STUDĒJOŠO PĒTNIECISKĀ DARBĪBA: TEORIJA UN PRAKSE' 2018

Konferences tēžu krājums

Riga 2018

„Studējošo pētnieciskā darbība: Teorija un prakse' 2018" – Konferences tēžu krājums.– Ekonomikas un kultūras augstskola, Alberta koledža, 2018. – 90 p.

Tēžu krājums satur pētījumu anotācijas, kuri tika prezentēti konferences sekcijā. Valodas stila rediģēšana netika veikta.

Galvenā redaktore: Jelena Titko, Dr. oec., Ekonomikas un kultūras augstskolas Zinātņu prorektore

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2018

© Alberta koledža, 2018

EKA

Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse' 2018. Konferences tēžu krājums /pdf

ISBN 978-9984-24-214-9

AK

Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse' 2018. Konferences tēžu krājums /pdf

ISBN 978-9984-9633-8-9

Tēžu krājuma galvenā redaktore:

Jeļena Titko, Dr.oec., EKA Zinātņu un starptautisko attiecību prorektore

Tēžu krājuma redakcijas komiteja:

Oksana Lentjušenkova, Dr. oec., EKA rektores v.i.;

Vita Stiģe-Škuškovnika, Mg.sc.soc., AK direktore, studiju programmu "Sabiedriskās attiecības", "Kultūras tūrisma organizēšana" direktore;

Staņislavs Keišs, Dr.oec., EKA studiju programmas „Grāmatvedība un audits" direktors;

Inga Šīna, Dr. oec., EKA studiju programmu „Biznesa vadība" un „Radošais mārketings un pārdošanas vadība" direktore;

Armands Kalniņš, Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., AK studiju programmu „Iestāžu darba organizācija un vadība", "Uzņēmējdarbība" direktors;

Inga Brasla, Mg.philol., Mg.paed., EKA studiju programmas „Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika" direktore;

Nataļja Verina, Mg.iur., EKA studiju programmas „Vadības zinības" direktore;

Vita Zariņa, Dr.oec., EKA studiju programmas „Inovatīvā ekonomika un uzņēmējdarbība" direktore;

Marina Kamencka-Usova, Mg.iur., EKA studiju programmas „Starptautiskās komercdarbības tiesības" direktore;

Larisa Turuševa, Dr.paed., EKA studiju programmas „Tulkošana" direktore;

Olga Čivžele, AK studiju programmas „Informācijas tehnoloģijas" direktore;

Jurijs Radionovs, Mg.oec., EKA studiju programmas „Informācijas tehnoloģijas" direktors;

Ivars Čivčišs, Mg.iur., AK studiju programmas "Komercdarījumu tiesiskais regulējums" direktors;

Kaspars Šteinbergs, Dr.oec., EKA studiju programmu „Kultūras diplomātija un starptautiskais menedžments" direktors, AK studiju programmas „Datorspēļu izstrāde un attīstība" direktors;

Liene Brāle, Mg.sc.soc., EKA studiju programmu „Izklaides un atpūtas industrijas vadība", „Kultūras vadība" direktore;

Marta Kontiņa, Mg.oec., AK studiju programmu "Izklaides industrijas vadība un producēšana", "Mārketings un tā inovācijas" direktore;

Līna Stiprā, Mg.art., EKA studiju programmas „Interjera dizains" direktore;

SATURS

EKONOMIKA, FINANSES UN GRĀMATVEDĪBA.....8

Amjad Shahwan. THE IMPACT OF INTELLECTUAL CAPITAL INVESTMENTS ON COMPANY PERFORMANCE 9

Khusniddin Ziyodullaev. SMALL AND MEDIUM- SCALE ENTERPRISES AS A LOCOMOTIVE OF DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN 9

Dostonkhuzha Tavakkilov[1], Nikita Komrakov[2]. THE DEVELOPMENT OF ISLAMIC BANKING IN THE UK 10

Alina Pranizina[1], Oksana Ryskina[2]. FEATURES OF MODERN BANKING SYSTEMS OF FOREIGN COUNTRIES 11

Zane Vintere. ZIEDOTO NAUDAS LĪDZEKĻU UN KRĀJUMU INVENTARIZĀCIJA SABIEDRISKĀ LABUMA ORGANIZĀCIJĀ 11

Дарья Семенкова. АНАЛИЗ УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ 12

Arvis Zaķis. AUTOBUSU MARŠRUTU EFEKTIVITĀTES ANALĪZE A/S „TALSU AUTORANSPORTS” 13

Астхик Варданян. ИНДЕКС РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА 14

Kristaps Vīksne. VALSTS PARĀDS UN TĀ DINAMIKAS ANALĪZE 15

Ksenija Jakovļeva. KOMPLEKTĒŠANAS SISTĒMAS PILNVEIDES IESPĒJAS NOLIKTAVĀ 15

Dāvis Hoiers. DHL LOĢISTIKAS VIDES ANALĪZE 16

Inuta Iļemenova. IMPORTA PENSIJU REGULĒJUMS LATVIJAI NOSLĒGTAJOS STARPVALSTU LĪGUMOS AR BALTKRIEVIJU UN KRIEVIJU 17

Solvita Kozlovska. EFEKTIVITĀTES PROCESU VADĪBAS METODES KOMERCSABIEDRĪBĀS 17

Linda Priede. DATORGRĀMATVEDĪBAS PROGRAMMU RAKSTUROJUMS 18

Arita Stočka. NORĒĶINU PAR SAIMNIECISKAJIEM AVANSIEM UZSKAITE ĒDINĀŠANAS PAKALPOJUMU NOZARES UZŅĒMUMĀ 19

Assel Meldebekova. HOW DOES MEDIA AFFECT THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN KAZAKHSTAN? 19

Arta Zatirka. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE LAUKSAIMNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 20

Jekaterina Loginova. IEŅĒMUMU UN IZDEVUMU KLASIFIKĀCIJA UN UZSKAITE INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJU UZŅĒMUMĀ 21

Madara Erdmane. NODOKĻU IETEKME UZ ZINĀTNISKĀS INSTITŪCIJAS SAIMNIECISKO DARBĪBU 21

Irita Groza. LAUKSAIMNIECĪBAS UZŅĒMUMA FINANSIĀLĀS DARBĪBAS NOVĒRTĒŠANA 22

Ilze Burceva. UZŅĒMĒJDARBĪBAS IZMAKSAS ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ 23

Diāna Rubene[1], Annija Stakaus[2]. INVENTARIZĀCIJAS VEIKŠANA UN TĀS REZULTĀTU NOVĒRTĒŠANA PAKALPOJUMU NOZARES UZŅĒMUMĀ 23

KULTŪRA,RADOŠĀS UN IZKLAIDES INDUSTRIJAS 25

Ineta Meilusa. JAUNA KULTŪRAS TŪRISMA PRODUKTA “VĪNA UN GARDĒŽU TŪRE ITĀLIJĀ” IZVEIDE 26

Deivija Zepa. ĀRĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS ANALĪZE LATGALES VĒSTNIECĪBĀ „GORS” 26

Mahmoud El Hidaoui. DEVELOPMENT POSSIBILITIES OF TOURISM INDUSTRY IN BÉNI MELLAL-KHÉNIFRA REGION OF MOROCCO 27

Elgars Škutāns. KALNCIEMA KVARTĀLA DARBĪBAS ANALĪZE 28

Jānis Osis. IZSTĀDES PROJEKTA IZSTRĀDE MUZEJĀ 28

Raivita Lauciņa-Veinere. RADOŠO INDUSTRIJU NOZĪME ZEMGALES REĢIONA ATTĪSTĪBĀ 29

Sabīne Barbale. KLIENTU APMIERINĀTĪBAS LĪMEŅA ANALĪZE KULTŪRAS NOZARES UZŅĒMUMĀ 30

Ina Treiliņa. KALENDĀRU DIZAINA ATTĪSTĪBA NO VĒSTURES LĪDZ MŪSDIENĀM 30

Gunta Salmane. LĀZERTEHNOLOĢIJAS ATSTAROJOŠO ELEMENTU IZMANTOŠANĀ VIRSAPĢĒRBU UN TO AKSESUĀRU DIZAINA RISINĀJUMOS 31

Daina Dzerkale. TRANSPORTA UZŅĒMUMA «MULTILOG» KORPORATĪVĀS IDENTITĀTES DIZAINA REBRENDINGS 32

VALODNIECĪBA UN TULKOŠANA 33

Neila Nasiri. NEVERBĀLĀS KOMUNIKĀCIJAS LOMA EVAŅĢĒLISKU RUNU TULKOŠANĀ 34

Velga Polinska. THE COMPETITION "THE BEST YOUNG TRANSLATOR" FROM THE STUDENT'S POINT OF VIEW 34

Līga Izkalne. IESĀCĒJU TULKU IZMANTOTĀS SINHRONĀS TULKOŠANAS STRATĒĢIJAS 35

Mārtiņš Pavlovskis. COLLOCATIONS FORMED FROM THE MOST FREQUENTLY USED NOUNS AND VERBS IN JRC ACQUIS BILINGUAL CORPUS 36

Kristīne Timofejeva. FANTASY LITERATURE: TRANSLATION 36

Linda Eihentāle. SINHRONĀS TULKOŠANAS STRATĒĢIJAS JAUNO TULKU PRAKSĒ 37

PERSONĀLA VADĪBA 38

Iveta Baldiņa. PERSONĀLA PRETOŠANĀS PĀRMAIŅĀM UN TĀS PĀRVARĒŠANAS METODES VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ 39

Baiba Bitmane. DARBINIEKU NOVĒRTĒŠANAS PASĀKUMU PILNVEIDE PAŠVALDĪBAS POLICIJĀ 39

Anta Krūze. PERSONĀLA ATLASES PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ 40

Ieva Kuļikovska[1], Ilze Kaļiņina[2]. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI UZŅĒMUMĀ "X" 41

Ina Depša[1], Gunta Čipate[2]. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI ZĪMOLU APĢĒRBU MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 41

Kristīne Mūrniece[1], Agnese Janušķe[2]. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI ĀTRĀS ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ 42

Edgars Žogota, Renāte Balama. PERSONĀLA MOTIVĒŠANAS IESPĒJU NOVĒRTĒŠANA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 43

Dace Čepanone. PERSONĀL MOTIVĒŠANAS IESPĒJU NOVĒRTĒŠANA PAKALPOJUMU SNIEGŠANAS UZŅĒMUMĀ 44

Kristīne Lemeševska. VADĪTĀJA MOTIVĒŠANA MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 44

Marija Vasiļjeva. TALANTU ATTĪSTĪŠANAS IESPĒJAS VALSTS AKCIJU SABIEDRĪBĀ 45

Linda Rimša. DARBINIEKU ADAPTĀCIJAS PRAKSE INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJU UZŅĒMUMĀ 46

Elizabete Zvejniece[1], Agnese Štikāne[2]. PERSONĀLA DAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI AKCIJU SABIEDRĪBĀ 46

Ieva Kuļikovska[1], Ilze Kaļiņina[2]. KOMPETENČU MODEĻI VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ 47

Kristīne Skinderska[1], Kristiāna Nevlane[2]. PAAUDŽU SADARBĪBA PERSONĀLA VADĪBĀ 48

Ainārs Lēvalds[1], Lauris Biksāns[2]. PERSONĀLA MEKLĒŠANAS UN IZVĒLES NOVĒRTĒŠANA MĀRKETINGA UZŅĒMUMĀ 48

Austra Stikāne. ADAPTĀCIJAS PRAKSE IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ 49

Inese Beķere. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI VALSTS IESTĀDĒS 49

Inta Līpenīte. PERSONĀLA MAINĪBAS SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMU PILNVEIDE TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 50

Agnese Janušķe[1], Kristīne Mūrniece[2]. MOTIVĒŠANAS SISTĒMAS IZVEIDE TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 51

Karīna Lipšāne. PERSONĀLA MĀCĪBU VAJADZĪBU NOTEIKŠANA VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ 52

Laura Tauriņa[1], Reinis Melderis[2]. PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS IESPĒJU NOVĒRTĒŠANA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 52

Ina Depša[1], Gunta Čipate[2]. Motivēšanas sistēmu izveide tirdzniecības uzņēmumā 53

Luīze Vītola. MOTIVĒŠANAS SISTĒMAS PILNVEIDOŠANA RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ 54

VADĪBZINĪBAS 55

Jānis Zaķis. VADĪŠANAS STILI 56

Aldis Salgrāvis. KOMUNIKĀCIJAS IETEKME TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMA DARBĀ 56

Daiga Šlesere. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UN STRESA NOVĒRŠANAS METODES MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 57

Ilze Timuka, Inese Šovaljeva. STRESA IETEKME UZ PARĀDU PIEDZIŅAS UZŅĒMUMA DARBINIEKIEM 58

Madara Reinholde[1], Sanita Arule[2]. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM (PROFESIJAS STANDARTA ATBILSTĪBA DARBA DEVĒJU PRASĪBĀM) 58

Agnese Štikāne[1], Elizabete Zvejniece[2]. DARBA AIZSARDZĪBA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 59

Sintija Juška. KLIENTU APMIERINĀTĪBU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI GRAUDKOPĪBAS NOZARES UZŅĒMUMOS 60

Anastasija Starceva. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS PROFILAKSE PAKALPOJUMU UZŅĒMUMĀ 60

Inese Mjadeļeca. MOBINGS UN TĀ NOVĒRŠANAS IESPĒJAS VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ 61

Evija Lintere. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS PERSONĀLA SPECIĀLISTU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM 62

Ilva Ivaškina[1], Diāna Maļceva[2]. DARBA DEVĒJA PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM 62

Oksana Smirnova. ORGANIZĀCIJAS KAPITĀLA BŪTĪBA UN STRUKTŪRA 63

Dagmāra Levkāne. KORPORATĪVĀ SOCIĀLĀ ATBILDĪBA ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMOS 64

Anete Pučeta. KRITĒRIJI SOCIĀLĀS UZŅĒMĒJDARBĪBAS IDENTIFICĒŠANAI 64

Irina Konstantinova. NORMATĪVO AKTU IETEKME UZ KORPORATĪVO SOCIĀLO ATBILDĪBU LATVIJĀ 65

Sanda Auziņa. LATVIJAS ŽĀVĒTO AUGĻU UN SUKĀŽU RAŽOTĀJU STARPTAUTISKĀ KONKURĒTSPĒJA 66

Kristīne Kazerovska. LATVIJAS ĶĪMISKO MAISĪJUMU UN KOSMĒTIKAS LĪDZEKĻU RAŽOTĀJU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJĀ 67

Kristīne Kazerovska. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒS 67

SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS UN MĀRKETINGS 68

Lāsma Runcīte. MUTVĀRDU ATSAUKSME – NOSLĒPUMAINS, NEREDZAMS, MAĢISKS SPĒKS 69

Samanta Sīle. SABIEDRISKO ATTIECĪBU SPECIĀLISTAM NEPIECIEŠAMĀS KOMPETENCES DARBA DEVĒJU SKATĪJUMĀ 69

Linda Veisberga. SABIEDRISKO ATTIECĪBU INSTRUMENTU IZMANTOŠANAS IESPĒJAS TEĀTRA NOZARES UZŅĒMUMA KOMUNIKĀCIJĀ AR KLIENTIEM 70

Māra Medne. UZŅĒMUMU KOMUNIKĀCIJA E-VIDĒ: LATVIJAS PIEREDZE 71

Agita Upleja. UZŅĒMUMU KOMUNIKĀCIJA E-VIDĒ: LATVIJAS PIEREDZE 71

Laura Ozoliņa, Zane Rutule. SABIEDRISKO ATTIECĪBU SPECIĀLISTAM NEPIECIEŠAMĀS PROFESIONĀLĀS KOMPETENCES DARBA DEVĒJU SKATĪJUMĀ 72

Simona Birka. ĀRĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS PILNVEIDE TŪRISMA NOZARES UZŅĒMUMĀ 72

Ģirts Vaitužis. KLIENTU APKALPOŠANA UN TĀS UZLABOŠANAS IESPĒJAS PAKALPOJUMU SNIEGSANAS UZŅĒMUMĀ 73

Anna Krecere – Bernarte. MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJAS TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 74

Liene Balode. MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS IZSTRĀDE DIGITĀLĀ MĀRKETINGA UZŅĒMUMĀ 74

Lāsma Muceniece. MĀRKETINGA VIDE UN KONKURĒTSPĒJAS NOVĒRTĒJUMS MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 75

TIESĪBU ZINĀTNES 76

Oksana Vorobjova. KOMERCSABIEDRĪBU IZVAIRĪŠANĀS NO PIEVIENOTĀS VĒRTĪBAS NODOKĻA NOMAKSAS 77

Una Skrastiņa. ELEKTRONISKA PIEDĀVĀJUMU IESNIEGŠANA PUBLISKAJOS IEPIRKUMOS 77

Oskars Dārziņš. NULLES STUNDU DARBA LĪGUMS UN AR TO SAISTĪTIE DISKRIMINĀCIJAS RISKI LIELBRITĀNIJĀ. 78

Dana Ābeltiņa. FRANŠĪZES PRIEKŠROCĪBAS UN TRŪKUMI 79

Tatjana Aptere. EKSPEDĪCIJAS LĪGUMU UN PAKALPOJUMU PROBLEMĀTIKA 79

Valērija Vanaga. KOMERSANTA UN PATĒRĒTĀJA TIESISKĀ DARĪJUMA ANALĪZE 80

Arta Ozoliņa. VIETĒJĀS ATTĪSTĪBAS METODES TIESISKĀ REGULĒJUMA PILNVEIDE UN ĪSTENOŠANA 81

Una Gaile. NOTARIĀTA FUNCIJS 81

Zane Zariņa. KOMERSATU VEIDU ĢENĒZE PĒC NEATKARĪBAS ATJAUNOŠANAS 82

Marika Mure. FRANŠĪZES LĪGUMA PILNVEIDE MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 83

Linda Kociņa. DARBINIEKA PIENĀKUMI 83

Maksims Jākobsons. DARBA LĪGUMA PILNVEIDE APSARDZES UZŅĒMUMĀ 84

Sabīne Saliniece. 2018. GADA NODOKĻU REFORMA 85

Marija Kobizeva. DZĪVOJAMO MĀJU PĀRVALDĪŠANAS LĪGUMA PILNVEIDE PAŠVALDĪBAS UZŅĒMUMĀ 85

Santa Volde. APVIENOTO NĀCIJU ORGANIZĀCIJA UN LATVIJAS DALĪBA TAJĀ 86

INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS 87

Maksims Osnovskis. DATUBĀZES IZVEIDOŠANA UN IEBŪVĒŠANA MĀJASLAPĀ 88

Mārtiņš Ķīsis. DATU BĀZES IZSTRĀDE TĪMEKĻA VIETNEI VAI LIETOJUMPROGRAMMAI 88

Raivo Beikmanis. WI-FI TĪKLU PAROĻU DROŠĪBA 89

Elvijs Zālītis. DAUDZSPĒLĒTĀJU TIEŠSAISTES SPĒLES IZSTRĀDE 89

Rolands Uvarovs. LIETOJUMPROGRAMMU IZSTRĀDE MS WINDOWS VIDĒ 90

EKONOMIKA, FINANSES UN GRĀMATVEDĪBA

Amjad Shahwan. THE IMPACT OF INTELLECTUAL CAPITAL INVESTMENTS ON COMPANY PERFORMANCE

The University of Economics and Culture, Study programme „Business Management", Amjad Shahwan@gmail.com

Scientific advisor: Dr.oec., assoc. prof. Oksana Lentjushenkova

Abstract

Research relevance: Due to the huge development in information technologies now a days especially in internet of things IOT with looking for future wise this is will reflect the importance of the intellectual capital as part of this development and main player as well. The main relevance from this abstract is to increase the awareness about the importance of evaluating the intellectual capital Investments from value point view and how we can link that value in the company performance point view.

Research goal: The goal is to analyze the impact of intellectual capital on the performance of firms.

Research methods: In this research I used Sample & Data to analyse the impact of intellectual capital on the performance of firms. Our sample consists of a panel of 25 non-financial companies listed on the stock exchange of Saudi Aribia these companies operate in different sectors and Variables and Empirical Models Our empirical analysis is based on the model Value Added Intellectual Coefficient VAIC

Main findings: The results of multiple linear regression with regard to economic performance confirm previous studies by Sougiannis (1994), Riahi-Belkaoui (2003), Chen et al. (2005) and Tan et al. (2007) which have all found a positive and significant association between the components of intellectual capital and economic performance. The results of the second regression confirm previous studies by Riahi-Belkaoui (2003), Chen et al. (2005) and Tan et al. (2007) which have all found a significant positive association between financial performance and components of intellectual capital.

Keywords: Intellectual Capital; Value Added Intellectual Coefficient; VAIC; Saudi Arabia; Panel Performance; Multiple liner regression.

Khusniddin Ziyodullaev. SMALL AND MEDIUM- SCALE ENTERPRISES AS A LOCOMOTIVE OF DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN

The University of Economics and Culture, Study programme „Business Management", Kh.ziyodullaev@gmail.com

Scientific advisor: Dr.oec., prof. Inga Shina

Abstract

Research relevance: This article attempts to address the current situation of Small and medium-sized Enterprises (SMEs) in Uzbekistan, the government regulation of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan, its crucial role in ensuring sustainable socio-economic growth in the country, different forms of this process and its exclusive lineaments, influence of state regulations on business performance, realization mechanisms of that regulations. The actuality of the topic could be defined as despite the fact that Small and medium-sized business units provide the main share of gross domestic product of the country, anyway they remain one of the least studied areas.

Reserach goal: The aim of the research is to analyze and research the industry development indicators as a result of government support for SMEs.

Research methods: The research database is consisted by published statistical collections related to entrepreneurship, legislative acts on entrepreneurship and data given by central executive bodies of the State, data of World Bank and Asian Development Bank were also used in the research. Additionally, appropriate graphs and charts have been used in order to characterize these figures on the employment rate, distribution of small and medium scale enterprises by economic sectors, involvement of small enterprises in the economy, number of small business units by regions of the country, SWOT analyses of SMEs in the country. It also outlines specific characteristics of this sector in the Uzbekistan context.

Keywords: SMEs; Private entrepreneurship; World Bank; Asian Development Bank; Gross Domestic Product

Dostonkhuzha Tavakkilov[1], Nikita Komrakov[2]. THE DEVELOPMENT OF ISLAMIC BANKING IN THE UK

[1] Russian State Social University, Study programme "International Economy", dastan1astra@gmail.com

[2] Russian State Social University, Study programme "Economic security", mailofgf@yandex.ru

Scientific adviser: candidate of economic sciences, assoc. prof., Kristina Tsaritova

Abstract

Research relevance: The development of Islamic banking is gaining momentum in Europe every year, the main center of Islamic finance in the western part of the world is the United Kingdom. The emergence of Islamic banking in the 1960s in Egypt was not a notable event. But for more than half a century, the process of steady and dynamic development of this industry has been observed in the world. At a rate of annual growth of 15-20%, Islamic banking has expanded its horizons around the world and has its own institutions in more than 75 countries.

Research goal: to examine the history of the formation of Islamic finance in the UK and to show their role in the economy of the country and Europe.

Research method: analysis of the formation of Islam banking in the UK.

Main findings: based on the information received and analyzed, we came to the conclusion that the UK in the near future will become the center of Islam finance in Europe.

Keywords: Islamic banking; sharia; halal; speculation; murabah; investment; Wadia; Ijara and Islamic windows

Alina Pranizina[1], Oksana Ryskina[2]. FEATURES OF MODERN BANKING SYSTEMS OF FOREIGN COUNTRIES

[1] Russian State Social University, Study programme "Economics", pranizinal@gmail.com

[2]Russian State Social University, Study programme "Economics", lionet1410@gmail.com

Scientific adviser: candidate of economic sciences, assist. prof. Olesya Kukharenko

Abstract

Research relevance: This article describes the features of modern banking systems of foreign countries. As a subject of research, the banking systems of six countries were taken: Russian Federation, Great Britain, Germany, Japan, Canada and Latvia. During the analysis of the acoustic data, the main features of the development of foreign banking systems were revealed. We also analyzed the main indicators characterizing the financial systems of countries that allowed evaluating their effectiveness.

Research goal: to reveal the latest trends in the development of banking systems of foreign countries, and also to compare them among themselves.

Research methods: comparison, analysis, synthesis, comparative analysis, graphical method.

Main findings: The result of the study was a comparative description of the countries represented, their similarities and differences.

Keywords: banking systems; financial systems; financial institutions; financial assets.

Zane Vintere. ZIEDOTO NAUDAS LĪDZEKĻU UN KRĀJUMU INVENTARIZĀCIJA SABIEDRISKĀ LABUMA ORGANIZĀCIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Grāmatvedība un audits", zane.marija@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., prof. Staņislavs Keišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Organizāciju viena no svarīgākajām grāmatvedības darbībām ir inventarizācija, kas ir neatņemama finanšu pārskatu sagatavošanas sastāvdaļa, kura ik gadu obligāti ir jāveic sabiedriskā labuma organizācijā (biedrības, nodibinājumi, reliģiskās organizācijas u.c.). Biedrībām, nodibinājumiem un reliģiskām organizācijām ir īpaši nozīmīga ziedojumu uzskaite, tai skaitā inventarizācija, kas nodrošina precīzu gada pārskata pielikumu – "Ziedojumu un dāvinājumu pārskats", kā arī "Detalizēta informācija par izlietotajiem ziedojumiem un dāvinājumiem pārskata gadā" aizpildīšanu. Gada pārskata pielikumi par ziedojumiem ir kā atskaites punkts sabiedrībai - ziedotājiem par gada laikā paveikto sabiedriskā labuma darbības jomās. Analizējamā sabiedriskā labuma organizācijā 2016.gada pārskatā 78% veido ieņēmumi no saimnieciskās darbības, kura biedrībai ir saistīta ar veselības veicināšanu un sociālo atbalstu. Otrais būtiskākais ieņēmumu avots biedrībā ir ziedotie naudas līdzekļi un krājumi, kas ieņēmumu un izdevumu pārskatā veido 11.5% no ieņēmumiem kopumā. Ziedojumu būtiskums biedrības darbībā prasa nodrošināt precīzu ziedojumu uzskaiti un kontroli gan inventarizācijas procesā, gan arī nepārtraukti grāmatvedības darba organizēšanā. Saņemtie ziedojumi no fiziskām un juridiskām personām, anonīmiem ziedotājiem

parāda pilsoniskās sabiedrības aktivitāti atbalstot labdarību un tiem ir būtiska nozīme sabiedriskā labuma organizāciju darbībā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt ziedoto naudas līdzekļu un krājumu inventarizāciju sabiedriskā labuma organizācijā un sniegt priekšlikumus par ziedojumu inventarizācijas pilnveidošanas iespējām

Pētījuma metodes: monogrāfiskā jeb aprakstošā pētīšanas metode, dokumentu analīze, grafiskā metode un loģiski konstruktīvā pētījuma metode

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā rezultātā tiek izvirzīti priekšlikumi biedrības ziedojumu inventarizācijas organizēšanas pilnveidošanai, norādot uz nepieciešamajiem uzlabojumiem inventarizācijas organizēšanas trūkumu novēršanā. Galvenās problēmas, kas saistītas ar ziedojumu inventarizāciju ir ziedoto krājumu fiziskā novērtēšana un saskaitīšana, kuras novēršot ziedojumu nodošana sabiedriskā labuma guvējiem būtu efektīvāka, neradot mantisko ziedojumu uzkrājumus un tādā veidā nodrošinot jaunas ziedojumu saņemšanas iespējas.

Atslēgas vārdi: ziedojumi; inventarizācija; sabiedriska labuma organizācija, biedrība.

Дарья Семенкова. АНАЛИЗ УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Высшая школа экономики и культуры, Учебная программа" Инновационная экономика и предпринимательская деятельность", darjasemenkova@inbox.lv

Научный руководитель: Mg.oec., лектор Татьяна Даудиша

Аннотация

Актуальность исследования: По данным статистики, опубликованными интернет порталом Lursoft, начиная с 2011 года количество зарегистрированных предприятий на территории Латвии год от года сокращается, а количество ликвидированных растет. 2016 год является рекордным, за последний 10 лет по числу ликвидированных предприятий и единственным, когда их число превосходит число зарегистрированных. Часто причиной ликвидации служит неплатежеспособность предприятия. Своевременный анализ угрозы банкротства позволит уменьшить риск или вовсе исключить появление данной причины, и поможет руководителям предприятий приходить к верным решениям, полезным для будущего их хозяйственной деятельности.

Цель исследования: Теоретически изучить модели анализа угрозы банкротства, практически провести анализ, с помощью этих моделей, государственного акционерного общества «Latvijas dzelzceļš», и на основании полученных результатов разработать выводы.

Методы исследования: В работе применен смешанный метод исследования, а именно анализ конкретного случая. Использовался качественный метод сбора данных, анализ научной литературы и документов предприятия «Latvijas dzelzceļš». Для обработки данных применялся количественный метод – классификационный анализ.

Достигнутые результаты: Проведеный анализ угрозы банкротства государственного акционерного общества «Latvijas dzelzceļš», показал, что полученные коэффициенты всех используемых в исследовании моделей указывают на высокую вероятность банкротства предприятия в ближайшие несколько лет, долгосрочные обязательства предприятия не покрываются оборотными средствами. Анализ самих коэффициентов помог выявить причины результатов анализа вероятности банкротства предприятия в ближайшие несколько лет, позволив сделать заключиние, что существующие модели анализа угрозы банкротства нуждаются в доработке и совершенствовании, в соответствии с современными требованиями ведения

хозяйственной деятельности и состоянии экономики государства в котором работает предприятие.

Ключевые слова: банкротство; платежеспособность; многофакторный дискриминантный анализ.

Arvis Zaķis. AUTOBUSU MARŠRUTU EFEKTIVITĀTES ANALĪZE A/S „TALSU AUTORANSPORTS"

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Starptautiskā tirdzniecības un loģistika", zakis.arvis@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., viesdocētājs Dainis Matisons

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Transporta loģistikā ir īpaši nozīmīga nozare Latvijā. Transports ir svarīgs gan uzņēmumiem, gan arī valstij. Tā sniedz pakalpojumus gandrīz visām pārējām nozarēm un nodrošina kvalitatīvu un konkurētspējīgu transporta sistēmu. Pateicoties transporta loģistikas nozarei ir pieejami kvalitatīvi un droši kravu, un pasažieru pārvadājumu pakalpojumi. Transporta līdzekļu veida izvēle ir būtisks kritērijs veiksmīgiem kravu un pasažieru pārvadājumiem. Katru dienu visā Latvijā un pasaulē notiek dažāda veida reģionālie un starptautiskie pasažieru pārvadājumi. Jebkuram klientam, kas izmanto autobusa pakalpojumus ir svarīgi, lai nonākšana galamērķī būtu pēc iespējas ātrāk, drošāk un ērtāk. Svarīgi, lai klients būtu apmierināts un visas darbības notiktu pēc iespējas efektīvāk gan klientam gan pakalpojumu sniedzējam.

Pētījuma mērķis: Izanalizēt autobusu maršrutus, nostiprināt un pilnveidot teorētiskās zināšanas, patstāvīgi attīstīt un veidot profesionālo sagatavotību.

Pētījuma metodes: sekundārā datu analīze, dokumentu analīze, literatūras analīze.

Sasniegtie rezultāti: Neskatoties uz uzņēmuma veiksmīgu darbību ir arī trūkumi pie kuriem jāpiestrādā. Analizējot A/S „Talsu autotransports" vienu no līnijām, kas sastāv no vairākiem maršrutiem autors secināja, ka vairākos reisos tiek sūtīti pārāk lieli autobusi. Izveidojot grafikus ar pasažieru skaitu mēneša dienās tika secināts, ka cilvēku skaits ir neparedzams dēļ kura uzņēmums ir spiests sūtīt autobusu ar lielāku kapacitāti. Kā viens no galvenajiem pētījuma rezultātiem bija konkrēta mēneša degvielas patēriņa un atlikuma aprēķins, kas galvenokārt atkarīgs no laika apstakļiem, riepām, pasažieru skaitu un šofera braukšanas stilu. Neskaitot degvielas patēriņa svārtības, rezultāts mēneša beigās bija pozitīvs.

Atslēgas vārdi: loģistika; transports; pakalpojums; efektivitāte; degviela.

