

STUDĒJOŠO PĒTNIECISKĀ DARBĪBA: TEORIJA UN PRAKSE 2023

Konferences tēžu krājums

Rīga 2023



„Studējošo pētnieciskā darbība: Teorija un prakse 2023” – Konferences tēžu krājums.– Ekonomikas un kultūras augstskola, Alberta koledža, 2023.

Tēžu krājums satur Ekonomikas un kultūras augstskolas un Alberta koledžas studējošo un absolventu veikto pētījumu anotācijas. Valodas stila rediģēšana netika veikta.

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

Atbildīgā redaktore: Kristīne Užule, Dr.psyh., asociētā profesore, Ekonomikas un kultūras augstskola

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2023

© Alberta koledža, 2023

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse 2023. Konferences tēžu krājums

ISBN 978-9984-24-261-3 (pdf)

Alberta koledža

Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse 2023. Konferences tēžu krājums

ISBN 978-9934-9004-6-4 (pdf)



Tēžu krājuma galvenā redaktore:

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

Tēžu krājuma atbildīgā redaktore:

Kristīne Užule, Dr.psyh., Ekonomikas un kultūras augstskolas asociētā profesore

Tēžu krājuma redakcijas komiteja:

Oksana Lentjušenkova, Dr. oec., EKA rektore;

Vita Vežanova, Mg.sc.adm., AK direktore;

Inga Šina, Dr. oec., studiju programmu „Biznesa vadība” un „Mārketing” direktore;

Natalja Verina, Mg.iur., EKA studiju programmas „Vadības zinības” direktore;

Sandra Tetere, Mg.oec., AK studiju programmu “Cilvēkresursu vadība”, „Grāmatvedība”, “Uzņēmējdarbības vadība” direktore;

Ilze Krūmiņa, MBA, studiju programmu „Digitālais mārketing” un „Sabiedriskās attiecības” direktore;

Vita Zariņa, Dr.oec., EKA studiju programmas „Biznesa ekonomika” un „Grāmatvedība un audits” direktore;

Karina Zalcmane, Dr.iur., EKA studiju programmas „Tiesību zinātne” direktore;

Ivars Čivčišs, Mg.iur., AK studiju programmas “Tiesību zinātnes” direktors;

Jelena Budanceva, prof.Mg.sc.admin., EKA studiju programmu „Starptautisko kultūras projektu vadība”, „Kultūras vadība” direktore;

Inese Rutka, Mg.philol., AK studiju programmas “Pasākumu producēšana” direktore.

Edgars Čerkovskis, Mg.sc.soc., EKA studiju programmas „Aprites ekonomika un sociālā uzņēmējdarbība” direktors;

Ksenija Miļča, Mg.art., EKA studiju programmu „Zīmola dizains”, „Interjera dizains” un „Datorspēju dizains un grafika” direktore;

Jurijs Radionovs, Mg.oec., EKA studiju programmas “Programmēšanas inženieris” direktors;

Andrejs Liepiņš, Mg.sc.comp., AK studiju programmu “Programmēšana”, “Datortīklu administrēšana” direktors.

