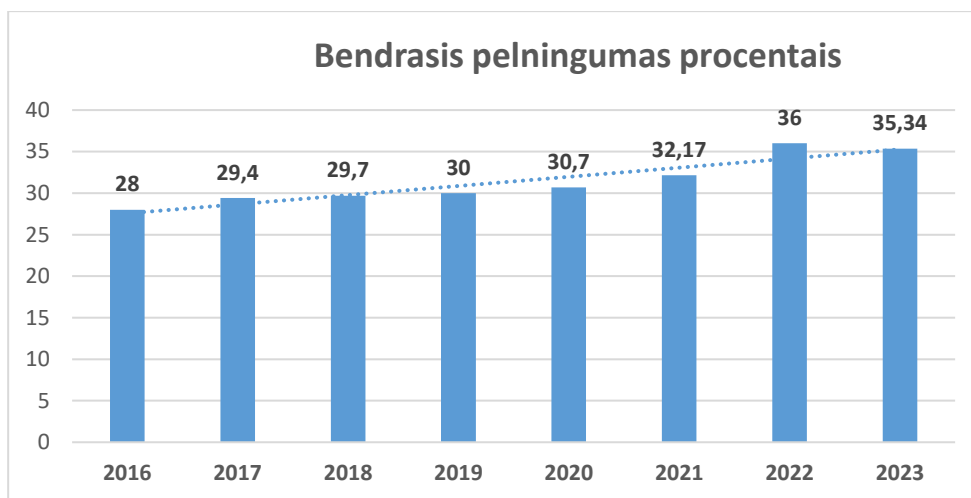
Instagram – 11 proc. padidėjęs įsitraukimas.

Socialinių tinklų augimas didina informacijos pasiekiamumą, kuris tiesiogiai susijęs su pardavimais.

• **5 tikslas** – kasmetinis įmonės bendrojo pelningumo augimas.193024

• 5 tikslas – kasmetinis įmonės bendrojo pelningumo augimas.							
PRIEMONĖS	TERMINAS					Finansavimas	Vertinimas/Rizikos
	2019 m.	2020 m.	2021 m.	2022 m.	2023 m.		
Kelti pardavimus. Papildomos prekės pardavimas. Bendradarbiavimas su mokyklomis, vadovėlių užsakymas. Naujų klientų paieška.	x	x	x	x	x	Įmonės lėšos.	Rizikos veiksny - šalies ekonominės situacijos kritimas.
Akcininkų parama - apsiperkant UAB "Pasvalio knygos", priklausančiame knygyne. Tiekėjų paieška. Asortimento plėtra.	1 proc. (padidėjimas lyginant su 2018 m.)	0,7 proc. (padidėjimas lyginant su 2019 m.)	1,47 proc. (padidėjimas lyginant su 2020 m.)	3,83 proc. (padidėjimas lyginant su 2021 m.)	0,66 proc. (mažėjimas lyginant su 2022m.)		

Diagramoje pateiktas UAB „Pasvalio knygos“ bendrasis pelningumas procentais nuo 2016 metų iki 2023 metų.



Per 2023 m. įmonės bendrasis pelningumas išliko mažai pakitęs, stabilus. 2022 m. buvo 36 proc., o 2023 m. 35,34 proc., 0,66 proc. mažiau. Jei peržiūrėtume rezultatus nuo 2016 m., būtų galima pastebėti, jog kasmet kildavo nuo 0,3 proc. iki 1,5 proc. 2022 m. buvo išimtis, pakilimas net 3,83 proc. Tokį didelį, ir ne visiškai natūralų, skirtumą lėmė bendras kainų augimas rinkoje ir atskirų tiekėjų mokesčių didinimai. Jei 2022 m. pasikeitimų nebūtų, tai šiomet taip pat turėtume proporcingą pelningumo augimą (0,3-1,5 proc.).

Bendrasis pelningumas turėtų būti keliamas kasmet, kad įmonė sėkmingai galėtų siekti pelno ir mažintų esamą nuostolį. Nuo 2015 m. UAB „Pasvalio knygos“ bendrasis pelningumas augo. Svarbu išlaikyti šio įmonės rodiklio augimą.

Bendrojo pelningumo padidėjimas rodo, kad įmonėje yra teisingai pasirinkta kainų politika.

Bendrasis pelningumas – vienas iš įmonės veiklos rezultatus apibūdinančių pelningumo rodiklių. Bendrojo pelningumo rodiklis atskleidžia, kiek grynojo pelno tenka vienam pardavimo eurui (skirtumas tarp pardavimo kainos ir savikainos). Kuo didesnė rodiklio reikšmė, tuo didesnis įmonės pelningumas. Mūsų tikslas kiekvienais metais siekti pelno, jį išlaikyti.

Strateginio veiklos plano įgyvendinimo, vertinimo ir tobulinimo principai

Strateginio plano įgyvendinimo ir priežiūros procesą sudaro: UAB „Pasvalio knygos“ penkių metų strateginio veiklos plano parengimas ir įgyvendinimas, metinių rezultatų peržiūra bei strateginio veiklos plano tikslinimas priklausomai nuo turimų rezultatų.

Tikslai peržiūrimi kas pusmetį. Įvertinama ir jei reikia daromi pakeitimai bei tikslinimai. Esant poreikiui gali būti tikrinami ir dažniau.

Įmonės finansinė padėtis peržiūrima kas ketvirtį, kai yra ruošiamas ataskaita, kuri skirta įmonės akcininkams.

Strateginis veiklos planas peržiūrimas, vertinamas ir tikslinamas kas metus.

Direktorė

Inga Krapavickienė