Астхик Варданян. ИНДЕКС РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Высшая школа экономики и культуры, Учебная программа" Инновационная экономика и предпринимательская деятельность", asthikvardanyan@gmal.com

Научный руководитель: Mg.oec., лектор Татьяна Даудиша

Аннотация

Актуальность исследования: Организация Объединенных Наций ежегодно публикует доклад, посвященный уровню жизни и социальной защищенности жителей различных стран. Один из показателей отчёта "Реальное богатство народов: пути развития человека" это индекс развития человеческого потенциала (Human Development Index). Индекс развития человеческого потенциала отражает три основных компонента человеческой жизни: долголетие, образование и доход. В 1990 году Латвийская Республика, в тот момент находящаяся в составе Союза Советских Социалистических Республик, приняла историческое решение о выходе из состава СССР и самоопределении. Используя индекс развития человеческого потенциала, автор производит сравнение индекса развития человеческого потенциала в трех независимых государствах Грузии, Казахстане и Латвии, в прошлом бывших советских республиках. Анализируя изменения индекса развития человеческого потенциала в исследуемых странах за последние двадцать лет, характеризует причины изменения показателей основных компонентов человеческой жизни: долголетия, образования и дохода.

Цель исследования: Теоретически изучив методы расчета индекса развития человеческого потенциала, используя статистические данные стран, с общим историческим и экономическим прошлым, но в последние годы развивающиеся в разных направлениях, Латвии, Казахстана и Грузии рассчитать индекс развития человеческого потенциала и провести контрастное сравнение результатов, на основании которых сделать выводы.

Методы исследования: В исследовании использован смешанный метод анализа литературы и статистических данных для выявления и сравнения результатов индекса развития человеческого потенциала в трёх разных независимых странах с общим историческим прошлым. Использовался качественный метод сбора данных, анализ научной литературы и отчётов Организации Объединенных Наций. Для обработки данных применялся количественный метод – классификационный анализ.

Достигнутые результаты: Произведенный сравнительный анализ индекса развития человеческого потенциала в трех независимых государствах Латвийской Республике, Грузии и Республики Казахстан, показал, что в странах с общим историческим прошлым основные компоненты человеческой жизни: долголетие, образование и доход, различается под влияние различных внешних и внутренних факторов.

Ключевые слова: индекс развития человеческого потенциала; уровень образования; продолжительность жизни; ВВП.

Kristaps Vīksne. VALSTS PARĀDS UN TĀ DINAMIKAS ANALĪZE

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Inovatīvā ekonomika un uzņēmējdarbība", Kristaps.Viiksne@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., prof. Staņislavs Keišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Kopš neatkarības atjaunošanas katru gadu ir palielinājies valsts parāds. Saskaņā ar likumu "Par valsts budžetu 2018.gadam" vispārējās valdības budžeta deficīts ir 1% no IKP, līdz ar to arī šogad valsts budžeta izdevumi pārsniegs ieņēmumus un valsts parāda apjoms (absolūtajās summās) palielināsies. Lai gan Latvijas valsts parāds šobrīd ir viens no zemākiem ES, tomēr valdībai nepieciešams uzsākt īstenot tādu fiskālo politiku, kas nākotnē ļaus pārvarēt cikliskās ekonomiskās svārstības, IKP pieauguma tempa mazināšanos, paredzamās demogrāfijas izmaiņas, ES fondu perioda beigšanos 2020.gadā un citiem faktoriem, kas var negatīvi ietekmēt valsts finansiālo stāvokli.

Pētījuma mērķis: Apkopot un izpētīt pieejamo literatūru par valsts parāda politiku Latvijā, kā arī apzināt un izanalizēt valsts parāda apjomu un īpatsvaru šobrīd un iepriekš, un arī apzināt tā tendences nākotnē.

Pētījuma metodes: Izpētīta pieejamā literatūra un datu avoti, veikta dažādu normatīvo aktu u.c. datu analīze, salīdzināti iegūtie dati ar dažādu ES valstu datiem, kā arī grafiski apkopoti iegūtie dati tabulās un attēlos. Veikta anketēšana, ar kuras palīdzību apzinātas noteiktas sabiedrības daļas zināšanas un viedoklis par valsts parādu un ar to saistītajiem jautājumiem, kā arī veiktas ekspertu intervijas, kas sniedz iespēju iepazīties un salīdzināt attiecīgās jomas ekspertu novērtējumu par valsts parāda politiku turpmākajos gados.

Sasniegtie rezultāti: Apzināts šī brīža Latvijas valsts parāds un salīdzināts tas ar 28 ES dalībvalstu līmeni, kā arī identificētas valsts parāda tendences turpmākajos gados. Izpētīta teorētiskā literatūra un pieejamā informācija par valsts parādu un novērtētas sabiedrības un ekspertu zināšanas un informētība par valsts parādu un ar to saistītajiem jautājumiem.

Atslēgas vārdi: valsts parāds; valsts budžets; budžeta deficīts.

Ksenija Jakovļeva. KOMPLEKTĒŠANAS SISTĒMAS PILNVEIDES IESPĒJAS NOLIKTAVĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Starptaustiskie darījumi un loģistika", ksju6o4ka@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg. oec., viesdocētājs Raitis Apsalons

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: komplektēšanas process ir visdārgākais process noliktavās. Apvienotajā Karalistē veiktais pētījums atklāja, ka 63% no visām noliktavas darbības izmaksām ir saistītas ar preču komplektēšanu. Preču komplektēšana ir laikietilpīgākā noliktavas operācija. Tāpēc ir loģiski, ka lielākā

daļa noliktavu darbinieku nodarbojas ar preču komplektēšanu. Visbeidzot, preču komplektēšana ir arī lielākais kļūdu avots noliktavas darbā.

Paaugstinātas konkurences vidē loģistikas pakalpojumu sniedzējiem ir svarīgi veikt procesa analīzi, ar mērķi pilnveidot to (samazināt procesa izpildes laikus, minimizēt bojājumus), paaugstināt tā efektivitāti un veikt izmaksu optimizāciju, tieši tāpēc šī darba tēma ir aktuāla katrā loģistikas centrā.

Pētījuma mērķis: izpētīt un veikt esošās komplektēšanas sistēmas analīzi vienā loģistikas centrā, sniegt priekšlikumus komplektēšanas sistēmas uzlabošanai un pilnveidošanai.

Pētījuma metodes: literatūras analīze, sekundaro datu analīze, novērošana.

Sasniegtie rezultāti: Komplektēšanas sistēmas pilnveides virzienu noteikšana noliktavā.

Atslēgas vārdi: loģistika; noliktava; komplektēšana; pilnveide; procesi; optimizācija.

Dāvis Hoiers. DHL LOĢISTIKAS VIDES ANALĪZE

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika", davis.hoiers@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg. paed., docente Inga Brasla

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Konkrēta uzņēmuma loģistikas vides analīze prakses ietvaros palīdz sekmēt un pilnveidot jau esošās studentu teorētiskās zināšanas un gūt jaunas. Loģistikas vide ir jāapskata un jāanalizē no visām iespējamajām pusēm – uzņēmuma pamatdarbība, noliktavas saimniecība, transporta un maršrutu analīze, optimizācijas procesi, muitas procedūras, dokumentu pārvaldība, preču plūsmas u. tml.

Pētījuma mērķis: teorētisko zināšanu nostiprināšana un pilnveidošana, patstāvīga profesionālo darba prasmju un iemaņu veidošana noliktavu saimniecības un krājumu vadīšanas jomā, noliktavu darba vadīšanas un krājumu plānošanas prasmju apgūšana, transporta loģistikā iegūto zināšanu pilnveidošana.

Pētījuma metodes: Darba autors pētījuma mērķa un rezultātu īstenošanai izmanto trīs pētījuma metodes – datu vākšanas, datu apstrādes un novērojumu metodi.

Sasniegtie rezultāti: Praktikants izprot DHL pamatdarbības principus, loģistikas vidi, ķēdi, sekmē teorētisko zināšanu pilnveidi praktiskā ceļā. Tiek veikts analītisks statistiskais salīdzinājums ienākošo un izejošo sūtījumu plūsmai viena mēneša griezumā, kur imports pārsniedz eksporta sūtījumu skaitu. Rezultāti tiek atspoguļoti tabulās un grafiski, tiek veikti aprēķini, no kuriem izriet trūkumi un nepieciešamie uzlabojumi. Tiek piedāvāti maršrutu optimizācijai labvēlīgi risinājumi laika procedūru uzlabošanai. Prakses pārskats tiek veidots kā vispārīga un strukturēta uzņēmuma darbību analīze loģistikas ietvaros.

Atslēgas vārdi: loģistika; analīze; transports.

Inuta Iļemenova. IMPORTA PENSIJU REGULĒJUMS LATVIJAI NOSLĒGTAJOS STARPVALSTU LĪGUMOS AR BALTKRIEVIJU UN KRIEVIJU

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „ Inovatīvā ekonomika un uzņēmējdarbība", inuta85@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., prof. Staņislavs Keišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: viens no galvenajiem jautājumiem valsts sociāli ekonomiskās politikas jomā ir pensiju nodrošinājums. Latvijā dzīvo ne tikai Latvijas, bet arī citu valstu pilsoņi, kas nozīmē arī to, ka cilvēki var dzīvot vienā valstī, bet pieprasīt un saņemt pensiju no citas valsts. Izvēlētais temats ir aktuāls, jo līdz šim ir maz pētīti un analizēti importa pensiju regulējošie tiesību akti Latvijā.

Pētījuma mērķis: izpētīt importa pensiju regulējumu Latvijai noslēgtajos līgumos ar Baltkrieviju un Krieviju.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā pētījuma metode, dokumentu analīze, salīdzināšanas metode, faktoru analīze, grafiskā metode un loģiski konstruktīvā pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma gaitā konstatēts, ka Latvijas Puse ir vienpusēji interpretējusi Latvijas Republikas un Baltkrievijas Republikas līgumu normu, kas paredz, ka katra no Pusēm aprēķina un izmaksā pensiju tikai pamatojoties uz apdrošināšanas (darba) stāžu, kas uzkrāts tās teritorijā. No 2017.gada oktobra beigām Latvijas Puse militārā dienesta periodu, kas uzkrāts Baltkrievijas Republikas teritorijā, iekļauj Latvijas apdrošināšanas stāžā, pie nosacījuma, ja par šo periodu jau nav piešķirta Baltkrievijas Republikas pensija. Tāpat konstatēts, ka Krievija vienpusēji precizējusi Latvijas Republikas un Krievijas Federācijas līgumu normu, kas paredz, ka, izvēloties Krievijas pilsoņa pensiju, Krievija savā apdrošināšanas stāžā ieskaita darba un tam pielīdzinātos periodus Krievijā un Latvijā līdz 2001.gada 31.decembrim, tādējādi nostādot savas valsts pilsoņus neizdevīgā pozīcijā.

Atslēgas vārdi: importa pensijas, starpvalstu līgumi; sociālā aizsardzība.

Solvita Kozlovska. EFEKTIVITĀTES PROCESU VADĪBAS METODES KOMERCSABIEDRĪBĀS

Daugavpils Universitāte, Sociālo zinātņu fakultāte, studiju programma "Ekonomika", solvita.kozlovska@jak.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., prof. Iveta Mietule

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienu biznesa vidē darbojas dažādi modeļi un metodes, kuru pielietojums nodrošina komercsabiedrības attīstību un efektīvu esošo resursu izmantošanu un veiksmīgu biznesa procesu vadību. Biznesa procesu vadībai ir jābūt efektīvai, šādi apgalvojumi bieži vien ir vispārināti un netiek paskaidroti sīkāk, ko nozīmē efektīvs uzņēmums, efektīva rīcība vai efektivitāte kādos procesos. Daudzveidīgo metožu būtība ir spēja pastāvīgi uzlabot komercsabiedrības procesus, padarot tos pēc iespējas efektīvākus, lētākus, ātrākus. Laiks un nauda nav vienīgie resursi, kas ir nepieciešami – bieži efektivitātes paaugstināšanas šķērslis ir nepietiekama vadības vai darbinieku motivācija un

ieinteresētība komercsabiedrības pilnveidē. Pareizu mērķu izvirzīšana daļēji jau nodrošina optimālu resursu patēriņu, ja laika, naudas, cilvēku un citi resursi būs virzīti pareizā virzienā. Taču pilnīgas efektivitātes nodrošināšanai jāapsver resursu potenciāls un to izmantošanas sekas, jānovērtē pareizo lēmumu pieņemšana.

Pētījuma mērķis: izpētīt efektivitāti paaugstināšanas metožu veidus, noskaidrot metodes autorus, salīdzināt metožu priekšrocības un trūkumus, kuras iespējams pielietot komercsabiedrību biznesa procesu vadībā. Noskaidrot metodes saistību ar efektivitātes procesiem.

Pētījuma metodes: Pētījumā izmantotas vispārzinātniskās pētījumu metodes: monogrāfiskā jeb aprakstošā pētījuma metode un salīdzināšanas metode, veicot metožu izpēti, balstoties uz plašu zinātniskās literatūras apskatu par efektivitātes paaugstināšanas metodēm biznesā.

Sasniegtie rezultāti: izstrādātas efektivitātes mērķu sasniegšanas ietekmējošo faktoru kopas, jo nodrošinot daudzveidīgu efektivitātes paaugstināšanas metožu pielietojumu komercsabiedrībās, tiek uzlabota biznesa procesu vadība.

Atslēgas vārdi: efektivitāte; faktori; metode; sistēma; process.

Linda Priede. DATORGRĀMATVEDĪBAS PROGRAMMU RAKSTUROJUMS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Grāmatvedība un audits", linda256@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg. oec., viesdocētāja Ilga Lipšāne

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Datorizētas grāmatvedības programmas ir populārākais grāmatvedības uzskaites organizēšanas veids. Jebkura uzņēmuma galvenais uzdevums ir pilnvērtīgi un sistemātiski sakārtot uzņēmuma saimnieciskos darījumus un veiktās darījumu operācijas. Datorizētas grāmatvedības programmas Latvijā ir pieejamas diezgan lielā izvēlē, gan cenu, gan serveru un funkciju ziņā, gan arī vienlaicīgi ar mikrouzņēmuma nodokļa ieviešanu, uzņēmumiem tika dota iespēja, izmantot bezmaksas datorgrāmatvedības programmas bet, lai tās varētu izmantot un būtu likumīgas, tām ir jāatbilst Latvijas Republikas likumu, Ministru kabineta (turpmāk tekstā MK) noteikumu prasībām. Lai spētu uzņēmumam izvēlēties piemērotāko grāmatvedības programmu, uzņēmuma vadītājam un grāmatvedim būtu jābūt apkopotai informācijai par datorizētajām grāmatvedības programmām, to funkcijām, tehniskajām prasībām, cenām.

Pētījuma mērķis:. ir izpētīt grāmatvedības programmas Latvijā un veikt datorgrāmatvedības programmu salīdzinājumu

Pētījuma metodes: datu savākšanas metode, datu analīze, loģiski konstruktīvā metode, monogrāfiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Darbā tika izpētīti normatīvie akti, kas regulē datorgrāmatvedības programmu izmantošanu. Izpētīti teorētiskie materiāli par Latvijas populārākajām grāmatvedības datorprogrammām, analizēts pēdējais ievērojamākais Latvijas Faktu 2010. gada septembrī veiktais tirgus pētījums, kura galvenais jautājums bija saistīts ar grāmatvedības uzskaites organizēšanu, kā arī grāmatvedības datorprogrammu izmantošanas praksi un to popularitāti dažādu uzņēmumu grupās.. Tika veikts grāmatvedības programmu salīdzinājums un izvēlēti kritēriji, pēc kuriem šīs programmas novērtētas. Izstrādāti secinājumi un sniegti priekšlikumi.

Atslēgas vārdi: datorgrāmatvedība; datorprogrammas; salīdzinājums; analīze.

Arita Stočka. NORĒĶINU PAR SAIMNIECISKAJIEM AVANSIEM UZSKAITE ĒDINĀŠANAS PAKALPOJUMU NOZARES UZŅĒMUMĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Grāmatvedība un audis", aritastocka@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec., viesdocētāja Ilga Lipšāne

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmumam, veicot saimniecisko darbību, ne vienmēr ir iespēja norēķināties ar piegādātājiem ierastā pēcapmaksas kārtībā. Tāpēc uzņēmumā ir norīkota avansa norēķinu persona, kurai uzņēmums izsniedz naudas līdzekļus dažādu ar saimniecisko darbību saistīto pirkumu veikšanai. Avansa norēķinu personai par veikto avansa summas izlietojumu ir jāatskaitās uzņēmuma vadībai un grāmatvedībai, iesniedzot avansa norēķinu, kas pamatots ar izdevumus apliecinošiem dokumentiem. Praksē bieži rodas neskaidrības par prasībām avansa norēķinu un ar to saistīto dokumentu noformēšanā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt norēķinu par saimnieciskajiem avansiem uzskaites īpatnības ēdināšanas pakalpojumu nozares uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Pielietota monogrāfiskā un salīdzinošā pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: Teorētiski izpētīts norēķinu par saimnieciskajiem avansiem un komandējuma izdevumiem raksturojums, normatīvajos aktos noteiktās avansa norēķina attaisnojuma dokumentu prasības un avansa norēķinu par saimnieciskajiem un komandējuma izdevumiem uzskaite. Pētījumā tiek izvērtēts ēdināšanas pakalpojumu nozares un uzņēmuma raksturojums, kā arī avansa norēķina raksturojums un uzskaite ēdināšanas pakalpojumu nozares uzņēmumā. Darba nobeigumā ir apkopoti secinājumi par veikto avansa norēķina raksturojuma un uzskaites izvērtējumu, kā arī izstrādāti priekšlikumi uzņēmuma vadībai saimniecisko avansu uzskaites uzlabošanai. Veicot pētījumu, periodiskajos izdevumos atklājās informācija par avansa norēķina īpatnībām, nepilnībām un neskaidrībām norēķinos ar karti, izdevumu apliecinošo dokumentu saturā, kur parādās gan saimnieciskie, gan privātie izdevumi, to korekta uzskaite grāmatvedībā.

Atslēgas vārdi: avansa norēķins; saimnieciskie izdevumi; komandējums.

Assel Meldebekova. HOW DOES MEDIA AFFECT THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN KAZAKHSTAN?

Eurasian National University named after L.N. Gumilev, Study programme „Economics", aselganieva@gmail.com

Scientific advisor: assoc. prof. Dr. Armiyash Nurmagambetova

Abstract

Research relevance: In work extent of use of social networks by the Kazakh companies for growth and development of business and also creation of value for consumers is considered. Social networks are considered within creation of effective strategy of an entry of the organization into the new target markets, involvement of new clients and advance and adaptation of production of the company to

innovations in the current market.

Research goal: Identification of activity of businessmen of the sphere of small and medium business of Kazakhstan in a scope the Internet and media of the resources aimed at the business development.

Research methods: Drawing up and development of questions, questioning, interview, application Internet of resources, data collection and analysis.

Main findings: Results of poll of representatives of small and medium business which have allowed to define degree of their motivation in application of media of resources for business advance are analysed. The research has allowed drawing conclusions and developing the recommendations for representatives of small and medium business directed to active use and application of social networks for business development.

Keywords: social networks; SMEs, Kazakhstan.

Arta Zatirka. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE LAUKSAIMNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", priedearta@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Maija Anspoka

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Inventarizācijas process ir svarīgs uzņēmuma aktīvu novērtēšanā. Uzņēmumā SIA "Mārupes Siltumnīcas" ir liela aktīvu vērtība un šobrīd esošie inventarizācijas pasākumi uzņēmumā norit pārāk vienkāršoti, kā arī tie nenodrošina pilnvērtīgu aktīvu novērtēšanu.

Pētījuma mērķis: Analizēt inventarizācijas procesa teorētiskās nostādnes un norisi lauksaimniecības uzņēmumā un izstrādāt priekšlikumus pilnveides iespējām.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā metode – bibliogrāfisko avotu izpēte par inventarizācijas procesa norisi, metodēm, kā arī normatīvo aktu izpēte, apskata sagatavošana; analīze, sintēze – lauksaimniecības uzņēmuma inventarizācijas procesa izpēte un analīzes sagatavošana; aptauja – ar anketas palīdzību noskaidrotas uzņēmuma darbinieku domas par pašreizējo inventarizācijas procesu un apkopoti rezultāti, rezultātu atskaites sagatavošana; grafiskā metode – anketēšanas rezultātu atspoguļojums.

Sasniegtie rezultāti: Izanalizētas inventarizācijas procesa teorētiskās nostādnes, kā arī normatīvie akti. Izpētīta inventarizācijas procesa norise SIA „Mārupes Siltumnīcas" un aptaujāti uzņēmuma esošie vai bijušie inventarizācijas komisijas dalībnieki. Galvenie darba secinājumi un priekšlikumi: uzņēmuma inventarizācijas pocesā iesaistītie darbinieki nepārzin normatīvo aktu prasības, tādēļ nepieciešams tās pilnveidot; uzņēmuma krājumi neatrodas vienā telpā, tāpēc uzņēmuma vadībai jāizveido viena atsevišķa noliktava; darbiniekiem inventarizācijas process šķiet fiziski nogurdinošs, tādēļ jārūpējas, lai tas noritētu dienas pirmajā daļā. Lai izvairītos no kļūdām inventarizācijas procedūras laikā, ieteicams objektus pārskaitīt vismaz divas reizes.

Atslēgas vārdi: inventarizācija; aktīvi; grāmatvedība.

Jekaterina Loginova. IEŅĒMUMU UN IZDEVUMU KLASIFIKĀCIJA UN UZSKAITE INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJU UZŅĒMUMĀ

Alberta Koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", svaroglar@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Maija Anspoka

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pareizai uzņēmuma grāmatvedības uzskaitei ir nepieciešama precīza izdevumu un ieņēmumu atspoguļošana grāmatvedības reģistros un finanšu atskaitēs atbilstoši tiesību aktu prasībām. Tāpēc ir svarīgi uzņēmumam pārzināt ieņēmumu un izdevumu klasifikāciju un veikt uzskaiti atbilstoši prasībām. Nepareiza ieņēmumu un izdevumu atspoguļošana rada nepatiesu priekšstatu par uzņēmuma saimniecisko darbību, kas var novest pie nepareizu lēmumu pieņemšanas attiecībā uz uzņēmuma saimniecisko darbību.

Pētījuma mērķis: ir izpētīt ieņēmumu un izdevumu klasifikācijas un uzskaites likumus, teoriju, praktiskus piemērus un sniegt priekšlikums klasifikācijas un uzskaites pilnveidei informācijas tehnoloģiju uzņēmumā.

Pētījuma metodes: monografiskā metode, analīzes metode, grafiskā metode, socioloģisko pētījumu metode, statistiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: ir noskaidrots, ka pētāmā uzņēmuma peļņas vai zaudējumu aprēķins nesniedz patiesu un skaidru priekšstatu par uzņēmuma finansiālo stāvokli, jo pētāmā uzņēmuma peļņas vai zaudējumu aprēķinu posteni: „Neto apgrozījums", „Administrācijas izmaksas", „Pārdošanas izmaksas", „Pārdotās produkcijas ražošanas pašizmaksa, pārdoto preču vai sniegto pakalpojumu iegādes izmaksas" ir klaisficēti un uzskaitīti neatbilstoši tiesību aktu prasībām un teorijas nostādnēm.

Atslēgas vārdi: ieņēmumi; izdevumi; klasifikācija; uzskaite; atbilstība.

Madara Erdmane. NODOKĻU IETEKME UZ ZINĀTNISKĀS INSTITŪCIJAS SAIMNIECISKO DARBĪBU

Alberta Koledža, studiju programma ,, Uzņēmējdarbība'', madara.erdmane@inbox.lv

Zinātniskie vadītāji: Mg.oec., viesdocētāja Inta Grīnberga; Mg.paed., Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Lai sekmīgi plānotu un īstenotu iestādes darbību ilgtermiņā ir būtiski apzināt nodokļu ietekmi uz iestādes darbību, kā arī likumīgi optimizēt maksājamo nodokļu apjomu. Īpaši aktuāla šī tēma ir Latvijā, jo nodokļu politikas stratēģija līdz šim netiek plānota ilgtermiņā.

Pētījuma mērķis: Teorētiski pētīt nodokļu sistēmu, kas reglamentē zinātniskās institūcijas darbību un analizēt to piemērošanu iestādē, kā arī izvērtēt nodokļu ietekmi uz saimniecisko darbību, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus nodokļu izmaksu samazināšanai.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā metode tika lietota normatīvo aktu un Valsts ieņēmuma dienesta metodisko materiālu nodokļu jomā izpētei; dokumentu analīzes metode tika pielietota, lai pētītu zinātniskā institūta grāmatvedības atskaites, pārskatus, kā arī iekšējos dokumentus; finanšu analīze tika izmantota, lai novērtētu nodokļu ietekmi uz iestādes darbību; grafiskā metode tika lietota iegūto rezultātu

uzskatāmai interpretācijai; aptauja, lai noskaidrotu darbinieku viedokli; sintēzes metode tika pielietota, lai izstrādātu secinājumus un priekšlikumus.

Sasniegtie rezultāti: būtiskāko ietekmi uz iestādes darbību rada Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksu darba devēja daļa. Tā kā šīs izmaksas ir cieši saistītas ar darba samaksas apjomu, autore izstrādāja kompleksus priekšlikumus, lai samazinātu gan izdevumus par darba samaksu, gan arī maksājamo nodokļu summas.

Atslēgas vārdi: nodokļi; nodokļu sistēma; nodokļu optimizācija; nodokļu ietekme; zinātniskās institūcijas.

Irita Groza. LAUKSAIMNIECĪBAS UZŅĒMUMA FINANSIĀLĀS DARBĪBAS NOVĒRTĒŠANA

Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", irita.groza@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., Mg.occup.sal., docente Maija Anspoka

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Finansiālā darbība ir svarīga katram uzņēmumam, jo nepatstāvīgajā ekonomiskajā situācijā svarīgi katram vadītājam pašam sekot līdzi savas saimnieciskās darbības finanšu radītājiem. Lauksaimniecības nozares uzņēmumam tas ir būtiski, jo finansiālie rādītāji mēdz būt mainīgi, pēc centrālās pārvaldes statistikas datiem lauksaimniecības ražošanas apjomi samazinājušies par 3 %, tajā skaitā kritums augkopībā par 5 %, bet lopkopība palikusi iepriekšējā gada līmenī.

Pētījuma mērķis: veikt teorijas izpēti, lai noskaidrotu lauksaimniecības uzņēmuma finansiālās darbības rādītājus, un izpētīt, kā teorija darbojas praksē konkrētā lauksaimniecības uzņēmumā. Izstrādāt priekšlikumus, kā izvēlētais lauksaimniecības uzņēmums varētu uzlabot savu finansiālo situāciju.

Pētījuma metodes: lai iegūtu papildus informāciju, tika pielietota teorijas analīze un dokumentu analīze, lai analizētu pieejamo finanšu literatūru un sociālos avotus; monogrāfiskā jeb aprakstošā pētījuma metode tika pielietota, apkopojot informāciju un raksturojot, kādas pārmaiņas notikušas laika gaitā uzņēmumā; tiks veiktas 2 strukturētas padziļinātas ekspertu intervijas un 10 anketaptaujas; sintēzes un grafiskā metode tika izmantota iegūto datu un informācijas apkopošanai; secinājumu izstrādei tika pielietota loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: izanalizēta un apkopota pieejamā literatūra un avoti, veikta lauksaimniecības uzņēmuma finansiālās darbības analīze, tika izmantoti uzņēmuma finanšu pārskati, izanalizētas un apkopotas intervijas un anketas. Apkopoti secinājumi, izstrādāti priekšlikumi par finansiālās situācijas uzlabošanu lauksaimniecības uzņēmumā.

Atslēgas vārdi: lauksaimniecība; finansiālā darbība; rādītājs

Ilze Burceva. UZŅĒMĒJDARBĪBAS IZMAKSAS ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", ilzeburceva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Ar katru gadu arvien vairāk sāk attīstīties ēdināšanas pakalpojumu nozare. Lai gan piedāvājumu klāsts pieaug, to nevarētu teikt par lielāku patērētāju iesaisti. Tas varētu būt izskaidrojams ar ēdiena cenām, kas tiek piedāvātas dažādās ēdināšanas vietās, kā arī lielo ēdināšanas uzņēmumu tirgu. Bieži vien tas liek aizdomāties, kāpēc ikvienam patērētājam ir jātērē tik lieli līdzekļi, lai varētu paēst ārpus mājas. Diemžēl ne visi spēj aizdomāties, ka uzņēmuma piedāvājuma cenas ir atbilstošas tirgus pieprasījumam, kā arī iespēja nomaksāt visas radušās izmaksas pakalpojuma sniegšanai, t.i., produktu iegāde, komunālie pakalpojumi, darba algas, nodokļi u.c., un gūt vēl arī peļņu no uzņēmējdarbības.

Pētījuma mērķis: izvērtēt ēdināšanas uzņēmuma izmaksu apjomu un sadalījumu pa attiecīgajiem posteņiem, tā ietekmi uz patērētājiem un uzņēmuma darbību.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā, sintēzes, grafiskā un socioloģisko pētījumu metode (intervija ar uzņēmuma īpašnieku).

Sasniegtie rezultāti: Noskaidroti produkta vai pakalpojuma pašizmaksu aprēķināšanas veidi un to ietekme uz uzņēmuma attīstības procesu. Veikta intervija ar nozarē strādājošu ekspertu, uzņēmuma X līdzīpašnieku, noskaidrots tā viedoklis un attieksme par uzņēmuma darbību, situāciju tirgū, jaunās nodokļu politikas ietekmi uz uzņēmējdarbību un cenu veidošanos uzņēmumā. Konstatētas nepilnības un grūtības uzņemuma darbībā, kas apdraud un neveicina uzņēmuma attīstību (to ietekmē augstās produktu un pakalpojumu pašizmaksas, augstie nodokļi, liels konkurences tirgus, reputācija sabiedrībā u.c.)

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; pašizmaksas; cenas; uzņēmums.

Diāna Rubene[1], Annija Stakaus[2]. INVENTARIZĀCIJAS VEIKŠANA UN TĀS REZULTĀTU NOVĒRTĒŠANA PAKALPOJUMU NOZARES UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un „ Grāmatvedība un nodokļi", diaana.rubene@gmail.com

[2]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un „ Grāmatvedība un nodokļi", annija1mk@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Daudzi darbinieki, kas stājušies darba attiecībās, ir saskārušies ar terminu "inventarizācija". Bet ne katrs darbinieks apzinās, cik sarežģīts ir inventarizācijas process un nozīmīgi ir šie iegūtie rezultāti. Tikai retais apzinās, ka inventarizācija ir ne tikai saimnieciskajā darbībā lietojamās

mantas, bet arī debitoru parādu un kreditoru saistību salīdzināšana ar grāmatvedības uzskaites datiem u.c.

Pētījuma mērķis: Apzināt inventarizācijas procesus, noskaidrot, kas par to ir atbildīgs un kādas darbības būtu jāveic, lai inventarizācijas rezultāti būtu patiesi un precīzi.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota literatūras analīze, kā arī tika veiktas intervijas ar visiem inventarizācijas procesos iesaistītajiem darbiniekiem uzņēmumā X. Rezultātu iegūšanai tika izmantota analīze un sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika noskaidrots, kāda veida inventarizācijas tiek veiktas uzņēmumā X, vai visas iesaistītās personas ir informētas par visām darbībām, kas būtu jāveic, lai patiesi atspoguļotu inventarizācijas rezultātus. Tika arī uzzināts, vai, apkopojot inventarizācijas rezultātus, tiek konstatētas novirzes un kas ir šo noviržu iemesls. Rezultāti ir noderīgi arī citiem uzņēmumiem.

Atslēgas vārdi: inventarizācija; pakalpojumu nozare; grāmatvedība, krājumu uzskaite.

KULTŪRA,RADOŠĀS UN IZKLAIDES INDUSTRIJAS

Ineta Meilusa. JAUNA KULTŪRAS TŪRISMA PRODUKTA "VĪNA UN GARDĒŽU TŪRE ITĀLIJĀ" IZVEIDE

Alberta koledža, studiju programma "Kultūras tūrisma organizēšana", inetalat@hotmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.hist., viesdocētājs Imants Ļaviņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Itālijas valsts ir desmit apmeklētāko valstu skaitā, kurp labprāt dodas Latvijas iedzīvotāji. Pēc tūrisma aģentūras „Kolumbs" klientu aptaujas rezultātiem, 20,7% respondentu izteica vēlmi doties uz kādu siltu galamērķi Vidusjūras reģionā, kurš būtu bagāts ar kultūras tradīcijām. Galamērķa galvenie elementi būtu šādi: Atbilstoša cena piedāvātajiem pakalpojumiem visos maršruta posmos, patīkams klimats, unikālu ēdienu un dzērienu baudīšana, kultūras objektiem bagāts galamērķis.