SATURS

EKONOMIKA, FINANSES UN GRĀMATVEDĪBA..... 10

Kitija Vindele. VIDEI DRAUDZĪGU ROTAĻLIETU NOZARES UZŅĒMUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS	11
Roberta Kirste. LĀZERGRAVĒŠANAS PAKALPOJUMU TIRGUS SEGMENTĒŠANA UN KLIENTA PROFILA IZVEIDE, IZMANTOJOT GOOGLE ANALYTICS.....	11
Sandra Vilipsona. VELO NOMAS ATTĪSTĪBA IESPĒJAS OGRĒ	12
Mikus Pētersons. 2021. GADA TERITORIĀLĀS REFORMAS IETEKME UZ PIROTEHNIKAS IZPLATĪŠANU UN PIROTEHNISKO PAKALPOJUMU SNIEGŠANU LATVIJĀ	13
Ralfs Jēkabs Ruks. LATVIJAS EKSPORTS.....	13
Linda Skrule. "MARRTTRANS LOGISTICS" STARPTAUSTISKO KRAVU PĀRVADĀŠANAS PROCESA EFEKTIVITĀTE.....	14
Solvita Katiņa. UZŅĒMUMA SIA "DTS" TIRDZNIECĪBAS UN LOĢISTIKAS PROCESU DIGITALIZĀCIJA UN IETEKME UZ BIZNESA IENESĪGUMU	14
Loreta Čivča. NOLIKTAVAS PREČU ORGANIZĀCIJA SIA "AERONES ENGINEERING"	15
Antra Segliņa. SABIEDRISKAIS TRANSPORTS RĪGAS PILSĒTAS ROBEŽĀS	16
Vineta Lisikova. NODOKĻU IETEKME UZ ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMU SAIMNIECISKO DARBĪBU	16
Vija Petkeviča. DEBITORU UZSKAITES PILNVEIDE GRĀMATVEDĪBAS PAKALPOJUMU UZŅĒMUMĀ.....	17
Madara Ilze Eglīte. CENU VEIDOŠANAS POLITIKA ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ	18
Jānis Vītols. DEBITORU PARĀDU UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE PAKALPOJUMU SNIEGŠANAS UZŅĒMUMOS.....	18
Jūlija Krūmiņa. NODOKĻU IETEKME UZ BŪVNICĪBAS UZŅĒMUMA SAIMNIECISKO DARBĪBU	19
Iveta Šica. GRĀMATVEDĪBAS UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ	20
Laura Keiva. PAMATLĪDZEKĻU UZSKAITES ORGANIZĀCIJA LATVIJĀ REĢISTRĒTOS UZŅĒMUMOS.....	20
Lāsma Viksna. NEFORMĀLĀS IZGLĪTĪBAS IESTĀDES FINANŠU RĀDĪTĀJU ANALĪZE COVID-19 IETEKMĒ.....	21
Solvita Pormale. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ	22
Evija Eihvalde. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE SIA "XXX" UZŅĒMUMĀ.....	22
Madara Alksne ¹ , Annija Šibeika ² . INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ.....	23
Anete Račiņa. DEBITORU PARĀDU UZSKAITES PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ	24
Žanete Mališeva. KRĀJUMU UZSKAITES PILNVEIDE SPECIALIZĒTO DARBA APĢĒRBU RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ	24
Beatrise Sintija Celmiņa. ŠĶIDRUMA LIETOŠANA DARBA VIETĀ UN TĀ NOZĪME CILVĒKA ORGANISMĀ	25
Ksenija Aņisimova. GRĀMATVEDĪBAS PROBLĒMAS UN TO RISINĀJUMI	26
Ludmila Plūge. IZMAKSU STRUKTŪRA UN TĀS IETEKME UZ ZVĒRINĀTU TIESU IZPILDĪTĀJU SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS REZULTĀTIEM	26
Gatis Barkovskis. SABIEDRISKĀ LABUMA ORGANIZĀCIJAS GRĀMATVEDĪBAS UZSKATĪES PILNVEIDE	27
Aleksandra Glazova. IZMAKSU STRUKTŪRA UN TĀS IETEKME UZ TELEKOMUNIKĀCIJAS UZŅĒMUMA X SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS REZULTĀTIEM	28
Enija Dundure. INFLĀCIJAS UN DEFLĀCIJAS BŪTĪBA. TĀS CĒĻONI, SEKAS UN PRET INFLĀCIJAS PASĀKUMI.....	28
Adriana Miķelsone-Zukule ¹ , Amanda Štelce ² . ATTĀLINĀTĀ DARBA IETEKME UZ DARBINIEKU APMIERINĀTĪBU AR DARBU UZŅĒMUMĀ SWEDBANK LATVIJA	29
Ilze Lāčauniece. COVID IETEKME UZ DARBINIEKU MOTIVĀCIJU UZŅĒMUMĀ SIA "OMEL"	29
Dans Strazdiņš. JAUNA SPORTA PREČU UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS VALMIERAS NOVADĀ	30
Tatjana Kļimoviča. PRIVĀTO PASĀKUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS UN TENDENCES	31
Madara Kaufmane. INTEREŠU IZGLĪTĪBAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS RĪGĀ	31

Linda Gabranova. SKAISTUMKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS RĪGĀ	32
Adriana Miķelsone-Zukule. ILGTSPĒJĪGU APĢĒRBU RAŽOŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ.....	32
Svetlana Ivaņenko. SKAISTUMKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS TENDENCES LATVIJĀ	33
Veronika Ševčuka. SKAISTUMKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS RĪGĀ.....	34
Kristianna Nagla. GRĀMATVEDĪBAS DIGITALIZĀCIJA.....	34
Adriana Miķelsone-Zukule ¹ , Amanda Štelce ² . EKONOMIKAS UN KULTŪRAS AUGSTSKOLAS SVID ANALĪZE	35
Dans Strazdiņš. IT UZŅĒMUMA FINANSIĀLĀ ANALĪZE PIRMS UN PĒC COVID-19 PARĀDĪŠANĀS	36
Veronika Ševčuka. DEBITORU PARĀDU UZSKAITE, KONTROLE UN ANALĪZE	36
Linda Gabranova. INFLĀCIJAS IETEKME UZ ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMIEM LATVIJĀ.....	37
Madara Kaufmane. KRIEVIJAS UN UKRAINAS MILITĀRĀ KONFLIKTA IETEKME UZ TŪRISMA NOZARI LATVIJĀ	38
Svetlana Ivaņenko. PAMATLĪDZEKĻU UZKAITE UN NOLIETOJUMS VALSTS SOCIALĀS APRŪPES CENTROS.....	39
Nadīna Sadkovaja. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI ORGANIZĀCIJĀ SIA “EAST METAL”	39
Baiba Zukure ¹ , Nora Zariņa ² . PERSONĀLA NOVĒRTĒŠANA, MOTIVĒŠANA UN PILNVEIDE.....	40
KULTŪRA, MĀKSĻA, RADOŠĀS UN IZKLAIDES INDUSTRIJAS.....	41
Alise Alupa. DIGITALIZĀCIJAS IETEKME UZ VIDUSSKOLĒNU UN SKOLOTĀJU ATTIECĪBĀM	42
Elīna Grantiņa. DZIESMU UN DEJU SVĒTKU TRADĪCIJA BALTIJAS VALSTĪS: KOMANDAS ORGANIZATORISKĀS STRUKTŪRAS SALĪDZINĀJUMS.....	42
Beāte Bole ¹ , Nikola Elizabete Zonberga ² . PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROCESS.....	43
Zane Lazdiņa. VEGĀNISKĀ DZĪVES VEIDA PRAKTIZĒŠANA LATVIJAS VIDUSSKOLĒNU VIDĒ	44
Iveta Siliņa. IEDZĪVOTĀJU IESAISTE KULTŪRAS PROCESOS UN TĀS IETEKME UZ VIENTULĪBAS SAJŪTAS MAZINĀŠANU MAZPILSĒTĀ.....	44