Pētījuma mērķis: Radīt jaunu kultūras tūrisma produktu, kurš būtu piemērots Latvijas izejošā tūrisma tirgum, kā arī būtu aktuāls Latvijas iedzīvotājiem.

Pētījuma metodes: Pētījumam tika izmantotas informācija iegūšana no literatūras avotiem, nozīmīgāko faktu konstatēšana. Personīgā pieredze apmeklējot visus maršruta posmus, kā arī personīgais viedoklis izbaudot ēdienu un dzērienu dažādību Itālijā. Kvantitatīvā metode – anketēšana, ar kuras palīdzību tika noskaidrotas klientu vēlmes un pieprasījums pēc jauna kultūras tūrisma produkta.

Sasniegtie rezultāti: Izveidots jauns kultūras tūrisma maršruts. Tūrisma aģentūras "Kolumbs" valde ir izteikusi vēlmi piedāvāt klientiem jauno kultūras tūrisma produktu nākošajā sezonā.

Atslēgas vārdi: Itālija; kultūras tūrisms; tradicionālie ēdieni un dzērieni; apskates objekti

Deivija Zepa. ĀRĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS ANALĪZE LATGALES VĒSTNIECĪBĀ „GORS"

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Kultūras vadība", deivijazepa@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.psych., docente Jekaterina Bierne

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Lai arī sabiedrisko attiecību nozīme organizācijā ir ļoti būtiska un svarīga, tomēr mūsdienās vēl joprojām tā mēdz palikt nenovērtēta. Sabiedriskās attiecības padara informāciju pieejamu ar sabiedrības informēšanas sistēmas palīdzību, šīs nozares speciālisti paaugstina sabiedrības kompetenci un izpratni par konkrētām tēmām un jautājumiem. Sabiedrisko attiecību speciālists virza ne tikai kādas organizācijas, projekta vai pasākuma ārējās komunikācijas stratēģiju vai koordinē saziņu ar masu medijiem, bet arī atbild par tēla un reputācijas izveidi, radošām idejām un operatīviem risinājumiem. Veidojot savu pētījumu, arī darba autore vēlas vērst uzmanību uz to, cik svarīga nozīme organizācijā ir ārējai komunikācijai, tās organizēšanai, kā arī to, cik svarīgu lomu ārējā komunikācijā ieņem sociālie tīkli un mediji. Ar vēlmi izanalizēt organizācijas ārējās komunikācijas procesus un tās ārējo vidi tika veikts darba autores pētījums.

Pētījuma mērķis: izpētīt ārējās komunikācijas procesus Latgales vēstniecībā „GORS".

Pētījuma metodes: literatūras analīze, sociālo mediju monitorings, aptauja, intervija.

Sasniegtie rezultāti: Teorētiski izpētīta ārējā komunikācija un tās organizēšana, veikts pētījums par ārējās komunikācijas praksi Latgales vēstniecībā „GORS", kā arī izdarīti secinājumi un izteikti priekšlikumi, kā organizācijai būtu nepieciešams uzlabot un nodrošināt efektīvas ārējās informācijas aprites sistēmu.

Atslēgas vārdi: Latgales vēstniecība „GORS"; ārējā komunikācija; analīze.

Mahmoud El Hidaoui. DEVELOPMENT POSSIBILITIES OF TOURISM INDUSTRY IN BÉNI MELLAL-KHÉNIFRA REGION OF MOROCCO

The University of Economics and Culture, Master of Business Adminstration, elhidaoui.mahmoud@gmail.com

Scientific advisor: Dr.oec. Kaspars Šteinbergs

Abstract

This article includes assessment of the actual situation of the tourism industry in the region of Béni Mellal-Khénifra of Morocco. The region of Béni Mellal-Khénifra enjoys a privileged strategic position in the heart of Morocco close to the main urban and tourist hubs of the country although the region is without tourism promotion strategy and according to Abdelfattah Baouden, provincial delegate for tourism in Béni Mellal, "tourists come to explore the natural and picturesque sites of the Atlas mountains through word of mouth".

Research relevance: Morocco is known as astonishing destination for tourist from around the world with all diversified landscapes and very deep history which enabling the tourism sector to know a very rapidly growth and it is considered as corner stone of the Moroccan economy. Therefore I'd like to contribute with my research as MBA student to enhance and promote tourism in my region.

Research goal: The aim of the research is to identify the development possibilities of tourism industry in Béni Mellal-Khénifra region and to work out a promotion strategy for tourism development in the region.

Research methods: Document analysis, statistical data analysis, social media content analysis, survey and interviews.

Main findings: The low number of tourist as comparison to other Moroccan region however through my reading some blogs and my observation of tourist in real site of research show that the tourists enjoy the ecological and spiritual atmosphere of the region.

Keywords: Tourism Industry; Promotion; Strategy; Social Media; development

Elgars Škutāns. KALNCIEMA KVARTĀLA DARBĪBAS ANALĪZE

Ekonomikas un Kultūras augstskola, studiju programma „Kultūras vadība", elgars.skutans@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec. Kaspars Šteinbergs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pēc autora domām, radošo kvartālu attīstība, rada iespējas pilsētas vidē esošām neaktīvām un neapsaimniekotām teritorijām pārtapt par skaistām radošās izpausmes un atpūtas vietām. Arī Kalnciema kvartāls, jau kopš 2008. gada ir viens no populārākajiem kultūras centriem Rīgā. Tajā iknedēļu notiek dažāda veida pasākumi gada garumā, kā brīvdabas koncerti, izstādes, kino vakari, brīvdienu tirgus un daudz citu pasākumi, kuri spēj pulcēt dažāda vecuma cilvēkus.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir analizēt Kalnciema kvartāla darbību no apmeklētāju skatu punkta.

Pētījuma metodes: Autora izmantotās pētījuma metodes mērķa sasniegšanai: (1) literatūras analīze par radošajiem kvartāliem Latvijā un pasaulē; (2) intervijas analīze; (3) anketēšana.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no divām nodaļām. Pirmajā nodaļā tiek izpētīta literatūra par radošajiem kvartāliem Latvijā un pasaulē. Otrajā nodaļā tiek veikts Kalnciema kvartāla darbības raksturojums, veikta strukturēta intervija ar Kalnciema kvartāla vadību un radošo industriju ekspertu Latvijā. Kā arī tiek apkopotas anketēšanas rezultātā iegūtie rezultāti. Darba noslēgumā tiek apkopoti secinājumi, kā arī izstrādāti priekšlikumi Kalnciema kvartāla darbības uzlabošanai.

Atslēgas vārdi: radošo kvartālu attīstība; Kalnciema kvartāls, Rīga, Latvija.

Jānis Osis. IZSTĀDES PROJEKTA IZSTRĀDE MUZEJĀ

Alberta koledža, studiju programma „Izklaides industrijas vadība un producēšana", info@alberta-koledza.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.art., lektore Elizabete Palasiosa

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Šī pētījuma projekta nosaukums ir "Izstādes projekta izstrāde muzejā". Izstāde būs veltīta 10 izciliem latviešu kino aktieriem un aktrisēm, kuri vairs nav starp mums, bet kuru devums kino nozarei ir nenovērtējams un paliekošs. Izstādes tēma ir izvēlēta tieši šāda, lai apmeklētājiem būtu iespēja iepazīties ar spilgtākajiem latviešu aktieriem un novērtēt viņu izcilo devumu kino nozarē.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir izstādes projekta izstrāde. Šī projekta mērķis ir iepazīstināt un izglītot dažādu gadu gājuma cilvēkus par to, kuras ir nozīmīgākās personas Latvijas kino vēsturē, kas ir palīdzējušas attīstīt kino nozari Latvijā. Lai sasniegtu šo mērķi, tika izvirzīti sekojoši uzdevumi:

1. iepazīties ar Latvijas kino nozares attīstības vēsturi – nozīmīgākajiem kino darbiem un vecās paaudzes kino aktieru biogrāfijām;

2. iepazīties ar teorētisko literatūru par izstāžu menedžmentu;

3. izstrādāt izstādes projekta koncepcijas un realizācijas plānu;

4. izstrādāt izstādes projekta mārketinga un komunikācijas plānu;

Pētījuma metodes: Pētījuma izstrādē izmantotās pētniecības metodes: literatūras apskats un monogrāfiskā jeb aprakstošā metode; sekundāro datu analīze; SVID analīze un salīdzinošā metode.

Sasniegtie rezultāti: Izstāžu projekta vadlīniju un posmu teorijas apgūšana. Izpētīti, darba autoraprāt, Eiropas lielākie kino muzeji un iegūti rezultāti par to darbības principiem. Izstrādāts izstādes projekts. Sasniegts projekta mērķis - sabiedrības informēšana un izglītošana par Latvijas valsts kino leģendām. Ar izstādes palīdzību un mūsdienīgiem tehniskajiem risinājumiem cilvēki ir iepazinušies gan ar aktieru biogrāfijām, gan arī ar viņu nozīmīgākajām lomām un tēliem.

Atslēgas vārdi: muzejs; izstādes izstrāde; kino; apmeklētāji.

Raivita Lauciņa-Veinere. RADOŠO INDUSTRIJU NOZĪME ZEMGALES REĢIONA ATTĪSTĪBĀ

Ekonomikas un Kultūras augstskola, studiju programma „Kultūras vadība", raivitalv@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., viesdocētājs Kaspars Šteinbergs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Līdz šim ikviens Latvijā veiktais attīstības plāns gan nacionālā, gan reģionālā līmenī, sniedz informāciju, ka radošo industriju veikto pētījumu kvantitatīvie un kvalitatīvie rādītāji nav optimālā līmenī. (BICEPS, 2007, 2013) Arī radošo uzņēmumu datu pārskats nav pilnīgs un visu šo aspektu apvienojums ir šķērslis ceļā uz konkurētspējīgu radošo industriju veidošanos un attīstību. Zemgales novadā radošo industriju esošās situācijas apzināšanās ir īpaši nozīmīga, pamatojoties uz Zemgales plānošanas reģiona ilgtspējīgas attīstības stratēģiju 2015. – 2030. gadam, kurā radošās industrijas līdz ar tūrismu, amatniecību un mājražošanu atzītas par nozarēm ar augstu attīstības potenciālu.

Pētījuma mērķis: apzināt radošo industriju nozīmi Zemgales reģiona attīstībā.

Pētījuma metodes: teorētiskās literatūras analīze, dokumentu analīze, sekundāro datu analīze, anketēšana.

Sasniegtie rezultāti: Par pamatbāzes materiālu ņemot speciālās literatūras, sekundāro datu analīzi, par radošajām industrijām veiktos pētījumus, kā arī reģiona attīstības stratēģijas dokumentus ir apzināta un analizēta pašreizējā situācija Latvijā un Zemgalē. Mērķa īstenošanā svarīgu lomu ieņem anketēšanas metodes izmantošana, kuras apkopojumā ir iegūta informācija par Zemgales iedzīvotāju personīgo viedokli un informētību par radošo industriju nozari kopumā, provizorisko skatījumu nākotnē, attīstītākajām nozarēm konkrētajā novadā vai pilsētā. Darba nobeigumā ir apkopoti secinājumi, kā arī izstrādāti priekšlikumi par radošo industriju konkurētspēju ekonomiskājā sektorā, anketēšanas pētījumu veikšanu Latvijas reģionos, jaunu radošo industriju uzņēmumu rašanos, kā arī Zemgales Plānošanas reģiona pārvaldes veiksmīgu nosacījumu un likumdošanas vides izveidošanu šo uzņēmumu attīstības veicināšanai.

Atslēgas vārdi: radošās industrijas; Zemgales reģiona attīstība.

Sabīne Barbale. KLIENTU APMIERINĀTĪBAS LĪMEŅA ANALĪZE KULTŪRAS NOZARES UZŅĒMUMĀ

Ekonomikas un Kultūras augstskola, studiju programma „Kultūras vadība", sabine.barbale@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., lektors Edgars Čerkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte ir mūsdienu patērētāju sabiedrības milzīgais preču un pakalpojumu piedāvājums un ciešā konkurence, kuras vidū atrodas klients kā būtiskākais katra uzņēmuma mērķis, kuru uzņēmums vēlas sasniegt, uzrunāt un iegūt sev. Uzņēmumi ar vien vairāk piedomā pie kvalitātes un izpildījuma, kas ne tikai sasniedz klientu ekspektācijas, bet pat pārsniedz tās, nodrošinot lojalitāti un uzticamību klienta acīs. Ja uzņēmums nav spējīgs nodrošināt klientu apmierinātību, tas var negatīvi ietekmēt uzņēmuma peļņu, tā tēlu un kopējo darbību, kas īpaši novērojams nozarēs, kurās valda liela konkurence. Viena no šādām nozarēm ir kultūras, konkrētāk, pasākumu organizēšanas nozare, kurā katrs apmierināts uzņēmuma klients ir galvenā atslēga uz pozitīvām atsauksmēm un jauniem klientiem nākotnē.

Pētījuma mērķis ir analizēt uzņēmuma klientu apmierinātības līmeņa teorētiskās nostādnes un izstrādāt klientu apmierinātības vadlīnijas kultūras nozares uzņēmumā.

Darba uzdevumu izpildīšanai tiek izmantotas šādas **pētījuma metodes –** literatūras analīze, anketēšana un intervija.

Sasniegtie rezultāti - Darba struktūra veidota atbilstoši veicamajiem studiju darba uzdevumiem un izvirzītajam mērķim, secīgi izpētot un analizējot darba tematu, kā arī formulējot secinājumus un izvirzot priekšlikumus. Pētījuma pirmajā jeb teorētiskajā daļā tika veikta literatūras analīze, kā gaitā tiek padziļināti izprasts klientu apmierinātības jēdziens un pamatprincipi, kas sniedz zināšanas, uz kurām iespējams balstīties turpmākajā darbā. Tikusi veikta klientu apmierinātības līmeņa ietekmējošo faktoru analīze. Darba otrajā daļā tika veikta pētījuma analīze, kurā veikts pasākumu organizēšanas aģentūras SIA „Marvelous Communication" vispārējs raksturojums un pētīti uzņēmuma klientu apmierinātības rādītāji balstoties uz aptaujas anketā iegūtajiem rezultātiem. Empīriskajā sadaļā izstrādāta intervija ar vienu no uzņēmuma pastāvīgajiem klientiem, kas palīdz labāk izprast klientu apmierinātības līmeni uzņēmumā attiecībā pret sniegtajiem pakalpojumiem. Darba nobeigumā apkopoti secinājumi un izstrādāti priekšlikumi ar mērķi uzlabot kopējo klientu apmierinātības līmeni kultūras nozares uzņēmumā „Marvelous Communication".

Atslēgas vārdi: klients; apmierinātība.

Ina Treiliņa. KALENDĀRU DIZAINA ATTĪSTĪBA NO VĒSTURES LĪDZ MŪSDIENĀM

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, profesionālā maģistra studiju programma"Dizains", mille12@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.paed., Mg.art., Mg.sc.ing., asoc. prof., Aina Strode

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Cilvēces attīstības vēsturē ir veidojušās dažādas laika skaitīšanas sistēmas, kuras bijušas pamatā mūsdienu laika iedalījumam. Saules, Zemes, Mēness un zvaigžņu kustība bija pamatā laika

mērvienību radīšanai. Vārds „kalendārs" cēlies no latīņu „calendarium", kas nozīmē parādu grāmata. Laika gaitā ir mainījusies kalendāros ievietotā informācija. Mūsdienās kalendāri ir kļuvuši par populāru un daudzveidīgu poligrāfijas produktu. Kalendāram ir ne tikai reklāmas funkcija, tas palīdz plānot laiku, neaizmirst par svarīgākajiem notikumiem un iepazīt izzinošu informāciju.

Pētījuma mērķis: izpētot kalendāru attīstības vēsturi un analizējot mūsdienu kalendāru lietotāju vajadzības, izstrādāt ilgtspējīga mākslas kalendāra dizaina konceptu.

Pētījuma metodes: teorētiskās - literatūras un internetresursu izpēte, analogu analīze. Empīriskās - lietotāju anketēšana.

Sasniegtie rezultāti: apkopota kalendāru attīstības vēsture, apzinātas kalendāru lietotāju vajadzības, izstrādāts ilgtspējīga mākslas kalendāra dizaina koncepts.

Atslēgas vārdi: grafiskais dizains; grafika; kalendārs; anketēšana.

Gunta Salmane. LĀZERTEHNOLOĢIJAS ATSTAROJOŠO ELEMENTU IZMANTOŠANĀ VIRSAPĢĒRBU UN TO AKSESUĀRU DIZAINA RISINĀJUMOS

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, profesionālā maģistra studiju programma „Dizains",
gunta.salmane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.art., Mg.sc.ing., Mg.paed., lektore Silvija Mežinska

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Ceļu satiksmes noteikumi kājāmgājējiem un riteņbraucējiem nosaka diennakts tumšajā laikā obligāti lietot atstarotāju gan ārpus apdzīvotām vietām, gan apdzīvotās vietās neapgaismotos ceļa vai ielu posmos. Cietušo un bojāgājušo kājāmgājēju statistikas dati ir salīdzinoši augsti tieši gada tumšākajos mēnešos. Neskatoties uz sociālajām kampaņām, atstarotāju un atstarojošo elementu piedāvājumu, joprojām lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju atstarotājus nelieto. Iedzīvotājiem trūkst izpratnes par atstarotāja nozīmīgumu, kas var būt izšķirošs veselības un dzīvības jautājumā. Efektīvs risinājums ir iestrādātie atstarojošie elementi virsapģērbā un aksesuāros – somās, maisiņos, cepurēs, šallēs, cimdos, apavos. Šādi risinājumi ir vērojami funkcionālajā apģērbā (mediķu, glābēju, policistu u.c.formas), bērnu, sportiskā un jauniešu stila apģērbos. Atstarojošie materiāli visbiežāk ir sudrabkrāsas, neona zaļas un oranžas krāsas toņos, kurus sarežģīti saskaņot un iekļaut klasiskā stila vai stila ar klasiskām iezīmēm virsapģērbos un aksesuāros. Latvijas tirgū trūkst klasiskā stila virsapģērbu ar iestrādātiem atstarojošiem elementiem.

Pētījuma mērķis: pamatot atstarotāja lietošanas nepieciešamību diennakts tumšajā laikā un piedāvāt efektīvus dizaina risinājumus virsapģērbos un aksesuāros ar klasiskā stila iezīmēm, izmantojot lāzertehnoloģijas.

Pētījuma metodes: teorētiskās - literatūras avotu un statistikas datu analīze, analogu izpēte; empīriskās - anketēšana, ekspertu intervija.

Sasniegtie rezultāti: izpētīta literatūra par atstarotāju būtību, nepieciešamību un noteikumiem un iepriekš veiktajiem pētījumiem par atstarotāju nēsāšanas paradumiem Latvijā. Analizēts atstarojošo virsapģērbu un aksesuāru piedāvājums. Ar ekspertu intervijas palīdzību noskaidroti gājēju drošību uzlabojošie faktori. Veikta anketu analīze, noskaidrojot atstarotāju nēsāšanas paradumus vai nelietošanas iemeslus. Pamatota lāzertehnoloģiju izmantošanas izvēle dizaina izstrādē.

Atslēgas vārdi: atstarotājs; virsapģērbs, aksesuāri, lāzertehnoloģijas, aptauja.

Daina Dzerkale. TRANSPORTA UZŅĒMUMA «MULTILOG» KORPORATĪVĀS IDENTITĀTES DIZAINA REBRENDINGS

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, profesionālā maģistra studiju programma „Dizains“,
daina.dzerkale@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.paed., Mg.art., Mg.sc.ing., asoc. prof., Aina Strode

Anotācija

Ikvienai organizācijai piemīt sava identitāte, kas ļauj izcelties konkurentu vidū, atspoguļo organizācijas iekšējo būtību. Lai veiksmīgi konkurētu ar citiem transporta uzņēmumiem Latvijā un ārpus tās robežām, uzņēmuma korporatīvajai identitātei ir jābūt skaidrai un vienotai, ejot līdzi mūsdienu tendencēm. Korporatīvā identitāte atklāj un atmiņā saglabā pirmo iespaidu par uzņēmumu, kā arī sniedz vēstījumu par to. Šobrīd uzņēmuma «Multilog» logo ir daudzkrāsains, kas sarežģī tā realizācijas procesus pologrāfijas nozarē, tas ir, uzņēmumam ir jāiegulda vairāk finansiālo līdzekļu. Dažās ar tipografiju saistītās tehnikās to nevar realizēt. Kā risinājums, tiek piedāvāts, atteikties no krāsu pārejām, izmantojot tikai divu toņu kombināciju. Šādi risinājumi pēdējā laikā ir ļoti aktuāli starptautiski atpazīstamās organizācijās, atsakoties no pārlieku lielas krāsu un efektu izmantošanas grafikā, nonākot līdz vienkāršām ģeometriskām formām un standarta burtu fontiem, pārsvarā izmantojot melnu, zilu vai sarkanu krāsu toņus.

Pētījuma aktualitāte: uzņēmuma «Multilog» rebrendinga nepieciešamību nosaka gan ekonomiskie, gan estētiskie nosacījumi, atbilstoši logo grafiskā dizaina aktualitātēm un poligrāfijas industrijas iespējām.

Pētījuma mērķis: analizēt zīmolvedības nozīmi transporta uzņēmumā, izvērtēt transporta uzņēmumu vizuālās nozīmes identitāti, izstrādāt korporatīvās identitātes dizaina rebrendingu transporta uzņēmumam «Multilog».

Pētījuma metodes: literatūras un internetresursu izpēte, analogu analīze; intervijas ar uzņēmuma administrācijas pārstāvjiem, nodaļu vadītāju anketēšana.

Sasniegtie rezultāti: izpētīta literatūra par korporatīvo identitāti un rebrendingu, veikti pētījumi par logo izstrādes mūsdienu tendencēm Latvijā un ārpus tās robežām. Analizēti korporatīvās identitātes rebrendingu analogi. Intervijas laikā tika uzklausītas administrācijas darbinieku domas par esošo situāciju un vēlmes to uzlabot. Apstiprināta krāsu gammas izmantošana logotipa pārveidē.Uzņēmuna «Multilog» logo pārveide veikta saglabājot esošās iezīmes, lai nezustu atpazīstamība; izstrādāts jauns sauklis jeb *slogans*, kas raksturo uzņēmumu, kā arī iztrādāti reklāmprodukti.

Atslēgas vārdi: korporatīvā identitāte; korporatīvais dizains; grafiskais dizains; transporta organizācija; logotips; intervija.

VALODNIECĪBA UN TULKOŠANA

Neila Nasiri. NEVERBĀLĀS KOMUNIKĀCIJAS LOMA EVAŅĢĒLISKU RUNU TULKOŠANĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Tulkošana", neilanasiri@yahoo.co.uk

Zinātniskais vadītājs: Mg.izgl.vad., docente Zane Veidenberga

Anotācija

Ņemot vērā vispārpieņemto uzskatu tulkojumzinātnē, ka tulka profesijā viena no kvalifikācijas pazīmēm ir tulka neitralitāte, neverbālā komunikācija secīgajā un sinhronajā tulkošanā ir salīdzinoši maz pētīts jautājums. Pētījumā novērota un analizēta neverbālās komunikācijas loma evaņģēlisku runu tulkošanā, salīdzinot atšķirības ar konferenču tulkošanu.

Pētījuma aktualitāte: Neverbālās komunikācijas izmantošana reliģisku runu tulkošanā ir izteiktāka un būtiski atšķiras no citām tradicionālām tulkošanas vidēm. Šis aspekts ir aktuāls iesācējiem tulkiem un baznīcu tulkiem, jo tulkojumzinātnē teorētiķi uzsver citas tulku profesionalitātes iezīmes un īpašības, maz pievēršoties neverbālās komunikācijas prasmju un zināšanu apguvei un izmantošanai.

Pētījuma mērķis: Noteikt tulka izmantotās neverbālās komunikācijas veidus evaņģēlisku runu tulkošanā. Pētījumā tika meklētas atbildes uz jautājumiem, kā neverbālā komunikācija var palīdzēt tulkam atveidot avotteksta vēstījumu mērķvalodā un kādi neverbālās komunikācijas veidi tiek izmantoti visbiežāk.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika veikta audiovizuālā materiāla – Nātana Morisa evaņģēliskās runas un tās tulkojuma videoieraksta (tulks Agris Ozolinkēvičs) kvalitatīvā analīze. Neverbālās komunikācijas veidu fiksēšanai tika izmantota novērošanas metode, runa un tulkojums tika atšifrēts rakstiski, lai analizētu ieraksta fragmentus, izmantojot dažādas pētītās literatūras teorijas par neverbālo komunikāciju tulkošanā un baznīcu tulku profesijas specifiku.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika izmantota vienas runas un tās tulkojuma videoieraksta analīze, līdz ar to pētījuma rezultātus nevar vispārināt un attiecināt uz visām tulkošanas situācijām reliģiskā vidē. Pētījuma analīzes dati liecina par ievērojamo un nozīmīgo neverbālās komunikācijas lomu, evaņģēlisku runu tulkošanā. Neverbālās komunikācijas izpratne un aktīva lietošana var sniegt praktisku palīdzību tulkiem iesācējiem un tikt izmantota daudz plašākā mērogā, ne tikai reliģiskā, bet arī citās tulkošana vidēs.

Atslēgas vārdi: secīgā tulkošana; baznīcu tulki; neverbālā komunikācija.

Velga Polinska. THE COMPETITION "THE BEST YOUNG TRANSLATOR" FROM THE STUDENT'S POINT OF VIEW

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Tulkošana", velga.polinska@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr. paed., asoc. prof. Larisa Turuševa

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: uzņēmuma "Skrivanek" rīkotais konkurss "Labākais jaunais tulkotājs" notiek jau 10 gadus, un uzvara šajā konkursā var kļūt par atspēriena punktu patstāvīgas tulkotāja darbības

uzsākšanai, tāpēc uzskatīju par vērtīgu skaidrot vērtēšanas kritērijus, kā arī citus aspektus, kas ir nozīmīgi gatavošanās procesā.

Pētījuma mērķis: izvirzīt svarīgākos aspektus, kas ņemami vērā, gatavojoties konkursam "Labākais jaunais tulkotājs".

Pētījuma metodes: lai sasniegtu mērķi, ir veikta konkursa nolikuma un konkursā tulkojamo tekstu analīze, kā arī veikta intervija ar konkursa žūrijas locekli Leldi Calmani.

Sasniegtie rezultāti: pētījuma rezultātā izdalīti svarīgākie aspekti, kas ir jāņem vērā, gatavojoties konkursam "Labākais jaunais tulkotājs".

Atslēgas vārdi: Labākais jaunais tulkotājs; tulkošana; Skrivanek.

Līga Izkalne. IESĀCĒJU TULKU IZMANTOTĀS SINHRONĀS TULKOŠANAS STRATĒĢIJAS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Tulkošana", ligaizkalnee@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.izgl.vad., docente Zane, Veidenberga

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās, kad dzīvojam multikulturālā pasaulē, lielas, starptautiskas konferences nav iedomājamas bez sinhrono tulku palīdzības. Sinhronās tulkošanas temps ir ļoti liels, tāpēc tās laikā tulki (īpaši tulki iesācēji) saskaras ar dažādiem izaicinājumiem. Pētījuma autore piekrīt uzskatam, ka tulki iesācēji sinhrono tulkošanu veic citādāk nekā jau pieredzējuši profesionālie tulki, jo viņi vēl tikai apgūst nepieciešamās prasmes.

Pētījuma mērķis: Noteikt tulku iesācēju izmantotās sinhronās tulkošanas stratēģijas.

Pētījuma metodes: Literatūras apskatā autore ir apkopojusi teorētiskās literatūras deskriptīvo analīzi. Tajā tiek analizēta sinhronās tulkošanas specifika, apkopotas un analizētas sinhronās tulkošanas stratēģijas un tulkojumzinātnieku viedokļi par tulkiem iesācējiem un viņu izmantotajām stratēģijām sinhronajā tulkošanā. Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika veikts tulkošanas eksperiments, izvēloties audio materiālu, kas būtu piemērots sinhronajai tulkošanai 4. kursa studentiem. Studenti to tulkoja un vienlaikus ierakstīja tulkojumu audio formātā, lai autore to varētu atšifrēt analīzes vajadzībām. Lai iegūtu vairāk materiālu pētījumam, tika izveidoti 5 jautājumi intervijai, ar kuras palīdzību uzzināt, kā eksperimenta dalībnieki vērtē savu sniegumu, sinhroni tulkojot izvēlēto materiālu.

Sasniegtie rezultāti: Analizējot eksperimentā un anketēšanā iegūtos datus, autore secināja, ka tulkojot runu „On Being Ignored", tulki iesācēji visbiežāk izmanto šādas sinhronās tulkošanas stratēģijas: kompresija, pārformulēšana, segmentācija, tādējādi panākot avotteksta domas pārnesi mērķvalodā. Autore uzskata, ka šāda veida pētījums un pieeja sinhronās tulkošanas analizēšanai var tikt izmantota, lai palīdzētu tulkiem iesācējiem trenēties sinhronajā tulkošanā. Tas palīdzētu tulkiem iesācējiem pamanīt pieļautās kļūdas un strādāt, lai tās novērstu.

Atslēgas vārdi: sinhronā tulkošana; tulks iesācējs; sinhronās tulkošanas stratēģijas.

Mārtiņš Pavlovskis. COLLOCATIONS FORMED FROM THE MOST FREQUENTLY USED NOUNS AND VERBS IN JRC ACQUIS BILINGUAL CORPUS

The University College of Economics and Culture, study programme "Translation and Interpreting", pavlovskis.m@gmail.com

Scientific advisor: PhD, assoc. prof. Gatis Dilāns

Abstract

Research relevance: English has become lingua franca of the European Union. Therefore, a corpus-based method of aiding the translation of collocations, which frequently occur, has to be provided.

Research goal: The **aim** of the study is to examine the frequency and concordance of collocations formed from the most frequently used nouns and verbs in the JRC Acquis bilingual corpus (EN-LV). JRC Acquis bilingual corpus is a collection of EU legal texts and it was downloaded from a publicly available platform OPUS. For the additional data analysis related to collocations, the author used the 10 most frequent nouns and verbs in English and Latvian from the corpus identified in his previous research.

Research methods: In this corpus-based study, both quantitative and qualitative research methods, plus contrastive analysis are used. Collocations formed from the 10 most frequently used nouns and verbs were identified, and concordance analyses were performed with WordSmith lexical analysis tool.

Main findings: The most frequently used noun and verb based collocations in English and Latvian in JRC Acquis bilingual corpus, respectively, were as follows: EN (formed from nouns) MEMBER STATES, (formed from verbs) REFERRED TO, and LV (formed from nouns) PANTA PIEMĒROŠANAI, (formed from verbs) DIREKTĪVA ATTIECAS. The concordance analysis of the the above mentioned and other selected collocations shows that some collocations, especially collocations made from verbs, form interesting and complex word forms that have to be translated in a specific manner, which may not be entirely connected to the word form of the target language (Latvian).

Keywords: corpus linguistics; translation studies; corpus-based translation studies; collocations; JRC Acquis.

Kristīne Timofejeva. FANTASY LITERATURE: TRANSLATION

The University of Economics and Culture, study programme „Translation and Interpreting", kristine.timofejeva@inbox.lv

Scientific advisor: Dr. paed., assoc., prof. L. Turuševa

Abstract

Research relevance: Fantasy as a genre in literature has existed for as long as human beings tell stories. The topics and form of fantasy literature have developed from mythology and poems into a recognizable literary genre with specific characteristics. However, in Latvia the genre has gained positive recognition only during recent years with the arrival of qualitative translations. Thus, it is important to determine genre features and the way translators deal with them in order to establish what constitutes to quality fantasy translation.

Research goal: The goal of the present research is to determine translation approaches used for translation fantasy literature specific features.

Research methods: The validity of the present research is ensured by methodological triangulation using the framework of descriptive analysis and case study of existing translations focusing on fantasy features.

Main findings: The analysis of available academic literature helped to define and describe the scope of fantasy literature and specific features of the genre. The next step – evaluation of existing translations in the context of specific fantasy features, allowed to determine the translation approaches to the fantasy features and make relevant conclusions. It should be noted that the research ignored other factors of fantasy literature translation, such as opinion of experts and their practical experience thus the research might be continued in such direction.

Keywords: fantasy literature features; translation approach.