Keita Bojšaka ¹ , Kitija Anete Nusberga ² . DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS RĪKI UZŅĒMUMĀ “CASTING BRIDGE”	45
Maija Luīze Strādniece. PERSONĀLA NOVĒRTĒŠANAS PROCESS ROPAŽU NOVADA KULTŪRAS NAMOS.....	45
Sandra Andrejeva. MĀCĪBU IESTĀŽU IETEKME UZ STUDENTU UZTURU	46
Endija Klaučāne. MIEGA PARADUMU IETEKME UZ JAUNIEŠU IKDIENAS DZĪVI LATVIJĀ.....	46
Kristiāns Ozoliņš. PROFESIONĀLĀ SPORTA PĀRRAIŽU IZVĒLES PARADUMI PUSAUDŽIEM UN JAUNIEŠIEM.....	47
Adrija Silva Kukuvasa. 12. KLASĒS SKOLĒNU PRIEKŠTATI UN ŠAUBAS PAR PROFESIONĀLO NĀKOTNI	47
Megija Paula Staškeviča. ELEKTRONISKO CIGAREŠU KAITĪGUMS, IETEKME UN TO LIETOŠANA JAUNIEŠU VIDŪ.....	48
Ance Bole. SEKSUĀLĀS IZGLĪTĪBAS IZMAIŅAS STARP PAAUDZĒM UN TO IETEKME UZ SABIEDRĪBU	49
Dagnija Mažajeva. NARKOTIKU LIETOŠANAS IZPLATĪBA SKOLĒNU VIDŪ LATVIJĀ	49
Elīza Ķirse. JAUNIEŠU IZVĒLE DZĪVOT PIE VECĀKIEM PĒC 20 GADIEM.....	50
Sanda Leimane. KĀ SOCIĀLO TĪKLU VIDE IETEKMĒ JAUNIEŠU IKDIENU	50
Katrīne Leščuka. STIGMATIZĀCIJA TATŪŽU UN ĶERMEŅA MODIFIKĀCIJU KONTEKSTĀ.....	51
Dainis Deigelis. BĒGĻU UN PATVĒRUMA MEKLĒTĀJU INTEGRĀCIJA LATVIJĀ: PROBLĒMA VAI IESPĒJA.....	51
Daniela Tenne. BEZATKRITUMU (ZERO WASTE) DZĪVESVEIDA IZPLATĪBA EKA STUDENTU VIDŪ	52
Vivita Leismane. LATVIJAS ORGANIZATORU IESPĒJAS PASĀKUMU ORGANIZĒŠANAI ITĀLIJĀ.....	53
Darja Semjonova. KVALITĀTES VADĪBAS NEPIECIEŠAMĪBA BĒRNU NOMETNĒS	53
Madara Vizule ¹ , Krišs Treikals ² , Edgars Vesmanis ³ , Ketija Rozenberga ⁴ , Beāte Bierne ⁵ , Sigitā Skrabe ⁶ . ALBERTA KOLEDŽAS SVID ANALĪZE.....	54
Ilze Purpļeviča. LAUKU TERITORIJĀS DZĪVOJOŠO VIENTUĻO SENIORU LABBŪTĪBAS VEICINĀŠANAS PASĀKUMI	55
Signe Krumholce. ALKOHOLA LIETOŠANA LATVIJĀ	55
Viktors Andis Čuikins. DEMOGRĀFISKĀ KRĪZE LATVIJĀ.....	56
Jeļena Ivanova. VARDARBĪBA DZEMDĪBU LAIKĀ	56