Linda Eihentāle. SINHRONĀS TULKOŠANAS STRATĒĢIJAS JAUNO TULKU PRAKSĒ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Tulkošana", linda.eihentale@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.izgl.vad., docente Zane Veidenberga

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pētījuma tēma ir aktuāla, jo sinhronās tulkošanas stratēģijas var uzlabot un atvieglot tulku, un it sevišķi jauno tulku darbu un iztulkotā materiāla kvalitāti. Tulkošanas teorētiķi uzskata, ka sinhronā tulkošana ir sarežģīta un stratēģiju pielietošana tulkošanas darbā var atvieglot tulku darbu, tādēļ sinhronās tulkošanas stratēģiju zināšana un prasme tās pielietot ir svarīga iemaņa jauno tulku vidū.

Pētījuma mērķis: ir noteikt visbiežāk izmantotās sinhronās tulkošanas stratēģijas tulkošanas teorētiķu skatījumā un analizēt to pielietojumu jauno tulku veiktās sinhronās tulkošanas laikā.

Pētījuma metodes: Pētījuma laikā tika analizētas un apkopotas teorētiķu visbiežāk minētās sinhronās tulkošanas stratēģijas. Pēc stratēģiju apkopošanas, tika veikts eksperiments, kura laikā jaunie tulki veica sinhrono tulkošanu. Pēc eksperimenta tika veikta kvalitatīvā datu analīze, kuras laikā tika analizētas jauno tulku pielietotās sinhronās tulkošanas stratēģijas. Papildus jauno tulku stratēģiju analīzei, lai gūtu pilnīgāku ieskatu, kādēļ jaunie tulki izmanto konkrētas sinhronās tulkošanas stratēģijas, pēc eksperimenta viņi aizpildīja anketu, atbildot uz jautājumiem, kuras viņuprāt ir visbiežāk izmantotās sinhronās tulkošanas stratēģijas un kā viņi tās pielieto savā praksē.

Sasniegtie rezultāti: Veicot eksperimenta analīzi, tika secināts, ka jaunie tulki izmanto teorētiķu visbiežāk minētās stratēģijas (anticipācija, kompresija, pārformulācija, nobīde laikā) taču, analizējot jauno tulku atbildes uz anketas jautājumiem, tika secināts, ka jaunie tulki sinhronās tulkošanas stratēģijas neizmanto apzināti.

Atslēgas vārdi: sinhronā tulkošana, jaunie tulki, stratēģijas

PERSONĀLA VADĪBA

Iveta Baldiņa. PERSONĀLA PRETOŠANĀS PĀRMAIŅĀM UN TĀS PĀRVARĒŠANAS METODES VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", iveta.videja@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pētījuma "Personāla pretošanās pārmaiņām un tās pārvarēšanas metodes valsts pārvaldes iestādē" temata aktualitāti veido tas, ka valsts pārvaldi sagaida ievērojamas pārmaiņas. To paredz Valsts kancelejas izstrādātais un Ministru kabineta apstiprinātais Valsts pārvaldes reformu plāns 2020 (turpmāk tekstā – Reformu plāns). Taču ikvienā pārmaiņu procesā ir jārēķinās ar zināmu pretestību no iesaistīto personu puses, kas var negatīvi ietekmēt pārmaiņu gaitu.

Pētījuma mērķis: Tāpēc pētījuma mērķis ir izpētīt un analizēt darbinieku iespējamo pretošanos pārmaiņām un ieteikt piemērotākās pretestības pārvarēšanas metodes.

Pētījuma metodes: Teorētiskās bāzes sagatavošanai tika izmantotas tādas vispārzinātniskās pētījumu metodes kā monogrāfiskā metode, analizējot pieejamo literatūru latviešu un angļu valodā, grafiskā metode, analīze un sintēze. Empīrisko datu ieguvei tika izmantotas gan kvalitatīvās (dokumentu analīze, SVID analīze, intervija), gan kvantitatīvās (anketēšana) pētījumu metodes. Empīriskās informācijas apstrādei un analīzei tika izmantotas statistiskās pētījumu metodes (statistiskā novērošana, savstarpējo sakarību analīze), kā arī grafiskā metode un sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā apkopotās teorētiskās nostādnes ļauj izprast, kādi neatkarīgie mainīgie faktori ietekmē darbinieku attieksmi pret pārmaiņām un kādi ir veiksmīgi vadītu pārmaiņu pamatprincipi. Praktiskās izpētes rezultāti apstiprina teorijā gūtās atziņas, ka visi neatkarīgie mainīgie faktori ir savstarpēji saistīti, kas nozīmē, ka nepilnības vienā no tiem ietekmē arī pārējos rezultātus. Tāpēc, izstrādājot priekšlikumus pretestības mazināšanai, ir jāizmanto kompleksa pieeja.

Atslēgas vārdi: pārmaiņas; pārmaiņu vadība; pretošanās pārmaiņām; valsts pārvalde.

Baiba Bitmane. DARBINIEKU NOVĒRTĒŠANAS PASĀKUMU PILNVEIDE PAŠVALDĪBAS POLICIJĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", bbitmane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Viens no iestādē nozīmīgākajiem faktoriem ir tās darbinieki, jo tieši no viņu profesionalitātes, motivācijas un iekšējās degsmes lielā mērā ir atkarīgi iestādes darbības rezultāti, sasniegumi un panākumi, tāpēc svarīgi, lai katrs iestādē strādājošais izprot savu lomu, nozīmi un atbildību tajā. Temats ir aktuāls, jo darbinieku novērtēšana, ir kā atskaites punkts izaugsmei, kas ļauj lemt par atbilstību esošajam amatam un izveidot redzējumu par turpmāko darbību iestādē, kā arī personāla novērtēšanai joprojām netiek pievērsta nepieciešamā uzmanība, turklāt tas ir sarežģītākais un jūtīgākais

personāla vadības process. Iestādē, kurā tika veikts pētījums par personāla novērtēšanas pasākumiem, novērots, ka sakarā ar Valsts policijā veikto algu reformu, vairāki pašvaldības policijas darbinieki pārgāja strādāt uz Valsts policiju. Reaģējot uz šādu tendenci, pašvaldības policijas vadība, lai mazinātu darbinieku aiziešanu, kā vienu no iespējamiem variantiem piedāvāja samazināt darbinieku darba laika periodu, pirms iegūt inspektora amatu, tādejādi samazinot algu starpību, savukārt atbilstoši kārtībnieka un inspektora amata aprakstam, palielina uzdotos darba uzdevumus. Pēc autores domām samazinot darbinieku darba laika periodu pirms inspektora amata iegūšanas, pašvaldības policijas vadībai būtu jāizvērtē esošais novērtēšanas modelis policijā un iespējams veikt tajā izmaiņas, jo iestādē darbinieku novērtēšana ir daudzveidīga. Ikviens darbinieks, kurš strādā pašvaldības policijā ir pakļauts kādam no atestācijas veidiem.

Pētījuma mērķis: Izpētīt pašvaldības policijas personāla novērtēšanas teorētiskās un praktiskās nostādnes, to ietekmi uz darba procesu un sniegt ieteikumus novērtēšanas pasākumu pilnveidei.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā pētniecības metode (teorijas analīze), darbinieku aptauja, strukturētā intervija, grafiskā metode (iegūto datu atspoguļošana grafiski), dokumentu analīzes metode, SVID analīze un sintēze – secinājumu un priekšlikumu sagatavošanai.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti ļauj izprast personāla novērtēšanas procesu iestādē un noteikt esošās problēmas un vēlamos risinājumus personāla novērtēšanas uzlabošanā. Secinājumi ļauj izstrādāt priekšlikumus personāla novērtēšanas pilnveidošanai.

Atslēgas vārdi: pašvaldības policija, personāls, personāla novērtēšana, novērtēšanas pasākumi.

Anta Krūze. PERSONĀLA ATLASES PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", anta.kruze@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Personāla atlases process ir dinamisks process, vienmēr ir jāseko līdzi tendencēm, kā arī ir jāatceras par klasiskajām metodēm. Personāla atlases process mēdz atšķirties pēc darbības nozares, kurā uzņēmums darbojas. Kā, piemēram, ražošanas uzņēmumos, mēdz būt divu veida personāla atlases – regulārā un sezonālā. Būtiski ir izvērtēt labākos personāla piesaistes veidus abām personāla atlasēm, lai sasniegtu vēlamo rezultātu. Ir jāizvērtē visi faktori, gan darbinieku nodarbināšana no apkārtnes reģioniem, gan ārzemnieku nodarbināšana.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla atlases pamatnostādnes, gan regulārās, gan sezonālās personālas atlases procesos, tās praksi ražošanas uzņēmumā, lai noteiktu nepieciešamos pilnveides procesus.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā analīze; kvantitatīvā metode (anketēšana, aptaujāt respondentus un uzzināt viedokli no darba meklētāju puses), kvalitatīvā metode (intervija ar personāla speciālistiem un ekspertiem), SVID analīze (organizācijas vājās un stiprās puses, kā arī iespējas un draudus), grafiskā analīze (aptaujas iegūtu datu rezultātu salīdzināšana), rezultātu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Apkopojot aptaujas rezultātus – darbinieku piesaiste sezonālajam darbam vienmēr būs sarežģītāka, jo lielākoties šo darbu veiks mazkvalificēti darbinieki un, ja kandidātiem interesēs ražošanas nozare, tad visdrīzāk augstāki amati, ne, piemēram, iesaiņotāja vakance. Nodarbināt ārzemniekus atmaksājas tikai tad, ja tie ir vismaz vidēja līmeņa speciālisti, tātad, ārzemnieku nodarbināšana nebūs risinājums personāla atlases procesa uzlabošanai, it īpaši sezonālo darbinieku piesaistei. Respondentu un speciālistu viedoklis lielākoties sakrita, taču bija arī atšķirīgi viedokļi, kā piemēram, par darba sludinājumu publicēšanas vietnēm, respondenti uzskata par efektīvu vietni sociālos

tīklus, tomēr uzņēmuma personāla speciālisti neiegūst vēlamo rezultātu publicējot darba sludinājumus šajā vietnē.

Atslēgas vārdi: sezonālais darbs; ārzemnieku nodarbināšana; personāla atlase.

Ieva Kuļikovska[1], Ilze Kaļiņina[2]. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI UZŅĒMUMĀ "X"

[1]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ieva.kulikovska96@gmail.com

[2]Alberta Koledžas, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ilze.kalinina@rkgimnazija.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Adaptācija ir process, kad subjekts pielāgojas jaunai videi vai procesiem. Tas ir ļoti svarīgs process ikviena cilvēka dzīvē, kad piedzīvojam pirmos adaptācijas procesus dažādās dzīves situācijās. Šie pirmie adaptācijas procesi, cilvēkam sniedz iemaņas, kā turpmāk dzīvē pielāgoties jauniem apstākļiem. Vēlāk, uzsākot darba attiecības, cilvēks atkal saskaras ar brīdi, kad atkal jāpielāgojas jauniem apstākļiem. Ar personāla adaptāciju saskarās jebkurš uzņēmums, gan arī valsts pārvaldes iestādes, līdz ar to tēma par personāla adaptāciju ir aktuāla un nozīmīga.

Pētījuma mērķis: izpētīt adaptācijas teorētiskās nostādnes un tās ietekmi uz darbiniekiem sabiedrībā ar ierobežotu atbildību, nosakot adaptācijas problēmu risinājumus. Pētījums tika veikts sabiedrībā ar ierobežotu atbildību "X".

Pētījuma metodes: pētījumā tika izmantota teorētiskās analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptaujas (anketēšana), intervija ar personāla daļas vadītāju, statistiskās analīzes metode (aptaujas rezultātu apkopojums un analīze), kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Sasniegtie rezultāti: pētījumā tika noskaidrots , kādas adaptācijas problēmas saskata uzņēmuma "X" darbinieki un kādus risinājumus darbinieki saskata, lai uzlabotu adaptācijas procesu, kā arī tika noskaidrots, cik labi vai cik slikti uzņēmuma "X " darbinieku tiešie vadītāji iesaistās adaptācijas procesā. Pētījuma rezultātā tika izvirzīti priekšlikumi uzņēmuma "X" adaptācijas uzlabošanai.

Atslēgas vārdi: adaptācija; sabiedrība ar ierobežotu atbildību; problēmas; risinājumi; personāls

Ina Depša[1], Gunta Čipate[2]. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI ZĪMOLU APĢĒRBU MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta koledža, Iestāžu darba organizācija un vadība, depshaina@gmail.com

[2]Alberta koledža, Iestāžu darba organizācija un vadība, gunta_cipate@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Kopumā adaptācija ir pirmais solis jaunā darbinieka darba efektīvas atdeves un produktīva rezultāta nodrošināšanai. Adaptācija – integrācijas daļa, kas saistīta ar jauno darbinieku mācīšanu un sagatavošanu noteiktu pienākumu pildīšanai. Šajā laikā nav vēlams jaunajam darbiniekam uzdot pārāk atbildīgus uzdevumus. Veiksmīga adaptācija izslēdz kļūdu iespējamību,A riskus, kā arī nodrošina jaunā darbinieka personiskā komforta līmeni. Adaptācija jāizmanto, ne tikai lai darbinieku iesaistītu komandā, bet arī apmācībām.

Pētījuma mērķis: Darba mērķis ir noskaidrot adaptācijas teorētiskās nostādnes un izpētīt mazumtirdzniecības zīmolu apģērbu uzņēmuma adaptācijas procesu kopumā

Pētījuma metodes: Esejas pētnieciskajā daļā darba autors izmantoja vairākas pētīšanas metodes,lai pētījums būtu kvalitatīvāks un saturīgāks.Tika izmantota kvalitatīvā pētīšanas metode,kas sevī ietver divas intervijas ar uzņēmuma reģionālajām vadītājām,iegūstot skatījumu un faktus no reģionālo vadītāju puses.Kā nākamo pētīšanas metodi darba autors izmantoja kvantitatīvo metodi,kas sevī ietver anketēšanu.Ar anketu palīdzību darba autors ieguva informāciju un faktus no 83 respondentiem ,81 no tiem ir sievietes un tikai 2 ir vīrieši.Kā arī 23 respondenti ir veikala vadītāji un 60 respondentu ir veikala pārdevēji.Darba autors saliekot kopā šos datus izveidoja analīzi,uz kā pamata arī izveidoja grafisko analīzi. Tātad,kopumā darba autors izmantoja kvalitatīvo pētīšanas metodi,kvantitatīvo pētīšanas metodi,sintēzi un grafisko analīzi.

Sasniegtie rezultāti: Darba autors secina,ka adaptācijas procesā ir jāparedz visi jaunā darbinieka attīstības aspekti,lai darbība noritētu veiksmīgāk. Zīmolu apģērbu mazumtirdzniecības uzņēmumā Latvijas filiālē strādā 140 darbinieki,kas apzīmē to,ka ir ļoti svarīgi vēl attīstīt adaptācijas procesu,jo darbinieku skaits ar katru gadu pieaugs,atveroties vēl veikaliem.

Atslēgas vārdi: adaptācija; adaptācijas procesi; mazumtirdzniecības zīmolu apģērbu uzņēmums; adaptācijās problēmas; adaptācijas termiņš;

Kristīne Mūrniece[1], Agnese Janušķe[2]. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI ĀTRĀS ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība“, kristinemurniece123@inbox.lv

[2]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība“, ohio1@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Arvien vairāk darba tirgū Latvija iezīmējas darbinieku “migrēšana” - darbinieku lielā mainība. Ne tikai izvēloties savu nākotnes darba vietu aiz Latvijas robežām, bet arī vietējā mērogā un viens no darba stimulējošajiem faktoriem ir adaptācija - iekļaušanās darba vidē, jaunā kolektīvā. Ņemot vērā lielo aizbraukušo darba spēka īpatsvaru, Latvijā darba devējām ir sarežģīti atrast darbiniekus, un vēl grūtāk noturēt to uzņēmumā ilgtermiņā. Adaptācija kā aktuāla nepieciešamība ir vajadzīga darbinieku nākotnes integrēšanās fāzes sekmīgai realizēšanai.

Pētījuma mērķis ir apzināt adaptācijas problēmas ātrās ēdināšanas uzņēmumā un izprast instrumentus, kas ieviesti risinājuma meklēšanai, un to atbilstību darba vidē.

Pētījuma metodes: Izvirzītā mērķa sasniegšanai tika veikts pētījums, izmantojot kvantitatīvo (aptauja), kvalitatīvo (intervija), grafisko un sintēzes pētījumu metodes. Anketējot darbiniekus un intervējot ātrās ēdināšanas uzņēmuma vadītāju ar strukturētu interviju, tika sintezētas un analizētas atbildes, salīdzinot ar

teoriju.

Sasniegtie rezultāti: Dati liecina, ka ātrās ēdināšanas uzņēmumā ieviestais teorētiskais adaptācijas plāns ir neefektīvs. Uzņēmuma vadītāju iesaistīšanās jauno darbinieku adaptācijas plāna īstenošanā ir tikai tik tālu, cik ir personīgā ieinteresētība, vai personības saderības faktors. Konkrētā uzņēmuma vadītāja apzinās problēmas, taču risinājumi jāmeklē globālāk, visa lielā uzņēmuma tīkla ietvaros. Ātrās ēdināšanas uzņēmuma vadītājs savas filiāles ietvaros veic jauno darbinieku atlasi, apmācību un pilda savus tiešos amata pienākumus, koncentrējoties uz īstermiņa ieguldījumiem darbinieku adaptācijā, par ko liecina lielā darbinieku mainība un sasteigtais adaptācijas process. Pieļaujams, ka tās nav vienas šī ātrās ēdināšanas filiālēs nostādnes, bet raksturīgs visā plašajā uzņēmuma tīklā. Uzņēmums, iespējams, nepietiekami izprot laba personāla efektīvākus darba rezultātu un ilgtermiņa ieguvumu. Adaptācijas lielākas problēmas ātrās ēdināšanas uzņēmumā ir nespēja rast plānveida adaptācijas plānu, tā realizēšanu un integrēšanu dinamiskajā darba vidē.

Atslēgas vārdi: personāls; vadība; apmācība; viedoklis; ilgtermiņa risinājumi.

Edgars Žogota, Renāte Balama. PERSONĀLA MOTIVĒŠANAS IESPĒJU NOVĒRTĒŠANA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programmas „ Uzņēmējdarbība" un "Mazo uzņēmumu ekonomika un organizācija",betonich10@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec. (pielīdzināts), Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Organizācijām ir nepieciešami iesaistīti, motivēti un apmierināti darbinieki. Ieguvumi ir gan organizācijām, gan darbiniekiem - klientu un darbinieku apmierinātība, darba snieguma uzlabošanās, produktivitātes pieaugums, peļņas rādītājus paaugstināšanās, kā arī darbinieku mainības samazināšanās jeb tas ietekmē rezultātu, kas tiek saistīts ar veiksmīgu un efektīvu uzņēmējdarbību. Tā ir mūsdienu uzņēmējdarbības un darba tirgus aktualitāte – kā motivēt un noturēt darbiniekus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt tirdzniecības uzņēmuma personāla esošo motivācijas sistēmu, apmierinātību ar darbu un darbu ietekmējošajiem faktoriem, un izstrādāt priekšlikumus uzņēmuma vadībai organizācijas darbības uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantotas šādas pētījuma metodes: 1) teorētiskās analīzes metode - motivācijas teorijas literatūras analīze; 2) aptauja/anketēšana - demogrāfisko datu aptauja, kā arī respondentu vērtējums atvērto un slēgto jautājumu formātā par apmierinātību ar darbu, darba aspektiem, kā arī motivāciju – kādi darba aspekti motivē visvairāk; 3) intervija ar personāla vadītāju; 4) izlases metode – aptaujas rezultātu apkopojums un analīze; 5) grafiskā metode pētījuma rezultātu atspoguļojumam.

Sasniegtie rezultāti: Veiktā pētījuma rezultātā, tika noskaidrots personāla vidējais apmierinātības līmenis ar darbu un darba algu, kā arī noskaidrotas, ar kādiem darbu ietekmējošajiem faktoriem darbinieki ir apmierināti visvairāk/vismazāk. Tika noteikts, kuri no darbu ietekmējošajiem faktoriem un citiem papildus materiālajiem labumiem darbiniekus motivē visvairāk/vismazāk. Pētījuma rezultāti parādīja, ka uzņēmuma „X" darbinieki ir motivēti sasniegt uzņēmuma noteiktos mērķus, ja tiek nodrošināts: 1) atbilstošs, stabils un laikā izmaksāts atalgojums; 2) draudzīgs un saliedēts kolektīvs; 3) novērtējums, atzinība un pozitīva attieksme.

Atslēgas vārdi: motivācija; apmierinātība ar darbu; apmierinātība ar darbu ietekmējošajiem faktoriem.

Dace Čepanone. PERSONĀL MOTIVĒŠANAS IESPĒJU NOVĒRTĒŠANA PAKALPOJUMU SNIEGŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programmas „ Uzņēmējdarbība" un "Mazo uzņēmumu ekonomika un organizācija", dadiite146@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: būtiski ir uzzināt, kāpēc nepieciešama personāla motivēšana un cik tas ir svarīgi ikdienas darba veikšanā pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā. Uzņēmums balstās tieši uz personāla darbu, kas ietekmē uzņēmuma attīstību. Tātad pētījuma tēma ir nozīmīga un aktuāla.

Pētījuma mērķis: izpētīt motivēšanas teorētiskās nostādnes un novērtēt, kā tās tiek pielietotas pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā, lai izveidotu secinājumus un priekšlikumus motivācijas sistēmas pilnveidošanai. Lai tiktu sasniegts izvirzītais mērķis, tiks analizēts pakalpojuma sniegšanas uzņēmums, kas strādā 24 gadus šajā sfērā, kā arī tiks aptaujāti darbinieki un intervēts vadītājs. No iegūtajiem rezultātiem tiks analizēti motivācijas sistēmas trūkumi un tiks sniegti priekšlikumi to risināšanai, pilnveidošanai.

Pētījuma metodes: (1) Teorijas analīze – teorijas analizēšanai; (2) Kvalitatīvā metode - intervijas ar uzņēmuma vadītāju, dokumentu analīze; (3) Kvantitatīvā metode - tiks aptaujāti uzņēmuma darbinieki (anketēšana); (4) Grafiskā metode – anketēšanas iegūtās analīze, datu grupēšana; (5) Sintēzes metode – priekšlikumu sagatavošanai.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā izvirzītais mērķis tika sasniegts. Apkopojot pētījuma rezultātus tika analizētas pētījumā atklātās nepilnības darbinieku motivēšanā. No iegūtajiem rezultātiem vadoties, galvenais secinājums ir, ka šajā uzņēmumā ļoti maz darbinieki jūtas motivēti darbam. Bet pēc darba vadītājas intervijas kopumā var spriest, ka uzņēmumā nav atbilstošas zināšanas, par motivēšanas metodēm un nav izstrādāta sistēma, kā motivēt darbiniekus. Lai uzlabotu uzņēmuma motivācijas sistēmu, darba kvalitāti un darbinieku attieksmi tika izveidoti priekšlikumi.

Atslēgas vārdi: motivācija; personāla vadība; apmierinātība ar darbu.

Kristīne Lemeševska. VADĪTĀJA MOTIVĒŠANA MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", kristine.lemesevska@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās ļoti daudz resursu tiek veltīti, lai motivētu darbiniekus strādāt efektīvāk un produktīvāk, kas palīdzētu ātrāk sasniegt izvirzītos uzņēmuma mērķus. Tomēr lielākoties tiek aizmirsts, ka arī vadītāji ir darbinieki, kuriem ir nepieciešama motivēšana, lai pildītu savus darba pienākumus ar maksimālu atdevi. Jo motivēts un ieinteresēts vadītājs būs iedvesmojošs līderis un labs etalons saviem darbiniekiem. Īpaši aktuāli un nozīmi tas ir pētāmajā mazumtirdzniecības uzņēmumā, jo

tajā nav izstrādāta vienota un skaidra motivēšanas sistēma vadītājiem, netiek sniegta atgriezeniskā saite par paveikto darbu un izvirzīto mērķu sasniegšanu. Kā arī uzņēmumā nav personāla speciālista, kas spētu sniegt atbalstu vadītājiem sarežģītās ikdienas darba situācijās.

Pētījuma mērķis ir izpētīt teorētiskās nostādnes par vadītāju motivēšanu, un kā tas tiek praktiski īstenots mazumtirdzniecības uzņēmumā, lai izstrādātu ieteikumus vadītāju motivēšanas pilnveidošanai.

Pētījuma metodes: teorētiskā izpēte (literatūras un interneta resursu analīze), empīriskā (anketēšana, izmantojot aptaujas, intervija), grafiskā metode (aptaujas rezultātu analīzei), sintēze (rezultātu formulēšanai).

Sasniegtie rezultāti: tika iegūta informācija par to kādas ir zināmākās motivācijas teorijas un svarīgākās vadlīnijas, kas ir vadītāja motivēšana. Kā arī tika noskaidrots, ka mazumtirdzniecības uzņēmumā vadītāja motivēšanā ir daudz nepilnības un trūkumi Viens no būtiskākajiem faktoriem, kas ir ietekmējis šādas situācijas veidošanos ir nedefinētā un nesaprotamā motivēšanas sistēma un apstāklis, ka vadītāji uzņēmumā nejūtas novērtēti par paveikto darbu, nesaņemot pilnvērtīgu atgriezenisko saiti, kas ir ķēdes reakcijas izraisītājs citiem demotivējošiem procesiem. Iegūtos rezultātus iespējams izmantot uzņēmuma vadītāju motivēšanas pilnveidei.

Atslēgas vārdi: vadītājs; motivēšana; mazumtirdzniecības uzņēmums

Marija Vasiļjeva. TALANTU ATTĪSTĪŠANAS IESPĒJAS VALSTS AKCIJU SABIEDRĪBĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība"

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Personāla vadībā ir aktualizējušies jēdzieni "talants" un "kreativitāte", būtiski ir apzināt darbinieku talantus un iespējamās radošās izpausmes, lai sekmētu kopējā darba rezultātus. Ikviens cilvēks kaut kādā jomā ir talantīgs un vadītājiem jāspēj šo talantu atklāt un attīstīt.

Pētījuma mērķis: Izpētes mērķis bija izpētīt talantu vadības teorētiskās nostādnes un pieredzi valsts akciju sabiedrībā, izveidot aptauju un interviju jautājumus, apjautāt uzņēmuma darbiniekus un veikt analīzi, lai izstrādātu priekšlikumus talantu vadības attīstībai uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā pētniecības metode; aptaujas un intervijas, to analīze, grafiskā un SVID analīze, loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pamatojoties uz veikto pētījumu un darbinieku aptauju un interviju rezultātiem, tika secināts, ka uzņēmuma iekšējie procesi ir vērsti uz talantu vadības attīstīšanu. Personāla vadības iekšējie procesi ir savā starpā cieši saistīti, tādejādi iegūstot pozitīvu ietekmi uz uzņēmuma un tās darbības rezultātiem, paaugstinot darba sniegumu efektivitāti un radot tādus apstākļus uzņēmumā, kas ļautu identificēt un attīstīt daudz spējīgu un talantīgu cilvēku. Kopumā pēc respondentu atbildēm anketās un intervijās autore secina, ka esošajiem darbiniekiem ir priekšstats par talantu vadību un līderismu, un respondenti atzīst, ka uzņēmums no talantu vadības ieviešanas tikai iegūtu, kas liecina, ka paši darbinieki atbalsta šī modeļa ieviešanu.

Atslēgas vārdi: Talantu vadība; līderis; vērtības; darbinieki; organizācija.

Linda Rimša. DARBINIEKU ADAPTĀCIJAS PRAKSE INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJU UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Iestāžu darba organizācija un vadība", lililinda217@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Darbinieka ievadīšana uzņēmumā ir svarīga, jo tā veicina darba rezultātu uzlabošanos, palīdz izprast uzņēmuma kultūru, vidi un tradīcijas. Adaptācija efektīvā veidā sniedz jaunajam darbiniekam nepieciešamo informāciju, lai tas, pēc iespējas rezultatīvāk un ērtāk strādātu uzņēmumā un izprastu savus darba uzdevumus. Uzsākot darbu jaunā uzņēmumā, pat ja tā nozare neatšķiras no iepriekšējās darba vietas, darbiniekam nepietiks tikai ar profesionālo pieredzi, bet būs vajadzība pielāgoties iekšējai videi, pieņemt attiecīgās organizācijas mērķus un vērtības. Uzņēmumā pastāv iekšējā sistēma, kura ir jāapgūst, tāpēc ir svarīgi, lai darbinieks spētu pielāgoties uzņēmuma darba specifikai un saturam. Nepieciešams, lai darbinieks uzņēmumā ieņemtu un pildītu attiecīgo lomu, sniedzot vēlamos rezultātus. Tas, kā darbinieks tiek integrēts, uz zināmu laiku var noteikt viņa attieksmi pret uzņēmumu un ietekmēt produktivitāti. Ir svarīgi, lai darbinieks būtu apmierināts ar darba vietu, saņemtu nepieciešamo informāciju, justos piederīgs. Veiksmīga jaunā darbinieka ievadīšana uzņēmumā palīdz darbiniekam justies ērti un ļauj visas savas profesionālās zināšanas veltīt pienākumu veikšanai.

Pētījuma mērķis: Analizēt adaptācijas procesa teorētiskās nostādnes un praktisko pieredzi darbinieku adaptācijas norisē informācijas tehnoloģiju uzņēmumā, lai ieteiktu procesa uzlabojumus.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā pētniecības metode, SVID analīze, aptauja, grafiskā analīze, sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Būtiskākie secinājumi:

1. Adaptācijas procesa efektivitāti nodrošina izstrādāta adaptācijas programma un mentora piesaistīšana;
2. Viens no būtiskākajiem posmiem adaptācijas procesā ir pirmā darba diena;
3. Jaunajiem darbiniekiem vislielākās grūtības sagādā zināšanu trūkums.

Būtiskākie priekšlikumi:

1. Uzņēmuma vadībai izveidot adaptācijas plānu;
2. Izveidot "Pirmās darba dienas mapi";
3. Piesaistīt mentoru uz ilgāku laika posmu;

Atslēgas vārdi: adaptācija; pieredze; uzņēmums.

Elizabete Zvejniece[1], Agnese Štikāne[2]. PERSONĀLA DAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI AKCIJU SABIEDRĪBĀ

[1]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ebete7@inbox.lv

[2]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", agnese200819@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Adaptācija ir viena no darbībām, kas ietekmē komercdarbības rezultātu uzlabošanos. Ja adaptācijas process uzņēmumā ir pietiekami labā līmenī un turpinās visā nodarbinātības periodā, tad uzņēmuma mērķu sasniegšanai nevajdzētu saskarties ar īpašām grutībām. Katram uzņēmumam, vismaz lielāka mēroga, ir vajadzība pēc individuāli izstrādātas adaptācijas programmas, kura tieši atbilstu vēlamajam rezultātam, kuru uzņēmums vēlas sagaidīt no saviem darbiniekiem.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot ar kādām adaptācijas problēmām saskaras darbinieki uzņēmumā X, analizējot problēmas personāla adaptācijā, rast tām risinājumus.

Pētījuma metodes: Autores savā pētījumā izmantoja monogrāfisko pētniecības metodi, kvantitatīvo pētniecības metodi un grafisko analīzi.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tika noskaidrots, ka šajā akciju sabiedrībā ir izstrādāta noteikta adaptācijas programma, kuras laikā jaunais darbinieks tiek ievadīts darbā un ar kuru kopumā nodarbinātie ir apmierināti, taču pēc šajā uzņēmumā strādājošo darbinieku viedokļa adaptācijai vajadzētu notikt ne tikai sākuma posmā, bet turpināties nepārtraukti. Aptaujas rezultātā kā priekšlikumi tiek izvirzīti biežāk rīkoti kolektīvie pasākumi, kuru laikā ir iespēja saliedēties, kā arī uzsākt komunikāciju ar citu nodaļu darbiniekiem, ar kuriem ikdienā šis kontakts ir pavisam niecīgs vai vispār nepastāv.

Atslēgas vārdi: adaptācija; integrācija; socializācija.

Ieva Kuļikovska[1], Ilze Kaļiņina[2]. KOMPETENČU MODEĻI VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ

[1]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ieva.kulikovska96@gmail.com

[2]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ilze.kalinina@rkgimnazija.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Kompetence ir cilvēka pamatraksturojums, kas atrodas cēloņsakarības attiecībās ar efektīvu un izcilu darba sniegumu, balstītu uz noteiktiem kritērijiem, kas arī ir personību raksturojošu faktoru kopums, kas nepieciešams labai, sekmīgai darba uzdevumu izpildei. Kompetences dala divās grupās – t.s. cietajās, kuras ir vieglāk noteikt un uzlabot nekā otru - t.s. mīkstās kompetences. Kompetenču modeļi ir diezgan samērā jauna pieeja personāla vadībā, tāpēc tēma par kompetenču modeļiem ir aktuāla un nozīmīga.

Pētījuma mērķis: izpētīt kompetenču modeļu teorētiskās nostādnes un to ietekmi uz darbiniekiem valsts pārvaldes iestādē. Pētījums tika veikts valsts pārvaldes iestādē "X".

Pētījuma metodes: pētījumā tika izmantota teorētiskās analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptaujas (anketēšana), intervija ar personāla daļas vadītāju, statistiskās analīzes metode (aptaujas rezultātu apkopojums un analīze), kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Sasniegtie rezultāti: pētījumā tika noskaidrots, vai "X" iestādes darbinieki, ir informēti par kompetenču modeļiem, kādas kompetences darbiniekiem šķiet vissvarīgākās. Pētījuma rezultātā tika izvirzīti priekšlikumi, kā palielināt valsts pārvaldes iestādes "X" darbinieku informētību par kompetencēm un kompetenču modeļiem.

Atslēgas vārdi: kompetenču modeļi; valsts pārvaldes iestāde; personāla vadība; kompetences

Kristīne Skinderska[1], Kristiāna Nevlane[2]. PAAUDŽU SADARBĪBA PERSONĀLA VADĪBĀ

[1]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", kristine.skinderska@gmail.com

[2]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", kikiite96@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Paaudžu sadarbība mūsdienās jebkurā uzņēmumā ir ļoti aktuāla tēma, jo darbavietās pašlaik sadarbojas jau trīs pilnīgi dažādas paaudzes un drīz darba vecumu būs sasniegusi arī ceturtā paaudze. Bieži vien dažādām paaudzēm ir grūti sastrādāties savā starpā.

Pētījuma mērķis: Šī darba mērķis ir noskaidrot, veicot teorētisko un praktisko izpēti, kā, sadarbojoties paaudzēm, gūt vēlamo darba rezultātu.

Pētījuma metodes: Teorijas izpēte, anketēšana, anketēšanas datu analīze, grafiskā analīze, sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Sadarbība starp dažādu paaudžu darbiniekiem ir atkarīga ne tikai no zināšanām, bet ļoti lielā mērā, no katra personīgās vēlmes sadarboties, pielāgoties un cieņas pret otru cilvēku; lai vadītājs spētu profesionāli vadīt savu komandu, viņam ir jāpārzina paaudžu īpatnības, kā arī jāspēj rast pieeja katram darbiniekam individuāli.

Atslēgas vārdi: paaudzes; sadarbība.

Ainārs Lēvalds[1], Lauris Biksāns[2]. PERSONĀLA MEKLĒŠANAS UN IZVĒLES NOVĒRTĒŠANA MĀRKETINGA UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un „Mazo uzņēmumu ekonomika un organizācija", 84ainars@gmail.com

[2]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un „Mazo uzņēmumu ekonomika un organizācija", „Uzņēmējdarbība", Mazo uzņēmumu ekonomika un organizācija", lauris@mastersales.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Latvijā daudzās nozarēs, kā piemēram mārketinga uzņēmumos, tiek meklēti kvalificēti darbinieki ar pieredzi un lielākoties neņemot vērā izglītības atbilstību. Pašreizējās ekonomikas apstākļu dēļ liela daļa Latvijas iedzīvotāju dodas uz ārzemēm meklēt tādu darbu, kuru attiecīgi novērtēs un atalgos. Tāpēc pašreiz Latvijā darba devējiem sagādā grūtības atrast kvalificētu darbinieku savā uzņēmumā, kas ir viens no svarīgākajiem faktoriem, lai uzņēmums veiksmīgi augtu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt darbinieku atlases procesu, konstatēt problēmas un piedāvāt risinājumu.

Pētījuma modelis: Pētījumā tika izmantota teorētiskā analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptauja (anketēšana), intervija ar personāla vadītāju, kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika noskaidrots, ka darba devējs izmanto motivācijas sistēmas, kas ir efektīvas un pārbaudītas Latvijas uzņēmumos, tā lai darbinieks pēc iespējas ilgāk sadarbotos ar darba devēju.

Atslēgas vārdi: darbinieku atlases process; mārketinga uzņēmumi.

Austra Stikāne. ADAPTĀCIJAS PRAKSE IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", a.stikane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Lai darbinieks veiksmīgi un radoši varētu pēc iespējas ātrāk veikt savus darba pienākumus un dot labumu uzņēmumam, ir svarīgi darbinieku iespējami ātrāk ievadīt jaunajā darba procesā. Adaptācijas mērķis ir saīsināt pielāgošanās un iejušanās laiku. Šis process nav attiecināms tikai uz jaunajiem darbiniekiem, bet arī uz vadību un kolektīvu kopumā veicot jaunos uzstādījumus nākamo mērķu sasniegšanai. Pamatojoties uz iestādes darbības specifiku un nozīmību visai sabiedrībai, ir svarīgi, lai šādā iestādē būtu pēc iespējas profesionālāki darbinieki, ar augstu apmierinātību par veicamo darbu, kolektīvu un iestādi kopumā. Tas jaunajam pedagogam ļauj pilnvērtīgi un kvalitatīvi veikt savu pedagoga darbu un sasniegt izvirzītos mērķus.

Pētījuma mērķis: pētīt personāla adaptācijas nostādnes teorijā un izglītības iestādes praktisko pieredzi adaptācijas procesā, lai izstrādātu ieteikumus adaptācijas pilnveidei.

Pētījuma metodes: teorijas analīze, SVID analīze, intervēšana, anketēšana, grafiskā metode, rezultātu analīze, sintēze.

Sasniegtie rezultāti: personāla adaptācijas process ir ļoti būtiska sastāvdaļa jaunā darbinieka ievadīšanai darbā. Pamatojoties uz pētījuma teorētisko izpēti tika veikts pētījums izglītības iestādē, kurā nav adaptācijas programmas. Pētījuma ietvaros tika sagatavota intervija ar personāldaļas vadītāju un anketa izglītības iestādes jaunajiem pedagogiem, lai noskaidrotu konkrētās izglītības iestādes pedagogu adaptāciju jaunā darba vietā Pamatojoties uz veikto pētījumu, tika secināts, ka konkrētajā izglītības iestādē vadība jauno darbinieku adaptācijas procesus ir atstājusi novārtā, pašlaik iekļaušanās kolektīvā galvenokārt tiek atstāta pašu darbinieku ziņā. Jaunie darbinieki adaptācijas procesu nozīmību vērtē augstāk nekā izglītības iestādes vadība.

Atslēgas vārdi: adaptācija; izglītības iestāde.

Inese Beķere. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI VALSTS IESTĀDĒS

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", beinese@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pieņemot jaunu darbinieku, jebkura iestāde vēlas, lai jaunais darbinieks savu ieguldījumu iestādes darbā dotu pēc iespējas ātrāk, tādēļ adaptācijas process ir nozīmīgs pirmais solis jaunā darbinieka darba rezultātu nodrošināšanai. Lai tas notiktu, nepieciešams sniegt atbalstu un palīdzēt iejusties jaunajā darbavietā. Arī jaunais darbinieks pēc iespējas ātrāk vēlas pierast pie jaunajiem darba apstākļiem un pierādīt sevi darbā, pierādīt savas spējas, lai gūtu pozitīvu novērtējumu no jauno kolēģu puses. Lai adaptācijas process noritētu veiksmīgi, gan jaunajam darbiniekam, gan iestādei – kolēģiem, vadībai, jāsadarbojas. Iestādes vadībai jāiepazīstina darbinieks ar visu iestādes darbu kopumā, ne tikai ar viņa darba pienākumiem, lai viņam rastos priekšstats par iestādes darbu un jauno vidi.

Pētījuma mērķis: noskaidrot, kādas ir visizplatītākās adaptācijas problēmas valsts iestādēs un to iespējamie risinājumi, šajā nolūkā apskatīt pieejamos literatūras avotus par personāla adaptāciju, veikt valsts iestāžu darbinieku anketēšanu, lai uzzinātu darbinieku viedokli par adaptācijas procesiem iestādēs, analizēt iegūtos rezultātus un izdarīt secinājumus.

Pētījuma metodes: Pētījuma mērķa sasniegšanai tika izmantota aptaujas metode (anketēšana), kas ir visplašāk izmantotā datu vākšanas metode. Anketēšana izvēlēta tādēļ, ka pētījumam nepieciešamo informāciju sniedz pats informācijas nesējs – valsts iestāžu darbinieki. Anketēšanas rezultātā dati tika apkopoti, analizēti un grafiski attēloti. Tika izmantota teorijas analīze, kā arī sintēze secinājumu ieguvei.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tika noskaidrots, kādas ir personāla adaptācijas visbiežāk sastopamās problēmas un risinājumi, kā arī iestāžu darbinieku viedoklis par to, kas nepieciešams, lai notiktu veiksmīgs jauno darbinieku adaptācijas process.

Atslēgas vārdi: adaptācija; problēmas; risinājumi; valsts iestāde.

Inta Līpenīte. PERSONĀLA MAINĪBAS SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMU PILNVEIDE TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība"

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Darbinieku mainība uzņēmumā nenotiek tāpat vien, tas ir simptoms, ka uzņēmumā ir vadības „traucējumi". Sekas personāla mainībai uzņēmumā – klienti tirdzniecības sfērā sastopas ar nekompetentiem, vienaldzīgiem, dažreiz pat ar agresīviem darbiniekiem, t.i. pārdevējiem, kasieriem, klientu apkalpošanas speciālistiem. Lai mazinātu personāla mainību, ir jāizpēta tādi faktori kā darbinieku apmierinātība, motivācija, adaptācija. Jo, tikai izprotot, kāpēc darbinieki aiziet no uzņēmuma, var veikt personāla vadības procesu uzlabojumus.

Pētījuma mērķis ir izpētīt personāla mainības teorētiskās un praktiskās nostādnes tirdzniecības uzņēmumā, sniegt ieteikumus personāla mainības samazināšanas pasākumu pilnveidei, izanalizēt personāla aiziešanas iemeslus tirdzniecības uzņēmumā, noskaidrot būtiskās personāla problēmas.

Pētījumā tika izmantota teorētiskās analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze), kvantitatīvā metode (aptauja un anketēšana), kvalitatīvā metode (novērošana un dokumentu analīze), statistiskās analīzes metode (aptaujas rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Sasniegtie rezultāti: Tirdzniecības uzņēmumā ir ļoti izteikta darbinieku mainība, kas rada traucējumus darbā un apdraud uzņēmuma kvalitatīvu darbību. Personāla mainības novēršanas stratēģiskā plāna izstrāde ir svarīga, lai spētu samazināt iztērētos resursus un novērstu personāla mainības rādītājus. Turklāt, mazinoties mainībai darbinieki, paliks apmierinātāki un lojālāki uzņēmumam, kas savukārt palīdzēs noturēt augstu klientu apkalpošanas kvalitāti un veidos pozitīvu atmosfēru darba kolektīvā.

Atslēgas vārdi: personāla mainība; apmierinātība ar darbu; personāla vadība.

Agnese Janušķe[1], Kristīne Mūrniece[2]. MOTIVĒŠANAS SISTĒMAS IZVEIDE TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta Koledža , studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ohio1@inbox.lv

[2]Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", kristinemurniece123@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Motivācija ir dinamisks process, kuras ietekmē darbiniekam rodas vēlme sasniegt uzstādītos mērķus uzņēmuma interesēs. Būtiski ir noskaidrot, kas ir šīs motivācijas sistēmas, kas vērtīgi iedarbojas uz darbinieku, lai veiksmīgi tiktu realizētas viņa spējas un radošums uzņēmuma ietvaros. Svarīgi izprast, cik liela nozīme ir vadītāja iesaistīšanās motivācijas sistēmas izveidošanā, to, kā motivācijas sistēma iedarbojas uz personības iezīmēm, atšķirīgiem darbiniekiem.

Pētījuma mērķis izzināt motivācijas sistēmas izveides iezīmes tirdzniecības uzņēmumā un to, vai uzņēmumā ir izveidota motivācijas sistēma, vai konstatējamas motivējošu, stimulējošu faktoru iezīmes.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā metode, kvantitatīvā (aptauja), kvalitatīvā, intervējot vienu no uzņēmuma valdes locekļiem, sintēzes metode, analizējot izpētes rezultātus un izdarot secinājumus. Pilot anketēšanas aptaujā piedalījās 10 darbinieku, kas ir 100 % no visiem darbiniekiem Latvijas filiālē.

Sasniegtie rezultāti: Dati liecina, ka maksimālais darba ilgums tirdzniecības uzņēmumā ir viens gads, pieļaujams, ka tas ir nepilnvērtīgas motivācijas sistēmas izveides rezultātā. Taču nevar noliegt, ka lielu nozīme šajā ziņā ir arī uzņēmuma specifikai - darbam ar cilvēkiem. Atliek piekrist, ka materiālie labumi nav vienīgais no motivēšanas aspektiem. Nepieciešams izprast katru darbinieku kā individualitāti, saprast personības iezīmes un darbinieku stimulēšanai piemeklēt atbilstošus motivējošus līdzekļus, kas veicinātu darbinieku apmierinātības pakāpi, un vēlmi ilgstoši strādāt uzņēmumā, un saskatīt karjeras un izaugsmes iespējas. Darbs cilvēka dzīvē aizņem lielāko dzīves daļu, un agri vai vēlu darbinieks pārraugs uzņēmuma piedāvātās iespējas, ja netiks stimulēts. Motivēšanas sistēma uzņēmumā ir divvirzienu ceļš - uzņēmumam ir jāaug kopā ar darbinieku un otrādi.

Atslēgas vārdi: karjera; uzņēmums; izaugsme; viedoklis; ilgtermiņš.

Karīna Lipšāne. PERSONĀLA MĀCĪBU VAJADZĪBU NOTEIKŠANA VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", karinalip78@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Valsts mērķis ir izveidot efektīvu valsts pārvaldi, kas būtu konkurētspējīga ar privāto sektoru. Tās galvenais resurss ir darbinieks, kurš ir lojāls, izglītots un motivēts, un kas ir viens no nosacījumiem, lai iestāde varētu sekmīgi darboties un sasniegt izvirzītos mērķus. Ņemot vērā mūsdienu straujo attīstību, mainīgo ekonomisko situāciju valstī, iestādes vadītājiem, personāla speciālistiem ir jāspēj izveidot tālejošu stratēģiju, kurā būtu noteiktas darbības, kas paredz darbinieku attīstību, nosakot nepieciešamos mācību veidus un ņemot vērā atbilstošās jomas inovācijas. Mācību mērķis ir paaugstināt darbinieku kompetences, lai sasniegtu iestādes izvirzītos stratēģisko mērķus.

Pētījuma mērķis: izpētīt personāla mācību vajadzību noteikšanas teorētiskās nostādnes, izpētīt valsts darbinieku iespējas attīstīt savas profesionālās prasmes valsts iestādes ietvaros un izstrādāt priekšlikumus situācijas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota monogrāfiskā metode, iestādes iekšējo dokumentu analīze, iestādes SVID analīze, anketēšana un rezultātu analīze, sintēze, lai iegūtu secinājumus un priekšlikumus.

Sasniegtie rezultāti: Veicot valsts pārvaldes izstrādāto koncepciju, valsts iestādes stratēģijas plānu analīzi, tika secināts, ka valsts pārvalde apzinās savas vājās puses, izstrādājot koncepcijas, kurās apskatītas kompetenču attīstības iespējas. Tomēr personāla attīstība ir atstāta katras valsts pārvaldes iestādes atbildībā, un nav noteikts vienots mācību noteikšanas process. Valsts iestāde ir vērsta uz rezultātu un sasniegumu vērtēšanu, nevis ieguldījumiem, ko parasti ņem vērā kompetenču pieejā. Tā īsteno tradicionālo personālvadību, kas, piemēram, pievēršas personāla lietvedības kārtošanai, bet nepievērš uzmanību darbinieku attīstības, tai skaitā arī mācību noteikšanas jautājumam. Finansiālo resursu ierobežojumi tiek minēti kā iemesls tam, kāpēc netiek ieguldīts darbinieku attīstībā.

Atslēgas vārdi: valsts iestāde; personāla attīstība; mācību noteikšana; stratēģija.

Laura Tauriņa[1], Reinis Melderis[2]. PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS IESPĒJU NOVĒRTĒŠANA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta Koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", aurelijataurina@gmail.com

[2]Alberta Koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", reinismelderis@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Personāla motivēšana ir bijusi aktuāla visos laikos, arī mūsdienās, kad valsts ekonomiskā stāvokļa attīstība ir diezgan sarežģīts process, jo uzņēmuma pastāvēšana ir ļoti atkarīga no tā. Protams, uzņēmums ir atkarīgs arī no sava personāla un tā motivācijas. Ja personāls netiek motivēts ar

pareizu pieeju, tad tas, diemžēl, neveiks savus pienākumus kvalitatīvi un ar pilnu atdevi, jo vienkārši nebūs ieinteresēts savā darbā, līdz ar to arī pašam uzņēmumam būs diezgan sarežģīti augt un attīstīties, jo, galu galā, uzņēmums var augt tikai ar sava personāla palīdzību.

Pētījuma mērķis: Šī darba mērķis bija izpētīt pieejamos teorētiskos materiālus par darbinieku motivēšanu un noteikt personāla motivācijas problēmas vienā no uzņēmuma "X" veikaliem. Lai sasniegtu mērķi tika pētīti uzņēmuma viena veikala darbinieku motivācijas procesi un aptaujāti tā darbinieki.

Pētījuma metodes: Darba izstrādē tika izmantotas vairākas pētnieciskās metodes: teorijas analīze jeb literatūras izpēte, aptaujas metode, grafiskā metode, analīze, sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Lai sasniegtu šo mērķi ir izpētīti vairāki teorētiskie materiāli par personāla motivēšanu, kā arī ir aptaujāti veikala darbinieki, un, apkopojot anketu rezultātus, noteiktas personāla motivēšanas problēmas šajā veikalā. Iegūtos rezultātus var izmantot arī citu veikalu darbinieku motivēšanas pilnveidei.

Atslēgas vārdi: motivēšana; personāls; uzņēmums; veikals.

Ina Depša[1], Gunta Čipate[2]. Motivēšanas sistēmu izveide tirdzniecības uzņēmumā

[1]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", depshaina@gmail.com

[2]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", gunta_cipate@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte. Termins „motivācija" tiek raksturota kā iekšēju un ārēju, apzinātu un neapzinātu faktoru kopums, kas stimulē cilvēka vēlmi darīt un tiekties uz mērķi. Tieši motivācija mudina izdarīt vairāk par prasīto, ieguldīt uzņēmuma izaugsmē un pielikt pūles jaunu ideju iniciēšanai. Tas ir iemesls darbinieka aktīvai klātesamībai uzņēmumā un rūpēm par tā izaugsmi. Cilvēku motivācijas izpratne ir atbilžu meklēšana uz jautājumiem, kāpēc cilvēki strādā, kas viņus motivē darbam? Kad atbildes uz šiem jautājumiem ir skaidras, var izstrādāt darbinieku motivēšanu kā procesu un metožu kopumu.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir vispārīgi izprast, kas ir motivācija un cik liela nozīme tai tiek piešķirta ikdienā un attiecīgajā uzņēmumā, kā arī nonākt pie faktiem par motivācijas sistēmu tirdzniecības uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Kā pētījumu metodes tiek izmantotas kvantitatīvā (aptauja), kvalitatīvā (intervija), sintēzes pētīšanas metode. Tika veikta anketēšana darbinieku vidū un intervijas ar uzņēmumā strādājošajām personāla speciālistēm.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tika iegūta informācija par uzņēmuma motivācijas sistēmu, kā arī bija iespējams pārliecināties par to, kā tā darbojas un ko vajadzētu uzlabot.

Atslēgas vārdi: adaptācija; motivācija; mazumtirdzniecības zīmolu apģērbu uzņēmums; motivācijas sistēma; cilvēku resurss; pētījums;

Luīze Vītola. MOTIVĒŠANAS SISTĒMAS PILNVEIDOŠANA RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", luize.vitola86@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmuma personāls ir uzņēmuma lielāka vērtība. Personāla nozīme ir jānovērtē, jo cilvēku darbs ir uzņēmumu resursu saturošais spēks. Ja darbinieki nepildīs savus amata pienākumus, uzņēmuma darbība praktiski apstāsies. Turpretim, ja darbinieki būs pietiekoši ieinteresēti darboties ar maksimālu atdevi organizācijas labā un darīs to pēc labākās sirdsapziņas, tad tikai cels uzņēmuma labklājību.

Pētījuma mērķis: Analizēt ražošanas uzņēmuma esošo motivācijas sistēmu, un radīt priekšlikumus tās uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Teorētiskā izpēte (literatūras un interneta resursu analīze), empīriskā (aptauja, izmantojot anketas, intervija), dokumentu analīze, grafiskā, monogrāfiskā, statistiskā apstrāde, analīze un sintēze rezultātu iegūšanai.

Sasniegtie rezultāti: Tika veikts pētījums, kura rezultāta tika apkopoti secinājumi, kas būtu jāuzlabo esošajā motivācijas sistēmā.

Atslēgas vārdi: motivācija, darbinieki, motivācijas teorijas, darbinieku apmierinātība.

VADĪBZINĪBAS

Jānis Zaķis. VADĪŠANAS STILI

Alberta Koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", janis.zakis@yahoo.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās pasaulē ir neskaitāmi daudz organizācijas, struktūrvienības un kompānijas, kuros ir vairāki vai vismaz viens vadītājs. Neviena organizācija vai kompānija nespēj eksistēt bez vadītāja, vai pat ir vajadzīgi vairāki, lai attiecīgās struktūrvienības un nodaļas spētu darboties ar maksimālu atdevi un apzinātos kompānijas nospraustos mērķus un standartus. Jebkuras organizācijas dalībniekam ir vajadzīgs iedziļināties un izpētīt vadības stilu veidus, lai vismaz daļēji izprastu kompānijas vadības lēmumus, kā rezultātā tiktu sasniegta mazāka pretestība pret izmaiņām un jaunumiem.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt esošos vadības stilus teorētiski un praktiski, izsecināt, kurš vai kuri vadības stili ir dominējošie attiecīgajā uzņēmumā, lai vairāk spētu izprast vadības rīcības, vieglāk pielāgoties esošajai sistēmai un ar aptaujas palīdzību, izprast, kādus vadības stilus izmanto konkrētais uzņēmums lai ieteiktu uzlabojumus.

Pētījuma metodes: Pētnieciskajā darbā tika izmantotas divas pētnieciskās metodes, lai izprastu augstākās vadības redzējumus, kā arī darbinieku izpratni par vadības stilu būtību. Intervijas un aptaujas metode. Arī teorijas analīze, sintēze, lai iegūtu secinājumus.

Sasniegtie rezultāti: Pētnieciskajā darbā secināts, ka visefektīvākie vadības stili ir demokrātiskais un autoratīvais vadības stils. Neatkarīgi no tā, kurš vadības stils tiek izmantots, vadītājam ir jābūt vairākām rakstura iezīmēm, lai spētu sasniegt maksimālu organizācijas efektivitāti. Kā piemēram – neatlaidība, „stiprs mugurkauls" un taktiskā domāšana, jo vadītājiem ir arī jāpieņem nepopulāri lēmumi, lai turpinātu uzņēmuma darbību.

Atslēgas vārdi: vadība; stili; organizācija; uzņēmums

Aldis Salgrāvis. KOMUNIKĀCIJAS IETEKME TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMA DARBĀ

Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", Aldis.salgravis@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Veiksmīga komunikācija, tāpat kā labi ieeļļots mehānisms, uzņēmumam var nodrošināt lielus panākumus un spožu nākotni. Spējai komunicēt, argumentēti pamatot un aizstāvēt savu, sava uzņēmuma viedokli ir liela vērtība. Ņemot vērā pētāmā uzņēmuma darba specifiku, komunikācija ir galvenais instruments lai gūtu panākumus un spētu veiksmīgi attīstīties, līdz ar to pētāmais temats ir aktuāls ne tikai tādēļ, lai noskaidrotu uzņēmuma sasniegumus iekšējā un ārējā komunikācijā, bet arī trūkumus, lai kļūdas varētu izlabot un būtu iespēja konkurēt un uzlabot darbu.

Pētījuma mērķis: veikt teorijas izpēti, izpētīt uzņēmuma SIA „ DSN Latvija" iekšējo un ārējo komunikāciju, kā arī veikt teorētisko un praktisko izpēti par komunikācijas ietekmi tirdzniecības uzņēmumā, lai izstrādātu pilnveides priekšlikumus.

Pētījuma metodes: Veicot pētījumu darba autors izmantoja šādas pētījuma metodes: teorijas izpēti – tika izpētītas grāmatas un dokumenti lai iegūtu informāciju par komunikāciju. Anketēšana – tika anketēti uzņēmuma darbinieki. Intervēšana – tika intervēta uzņēmuma vadība. Loģiski konstruktīvo metodi, Sintēze – tika meklētas kopīgas iezīmes un grafisko metodi – tika izveidoti attēli, tabulas.

Sasniegtie rezultāti: pētījuma laikā tika savākts liels informācijas apjoms, aptaujājot gan uzņēmuma darbiniekus, gan uzņēmuma vadības pārstāvjus. Iegūtie rezultāti apliecināja, ka uzņēmumā ir redzamas pozitīvas iezīmes un, ka tiek domāts par komunikācijas uzlabošanu, bet aptauju un interviju rezultāti atklāja arī to, ka ir pietiekoši nopietnas problēmas, kuras vajadzētu atrisināt. Tika izdarīti secinājumi un izstrādāti pilnveides priekšlikumi.

Atslēgas vārdi: komunikācija; pilnveide; attīstība; informācija.

Daiga Šlesere. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UN STRESA NOVĒRŠANAS METODES MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", daigashlesere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmumu darba vietās joprojām galvenā uzmanība tiek veltīta ķīmiskiem, fizikālajiem un mehāniskajiem riska faktoriem, bet organizatoriskie un psihoemocionālie faktori ne vienmēr tiek ņemti vērā. Stress var būt par iemeslu dažādām saslimšanām un darbinieks, kurš ikdienā saskaras ar patstāvīgu stresu un pārslodzi, nespēj pilnvērtīgi un korekti veikt savus darba pienākumus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt teorētiskās nostādnes atbilstoši tematam un uzņēmuma psihosociālā riska pārvaldības procesus (pamatnostādnes), lai sagatavotu priekšlikumus par darba vides stresa novēršanas iespējām uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Teorijas un dokumentu analīze, anketēšana, SVID analīze, grafiskā metode, sintēze (rezultātu noteikšanai).

Sasniegtie rezultāti: Visus ar personālu saistītos jautājumus risina struktūrvienības „X" vadītājs, līdz ar to trūkst efektīvas visu virzienu (no augšas uz apakšu, no apakšas uz augšu un horizontāli) komunikācijas. Nav darbinieku aptauju un citu darbinieku viedokļu izzināšanas paņēmienu. Uzņēmuma darbinieku - niknuma uzliesmojumi, agresīva uzvedība, starppersonu konflikti ir saistīti ar neskaidriem darba uzdevumiem darba slodzi, un tempu, kas savukārt ietekmē darba kvalitāti. Uzņēmumā nav psihosociālo riska pārvaldības procesu, netiek pievērsta uzmanība psiholoģiskajam mikroklimatam, netiek novērstas psihoemocionālās nepilnības darba organizācijā.

Atslēgas vārdi: stress; uzņēmums; darbinieks.

Ilze Timuka, Inese Šovaljeva. STRESA IETEKME UZ PARĀDU PIEDZIŅAS UZŅĒMUMA DARBINIEKIEM

[1] *Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ilzetimuka@inbox.lv*

[2] *Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", inesha@inbox.lv*

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Viena no lielākajām problēma Latvijas uzņēmumos ir STRESS, ko izjūt jebkurš darbinieks, kas saskarās ar stresu darbā. Katrs darbinieks savā darba vietā un pēc darba dienas beigām bieži izjūt dažādu stresu pazīmes. Uzņēmumā, kurā autores pētīja stresa ietekmi uz darbu un pēc tā, darbinieki ar stresu saskārās katru dienu. Uzņēmuma galvenais uzdevums ir pirms tiesu parādu piedziņa no fiziskām un juridiskām personām, kā arī no ārvalstu komersantiem. Stress šajā darba vietā visbiežāk izpaužas ar negatīvu attieksmi, kliegšanu, draudēšanu un necenzētu vārdu lietošana no parādnieku puse (visbiežāk - fiziskas personas). Pirmie, kas saskaras ar šīm negatīvajām izpausmēm, ir maksājumu uzraudzības speciālisti. Strādājot šajā uzņēmumā, pēc sarunas ar parādnieku vairākkārt dzirdēts satraukumu un stresa izpausmes, it īpaši no jaunajiem darbiniekiem, kuriem šī darbības sfēra ir jauna. Ir arī jauni darbinieki, kas neiztur stresu un spriedzi darbā un pirms pārbaudes laika aiziet prom.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot un analizēt, vai darbinieki pirms tiesas parādu piedziņas uzņēmumā spēj pārvaldīt stresa situācijas un kā izjūt stresu darbu, kādas ir visizplatītākās stresa pazīmes.

Pētījuma metodes: Lai labāk izpestītu stresu darbā vietā, izmantotas šādas metodes: darbinieku anketēšana, teorētiskās informācijas analīze, SVID analīze un sintēze secinājumu ieguvei

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā konstatēts, ka uzņēmumā puse darbinieku ir jutušies slikti dēļ stresa darbā. Ir darbinieki, kas nespēj nedomāt par darbu pēc darba laika beigām. Apmierinātība ar darbu ir tikai vidējā līmenī. Tika izvirzīti arī priekšlikumi, kā uzlabot darbinieku labsajūtu darbā.

Atslēgas vārdi: labsajūta; uztraukums; savaldīšanās; atpūta; stress; parādu piedziņa

Madara Reinholde[1], Sanita Arule[2]. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM (PROFESIJAS STANDARTA ATBILSTĪBA DARBA DEVĒJU PRASĪBĀM)

[1] *Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", kasnis7@inbox.lv*

[2] *Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", sarule@inbox.lv*

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: temats izvēlēts, lai veiktu salīdzinošu analīzi starp Profesiju klasifikātora prasībām un reālo nepieciešamību darba tirgū, attiecībā uz profesiju grāmatvedis.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un salīdzināt Profesiju klasifikātora prasības grāmatvežiem ar pieprasījumu pēc darbiniekiem darba tirgū.

Pētījuma metodes: Darbā izmantotās metodes: loģiski-konstruktīvā metode – izsakot spriedumus, analizējot rezultātus, salīdzinošā analīze – pētot parādību savstarpējās sakarības, sinteže - secinājumu formulēšanai.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā knstatēts: vispieprasītākie no profesijām, kuras saistītas ar darbu grāmatevdībā, ir grāmatveži un visvairāk tos meklē Rīgā. Darba pienākumi galvenajam grāmatvedim un grāmatvedim darba sludinājumos ir noteikti ar ļoti nelielām atšķirībām. Darba devēji meklē izglītotus un zinošus darbiniekus ar svešvalodu zināšanām. Profesijas klasifikators neparedz, ka grāmatvedim jānodrošina lietvedības procesu vadība, lai gan pāris sludinājumos šāda prasība tiek uzstādīta. Sludinājumos uzstādītās prasības lielākoties atbilst prasībām, kuras norādītas profesiju klasifikatorā.

Atslēgas vārdi: grāmatvedis;galvenais gramatvedis; profesiju klasifikators.

Agnese Štikāne[1], Elizabete Zvejniece[2]. DARBA AIZSARDZĪBA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", agnese200819@inboxlv

[2]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ebete7@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Katrs no mums, pildot savu darbu, vēlas, un ir tiesīgs justies droši, nedomājot par iespējamiem nelaimes gadījumiem darbavietā. Lai šādi gadījumi, kuros ir iespējams sevi traumēt, vai apdraudēt savu veselību nerastos, katrai organizācijai ir izstrādāts plāns, kurš paredz, kā rīkoties tad, ja gadījumā notiek nelaimes gadījumi. Normatīvie akti darba aizsardzības jomā nosaka, ka darba devējs, organizējot savu uzņēmējdarbību, ir atbildīgs par savā uzņēmumā nodarbināto darbinieku drošību un veselību darbā. Atbilstoši Darba aizsardzības likumam, lai nodrošinātu drošu un darbinieku veselībai nekaitīgu darba vidi, darba devējs izveido darba aizsardzības sistēmu.

Pētījuma mērķis: noskaidrot, kā tiek veikta darba aizsardzība tirdzniecības uzņēmumā "x", lai ieteiktu tās pilnveidojumus.