Elena Anastasija Suprun. INDIVĪDU NEAPMIERINĀTĪBA AR SAVU ĀRĒJO IZSKATU UN TĀS SEKAS	57
Evita Strode. ERGONOMISKU GRAFIKAS DIZAINA PRODUKTU IZSTRĀDES ASPEKTI	58
Ineta Auzāne. TĒMU IZPĒTE FOTO ALBUMAM "LATGALES CEĻAZIMES"	58
Gita Līpenīte-Čudarāne. MĀKSLAS GRĀMATU LOMA MŪSDIENU KULTŪRTELPA	59
VADĪBZINĪBAS, PERSONĀLA VADĪBA, UZŅĒMĒJDARBĪBA	60
Zanda Gobniece. PERSONĀLA VADĪŠANAS PROCESU AUTOMATIZĀCIJA LATVIJAS UZŅĒMUMOS	61
Elīna Rumsone. VIENTULĪBA GADOS JAUNIEM CILVĒKIEM UN TĀS IETEKME	61
Alise Kristīne Egle ¹ , Nora Laurīte ² . STRESA VADĪŠANA PASĀKUMU PRODUCĒŠANAS NOZARĒ	62
Kristiāns Punculs. DIGITALIZĀCIJA KĀ KONKURĒTSPĒJAS VEICINOŠS FAKTORS LATVIJAS MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARES UZŅĒMUMOS	63
Arta Herberga. INTEGRĒTĀ ZIŅOJUMA PIELIETOJUMS LATVIJAS TELEKOMUNIKĀCIJAS UZŅĒMUMOS	63
Elīna Avenīte. KLIENTU APMIERINĀTĪBU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI LATVIJAS BANKU NOZARĒ	64
Diāna Kevliča. KRAVU PĀRVADĀJUMU DROŠĪBAS IZVĒRTĒJUMS UZŅĒMUMĀ "CIRCLE K"	65
Eva Dzeguze. ZERO WASTE ATTĪSTĪBA LATVIJĀ	65
Alīna Miķelsone Krieviņa ¹ , Beate Adlere ² . DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI	66
Dana Ansone. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI UZŅĒMUMĀ SIA "EUGESTA UN PARTNERI"	66
Kristīne Šķibuste. ORGANIZĀCIJAS PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS EFEKTIVITĀTES IZVĒRTĒJUMS. VAI PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMA JŪSU UZŅĒMUMĀ IR EFEKTĪVA?	67
Olga Nikolajeva. PERSONĀLA ATLASĒS PROCESS KLIENTU APKALPOŠANAS NOZARĒ	68
Gints Briedis. INDIVIDUALIZĒTU KANVU RAŽOŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ	68
Māra Bebēka-Priede. VEGĀNU, VEĢĒTĀRU, BEZČUKURA, BEZLAKTOZES, BEZGLUTĒNA KONDITOREJAS NOZARES IESPĒJAS LATVIJĀ	69
Baiba Šarkeviča. BĒRNU IZKLAIDES UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS VENTSPILĪ	70
Jeļena Ubba. MEDICĪNAS APĢĒRBU UN APAVU TIRDZNIECĪBA DAUGAVPILS REĢIONĀ	70
Agnese Adijāne. LATVIJAS TŪRISMA NOZARES KONKURĒTSPĒJA UN IZAIČINĀJUMI	71
Ričards Sļeņģis. TIEŠSAISTES FITNESA TRENERA PAKALPOJUMI	72
Daniela Maksimčika. ADĪJUMU UN VILNAS IZSTRĀDAJUMU SEGMENTA ATTĪSTĪBA LATVIJĀ	72
Matīss Nitišs. KAFIJAS AUTOMĀTU TIRDZNIECĪBAS IESPĒJAS SPECIALIZĒTĀ VEIKALĀ	73
Lāsma Krūmiņa. UZŅĒMĒJDARBĪBAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS SKAISTUMKOPŠANAS PAKALPOJUMU SNIEGŠANĀ PREIĻU NOVADĀ	73
Justīne Matisone. TŪRISMA NOZARE PĒC COVID-19 PANDĒMIJAS	74
Laura Jansone. FINANŠU RISKI SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS UZSĀKŠANAI SKAISTUMKOPŠANAS NOZARĒ	75
Oļegs Hindogins. ALKOMETRS KĀ OBLIGĀTĀ PRASĪBA, VADOT AUTOMAŠĪNU	75
Džeina Aniņa. GARĪGO PRAKŠU CENTRU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ	76
Agnese Štauere-Tomsone. UZKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS TENDENCES	77
Ieva Taraškeviča. VESELĪGO ĒDIENU PIEGĀDES PAKALPOJUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS DAUGAVPILS PILSĒTĀ	77
Jēkabs Jānis Tīss. BUNGU SKOLAS PAKALPOJUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS TALSU NOVADĀ	78
Kristers Kalva. PERSONĀLA ATLASĒS PROCESS FINANŠU NOZARĒ	79
Nils Rūdolfs Tēts. PERSONĀLA APMĀCĪBU PROCESS CELTĒNICĪBAS NOZARĒ	79
Kristaps Dambinieks. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI ORGANIZĀCIJĀ LATVIJAS FINIERIS AS	80
Evita Stronova. PERSONĀLA ATLASĒS PROCESS AZARTSPĒĻU NOZARĒ	80
Kristiāna Kazāka ¹ , Jeļena Platonenko ² . IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA UZŅĒMUMĀ SIA "KRISTĪNE B"	81