Pētījuma metodes: Darba veikšanai autores izmantoja - monogrāfisko pētniecības metodi, normatīvo aktu analīzi, aptauju, intervēšanu un grafisko analīzi. Praktiskajā daļā tika izveidotas anketas, kā arī sagatavoti jautājumi intervijai. Autores no uzņēmuma tīkla izvēlējās divas struktūrvienības, lai anketētu darbiniekus. Autores tikās ar darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītāju, kuru intervēja klātienē.

Sasniegtie rezultāti: Tirdzniecības uzņēmumā "x" nepārtraukti pilnveido drošības sistēmas, lai nodrošinātu saviem darbiniekiem drošu darba vidi. Uzņēmums pilda savus pienākumus, sniedzot darbiniekiem instruktāžas par darba drošību. Pēdējo gadu laikā ir strauji krities nelaimes gadījumu skaits šajā uzņēmumā. Kā priekšlikumu ieteiktu uzņēmumam biežāk apsekot uzņēmuma objektus, kā arī, veikt instruktāžas nevis reizi gadā, bet gan, divas reizes gadā, tā būtu vēl lielāka kontrole.

Atslēgas vārdi: darba aizsardzība, darbinieks, drošība.

Sintija Juška. KLIENTU APMIERINĀTĪBU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI GRAUDKOPĪBAS NOZARES UZŅĒMUMOS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Vadības zinības", sintija.juska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg. psych., docente Jekaterina Bierne

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienu industrializētajā preču un pakalpojumu tirgū patērētājam ir pieejamas vairākas iespējas un varianti sava pirkuma veikšanai. Uzņēmumiem nākas cīnīties, lai piesaistītu jaunus, un kas vēl svarīgāk, lai noturētu savus pastāvīgos klientus. Tāpēc uzņēmumiem ir svarīgi nodrošināt savu klientu apmierinātību, kas tieši ietekmē uzņēmuma ilgtspējīgu pastāvēšanu, finansiālos rādītājus, gan kopējo tēlu un uzņēmuma attīstību nākotnē. Uzņēmumu panākumu atslēga ir klientu prasību izpilde, kas sevī ietver gan kvalitatīva produkta vai pakalpojuma nodrošināšanu, gan patīkamu un pienācīgu apkalpošanu, tāpēc apmierinātības mērīšana un to faktoru analizēšana, mūsdienās uzņēmumiem ir nepieciešama un vēlama ikdienas darbība. Graudkopība ieņem svarīgu lomu Latvijas lauksaimniecības nozaru kontekstā, tā ir daudzu zemnieku saimniecību galvenā nodarbošanās un peļņas avots. Gan Latvijā, gan citur pasaulē atsevišķam zemniekam ir grūtības tikt galā ar savām problēmām, it sevišķi mazajām saimniecībām. Apvienojoties kooperatīvos lauksaimniekiem ir iespēja strādāt efektīvāk, jo ir gan ražošanas izmaksu samazinājums, gan produkcijas realizācijas iespējas un cenas, kas rada zināmu ekonomisko ieguvumu uz katru audzējamās kultūras hektāru. Zemnieku apvienošanās un kooperācija ir Latvijas lauku izdzīvošanas un attīstības iespēja, par kuru pārliecinās arvien lielāks skaits kooperatīvo sabiedrību biedru. Tāpēc darba autores pētījuma objekts ir graudkopības uzņēmumi - kooperatīvi un to klienti – biedri. Darba autore uzskata, ka kooperatīva klientu apmierinātības faktoru noteikšana varētu ietekmēt kooperatīva darbības principu uzlabošanu un savu pakalpojumu sniegšanas kvalitāti.

Pētījuma mērķis: izpētīt klientu apmierinātību ietekmējošo faktoru teorētiskās nostādnes un to noteikšanu graudkopības nozares uzņēmumos, lai izvērtētu pašreizējo apmierinātības līmeni.

Pētījuma metodes: literatūras analīze, dokumentu analīze, anketēšana, ekspertu inetervija

Atslēgas vārdi: klients; apmierinātība; kooperatīvs.

Anastasija Starceva. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS PROFILAKSE PAKALPOJUMU UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Profesionālā rutīna, mērķu trūkums, stress un karjeras izaugsmes trūkums veicina profesionālās izdegšanas attīstību, tas ietekmē gan darbu, gan personīgo dzīvi. Pakalpojumu uzņēmumā ir darbinieki, kuri cieš no profesionālās izdegšanas, rezultātā vairāki darbinieki vēlās aiziet no darba, līdz ar to jautājums par profesionālu izdegšanu un tā novēršanas iespējam ir aktuāls. Tas viss rada priekšnoteikumus profesionālās izdegšanas sindromam.

Pētījuma mērķis ir izpētīt profesionālās izdegšanas teorētiskās nostādnes un tās ietekmi uz darbiniekiem pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā, noteikt profesionālās izdegšanas profilakses metodes, priekšlikumus.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota teorētiskās analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptauja (anketēšana), intervija, statistiskās analīzes metode (aptaujas rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma mērķis tika sasniegts. Profesionālās izdegšanas sindroms ir raksturīgs dažādu profesiju pārstāvjiem, tomēr augstāks risks ir tām, kurās ir intensīva saskarsme ar cilvēkiem. Darbinieki, kas katru darba dienu sastopas ar citu cilvēku problēmām un sāpēm, ir disponēti izdegšanai. Aptaujas rezultāti parādīja, ka pakalpojumu uzņēmumā darbinieki vairumā cieš no profesionālās izdegšanas. Anketēšanas rezultāti atbilst teorijai, ka augstas profesionālās izdegšanas pakāpē pastāv korelācija starp emocionālo pārgurumu un depersonalizāciju. Starp darbinieku stāžu, vecumu un profesionālu izdegšanu pastāv saite (starp darba stāžu un depersonalizāciju pastāv ļoti vāja pozitīva korelācija (r = 0.01); starp darba stāžu un emocionālo pārgurumu pastāv ļoti vāja pozitīva korelācija (r = 0.02); starp darba stāžu un personīgu sasniegumu redukciju ir vāja negatīva korelācija (r = - 0.03)). Augstas pakāpes profesionālā izdegšana ir raksturīgākā darbiniekiem ar ilgstošu darba stāžu.

Atslēgas vārdi: profesionālā izdegšana; stress, darbinieks; pārvarēšanas stratēģijas; profilakse.

Inese Mjadeļeca. MOBINGS UN TĀ NOVĒRŠANAS IESPĒJAS VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", inese.mjadeleca@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Cilvēku savstarpējas attiecības darba vietā ir ļoti svarīgs faktors darba ražīgumam un attīstībai. Mobings ir psiholoģiskais terors, kuram darba vietā pakļauts var būt ikviens – gan vadītājs, gan darbinieks. Diemžēl mobinga rezultātā var pasliktināties ne tikai organizācijas kultūra kolektīvā, kas mazina darba spējas, bet var arī būtiski ietekmēt darbinieka veselību, kā rezultātā darba spējas var zust pilnībā, bet organizācija gan zaudē reputāciju, gan pārstāj attīstīties. Mobings var būt jebkurā kolektīvā – gan privātā uzņēmumā strādājošo, gan jebkuras valsts pārvaldes iestādē strādājošo vidū, līdz ar to tēma par mobingu ir aktuāla un nozīmīga.

Pētījuma mērķis: Izpētīt mobinga teorētiskās nostādnes un tā ietekmi uz darbiniekiem valsts pārvaldes iestādē, nosakot tā novēršanas priekšlikumus. Pētījums tika veikts valsts pārvaldes iestādē "X".

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota monogrāfiskā metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptaujas (anketēšana), daļēji strukturētas intervijas, statistiskās analīzes metode (aptaujas, interviju rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums), kā arī sintēzes metode (rezultātu iegūšana).

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika noskaidrots, vai "X" iestādes darbinieki ir informēti, kas ir mobings, vai un ar kādām mobinga izpausmēm ir nācies saskarties darba vietā, arī tika novērtēts, vai piedzīvotās mobinga izpausmes ir uzskatāmas par mobingu. Pētījuma rezultātā tika izvirzīti priekšlikumi mobinga iespēju mazināšanai valsts pārvaldes iestādē "X".

Atslēgas vārdi: mobings, psiholoģiskais terors; stress darba vietā, valsts pārvaldes iestāde.

Evija Lintere. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS PERSONĀLA SPECIĀLISTU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM

Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", evija.lintere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Aizvien vairāk mūsdienās tiek runāts par darbinieku kompetencēm un prasmēm. Darbinieka kompetenču novērtēšana ir svarīgs temats gan vadītājam, gan pašam darbiniekam, mūsdienās vairs nederēs tas, ka darbinieks reiz ir ieguvis izglītību un nav nepieciešams pilnveidoties. Darba devējam ir svarīga darbinieka vēlme mācīties un attīstīties, gan uzņēmuma labā, gan pašam individuāli. Pareizi vadīta kompetenču pieeja personāla vadībā nodrošinās darbinieka attīstību un izcilu darba izpildi, kompetenču novērtēšana stimulē produktivitāti un izmanto darbinieka talantus, lai sasniegtu augstāku uzņēmuma konkurētspēju tirgū.

Pētījuma mērķis: Šī darba mērķis ir, pamatojoties uz teorijas izpēti un anketēšanas rezultātiem, noskaidrot, kādas ir nepieciešamās kompetences personāla speciālistam.

Pētījuma metodes: Teorijas izpēte, anketēšana, anketēšanas datu analīze, grafiskā analīze, sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Personāla speciālista uzdevums ir sadarboties ar uzņēmuma vadību un citu struktūrvienību vadītājiem, lai palīdzētu darbiniekiem paaugstināt kompetenci, izmantojot dažādu novērtējumu un apmācību veidus. Pareizi vadīta kompetenču pieeja personāla vadībā nodrošinās darbinieka attīstību un izcilu darba izpildi. Pamatojoties uz izpētes darbā gūtajiem rezultātiem, personāla speciālsitu profesijai nepieciešamās kompetences atbilst darba devēju prasībām.

Atslēgas vārdi: kompetences; personāla speciālists; personāla novērtēšana; profesijas standarts.

Ilva Ivaškina[1], Diāna Maļceva[2]. DARBA DEVĒJA PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM

[1]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un "Grāmatvedība un nodokļi", ilva.ivaskina@inbox.lv

[2]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un "Grāmatvedība un nodokļi", a.d.jankovskaja@mail.ru

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Spēja veidot, motivēt un attīstīt savu komandu uzņēmumā šobrīd visā pasaulē tiek uzskatīta par vienu no svarīgākajām vadītāja kompetencēm. Veiksmīga komanda sākas ar tās vadītāju, viņa gatavību attīstīt talantus savā komandā, ticēt savu darbinieku varēšanai un paust to atklāti, kā arī spēju uzticēt atbildību un sniegt tūlītēju atgriezenisko saiti. Latvijā darba tirgus kopumā ir saspringts un

ļoti aktīvs. Darba devējs meklēs veidus, kā konkurēt cīņā par kvalificētiem speciālistiem, kā optimizēt procesus un strādāt gudrāk ar esošo personāla sastāvu. Tāpēc vadītājam jāpārzina dažādu darbinieku profesionālās kompetences un prasmes. Vairums uzņēmumu nespēj iztikt bez kvalificēta grāmatveža, tāpēc noskaidrot grāmatveža profesionālo kompetenču un prasmju atbilstību, salīdzinot profesijas standartā noteikto ar darba devēja prasībām, ir būtiski.

Pētījuma mērķis: izpētīt darba devēja prasības grāmatvežu profesijā, tās atbilstību profesiju standartiem.

Pētījuma metodes: aptauja, grafiskā analīze, sintēze (rezultātu ieguvei)

Sasniegtie rezultāti: Aptaujāts 21 respondents, atbildot rakstiski uz 21 anketā iekļauto jautājumu, rezultāti apkopoti un formulēti secinājumi.

Atslēgas vārdi: profesijas standarts; darba devējs; grāmatvedis; vadītājs.

Oksana Smirnova. ORGANIZĀCIJAS KAPITĀLA BŪTĪBA UN STRUKTŪRA

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība" MBA, sic@eka.edu.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., asoc. prof. Oksana Lentjušenkova

Anotācija

21.gadsimts uzņēmējdarbības vidē ievieš aizvien jaunus izaicinājumus. Lai veiksmīgi konkurēt, uzņēmumiem ir jāmaina līdzšinējā darbības stratēģija un jāmeklē jauni paņēmieni, resursi un veidi, kā sekmīgi konkurēt tirgū. Mūsdienās intelektuālais kapitāls kļuva par vienu no konkurētspējīgo priekšrocību avotiem. Daudzos iepriekš veiktajos pētījumos tika pierādīta intelektuālā kapitāla pozitīvā ietekme uz uzņēmumu vērtības radīšanu un palielināšanu. Tāda intelektuālā kapitāla komponente kā organizācijas kapitāls ir viens no nozīmīgākajiem un sarežģītākajiem intelektuālā kapitāla elementiem (Choong 2008).

Pētījuma aktualitāte: Izpētīt un pierādīt organizācijas kapitāla lomu uzņēmumu darbībā un ilgtspējā, ir iespējams tikai tad, ja ir skaidri saprotama un izprasta šīs komponentes būtība un detalizēti izpētīta tā struktūra. Pētījumu skaits par organizācijas kapitālu kā atsevišķu komponenti ir ierobežots, līdz ar to nav vienotas izpratnes par to, kādi uzņēmuma resursi ir attiecināmi uz organizācijas kapitālu.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir apkopot un sistematizēt zinātnieku atziņas par organizācijas kapitāla būtību un tā struktūru.

Pētījuma metodes: Pētījuma mērķa sasniegšanai tiks izmantota kvalitatīvā datu vākšanas metode - zinātnisko rakstu analīze laika posmā no 1969. gada līdz 2017. gadam.

Sasniegtie rezultāti: Balstoties uz šī pētījuma secinājumiem, nākotnē ir iespējams turpināt tos un noteikt organizācijas kapitāla atsevišķu elementu sniegumu uzņēmumu attīstībā, kā arī faktorus, kas kavē vai tieši pretēji sekmē šo sniegumu. Organizācijas kapitāls ir uzņēmuma resursi, kā arī aktīvi, kas pieder uzņēmumam neatkarīgi no izmaiņām cilvēkkapitālā, un var radīt vērtību. Balstoties uz jaunākiem zinātniskajiem pētījumiem organizācijas kapitāla struktūra tika transformēta un izveidota balstoties uz vērtības radīšanu, neatkarīgi no tā vai resursi ir materiāli vai nemateriāli.

Atslēgas vārdi: intelektuālais kapitāls; organizācijas kapitāls; cilvēkkapitāls.

Dagmāra Levkāne. KORPORATĪVĀ SOCIĀLĀ ATBILDĪBA ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMOS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", dagmara.levkane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., asoc. prof. Jeļena Titko

Anotācija

Korporatīvā sociālā atbildība iedrošina uzņēmumus labāk apzināties to uzņēmējdarbības ietekmi un sabiedrību, ieinteresētajām pusēm un vidi. Neskatoties uz to, ka Latvijā par korporatīvo sociālo atbildību domā un raksta arvien vairāk, tomēr sabiedriskās ēdināšanas jomā tā ir maz izplatīta.

Pētījuma aktualitāte: Korporatīvā sociālā atbildība ēdināšanas nozares uzņēmumos ir un paliks aizvien aktuālāka, jo lielā mērā tā ir saistīta ar uzņēmumu iekšējām vērtībām – sociālām, vides un cilvēktiesību vērtībām ikdienas darbībā, kas attiecas uz visām iesaistītajām pusēm – darbiniekiem, partneriem un klientiem.

Pētījuma mērķis: Izpētīt viena no Latvijas ēdināšanas uzņēmumiem darbinieku izpratni par korporatīvo sociālo atbildību, tās nepieciešamību uzņēmumam, tā veiktās aktivitātes un ievērotos principus korporatīvās sociālās atbildības jomā.

Pētījuma metodes: Tika izstrādāta uzņēmuma darbinieku anketēšanas aptaujas forma pēc Likerta skalas principa. 2018. gada februārī AS LIDO darbinieku vidū tika izplatītas papīra formāta anketas, autoram personīgi piedaloties aptaujas procesā. Tika uzdoti pieci jautājumi ar pieciem apakš jautājumiem katrā no tiem. Aptaujā piedalījās 32 respondenti, no kuriem 72% sieviešu un 28% vīriešu; 72% respondentu bija vecuma kategorijā no 21 līdz 40 gadu vecumam, 22% bija līdz 20 gadu vecumam un 6% vecuma kategorijā no 41 līdz 60 gadu vecumam; 31% respondentu ir vidējā un augstākā izglītības, 28% - nepabeigta augstākā izglītība un 10% ir pamatizglītība.

Sasniegtie rezultāti: Aptaujas anketa parādīja, ka lielākā daļa uzņēmuma darbinieku saprot, kas ir korporatīvā sociālā atbildība; darbinieki apzinās, ko korporatīvā sociālā atbildība var sniegt uzņēmumam; darbinieki pārzina korporatīvās sociālās atbildības aktivitātes, ko veic uzņēmums; darbinieki lielākoties izprot jomas, kurām būtu jāpievērš uzmanība korporatīvās sociālās atbildības ietvaros; darbinieki pārzina principus, kas tiek ievēroti uzņēmumā korporatīvās sociālās atbildības ietvaros.

Atslēgas vārdi: korporatīvā sociālā atbildība; uzņēmums; darbinieks; ēdināšanas nozare; vērtības.

Anete Pučeta. KRITĒRIJI SOCIĀLĀS UZŅĒMĒJDARBĪBAS IDENTIFICĒŠANAI

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība" MBA, sic@eka.edu.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., lektors Edgars Čerkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās, visaptverošas globalizācijas ietekmē sociālajai uzņēmējdarbībai tiek pievērsta aizvien lielāka uzmanība. Tehnoloģijas turpina attīstīties aizvien straujāk, procesu automatizācija uzņēmumos vairs nav nekas neparasts, bet visu šo procesu kopums atstāj būtisku iespaidu uz bezdarba pieaugumu. Visvairāk tas skar mazkvalificēto darbaspēku. Arī sabiedrībā sociāli jūtīgās grupas izjūt aizvien lielāku apdraudējumu savai eksistencei. Sociālā uzņēmējdarbība ir risinājums

daudzām aktuālām problēmām. Pastāv uzskats, ka šis uzņēmējdarbības veids ir ekonomikas nākotne. Sociālā uzņēmējdarbība ir uzskatāma par attīstīto valstu mūsdienu fenomenu, definīcija, kā tāda ir radusies nesen, lai gan šī uzņēmējdarbības forma patiesībā ir pastāvējusi vienmēr. Pieejamos avotos ir atrodami dažādi kritēriji, pēc kuriem mūsdienās var klasificēt sociālo uzņēmējdarbību.

Pētījuma mērķis: ir identificēt kritērijus sociālās uzņēmējdarbības definēšanai Latvijā un izpētīt sociālās uzņēmējdarbības jeb sociāli atbildīgas uzņēmējdarbības jēdziena būtības izpratni, ņemot vērā arī tās vēsturisko attīstību.

Pētījuma metodes: Pētījumā tiks izmantota kvalitatīvā datu vākšanas metode- zinātnisko rakstu analīze, lai veidotu teorētisko diskusiju un interpretētu pētījuma rezultātus. Pētījumā tiks izmantoti dažādu autoru sociālās uzņēmējdarbības identificēšanas kritēriji un definīcijas.

Sasniegtie rezultāti: Autores novērojumi liecina, ka sociālās uzņēmējdarbības definīcija atšķiras atkarībā no definētāja izcelsmes valsts, bet ir novērojamas kopējas iezīmes. Tas liecina, ka sociālās uzņēmējdarbības identificēšanas kritēriji ir piemērojama katram reģionam individuāli. Iegūtie pētījuma rezultāti palīdzēt gūt sapratni par sociālās uzņēmējdarbības jēdziena izpratni dažādu reģionu kontekstā, kā arī identificēt darbības kritērijus.

Atslēgas vārdi: sociālā uzņēmējdarbība; kritēriji; definīcija,

Irina Konstantinova. NORMATĪVO AKTU IETEKME UZ KORPORATĪVO SOCIĀLO ATBILDĪBU LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Biznesa vadība", riwa@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.phil., prof. Velga Vēvere

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: 2018.gada 1.janvārī stājās spēkā Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums, kurš ievieš būtiskas izmaiņas uzņēmumu darbībā. Nodokļu reformas ietvaros tiek ieviesta jauna konceptuāla uzņēmuma ienākuma nodokļa maksāšanas kārtība. Nodokļu atlaide uzņēmumiem, kas ziedoja līdz 2017.gada 31.decembrim bija UIN samazināšana par 85 procentiem no SLO ziedotajām summām, taču kopējā nodokļa atlaide nedrīkst pārsniegt 20 procentus no aprēķinātā nodokļa kopējās summas. Šobrīd likuma ietvaros var izmantot vienu no šādiem atvieglojuma variantiem: neiekļaut taksācijas periodā ar UIN apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā 5 % apmērā no iepriekšējā pārskata gada peļņas pēc aprēķinātajiem nodokļiem; Neiekļaut taksācijas periodā ar UIN apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā 2 % no iepriekšējā pārskata gadā kopējās darba ņēmējiem aprēķinātās bruto darba samaksas, no kuras samaksāti valsts sociālās apdrošināšanas maksājumi; Samazināt taksācijas periodā aprēķināto UIN, kas aprēķināts par pārskata gadā aprēķinātajām dividendēm, par 75 % no ziedotās summas, bet nepārsniedzot 20 % no aprēķinātās UIN summas par aprēķinātajām dividendēm. Diskusijas par izmaiņām, kas radīsies pēc jaunā likuma par uzņēmumu ienākuma nodokli, radās jau 2017.gada vidū. Sabiedriskā labuma organizācijas pauž viedokli, ka normatīvo aktu izmaiņas būtiski mazinās motivāciju ziedot. Kā arī pauž bažas, ka izmaiņu dēļ ziedojumu apmērs var sarukt aptuveni piecas reizes. Pastāvot šāda veida izmaiņām, rodās arī nepieciešamība pēc pētījuma, kura ietvaros tiks apskatīta un analizēta izmaiņu ietekme uz ziedotājiem un organizācijām, kuras saņem ziedojumus.

Pētījuma mērķis: Noteikt ziedotāju rīcību, mainoties likumdošanai un tās ietekme uz sabiedriskā labuma organizāciju darbību.

Pētījuma metodes: kā viena no metodēm šī raksta ietvaros tiks izmantota dokumentu analīze. Šī raksta ietvaros tiks pētīti tādi informācijas avoti kā normatīvie akti un to projekti, ekspertu viedokļi, zinātniskie

raksti, grāmatas un raksti. Iegūto datu apkopošanai tiks izmantota grafiskās analīzes un statistiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: izpētot un izanalizējot visus pētījumā izmantotos informācijas avotus, apkopojot un attēlojot statistiskos datus, tiks iegūts kopējs priekšstats par normatīvo aktu izmaiņu ietekmi gan uz ziedotajiem, gan uz sabiedriskā labuma organizācijām.

Atslēgas vārdi: ziedojums; sabiedrība; atbalsts; uzņēmums; labums.

Sanda Auziņa. LATVIJAS ŽĀVĒTO AUGĻU UN SUKĀŽU RAŽOTĀJU STARPTAUTISKĀ KONKURĒTSPĒJA

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", sanda.auzina@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., viesdocētājs Kaspars Šteinbergs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Latvijas pārtikas produktu tirdzniecības apjoms vietējā tirgū ir ierobežotas, īpaši nišas produktiem, kuri nav pirmās nepieciešamības prece. Šobrīd Latvijas pārtikas uzņēmumi ļoti aktīvi meklē eksporta iespējas, lai varētu veicināt un attīstīt savas izaugsmes iespējas starptautiskajos tirgos, kas ievērojami palielinātu ražoto produktu tirdzniecību. Latvijas žāvēto ogu un sukāžu produkcija ir nišas produkts un šo ražotāju kapacitāte ievērojami pārsniedz vietējā tirgus pirktspēju, kas norāda un nepieciešamību apgūt ārējos tirgus, tā veicinot ražotāju izaugsmi un veicinot vietējās produkcijas starptautisko konkurētspēju. Salīdzinot izmaiņas eksportā starp 2016. gada decembri un 2017. gada decembri, pēc Centrālās Statistikas pārvaldes datiem, pārtikas rūpniecības ražojumu eksports ir pieaudzis par 13,6 milj. eiro jeb 15,1 %, kas liecina ne tikai par potenciālu, bet reālu rīcību un vēlmi attīstīties. Būtiski, ka žāvēto ogu un sukāžu ražotāju starptautiskās konkurētspējas veicināšana ietekmē arī citus tautsaimniecības procesus un veicina to attīstību. Lai nodrošinātu precīzu un mērķtiecīgu ārējo tirgu apgūšanu, nepieciešams izstrādāt piedāvājumu, kas veicinātu ražotāju izpratni par iespējamām atšķirībām starp vietējo un starptautisko tirgu, tai skaitā atšķirības kultūras, gastronomijas un politiskajā vidē.

Pētījuma mērķis: izstrādāt piedāvājumu Latvijas žāvēto augļu un sukāžu ražotāju starptautiskās konkurētspējas veicināšanai.

Pētījuma metodes: literatūras analīze, ekspertu intervijas, padziļinātās intervijas, dokumentu analīze, sekundāro datu analīze, aprakstošā statistika, grafiskā analīze, korelācijas analīze, klasifikāciju analīze

Sasniegtie rezultāti: Pētot Latvijas žāvēto ogu un sukāžu ražotāju interesi attīstīt starptautisko konkurētspēju tika secināts, ka vairāku ražotāju sertifikācija nav atbilstoša, lai nodrošinātu starptautisko standartu prasības. Lai novērstu šo problēmu tika piedāvāts risinājums, kas ietver viena Latvijas iepircēja attīstīšanu, kurš pats ir sertificēts atbilstoši starptautiskā tirgus prasībām. Neatkarīgi no vienota starptautiska portfeļa attīstīšanas tika secināts, ka atsevišķi ārējie tirgi nav ieinteresēti produkcijā vai pieprasa izmainīt produkcijas ražošanas specifikāciju. Ražošanas specifikācijas izmaiņas neliedz attīstīt žāvētu ogu un sukāžu produkcijas starptautisko konkurētspēju, taču ievieš korekcijas atbilstoši attiecīgā tirgus segmentā esošā patērētāja vēlmēm, ieradumiem un parašām. Pētījuma mērķis tika sasniegts un tā rezultātā tika izstrādāts piedāvājums Latvijas žāvēto augļu un sukāžu ražotājiem starptautiskās konkurētspējas veicināšanai, kas ietver tirgus segmentu analīzi un piedāvājumu starptautiskās konkurētspējas veicināšanai.

Atslēgas vārdi: augļi; sukādes, starptautiskā konkurētspēja; ārējie tirgi.

Kristīne Kazerovska. LATVIJAS ĶĪMISKO MAISĪJUMU UN KOSMĒTIKAS LĪDZEKĻU RAŽOTĀJU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", kristine.kazerovska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., lektors Edgars Čerkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: "Eiropas 2020, Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei" satur vairākas pamatinciatīvas un viena no tām ir "Digitālā programma Eiropai", kuras mērķis ir veicināt ātrgaitas interneta pakalpojumu ieviešanu un izmantot vienotā digitālā tirgus priekšrocības, ko tas sniedz patērētajiem un komersantiem, jo ātrgaitas interneta trūkums ietekmē arī preču un pakalpojumu izplatīšanu tiešsaistē. Latvijas ķīmisko vielu, maisījumu un kosmētikas līdzekļu ražotāji savu produkciju piedāvā gan Latvijas tirgum, gan ārpus tā.

Pētījuma mērķis: izskatīt komersantu mājas lapas un izanalizēt tajās ietverto informāciju par ķīmiskajiem maisījumiem un kosmētikas līdzekļiem, piedāvājumam dažādās valodās un iespējām tos iegādāties, izmantojot komersanta mājas lapu.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā var secināt, ka komersanti pilnībā neizmanto iespējas, ko piedāvā digitālā tirgus priekšrocības.

Atslēgas vārdi: e-komercija; ķīmiskās vielas; kosmētikas līdzekļi; Latvija.

Kristīne Kazerovska. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", kristine.kazerovska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.iur. Una Skrastiņa

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība ir aktuāls jautājums, un daudzas valstis cenšas sakārtot nacionālo sistēmu šī īpašuma aizsardzībā. Arī Latvija tā ir aktuāla problēma, un mūsu valsts ir uzsākusi darbu pie intelektuālā īpašuma tiesiskās aizsardzības uzlabošanas. Valdība ir izstrādājusi un apstiprinājusi intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības un nodrošināšanas pamatnostādnes 2015.–2020.gadam. Latvijā pastāv normatīvais regulējums intelektuālā īpašuma aizsardzībai, ir tiesu prakse un vairāki tiesību zinātnieku pētījumi, tomēr tā praktiskā piemērošana praksē joprojām rada problēmas visām iesaistītajām pusēm. Arī valsts pārvaldes iestādēs jāsaskaras ar intelektuālā īpašuma aizsardzības jautājumiem, bet šīs jomas publiski pieejamu pētījumu praktiski nav, kas arī pamato šī pētījuma novitāti.

Pētījuma mērķis: ir analizēt politikas plānošanas dokumentus, normatīvos aktus, kā arī praksē konstatētās problēmas intelektuālā īpašuma aizsardzības jomā valsts pārvaldes iestādēs un sniegt priekšlikumus pētāmo jautājumu risināšanai.

Pētījuma metodes: Pētījumā tiek piemērotas deskriptīvā, salīdzinošā un analītiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tiks gūta lielāka izpratne par to, kādas ir intelektuālā īpašuma aizsardzības iespējas valsts pārvaldes iestādēs.

Atslēgas vārdi: intelektuālā īpašuma aizsardzība; valsts pārvaldes iestādes; Latvija.

SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS UN MĀRKETINGS

Lāsma Runcīte. MUTVĀRDU ATSAUKSME – NOSLĒPUMAINS, NEREDZAMS, MAĢISKS SPĒKS

Jēkabpils Agrobiznesa koledža, studiju programma „Mārketings un inovācijas", runcite.lasma@jak.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec., lektore Solvita Kozlovska

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mutvārdu atsauksmes - efektīva metode mārketingā. Mutvārdu atsauksmes ir un var būt kontrolējamas, pareizā laikā un vietā to nepārspējamais spēks var ietekmēt tirgu spēcīgāk nekā tradicionālais mārketings.

Pētījuma mērķis:. Realizēt praktiski mutvārdu atsauksmes metodes, iesaistot dažādas mērķauditorijas respondentus, kuru uzdevums bija veicināt šo atsauksmju plūsmu rekomendējot konkrētu IK „Breakoutroom" pakalpojumu.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā, aptaujas metodes.

Sasniegtie rezultāti: Balstoties no D.Silvermana grāmatā "Mutvārdu atsauksmju mārketinga noslēpumi" aprakstītā mutvārdu atsauksmes audzētavas metode, kuras pamatprincipu var izprast kā informācijas nodošanu sākot no pieciem cilvēkiem, kuri savukārt nodot informāciju vēl pieciem un šī ķēde nepārtraukti turpinās. Mutvārdu atsauksmes iedalās deviņos līmeņos sākot no lēmuma pieņemšanas procesa pāatrināšanas un citi daudzpusīgi paņēmieni, kuriem ir būtiski pievērst uzmanību veicot dažādas pārdošanas kampaņas. Veicot pētījumu ar "mutvārdu atsauksmes audzētavas" metodi tika iesaistīti 30 respondenti, kuru uzdevums bija veicināt šo atsauksmju plūsmu rekomendējot konkrētu pakalpojumu"IK Breakoutroom", kurš atrodas Jēkabpilī. Iegūtie rezultāti liecina, ka puse no respondentiem ir ieinteresēti balstoties uz dzirdēto rekomendāciju, 5 no 30 respondetiem reāli izmantoja pakalpojumu būdami emociju iespaidā par pakalpojuma iespējām un raksturu. Pētījuma darba uzdevumi sasniegti veiksmīgi, mutvārdu atsauksmes sniedz būtisku priekšrocību mūsu izvēlēs par produktu vai pakalpojumu, respektīvi, šis ir visātrākais vieds kā iegūt patiesu informāciju. Atkārtoti veicot pētījumu noteiktu ilgāku tā izpildes laiku, iesaistītu vēl vairāk respondetus, un pielietotu dažādas metodes un citus paņēmienus, lai sasniegtu objektīvāku rezultātu.

Atslēgas vārdi: klienti; lēmuma pieņemšana; metode; mutvārdu atsauksmes; pētījums; rezultāts.

Samanta Sīle. SABIEDRISKO ATTIECĪBU SPECIĀLISTAM NEPIECIEŠAMĀS KOMPETENCES DARBA DEVĒJU SKATĪJUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Sabiedriskās attiecības", sile.samanta@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Vita Stiģe-Škuškovnika

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Nereti ir iespējams saskarties ar situāciju, ka jaunie sabiedrisko attiecību speciālisti nepārzina nozari, kurā vēlas strādāt, un viņiem nepiemīt, darba devēja skatījumā, nepieciešamās kompetences. Šie iemesli bieži vien aizkavē jauno speciālistu profesionālo attīstību, tāpēc ir nozīmīgi noskaidrot šīs nozares profesionāļu viedokli par sabiedrisko attiecību speciālistam

nepieciešamajām kompetencēm, tādejādi informējot un sagatavojot jaunos speciālistus profesionālai darba videi.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot nozares profesionāļu viedokli par pirmā līmeņa augstākās profesionālās izglītības programmas sagatavotiem sabiedrisko attiecību speciālistiem nepieciešamajām profesionālajām kompetencēm konkurētspējas paaugstināšanai darba tirgū.

Pētījuma metodes: Pētījumam tiek izmantota kvalitatīvā pētījumu metode – intervija. Ar tās palīdzību tika noskaidroti nozares profesionāļu jeb ekspertu viedokļi par sabiedrisko attiecību speciālistam nepieciešamajām kompetencēm.

Sasniegti rezultāti: Apkopojot ekspertu viedokļus, var secināt, ka sabiedrisko attiecību speciālistam izglītība ir drīzāk nebūtiska, jo svarīgākas ir kompetences un pieredze. Vissvarīgākā kompetences speciālistam ir izcilas komunikācijas prasmes, rakstītprasme, dažādu nozaru pārzināšana un diplomātija. Sabiedrisko attiecību speciālistam ir jābūt ar plašu redzesloku, ļoti labām valodas zināšanām, kā arī digitālajām prasmēm. Iegūti vērtīgi secinājumi, kas var palīdzēt sabiedrisko attiecību speciālistam paaugstināt savu konkurētspēju darba tirgū.

Atslēgas vārdi: sabiedrisko attiecību speciālists; kompetences; darba devēji; intervija

Linda Veisberga. SABIEDRISKO ATTIECĪBU INSTRUMENTU IZMANTOŠANAS IESPĒJAS TEĀTRA NOZARES UZŅĒMUMA KOMUNIKĀCIJĀ AR KLIENTIEM

Alberta koledža, studiju programma „Sabiedriskās attiecības", veisberga.linda@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Vita Stiģe-Škuškovnika

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Sabiedriskās attiecības spēj redzēt organizācijas darbības kopainu un, izmantojot pareizi izvēlētus sabiedrisko attiecību instrumentus, tās spēj nodrošināt sekmīgu rezultātu sasniegšanu, efektīvu un spēcīgu iekšējo un ārējo komunikācijas procesu, kā arī sasniegt sabiedrisko attiecību un uzņēmuma mērķus komunikācijā ar mērķauditoriju. Vācu teātra zinātniece Ērika Fišere-Lihta (*Erika Fischer-Lichte*) reiz atzīmējusi, lai teātris būtu teātris: A persona attēlo X, kamēr S to vēro. Tātad, lai teātris spētu īstenot savu darbību, sasniegtu mērķus un vienmēr būtu elements S, būtiski un svarīgi ir apzināties sabiedrisko attiecību instrumentu daudzveidību un izmantošanas iespējas komunikācijā ar dažādām mērķauditorijām teātra nozarē, lai īstenotu ārējas komunikācijas mērķus.

Pētījuma mērķis: Analizēt Liepājas teātra komunikācijā ar klientiem izmantotos sabiedrisko attiecību instrumentus, lai izstrādātu priekšlikumus to izmantošanas iespējām nākotnē.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā metodē, kuras laikā tika meklēta un analizēta teorētiskā literatūra par attiecīgo tēmu, kvalitatīvā metode – intervija un kvantitatīvā pētījumu metode – aptauja, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Noskaidrots Liepājas teātra klientu apmeklējuma biežums, apmeklējuma/ neapmeklējuma motivācija, apmierinātība par piedāvājumu un informētību. Noskaidrota sabiedrisko attiecību īstenošanas nozīme, izmantojot sabiedrisko attiecību instrumentus komunikācijā ar teātra klientiem. Noskaidrots Liepājas teātra aktieru viedoklis par klientu komunikācijas un uzvedības paradumiem izrādes apmeklējuma laikā. Izdarīti secinājumi un sniegti priekšlikumi par sabiedrisko attiecību instrumentu izmantošanas iespējām Liepājas teātra komunikācijā ar klientiem.

Atslēgas vārdi: sabiedriskās attiecības un instrumenti, Liepājas teātris, klienti, izmantošanas iespējas.

Māra Medne. UZŅĒMUMU KOMUNIKĀCIJA E-VIDĒ: LATVIJAS PIEREDZE

Alberta koledža, studiju programma " Sabiedriskās attiecības", medne.mara@gmail.com

Zinātniskā vadītāja: Mg.sc.soc., docente Vita Stiģe-Škuškovnika

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mobilo telefonu un sakaru, interneta, TV un sociālo mediju attīstība ietekmē cilvēku savstarpējās attiecības, sazināšanos, dzīvesveidu un domāšanu. Ikdiena un savstarpējā saskare vairs nav iedomājama bez digitālās saziņas. Tā papildina un arī maina personu un grupu komunikāciju, radot pieprasījumu pēc jaunas attiecību vadības un pārvaldības. (Lasmane, 2012) Autore izvēlējās pētīt radošo industriju – teātru, kinoteātru, koncetrtzāļu, reklāmas aģentūru un grafisko dizaina studiju komunikāciju e-vidē. Autoresprāt, tieši šīs ir jomas, kam visstraujāk jāspēj pielāgoties laikmetam un klientu paradumu maiņai, lai nepazaudētu viņus digitālajā pasaulē.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un analizēt Latvijas uzņēmumu komunikāciju e-vidē, pievēršot uzmanību to komunikācijai sociālajos tīklos un mājas lapā.

Pētījuma metodes: Izmantota aptaujas metode, anketējot 35 uzņēmumu pārstāvjus. Ar aptaujas palīdzību autore noskaidroja atbildes uz jautājumiem saistībā ar uzņēmumu komunikācijas nozīmi mājas lapā un sociālajos tīklos, noskaidrojot izmantotās pieejas un komunikācijas veidošanas paradumus.

Sasniegtie rezultāti: Autore secina, ka uzņēmumu komunikācija e-vidē lielākoties ir respektabla, ko var secināt salīdzinot ar pasaules tendencēm. Tāpat uzņēmumi ar ilgāku darbības pieredzi spējuši tikt līdzi tehnoloģiju attīstībai – ieviesuši gan atsevišķu sabiedrisko attiecību pozīciju, gan veiskmīgi izmanto interneta piedāvātās platformas un iespējas, nereti daudz regulārāk un dinamiskāk nekā jauni vai mazi autores pētītie uzņēmumi.

Atslēgas vārdi: komunikācija; sociālie mediji; mājas lapa; uzņēmums; Latvija.

Agita Upleja. UZŅĒMUMU KOMUNIKĀCIJA E-VIDĒ: LATVIJAS PIEREDZE

Alberta koledža, studiju programma „Sabiedriskās attiecības", agitaupleja@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Vita Stiģe-Škuškovnika

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pētījuma tēma ir īpaši aktuāla mūsdienām, jo elektroniskā vide un sociālie tīkli aizņem daļu no mūsu ikdienas laika, kur pavadām aplūkojot šī brīža tendences un aktualitātes.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un analizēt Latvijas uzņēmumu komunikāciju e-vidē. Mērķa sasniegšanai padziļināti pievērsta uzmanība uzņēmumu komunikācijai sociālajos tīklos un mājas lapā.

Pētījuma metodes: Pētījuma veikšanai tiek izmantota aptaujas metode, anketējot 22 uzņēmumu pārstāvjus gan klātienē, gan e-vidē. Aptaujas anketa ietvēra jautājumus, ar kuru palīdzību varēja noskaidrot uzņēmuma pārstāvēto nozari, izmantotās interneta vietnes komunikācijas veidošanai, kā arī komunikācijas plānošanas nozīmīgumu klientu loka paplašināšanai un kontaktu uzturēšanai ar to.

Sasniegtie rezultāti: Autore secina, ka aptaujātie uzņēmumu pārstāvji ir aktīvi e-vidē, tādējādi tie iegūst gan atpazīstamību, gan jaunus potenciālos klientus. Apkopojot rezultātus, var secināt, ka aktivitāte e-vidē ir atkarīga no tā, cik ilgi pastāv uzņēmums, kā arī kāds ir tā ģeogrāfiskais novietojums un uzņēmuma lielums.

Atslēgas vārdi: Komunikācija; e-vide; uzņēmumi; Latvija; aptauja.

Laura Ozoliņa, Zane Rutule. SABIEDRISKO ATTIECĪBU SPECIĀLISTAM NEPIECIEŠAMĀS PROFESIONĀLĀS KOMPETENCES DARBA DEVĒJU SKATĪJUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Sabiedriskās attiecības", zrutulez@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Vita Stiģe-Škuškovnika

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Sabiedriskās attiecības kā profesija kļūst aizvien zināmāka. Ir svarīgi uzzināt, kādām kompetencēm ir jāpiemīt sabiedrisko attiecību cilvēkam dažādās darbības sfērās. Saprast, kuras ir pašas svarīgākās, vajadzīgākās iemaņas, kas noderēs jebkādā darbības jomā. Pēc šī pētījuma veikšanas speciālistu viedoklis ir kā atbilde uz studentu jautājumiem, ko iesākt pēc koledžas beigšanas, vai ir svarīga augstāka izglītība, vai pietiek tikai ar zināšanām, kas iegūtas studējot koledžā. Tas liek arī saprast to, cik svarīga ir izglītība katrā sfērā, vai tā būtu valsts pārvaldes iestāde vai privāts uzņēmums.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot nozares profesionāļu viedokli par pirmā līmeņa augstākās profesionālās izglītības programmas sagatavotiem sabiedrisko attiecību speciālistiem nepieciešamajām profesionālajām kompetencēm konkurētspējas paaugstināšanai darba tirgū.

Pētījuma metodes: Izmantota kvalitatīvā pētījumu metode – intervija. Ar tās palīdzību tika noskaidroti nozares profesionāļu viedokļi par sabiedrisko attiecību speciālistam nepieciešamajām kompetencēm pēc koledžas absolvēšanas, kā arī izglītības loma sabiedrisko attiecību nozarē.

Sasniegtie rezultāti: Autores secina, ka galvenās prasmes, kam jāpiemīt topošajiem sabiedrisko attiecību speciālistiem ir – drosme runāt ar cilvēkiem, labas latviešu valodas un svešvalodas zināšanas, kā arī pareizrakstības un gramatikas prasmes. Ir jāprot rast risinājumu sarežģītās un spriedzes situācijas. Jābūt radošam.

Atslēgas vārdi: sabiedrisko attiecību speciālists; kompetences; intervija; darba devēji.

Simona Birka. ĀRĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS PILNVEIDE TŪRISMA NOZARES UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Sabiedriskās attiecības", simonabirka@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente Vita Stiģe-Škuškovnika

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pārdomāta ārējā komunikācija veido uzticamu uzņēmuma tēlu. Tā veido atgriezenisko saikni ar klientiem un veicina organizācijas konkurētspēju un popularizēšanu. Šī tēma ir aktuāla tūrisma aģentūrai SIA ''Nikos Travel'', jo uzņēmums katru dienu piedāvā klientiem dažādus atpūtas pakalpojumus, tāpēc ir ļoti svarīgi vienmēr uzturēt ārējo komunikāciju pilnvērtīgā līmenī.

Pētījuma mērķis: Izpētīt SIA ''Nikos Travel'' ārējo komunikāciju, lai sniegtu priekšlikumus tās pilnveidei nākotnē.

Pētījuma metodes: Pētījumam izmantotas kvantitatīvās (anketēšana, sintēzes) un kvalitatīvās (intervija, dokumentu analīze, grafiskā) pētījuma metodes. Pētījuma ietvaros anketēti SIA ''Nikos Travel'' klienti, lai noskaidrotu viņu viedokli par uzņēmuma komunikācijas veidu, kā arī pieejamo informāciju. Pēc iegūto rezultātu apkopošanas veikta tūrisma nozares uzņēmuma pārstāvja un SIA ''Nikos Travel'' vadītājas intervija, kuras rezultātā iegūtas SIA ''Nikos Travel'' ārējās komunikācijas kvalitātes iezīmes.

Sasniegtie rezultāti: Noskaidroti uzņēmumā izmantotie ārējās komunikācijas instrumenti un to specifika un atbilstība komunikācijai ar ārējām grupām. Secināts, ka uzņēmuma klienti un tūrisma nozares pārstāvji apzinās, ka lielākajā mērā ārējās komunikācijas attīstību nepieciešams vērst uzņēmuma mājas lapas izstrādei un dažādu citu komunikācijas kanālu stiprināšanai. Sniegti priekšlikumi turpmākai ārējās komunikācijas attīstībai SIA ''Nikos Travel''.

Atslēgas vārdi: ārējā komunikācija; pilnveide; tūrisma nozare; sabiedriskās attiecības.

Ģirts Vaitužis. KLIENTU APKALPOŠANA UN TĀS UZLABOŠANAS IESPĒJAS PAKALPOJUMU SNIEGSANAS UZŅĒMUMĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Radošais mārketings un pārdošanas vadība", girts.vaituzis@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., lektors Edgars Čerkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Klientu apkalpošana ir nozīmīga pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā, kas var arī nebūt saistīta ar fizisku produktu, bet ar kādas darbības veikumu, ko piedāvāt klientam. Šajā nolūkā ir jāveic tādu rādītāju analīze, kā klientu apkalpošanas ietekmējošo faktoru noskaidrošana, pakalpojumu sniegšanas uzņēmuma klientu apmierinātības noskaidrošana par sniegto pakalpojumu, darbinieku apmierinātības noskaidrošana pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā. Pētījuma aktualitāti var pamatot ar pakalpojuma sniegšanas uzņēmuma klientu apkalpošanas kvalitātes paaugstināšanu – t.i. izanalizējot literatūru par klientu apkalpošanas kvalitāti un tās nozīmīgumu sabiedrībā.

Pētījuma mērķis: noteikt faktorus, kas ietekmē klientu apkalpošanas kvalitātes apmierinātības līmeni pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Literatūras un avotu analīzi autors izmantoja, lai veidotu teorijas pamatojumu. Aptauja tika izmantota, lai noskaidrotu un atspoguļotu klientu viedokli par uzņēmuma apkalpošanas kvalitāti, kā arī darbinieku apmierinātību uzņēmumā. Dokumentu analīze tika izmantota, lai izpētītu uzņēmumā pieejamo informāciju par klientu apkalpošanas procesiem. Lai izvērtētu viedokli par klientu apkalpošanas nozīmīgumu pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā, darba autors veica interviju ar ekspertu.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā iegūtie rezultāti var tikt izmantoti klientu apkalpošanas kvalitātes uzlabošanai pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā.

Atslēgas vārdi: klientu apkalpošana; klientu apmierinātība; pakalpojumu sniegšanas uzņēmums.

Anna Krecere – Bernarte. MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJAS TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Vadības zinības", anna.krecere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., docente N.Verina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte Pie mūsdienu konkurences apstākļiem, mārketingam ir ļoti būtiska nozīme mazumtirdzniecībā. Katrs uzņēmējs – mazumtirgotājs izdomā jaunus veidus, kā piesaistīt pircēju tieši savā veikalā, izmantojot gan masu akcijas, pircēju pievilināšanai, gan īpaši izdevīgus piedāvājumus, gan arī attīstot lojalitātes programmas. Mūsdienās uzņēmuma darbība un veiksmīga pastāvēšana nav iedomājama bez spēcīga mārketinga. Jo, kas tad ir būtiskākais uzņēmumam, uzsākot darbību? Ir jābūt pārliecinātam, ka attiecīgais produkts izdzīvos, iegūs pircēja uzticību un veiksmīgi pastāvēs. Protams, ir jāizvērtē un jānosaka atbilstoša cena tā vērtībai un kvalitātei, jānosaka tieši kāds pircējs to vēlēsies iegādāties, un tikai tad jāveido atbilstoša mārketinga komunikācija. Ieguldījums mārketingā ir ļoti nozīmīgs lēmums, it īpaši pašreizējos ekonomiskajos apstākļos, kad rezultātam ir jāgūst augsta efektivitāte. Sākotnēji ir jāveic rūpīga analīze par mērķa tirgus vēlmēm, vajadzībām un iespējām, lai komunikācija neradītu pretēju efektu un uzņēmums nezaudētu klientus, kā arī sava izveidotā tēla popularitāti.

Pētījuma mērķis: Izpētīt izmantoto mārketinga komunikāciju lielveikalos „SKY".

Pētījuma metodes: Darbā ir izmantotas dažādas metodes: literatūras un avotu analīze, dokumentu analīze, datu apstrāde un padziļinātā intervija kā arī informācija no personīgi pieejamiem avotiem no uzņēmuma SIA „SKAI BALTIJA" nepublicētajiem materiāliem.

Sasniegtie rezultāti: Laikā, kad visa mūsu dzīve ir piebāzta ar reklāmām un visi mēs pamazām kļūstam imūni pret bezpersonisku ziņu, mārketings ir viens no retajiem veidiem, kā tikt sadzirdētam. Uzņēmējdarbības būtisks priekšnosacījums ir patērētāji, kam konkrēto darbību rezultātā radītais produkts ir vajadzīgs. Tāpēc pircēju vēlmju apmierināšanai, gūstot peļņu, vajadzētu būt jebkura uzņēmuma prioritātei. Veiksmīgi savienojot mērķauditorijas vēlmes ar kompānijas iespējām, var sasniegt abu pušu mērķus un, pārzinot mērķauditoriju, var labāk paredzēt, kādi produkti vislabāk apmierinās cilvēku vajadzības. Tas ir mārketinga pamatuzdevums.

Atslēgas vārdi: mārketings; tirdzniecība; komunikācija.

Liene Balode. MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS IZSTRĀDE DIGITĀLĀ MĀRKETINGA UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Mārketings un tā inovācijas", info@alberta-koledza.lv

Zinātniskais vadītājs: MSc Business Studies, Agnese Kromane

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās konkurence pastāv kā pamata mehānisms, kas regulē biznesa vadīšanas procesu. Uzņēmums vairs nevar būt ierobežots ar savas darbības tekošo plānošanu un vadīšanu. Parādās nepieciešamība pēc stratēģiskās domāšanas, darbību programmas izstrādes, striktu mērķu noteikšanas un

līdzekļu definēšanas izvēlētājām attīstības ceļam. Mūsdienīgo mārketinga stratēģiju izstrādei ir augsts pieprasījums starp uzņēmumiem, kuri plāno savu attīstību, vēlas iekārot un noturēt noteiktās pozīcijas tirgū. Pareizi izveidota cenu politika, noietas sistēma, mārketinga komunikācijas garantē uzņēmumam veiksmi sava produkta vai pakalpojuma pārdošanā.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt mārketinga stratēģiju ārzemju tirgus apgūšanai Latvijas uzņēmumam. Attiecīgi dotām mērķim, tika izveidoti darba uzdevumi: izskatīt teorētiskos pamatus mārketinga stratēģijas izveidei; noteikt mārketinga stratēģijas vietu uzņēmuma stratēģiju struktūrā; izanalizēt un klasificēt faktorus, kas ietekmē lēmuma pieņemšanas procesu par ārzemju tirgus apgūšanu; izveidot mārketinga stratēģijas izstrādes algoritmu, un, balstoties uz apstrādātas informācijas, veikt mārketinga stratēģijas izstrādes metodikas aprobāciju uz reklāmas aģentūras "iMarketing Group" piemēra.

Pētījuma metodes: statistikas, uzņēmuma datu analīze, monogrāfiskā metode ar kvalitatīvo pētījumu metožu elementiem, un salīdzināšanas analīzes metodes

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma mērķis tika sasniegts, tika izveidots mārketinga stratēģijas izstrādes algoritms. Izstrādāts mārketinga stratēģijas algoritms tika veiksmīgi pielietots digitālā mārketinga uzņēmumam un ir atklāts vērtīgākais tirgus, ko uzņēmums ir spējīgs apgūt – Zviedrijas tirgus.

Atslēgas vārdi: mārketinga stratēģija; ārzemju tirgus apgūšana.

Lāsma Muceniece. MĀRKETINGA VIDE UN KONKURĒTSPĒJAS NOVĒRTĒJUMS MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Mārketings un tā inovācijas", muceniecelasma@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc., lektore Agnese Kromane

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Latvijā pārtikas mazumtirdzniecībā ir sīva konkurence un *Lidl* ienākšana to vēl palielinās, līdz ar to jāanalizē konkurenti un mārketinga vide, lai uzlabotu uzņēmuma konkurētspēju starp nozares pārstāvjiem.

Pētījuma mērķis: Darba mērķis ir analizēt mazumtirdzniecības uzņēmuma SIA Rimi Latvia mārketinga vidi un konkurētspēju, lai šo mērķi sasniegtu, autore analizēja mārketinga vides faktorus, novērtēja tiešos konkurentus, veica SVID analīzi, izstrādāja patērētāju aptaujas anketu un analizēt anketēšanas rezultātus.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā pētījuma metode - patērētāju anketēšanu, kvalitatīvā pētījumu metode - uzņēmuma speciālistu intervijas, monogrāfiskā metode – informācijas apkopošana un analīze, grafiskā metode – attēlu un aptaujas grafiku konstruēšana, SVID analīze.

Sasniegtie rezultāti: Darba gaitā tika secināts, ka Rimi zīmols ir mīlētākais starp pārtikas mazumtirgotājiem, tomēr tuvākais konkurents Maxima tālu neatpaliek. Rimi apzinās zīmola vērtību veiksmīgai uzņēmējdarbībā, līdz ar to veido gan tirgotāja, gan darba devēja zīmolu, skaidro savas vērtības, rūpējās par savu reputācija ar aktīvu sabiedrisko attiecību vadīšanu. Autore izstrādāja priekšlikumus, kas reāli var vairāk piesaistīt klientus, pārsvarā balstoties uz lojalitātes programmu – pārnestā inovācija "skenē iepērkoties" [Scan as you shop], lojalitātes karte viedtālrunī, jauna stratēģija sadarbības partneru izvēlē.

Atslēgas vārdi: pārtikas mazumtirdzniecība; mārketinga vide; konkurētspēja.

TIESĪBU ZINĀTNES

Oksana Vorobjova. KOMERCSABIEDRĪBU IZVAIRĪŠANĀS NO PIEVIENOTĀS VĒRTĪBAS NODOKĻA NOMAKSAS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Starptautiskās komercdarbības tiesības", oksana10@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Atis Bičkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Latvijā sevišķi aktuāla ir cīņa ar ekonomiskajiem noziegumiem, kas pēdējā laikā kļuvusi par vienu no valsts prioritātēm. Ekonomisko noziegumu realizācija attiecināma uz uzņēmējdarbību veicošajiem subjektiem, kuri saskaņā ar valsts uzliktajiem pienākumiem, šos pienākumus nepilda vai pilda nepilnā apmērā, proti, veic izvairīšanos no nodokļu un tiem pielīdzināmo maksājumu nomaksas. Nodokļi ir jebkuras valsts tautsaimniecības neatņemama sastāvdaļa un valsts ieņēmumu pamatplatforma. Lielāko valsts budžeta ieņēmumu daļu nodrošina ieņēmumi no pievienotās vērtības nodokļa iekasēšanas. Neskatoties uz to, ka Latvijā nepārtraukti tiek īstenots likumības un tiesiskās kārtības nostiprināšanas process, tas neizslēdz arī izņēmumu pastāvēšanu, proti, samērīgi liela daļa komercsabiedrību uzskata, ka pilna apmēra pievienotās vērtības nodokļa nomaksa ir neizdevīga viņu saimnieciskajai darbībai un visādā veidā cenšas šī nodokļa nomaksu apiet, kā rezultātā nodarot valsts budžetam zaudējumus lielā apmērā. Bez tam, komercsabiedrībām veicot izvairīšanos no pievienotās vērtības nodokļa nomaksas, pasliktina valsts finansēšanas intereses, apgrūtinot finanšu līdzekļu pārdali atbilstoši sociālajai nepieciešamībai un pasliktina valsts funkciju izpildes nodrošinājumu.

Pētījuma mērķis: Identificēt, kāda atbildība paredzama par komercsabiedrību izvairīšanos no pievienotās vērtības nodokļa nomaksas un izvērtēt komersanta rīcību, realizējot izvairīšanos no pievienotās vērtības nodokļa nomaksas.

Pētījuma metodes: Analīzes metode, salīdzinošā metode, sistemātiskā metode un aprakstošā metode.

Sasniegtie rezultāti: Identificēta komercsabiedrību atbildība, kas iesaistīta ar pievienotās vērtības nodokļa attiecībām, ja komercsabiedrība nepilda vai nepienācīgi pilda viņam uzliktos pienākumus. Izvērtētas metodes, kuras komersanti izmanto, realizējot izvairīšanos no pievienotās vērtības nodokļa nomaksas.

Atslēgas vārdi: nodokļi; izvairīšanās no nodokļu nomaksas; pievienotās vērtības nodoklis.

Una Skrastiņa. ELEKTRONISKA PIEDĀVĀJUMU IESNIEGŠANA PUBLISKAJOS IEPIRKUMOS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", una.skrastina@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., prof. Inga Šīna

Anotācija

Publiskās pārvaldes efektivitāte ir viens no valsts attīstības un konkurētspējas paaugstināšanas rādītājiem. Latvijā katru gadu pieaug E-pakalpojumu dažādība un to skaits, kas savukārt rada sabiedrībai pieejamāku valsts un pašvaldību pārvaldi. Biznesa vidē jau sen ir atzītas informācijas tehnoloģiju

izmantošanas priekšrocības–un katru gadu to nozīme palielinās arī publiskajos iepirkumos. Līdz ar to pieaugoša nozīme ir pilsoņu līdzdalībai, viņu izpratnei un kompetencei lietot informācijas tehnoloģijas. Izmantojot e-pakalpojumus publiskajos iepirkumos, tos var veikt ātrāk un ērtāk – neatkarīgi no iestāžu darba laika un atrašanās vietas, tā palielinot arī publisko iepirkumu efektivitāti un caurredzamību. Kā norāda Eiropas Komisija, vitāli svarīgi ir uzlabot iepirkuma prasmes, tostarp e-prasmes visos iepirkuma procesa posmos. Tāpat būtiska ir iepirkuma digitālās pārveides izvēršana, jo jaunās tehnoloģijas piedāvā milzīgas iespējas racionalizēt un vienkāršot iepirkuma procesu, vēršot plašumā elektronisko publisko iepirkumu.

Pētījuma aktualitāte pamatota ar jaunā Publisko iepirkumu likuma spēkā stāšanos 2017.gada 1.martā, kas cita starpā paredz pasūtītāja pienākumu iepirkumos, nodrošināt elektronisku piedāvājumu iesniegšanu. Lai gan šis regulējums paredzēts iepirkumu efektivizēšanai, tā ieviešana jau sākotnēji ir radījusi daudzas neskaidrības visām iesaistītajām pusēm.

Pētījuma mērķis: analizēt normatīvos aktus un praksē biežāk konstatētās problēmas saistībā ar elektronisku piedāvājumu iesniegšanu, kā arī piedāvāt esošo problēmu risināšanas iespējas.

Pētījuma metodes: vēsturiskā, deskriptīvā, salīdzinošā un analītiskā.

Pētījuma rezultāti: lasītāji varēs gūt lielāku izpratni par elektronisku piedāvājumu iesniegšanu, saprast ar kādām problēmām iespējams būs jāsastopas, kā arī savlaicīgi paredzēt to risināšanas iespējas.

Atslēgas vārdi: publiskais; iepirkums; elektroniska; iesniegšana.

Oskars Dārziņš. NULLES STUNDU DARBA LĪGUMS UN AR TO SAISTĪTIE DISKRIMINĀCIJAS RISKI LIELBRITĀNIJĀ.

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Starptautiskās komercdarbības tiesības", odarzins@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētāja Aija Leitāne

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pēdējos desmit gados Lielbritānijā, strauji pieaugusi nulles stundu darba līguma izmantošana uzņēmumos. 2016. gadā 1,4 milj., jeb 5% strādājošo ziņoja, ka viņi strādā uz nulles stundu darba līguma pamata, kura galvenā atšķirība no citiem darba līguma veidiem ir tāda, ka darba ņēmējam nav jānodrošina minimālais darba stundu skaits. Nulles stundu darba līgums dod pilnvērtīgu darba ņēmēja statusu un tiesības uz tādu pašu darba tiesisko aizsardzību kā citiem strādājošajiem. Tajā pašā laikā rodas diskriminācijas riski, piemēram, iespēja saņemt slimošanas pabalstu, saņemt elastīgu darba grafiku u.c.

Pētījuma mērķis: Identificēt, kādi diskriminācijas riski rodas, izmantojot nulles stundu darba līgumu Lielbritānijā. Lai mērķi sasniegtu, tiks noskaidroti un analizēti tiesību avoti, kuri ietekmē nulles stundu darba līguma saturu, veikts salīdzinājums ar citiem darba līguma veidiem, aptaujāti darba ņēmēji u.c.

Pētījuma metodes: anketēšana, analītiskā, aprakstošā, salīdzinošā jeb komparatīvā un novērojums.

Atslēgas vārdi: darbs; līgums; Lielbritānija; diskriminācija.

Dana Ābeltiņa. FRANŠĪZES PRIEKŠROCĪBAS UN TRŪKUMI

Ekonomikas un Kultūras augstskola, studiju programma „Starptautiskās komercdarbības tiesības", danabeltina@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur. docente Ināra Brante

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Šķiet, daudzi ir dzirdējuši par tādu jēdzienu kā franšīze, bet ne visiem ir priekšstats par šī jēdziena būtību un iespējamo līgumu, kā vienu no uzņēmējdarbības veidiem. Sabiedrības pieredze un informētības līmenis šajā biznesa modelī ir zems. Pētījuma tēma ir aktuāla, jo šis ir viens no biznesa organizēšanas veidiem, kas gūst popularitāti arī Latvijā. Franšīze dod iespēju iegādāties biznesa paketi ar jau pazīstamu zīmolu, reputāciju, klientūru, vadīšanas stratēģiju u.c. Franšīzes līgums dod ne tikai priekšrocības biznesa uzsākšanai, bet rada arī ierobežojumus un riskus.

Pētījuma mērķis: ir izzināt franšīzes būtību, konstatēt franšīzes līguma noslēgšanas priekšrocības un trūkumus. Mērķa sasniegšanai tiek veikta informācijas avotu un Latvijas normatīvo aktu izpēte.

Pētījuma metodes: kvalitatīvās pētījuma metodes, informācijas vākšana, tās analīzi un salīdzināšana.

Sasniegtie rezultāti: franšīzes bizness dod vairākas priekšrocības franšīze ņēmējam, svarīgāka no tām ir drošības sajūta, jo nav jāiegulda laiks un līdzekļi atpazīstamības un klientu bāzes veidošanā. Taču šis biznesa modelis rada brīvības ierobežošanu un papildus ieguldījumus līgumsaistību laikā, kā arī pēc līguma saistību beigām – konkurences ierobežojums. Uzņēmums, kas iegūst attiecīgās priekšrocības, nepērk biznesu, bet gan iegūst īslaicīgu iespēju to izmantot saskaņā ar likumu un līguma noteikumiem. Konstatētie franšīzes trūkumi, riski un priekšrocības liecina par to, cik svarīgs posms ir noteikumu saskaņošana parakstot franšīzes līgumu, kas nosaka franšīzes devēja un franšīzes ņēmēja pienākumus un atbildību.

Atslēgas vārdi: franšīzes devējs, franšīzes ņēmējs, fransīze, līgums.

Tatjana Aptere. EKSPEDĪCIJAS LĪGUMU UN PAKALPOJUMU PROBLEMĀTIKA

Ekonomikas un Kultūras augstskola, studiju programma „Starptautiskās komercdarbības tiesības"

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētāja Marina Kamenecka-Usova

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: darba tēma ir izvēlēta, jo tā ir ļoti aktuālā. Katru dienu visa pasaulē notiek kravu pārvadājuma pakalpojumi uz un no vairāk nekā 120 pasaules valstīm. Kravu pārvadājumi tiek nodrošināti ar dažādiem transporta veidiem kā autotransports, jūras un gaisa transports. Šodien autotransporta pakalpojumi tiek plaši izmantoti, un pieprasījums, kā zināms, rada arvien jaunus piedāvājumus. Daudzi transporta uzņēmumi visa pasaulē katru dienu pārvadā tūkstoši tonnu kravu, bet ne visi no tiem nodrošina ekspedīcijas pakalpojumus - tā ir tas saucamas ekspedīcijas pārvadātāju prerogatīva. Preču piegādes process ir saistīts ar to, ka tiek veikti vairāki darbi, operācijas un pakalpojumi, kuru komplekss nodrošina preču efektīvu izplatīšanu. Galvenais nosacījums normālai tirdzniecības uzņēmumu darbībai ir preču transportēšana un uzglabāšana. Tirgus ekonomikas panākumi lielā mērā ir atkarīgi no transporta

sistēmas stabilas un efektīvas darbības un tos nosacījumi tiek formalizētas līgumos, kuros ir noteiktas pušu saistības, veikto kravu pārvadājumu operāciju veidi, apjoms un veids, maksāšanas noteikumi un atbildība par pieņemto saistību neizpildi.

Pētījuma mērķis: izanalizēt ekspedīcijas līgumus kravas pakalpojumu tirgū, identificēt ekspedīcijas pakalpojumu izpildes problēmas, izstrādāt ieteikumus ekspedīcijas līgumu sastādīšanai un risku mazināšanai.

Pētījuma metodes: Darba uzdevumu izpildei tika izmantota literatūras analīzes metode, dokumentu analīzes metode un kvantitatīvās pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: darbā tēma ir izvērtēta no pakalpojumu sniedzēja un saņēmēja viedokļa, identificētas problēmas un trūkumi kravas pārvadājuma līgumos, izstrādāti ieteikumi kravas pārvadājuma uzņēmumiem un ekspedīcijas pakalpojumu sniedzējiem.

Atslēgas vārdi: ekspedīcija; līgums; krava; pārvadājumi.

Valērija Vanaga. KOMERSANTA UN PATĒRĒTĀJA TIESISKĀ DARĪJUMA ANALĪZE

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", valeerijavanaga@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

Latvijas Republikā tiesiska darījuma vispārējie noteikumi ir regulēti Civillikumā, bet pastāv arī speciālais regulējums citos normatīvajos aktos, kas jāņem vērā, ja viena darījuma slēdzēja puse ir patērētājs vai komersants. Tātad tiesību piemērotājam jāņem vērā šī mijiedarbība starp vispārējo un diviem speciālajiem tiesiskajiem regulējumiem, citādāk viņa situācijas risinājums var izrādīties juridiski nepareizs. Šajā pētījumā ir analizēta minētā mijiedarbība, akcentējot būtiskākos kopīgos un atšķirīgos tiesiskā regulējuma aspektus.

Pētījuma aktualitāte: nozīmīgu daļu no visiem tiesiskajiem darījumiem slēdz komersanti un patērētāji, tādēļ temats uzskatāms par aktuālu un nozīmīgu.

Pētījuma mērķis: sniegt ne vien teorētiskas, bet arī praktiskas atziņas par būtiskāko, slēdzot tiesisku darījumu.

Pētījuma metodes: vispārzinātniskās izpētes metodes, tiesību normu interpretācijas metodes un deskriptīvā metode pētījuma rezultātu fiksēšanai.

Sasniegtie rezultāti: izpētītas un atspoguļotas vispārējā un speciālā regulējuma kopīgās un atšķirīgās iezīmes.

Atslēgas vārdi: tiesisks darījums; komercdarījums; patērētājs.

Arta Ozoliņa. VIETĒJĀS ATTĪSTĪBAS METODES TIESISKĀ REGULĒJUMA PILNVEIDE UN ĪSTENOŠANA

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", info@alberta-koledza.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., docente Jolanta Dinsberga

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pamatojoties uz Alberta koledžas 1. un 2. kursa studiju programmas „Komercdarījumu tiesiskais regulējums" Prakses I un Prakses II ietvaros gūtajiem secinājumiem prakses organizācijā, autore ir izstrādājusi kvalifikācijas darbu par Eiropas Savienības atbalsta programmas Leader vietējai attīstībai (sabiedrības virzīta vietējā attīstība) apguves procesa pilnveidošanu. Konstatētā problemātika minēto prakšu ietvaros ir potenciāls pamats Leader atbalsta programmas apguves procesa efektivitātes samazinājumam, kā arī atsevišķos gadījumos var ierobežot atbalsta pretendentu ekonomisko jeb mantisko tiesību īstenošanu t.i., tiek ierobežota atbalsta pretendenta iespēja nodarboties ar saimniecisko darbību.

Pētījuma mērķis: Darba mērķis ir vietējās attīstības stratēģijas un ar to saistīto normatīvo aktu pētījuma rezultātā sniegt iespējamos priekšlikumus vietējās attīstības sekmēšanai un Leader apguves procesa pilnveidošanai.

Pētījuma metodes: Darbā izmantotās sešas vispārzinātniskās pētniecības metodes: monogrāfiskā, analītiskā metode, grafiskā metode, sintēzes; vēsturiskā metode un loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Darba gaitā izstrādāti: (1) divi shematiski attēli, kas skaidro Eiropas Savienības fondu sistēmu un Leader apguves procesu; (2) normatīviem aktiem atbilstoši trīs lēmumu projekti prakses organizācijas/vietējās rīcības grupas administratīvās darbības nodrošināšanas vajadzībām; (3) jēdziena „teritorijas labiekārtošana" definīcija, piedāvājot trīs ar tā ieviešanu saistītus grozījumus Ministru kabineta noteikumos; (4) regulējums iepirkuma procedūrām, kas nesasniedz 700 EUR, piedāvājot grozījumus Ministru kabineta noteikumos; (5) divi jauni kritēriji ieviešanai Saldus un Brocēnu novada vietējās attīstības stratēģijā un rediģēti šīs stratēģijas projektu vērtēšanas kritēriji Nr.8 un Nr.9; (6) priekšlikumi grozījumiem Ministru kabineta noteikumos, kas nosaka vietējās rīcības grupas projektu vērtēšanas komentāru objektivitāti.

Atslēgas vārdi: vietējā attīstības stratēģija; teritorijas labiekārtošana; iepirkuma procedūra; objektivitātes princips; samērīguma princips

Una Gaile. NOTARIĀTA FUNCIJS

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", info@alberta-koledza.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Kopš rašanās brīža notariāta institūts ir specifisks un nozīmīgs pētījuma objekts. Šī pētījuma mērķis ir atklāt Latvijas notariāta šī brīža nozīmīgākos aspektus, iepazīstināt interesantus ar šī institīta būtību.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir izpētīt tādus notariāta institūta aspektus kā mūsdienu Latvijas notariāta ģenēze; Zverinātu notāru kolēģijas, kopsapulces un padomes uzdevumi; kvalifikācijas prasības zvērinātiem notāriem un viņu palīgiem, kā arī to tiesības, pienākumi un atbildība. Tāpat izpētīt un atspoguļot notāra darbības uzraudzību un notāra darbības izbeigšanas tiesiskos aspektus.

Pētījuma metodes:. Pētijuma pamatmetode ir teksta analīze. Šī pētījuma kontekstā teksts ir saprotams kā normatīvie akti, publikācijas u.c. rakstītie informācijas avoti.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tiks konspektīvi atspoguļoti būtiskākie Latvijas notariāta aspekti.

Atslēgas vārdi: notariāts; notāra darbības uzraudzība.

Zane Zariņa. KOMERSATU VEIDU ĢENĒZE PĒC NEATKARĪBAS ATJAUNOŠANAS

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", info@alberta-koledza.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

20. gadsimta deviņdesmitajos gados, pēc Latvijas Republikas neatkarības atjaunošanas, tika veidots jauns, speciāls komerctiesību regulējums, bet šajā periodā vēl nebija precīza izpratne par komerctiesībām un ar tām saistītajiem juridiskajiem jēdzieniem, tostarp komersantu veidiem un to būtību. Sākotnējie komersantu veidi tiesiskajā regulējumā bija nodēvēti par uzņēmējdarbības formām un šajā pētījumā ir analizēti šie veidi, to būtiskās pazīmes, kā arī būtiskās nepilnības. Attīstoties izpratnei par komerctiesībām, arī ietekmējoties no citu valstu pieredzes, ir stājies spēkā jaunāks komerctiesību regulējums, kas precīzāk un atbilstošāk reglamentē komersantu veidus, bet, neraugoties uz to, arī šobrīd pastāv tiesiskā regulējuma problēmas šajā jomā. Pētījumā ir veikta ne vien retrospektīva analīze, bet arī sniegti priekšlikumi šobrīd pastāvošo problēmu novēršanai.

Pētījuma aktualitāte: komersantu veidu ģenēze Latvijas Republikā ir maz pētīts temats, kaut gan tam bijusi nozīmīga loma tautsaimniecībā.

Pētījuma mērķis: retrospektīvā analīzē atspoguļot komersantu veidu tiesisko aspektu ģenēzi Latvijas Republikā, periodā pēc valsts neatkarības atjaunošanas, lai tā būtu izmantojama citu valstu salīdzinošo komerctiesību speciālistiem un citiem interesantiem.

Pētījuma metodes: vispārzinātniskās izpētes metodes, tiesību normu interpretācijas metodes un deskriptīvā metode pētījuma rezultātu fiksēšanai.

Sasniegtie rezultāti: izpētīta un atspoguļota komersantu veidu tiesiskā regulējuma un šīs jomas juridiskās terminoloģijas ģenēze, akcentējot būtiskākos un problemātiskākos aspektus.

Atslēgas vārdi: uzņēmējdarbība; komercdarbība; komersants; komerctiesības.

Marika Mure. FRANŠĪZES LĪGUMA PILNVEIDE MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", marika.mure@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., docente Anna Saltikova

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Franšīze, kā komercdarbības veids ir izplatīta visā pasaulē, tomēr neraugoties uz tās bagāto attīstības vēsturi un laika gaitā izveidojušos plašo franšīzes modeļu klāstu, jēdzienam franšīze, joprojām nav vienotas definīcijas, bet franšīzes līgums uzskatāms par vienu no vissarežģītākajiem komerclīgumiem. Ņemot vērā, ka Latvijā franšīzes līguma regulējums ieviests vien 2010.gadā, bet franšīze, kā biznesa veids aktīvi tiek realizēta, pētīts reāli pastāvošs, Latvijā noslēgts franšīzes līgums.

Pētījuma mērķis: Franšīzes līguma pilnveide, atbilstoši aktuālajam normatīvajam regulējumam un konstatētajām līguma nepilnībām.

Pētījuma metodes: empīriskās pētniecības metodes, izmantojot kvalitatīvo pieeju, kontentanalīzi un dokumentu analīzi, kā arī vispārzinātniskās pētniecības metodes - monogrāfiskā un loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Konstatēts, ka no pētāmā franšīzes līguma izrietošā franšīze par tādu nav atzīstama klasiskās franšīzes izpratnē, bet ir uzskatāma par ''apgriezto'' franšīzi, ko neregulē ne Latvijas Republikas Komerclikums, ne arī spēkā esošā Eiropas Komisijas Regula (EK) Nr. 330/2010 par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu vertikālu nolīgumu un saskaņotu darbību kategorijām.

Konstatēts, ka pētāmā franšīze faktiski ir apakšfranšīze, no kā izriet nekorekts līguma subjektu formulējums.

Lai līgums būtu atzīstams par franšīzes līgumu, izteikti priekšlikumi veikt līguma grozījumus attiecībā uz:

- franšīzes atlīdzības maksāšanas kārtību;
- līguma termiņu;
- konfidencialitāti;
- konkurences ierobežojumu.

Atslēgas vārdi: franšīze, franšīzes ņēmējs, franšīzes devējs, franšīzes līgums, likums.

Linda Kociņa. DARBINIEKA PIENĀKUMI

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", lindinja82@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

Darbinieka pienākumi ir noteikti gan ārējos normatīvajos aktos, gan darba līgumā, gan var būt noteikti darba devēja dokumentos vai uzdoti ar mutisku rīkojumu. Precīza un skaidra darbinieka pienākumu noteikšana primāri ir darba devēja interesēs un to efektīvi var veikt ar kvalitatīvi izstrādātu un pārdomātu darba līguma pielikumu – amata aprakstu. Amata apraksts ir viens no nozīmīgākajiem elementiem darba organizēšanai, darba izpildes analīzei un vērtēšanai, kā arī mācību plānošanai. Amata apraksts ir vajadzīgs, lai darba devējam nodrošinātu pārliecību par efektīvu organizācijas funkciju veikšanu un dublēšanās novēršanu. Amata aprakstā arī tiek noteikti tādi ar darbinieka pienākumiem saistīti jautājumi kā kvalifikācijas prasības, tiesības, pakļautība un atbildība, tiek noteikta arī amatalgas apmēra noteikšana. Tāpēc tam jābūt precīzi izstrādātam, lai iespējami patiesi atainotu reālo amata pienākumu un atbildības būtību. Amata apraksts kalpo arī par pierādījumu, ja ir radies konflikts starp darbinieku un darba devēju.

Pētījuma aktualitāte: pirms darba tiesisko attiecību sākšanas obligāti ir jānoslēdz darba līgums. Darba līgumā ietilpst arī darbinieka pienākumu raksturojums, kas ir tā būtiskā sastāvdaļa, ko nosaka Darba likuma 40.panta otrās daļas 5.punkts.

Pētījuma mērķis: sniegt priekšlikumus par to kādā veidā iespējami tiesiskāk un efektīvāk darba devējam amata aprakstā noteikt darbinieka pienākumus.

Pētījuma metodes: kvantitatīvās un kvalitatīvās pētījuma metodes.

Sasniegtie rezultāti: nodalīti darbinieka likumiskie un līgumiskie pienākumi, pamatota amata apraksta, kā darba līguma pielikuma, nepieciešamība.

Atslēgas vārdi: darbinieks; pienākumi; darba līgums; amata apraksts.

Maksims Jākobsons. DARBA LĪGUMA PILNVEIDE APSARDZES UZŅĒMUMĀ

Alberta Koledža, studiju programma "Komercdarījumu tiesiskais regulējums", info@alberta-koledza.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Šobrīd un ieskatoties nākotnē, svarīgs jautājums ir veiksmīga darba tiesisko attiecību nodibināšana, pamatojoties uz rakstveidā noslēgtu darba līgumu. Lai radītu pamatus droša darba videi gan darba devējam, gan darbiniekam, abām pusēm nepieciešamas korektas darba tiesiskās attiecības, kurās puses pienācīgi vienojušās par darba līguma noteikumiem.

Pētījuma mērķis: Autora darba mērķis ir noskaidrot trūkumus apsardzes uzņēmuma darba līgumos un sniegt priekšlikumus darba līgumu pilnveidei. Darba mērķa sasniegšanai, darba autors izpētījis un ieguvis informāciju par darba tiesisko attiecību dibināšanu no juridiskās literatūras avotiem, literatūras avotiem un avotiem, kas pieejami internetā. Autors veicis apsardzes uzņēmumā iegūto darba līgumu analīzi, to atbilstības normatīvo aktu prasībām izvērtējumu un sniedzis priekšlikumus darba līguma pilnveidei šajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Darba izstrādē izmantota grafiskā, konstruktīvā, induktīvā un deduktīvā metode, analīzes un sintēzes metodes, veikta informācijas strukturizācija un dokumentu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Autors sniedzis darba līguma vispārēju raksturojumu, ņemot vērā iegūtos informācijas avotus. Autors arī veicis praktisku pētījumu, kurā analizēti seši darba līgumi, veikts šo darba līgumu trūkumu izvērtējums un izvirzīti priekšlikumi to novēršanai.

Atslēgas vārdi: darba līgums; apsardzes uzņēmums; apsardzes darbinieks; normatīvie akti.

Sabīne Saliniece. 2018. GADA NODOKĻU REFORMA

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", srabine88@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: 2017. gadā tika pieņemti politikas plānošanas dokumenti un tiesību akti nodokļu politikas reformas īstenošanai. Jaunajā nodokļu reformā tika paredzēts, ka mainīsies minimālā alga, iedzīvotāju ienākuma nodoklis, sociālās iemaksas, uzņēmuma ienākuma nodoklis, pievienotās vērtības nodoklis, akcīzes nodoklis, azartspēļu nodoklis un arī daudzas citas nianses. Latvijā jau ir ieviesta jaunā nodokļu reforma, bet visi būtiskie šīs reformas tiesiskie aspekti nav izvērtēti.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir noskaidrot kādas ir nodokļu izmaiņas un vai tās tiešām atbilst likumdevēja solītajām. Nodokļu politikas reforma padarot Latviju konkurētspējīgu ar pārējām Baltijas valstīm, pie tam pēc reformas Latvijā ir lielākais IIN atvieglojums par apgādībā esošu personu starp pārējām Baltijas valstīm. Darbaspēka nodokļu reformas mērķis ir samazināt iedzīvotāju ienākumu nodokļa slogu un palielināt strādājošo iedzīvotāju ienākumus, nosakot zemāku iedzivotāju ienākuma nodokļa likmi, paaugstinot neapliekamo minimumu, kā arī minimālo algu.

Pētījuma metodes: Darbā tiks izmantotas tiesību normu interpretācijas pamatmetodes un vipārzinātniskās pētniecības metodes.

Sasniegtie rezultāti: Viedokļi par jauno nodokļu reformu ir dažādi – gan pozitīvi, gan negatīvi. Iedzīvotājiem jau pirmajās nedēļās, kad reforma tika ieviesta radās daudz jautājumu un nesaprašanu. Nodokļu reformā mainījies tas, ka ar nodokli neapliekamā algas daļa kļuvusi diferencēta, bet nodoklis progresīvs. Pēc autores domām, nodokļi kļuvuši daudz sarežģītāki un iedzivotājiem ir grūti saprast kā šie nodokļi tiek piemēroti.

Atslēgas vārdi: nodokļi; reforma; publiskās tiesības.

Marija Kobizeva. DZĪVOJAMO MĀJU PĀRVALDĪŠANAS LĪGUMA PILNVEIDE PAŠVALDĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma „Komercdarījumu tiesiskais regulējums", m.kobizeva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., Mg.paed., viesdocētāja Ina Baiko

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: mūsdienās ir pamats uzskatīt, ka sabiedrība kļūst izglītotāka dažādos tai nozīmīgos dzīves procesos. To var attiecināt arī uz sabiedrības iesaisti dzīvojamo māju pārvaldīšanas jautājumu risināšanā. Pēdējā laikā aizvien biežāk izskan negācijas no sabiedrības puses par pašvaldības uzņēmumu, kas sniedz dzīvojamo māju pārvaldīšanas pakalpojumus, iespējamu negodprātīgu rīcību un metodēm sev vēlamu rezultātu sasniegšanā, kas šķietami neatbilst dzīvojamās mājas pārvaldīšanas līgumam. Ņemot vērā, ka dzīvojamo māju pārvaldīšanas attiecībās būtisks to regulēšanas instruments ir pārvaldīšanas

līgums, tā analīze un pilnveidošana pašvaldības uzņēmumā sniegtu būtisku ieguldījumu šo attiecību uzlabošanai.

Pētījuma mērķis: pārvaldīšanas līguma analīze pašvaldības uzņēmumā, identificējot iespējamās neatbilstības normatīvajiem aktiem un noteikumu interpretācijas problēmas, un sniegt savus priekšlikumus pārvaldīšanas līguma pilnveidošanā.

Pētījuma metodes: darba gaitā izmantota monogrāfiskā metode un dokumentu analīzes metode.

Sasniegtie rezultāti: pārvaldīšanas līgumā ir salīdzinoši liels skaits noteikumu, kas satur vispārīgas atsauces uz lēmumiem un normatīvajiem aktiem. Iepriekš minētais un neskaidra nosacījumu interpretācija rada strīdus dzīvokļu īpašnieku un pārvaldnieka starpā par patieso pārvaldīšanas darbību apjomu un dzīvokļa īpašnieka pienākumu maksāt par šādu darbību izpildi. Šāda satura pārvaldīšanas līgumi nebūtu atzīstami par „nepareiziem", taču līgumus nepieciešams pilnveidot, nodrošinot saprātīgu līdzsvaru starp vispārīga rakstura nosacījumiem un konkrētu tiesību un pienākumu sadalījumu pārvaldīšanas līgumā.

Atslēgas vārdi: pārvaldīšanas līgums; pretrunas; atbilstība normatīvajiem aktiem; pilnveidošana.

Santa Volde. APVIENOTO NĀCIJU ORGANIZĀCIJA UN LATVIJAS DALĪBA TAJĀ

Alberta Koledža, Komercdarījumu tiesiskais regulējums, santavolde112@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.iur., viesdocētājs Ivars Čivčišs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Apvienoto Nāciju Organizācija (turpmāk ANO) tika izveidota 1945.gadā, lai nodrošinātu starptautisko mieru un drošību, veicinātu valstu miermīlīgas attiecības, īstenotu starptautisko sadarbību un kalpotu par nāciju rīcības saskaņošanas centru. Latvija ANO dalībvalsts ir kopš 1991.gada 17.septembra. Arvien plašāka pārstāvība vēlētās starptautisko organizāciju struktūrās ir viens no priekšnosacījumiem Latvijas ārpolitikas interešu īstenošanai. Aktīva dalība starptautiskajās organizācijās veicina arī valsts atpazīstamību. Latvija šobrīd ir ievēlēta ANO Zinātnes un tehnoloģiju attīstības komisijā un ANO Statistikas komisijā. Latvija ir ievēlēta arī divās UNESCO struktūrās - UNESCO Starptautiskās programmas komunikācijas attīstībai (IPDC) Starpvaldību padomē un UNESCO Starpvaldību komitejā kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzībai un veicināšanai.

Pētījuma mērķis: ir izpētīt Latvijas dalību ANO un tās darbības efektivitāti ievēlētajās komisijās un struktūrās.

Pētījuma metodes: Pētījumā izmantota monogrāfiskā metode, kuras pamatā ir informācijas vākšana, iegūstot visus materiālus un analīzes metode, kura pielietota, lai izpētītu un izanalizētu Latvijas dalību ANO.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā secināts, ka mainoties starptautiskajai videi, ir jāmainās arī tās subjektiem, tai skaitā starptautiskajām organizācijām, lai tās spētu adekvāti reaģēt uz mūsdienu izaicinājumiem. Latvija komisijās un struktūrās sniedz ieguldījumu attīstības politikas veidošanā, veicina starptautisko sadarbību statistikas jomā, statistikas standartu un metodoloģijas izstrādi, kā arī veiksmīgi sekmē sadarbību ar jaunattīstības valstīm un nodrošina kultūras izpausmju daudzveidības aizsargāšanu.

Atslēgas vārdi: Apvienoto Nāciju Organizācija; Latvijas republika; starptautiskās publiskās tiesības.

INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS

Maksims Osnovskis. DATUBĀZES IZVEIDOŠANA UN IEBŪVĒŠANA MĀJASLAPĀ

Ekonomikas un kultūras Augstskola, studiju programma „Informācijas tehnoloģijas“, max@bouncy.ie

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., lektors Dmitrijs Finaškins

Anotācija

Darbā analizēts –Web programmēšana, CSS stilu izmantošana, PHP skriptu izmantošana, SQL datubāzes savienošana caur PHP.

Darba mērķis: saprast kā darbojas SQL un PHP, izpētīt datu drošības risinājumus.

Darba uzdevumi:

1. Iepazīties ar jau esošo mājaslapas kodu.

2. Izstrādāt pievilcīgu aizpildīšanas formu ar CSS stila palīdzību.

3. Integrēt Javascript kalendāri kurā klients var izvēlēties datumu.

4. Izstrādāt PHP skriptu kurš savienojas ar SQL datubāzi un pārbauda pieejamību- jau esošo datumu ar klienta ievadīto datumu

5. Izstrādāt PHP skriptu kurš savienojas ar SQL datubāzi un ievieto ievadītos datus

6. Analizēt rezultātus un gūto pieredzi.

Sasniegtie rezultāti: darbā secināts, ka jo vairāk pieredzes ir programmētājam jo vairāk iespējas un funkcijas var izdomāt un atrisināt dažādas problēmas. Tika savienoti dažādi skripti no webprogrammēšanas un gala rezultātā sanāca ļoti pievilcīga forma ar funkcijām.

Atslēgas vārdi: PHP; webprogrammēšana; SQL.

Mārtiņš Ķīsis. DATU BĀZES IZSTRĀDE TĪMEKĻA VIETNEI VAI LIETOJUMPROGRAMMAI

Ekonomikas un kultūras Augstskola, studiju programma „Informācijas tehnoloģijas“

Zinātniskais vadītājs: Mg.phys. Egmonts Treiguts

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Arvien vairāk pasaulē parādās lietojuma programmatūras un dažādas web lapas, kas ievāc datus par saviem klientiem, tā pat arī tiek izstrādāti normatīvie akti, kas liek uzglabāt un apstrādāt klientu sniegtos datus noteiktā veidā. Pareiza datu apstrādes izvēle paliek par aktuālu tēmu jebkuram, kas nodarbojas ar uzņēmējdarbību.

Pētījuma mērķis: izstrādāt datu bāzi tīmekļa vietnei vai lietojumprogrammai.

Pētījuma metodes: speciālās literatūras un avotu analīze – tika izpētīta pieejamā informācija par datu bāzēm, datu bāžu lietojumprogrammām, modeļiem un valodām. Modelēšana – tika izstrādāta vienkārša datu bāze tīmekļa vietnei.

Sasniegtie rezultāti: Analītiskās apskates daļā tika izpētīta un aprakstīta pieejamā literatūra par datu bāzēm, datu bāžu lietojumprogrammām, modeļiem un valodām. Pētījuma rezultātu daļā tiek izveidota datu bāze tīmekļa vietnei, tiek aprakstīta darba gaita un ar attēlu palīdzību attēlots process.

Atslēgas vārdi: datu bāzes; datu bāžu modelis; relāciju modelis; datu bāžu valoda; datu bāžu lietojumprogramma.

Raivo Beikmanis. WI-FI TĪKLU PAROĻU DROŠĪBA

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „ Informācijas tehnoloģijas"

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., lektors Dmitrijs Finaškins

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Tēmas aktualitāte ir svarīga visiem, kas ikdienā izmanto Wi-Fi bezvadu tīklus.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir izpētīt to, cik drošas ir Wi-Fi tīklu paroles, izanalizēt būtiskākos Wi-Fi tīklu paroļu šifrēšanas protokolu pamatprincipus, kā tie atšķiras , izpētīt to stiprās un vājās puses, kā arī izpētīt to virzību nākotnē un nākotnes perspektīvas.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota internetā pieejamās informācijas analīze, kuru darba autors konspektēja un izanalizēja savā interpretējumā. Kā arī darbā tika pētīta Wi-Fi paroļu drošība izmantojot brīvi pieejamu programatūru un datnes.

Sasniegtie rezultāti: Darbā tika aprakstīti tādi Wi-Fi bezvada tīklu drošības protokolu veidi kā WEP, WPA un WPA2, to vēsture, priekšrocības un trūkumi, salīdzinot tos savā starpā, kā arī tika analizēta katra drošības protokola paroļu šifrēšanas protokoli (CRT,TKIP,CCMP/AES). Darbā tika praktiski pārbaudīta drošības protokolu spēja pasargāt bezvadu datortīklus izmantojot brīvi pieejamu programmatūru un datnes. Pārbaude tika veikta mēģinot iegūt bezvadu datortīkla paroli ar mērķi lietot datortīklu bez tīkla administratora vai īpašnieka atļaujas. Tika veikti secinājumi par šobrīd pieejamo drošības protokolu spēju pasargāt bezvadu datortīklus no mēģinājuma tos lietot bez atļaujas, kā arī apzinātas darbības, kuras Wi-Fi tīklu administratoriem un īpašniekiem vajadzētu veikt, lai padarītu savus tīklus drošākus pret mēģinājumiem tos lietot bez atļaujas.

Atslēgas vārdi: Wi-Fi; datortīkli; WEP; WPA; WPA2.

Elvijs Zālītis. DAUDZSPĒLĒTĀJU TIEŠSAISTES SPĒLES IZSTRĀDE

Alberta koledža, studiju programma „Informācijas tehnoloģijas", boneless2@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.phys., viesdocētājs Egmonts Treiguts

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās datorspēļu industrija ir viena no lielākajām pasaulē. Katra nākamā paaudze iedzīvotāju kļūst arvien vairāk izglītoti jaunajās tehnoloģijās un līdz ar to, katru gadu pieaug arī

datorspēļu spēlētāju skaits. Pētījums tika veikts nelielam programmatūras izstrādes uzņēmumam, kura interesēs, kā jau katram uzņēmumam, ir paplašināšanās un peļņas palielināšana. Tāpēc viens no uzņēmuma mērķiem ir izpētīt jaunas tirgus nišas un pievērsties jaunu, individuālu produktu izveidei, piemēram, pārlūkprogrammu spēlēm un mobilajām aplikācijām. Domājot par turpmāko attīstību, uzņēmums vēlas ne tika izstrādāt jaunus produktus, bet arī izmantot jaunākās tehnoloģijas, līdz ar to pētījumā tika apskatītas tādas tehnoloģijas kā HTML5, WebSockets un Node.js

Pētījuma mērķis: Izpētīt un analizēt daudzspēlētāju spēļu izstrādes procesu, metodes, tehnoloģijas un realizāciju uzņēmuma ietvaros.

Pētījuma metodes: Pētījuma sagatavošanā izmantotas sintēzes, analīzes un dokumentu analīzes metodes (kontentanalīze). Tiek pētīti un analizēti esoši pētījumi un aptaujas par datorspēļu lietošanas paradumiem, kā arī dažādi IT standarti.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tika izpētīta literatūra par HTML5, daudzspēlētāju spēļu izstrādi, un tās tehnoloģijām, kā arī sniegti ieteikumi par to izvēli. Analizēti ar pārlūkprogrammu spēlēm saistītie drošības apdraudējumi un sagatavoti būtiskākie risinājumi. Kā arī veikta pieejamu norēķinu sistēmu un spēļu monetizācijas salīdzināšana, iesakot uzņēmumam vispiemērotākos. Balstoties uz pētījumā iegūto informāciju, tika izveidota arī pārlūkprogrammas spēle un tās mobilā aplikācija.

Atslēgas vārdi: daudzspēlētāju spēles izstrāde; HTML5; spēļu tīklošana; tīmekļa lapu drošības apdraudējumi; norēķinu sistēmas.

Rolands Uvarovs. LIETOJUMPROGRAMMU IZSTRĀDE MS WINDOWS VIDĒ

Ekonomika un kultūras augstskola, studiju programma „ Informācijas tehnoloģijas“

Zinātniskais vadītājs: Oskars Rasnačs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pētījums ir aktuāls tiem cilvēkiem, kuri vēlās programmēt un izstrādāt lietojumprogrammas priekš MS Windows, šis darbs var būt kā neliels ieskats programmēšanas valodas kuras tika salīdzinātas šajā darbā.

Pētijuma mērķis: izpētīt MS Windows vidi, it īpaši – programmēšanas valodu iespējas, raksturīgās pazīmes, priekšrocības un trūkumu, kā arī salīdzināt 2 valodas – Java un C Sharp (C#) programmēšanas valodas.

Pētijuma metodes: Darba praktiskajā daļā tika izmantota salīdzināšanas metode, lai salīdzinātu abas programmēšanas valodas – C Sharp un Java valodas savā starpā, to sniegtās iespējas, līdzības un katras valodas priekšrocības.

Sasniegtie rezultāti: Darba ietvaros tika apskatīti gan programmēšanas valodu teorētiskie aspekti, gan arī valodu priekšrocības, salīdzinot to līmeņus, priekšrocības un trūkumus, kā arī katras valodas iespējas. Darba gaitā tika salīdzinātas 2 valodas – C Sharp un Java programmēšanas valodas, kuras abas tiek uzskatītas par objektorientētām valodām ar savām priekšrocībām un trūkumiem. Darbs sastāv no 2 daļām, kur vienā tika apskatīti un analizēti valodu teorētiskie aspekti, to daudzveidība un katras valodas piedāvājums programmētājam, kuram rodas nepieciešamība ar to strādāt. Otrā nodaļā tika apskatīts abu valodu salīdzinājums, to līdzība un trūkumi.

Atslēgas vārdi: lietojumprogramma; Windows; C#; Java; programmēšana.