Artis Kristians Liepiņš. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA ORGANIZĀCIJĀ “EUROPIAN LAW STUDENTS ASOCIATION (ELSA LATVIA)”	82
Aija Mežapuķe. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI BANKĀ VIVID GMBH.....	82
Guntars Babāns. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI ORGANIZĀCIJĀ ZS “VAIROGI”	83
Sai Vishnu Maheswara Maddukuri (Raimonda Grisane). MOTIVĀCIJAS TEORIJAS IETEKME UZ PRODUKTIVITĀTI IZVĒLĒTĀJĀ RAŽOŠANAS INDUSTRIJĀ	84
Līga Jevdokimova. STRESA VADĪŠANA TIRDZNIECĪBAS NOZARĒ.....	84
Edmunds Kudlis. VADĪTĀJA LOMA PERSONĀLA VADĪBĀ ORGANIZĀCIJĀ “RIMI”	85
Ludmila Paņko. PERSONĀLA NOVĒRTĒŠANAS PROCESS ORGANIZĀCIJĀ	85
Madara Baturoviča. VADĪTĀJA LOMA PERSONĀLA VADĪBĀ UZŅĒMUMĀ “STENDERS”	86
Katrīna Aija Blūma ¹ , Adriana Broliša ² . IZDEGŠANAS SPECIFIKA APAKLPOŠANAS NOZARĒ	87
Liene Maka ¹ , Renārs Mareks Uzulniks ² . IZDEGŠANU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI PĀRDEVĒJIEM-KONSULTANTIEM MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ.....	87
Milana Palamara. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UZŅĒMUMOS LATVIJĀ.....	88
Laura Ose. DARBINIEKU APMIERINĀTĪBAS PĒTĪJUMS RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ	89
Agnese Tomiņa. PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS PILNVEIDE VALSTS AKCIJU SABIEDRĪBĀ	89
Līga Rubulte. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ.....	90
Anete Karlīna Pole. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJAS UZŅĒMUMĀ	90
Liene Roze. PERSONĀLA ATLASĒS UN INTERVIJU PROCESA PILNVEIDE	91
Sintija Turova. PERSONĀLA ATLASĒS UN INTERVIJU PROCESA TEORĒTISKĀS NOSTĀDNES	91
Karīna Rumbeniece ¹ , Ingūna Tirmale ² . VARDARBĪBAS, MOBINGA IDENTIFICĒŠANA UN NOVĒRŠANAS IESPĒJAS DARBA VIDĒ.....	92
Julija Gorbačova. IT SPECIĀLISTU TRŪKUMA MAZINĀŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ	93
Evita Tomsone. DAUDZVEIDĪGAS, VIENLĪDZĪGAS UN IEKĻAUJOŠAS VIDES VEICINĀŠANAS IESPĒJAS LATVIJAS UZŅĒMUMOS.....	93
Sandra Zvirbule. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS ĀRSTNIECĪBAS IESTĀDĒ	94
Diāna Umbraško ¹ , Ilvis Brokāns ² . PERSONĀLA ATLASĒS UN INTERVIJU PROCESA TEORĒTISKĀS NOSTĀDNES.....	95
Paula Leščinska. PERSONAS DATU AIZSARDZĪBA PASAŽIERU TRANSPORTA UZŅĒMUMĀ.....	95
Betija Benjamiņa. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROCESA TEORĒTISKIE ASPEKTI	96
Kristīne Kaminska Andersone. STRESS UN TĀ MAZINĀŠANAS IESPĒJAS MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ.....	97
Baiba Emse. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS MŪSDIENU SABIEDRĪBĀ LATVIJĀ	97
Imants Matulis. PĀRDOŠANAS STRATĒGIJAS PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ.....	98
Raitis Kurpnieks. 2022. GADA NEKUSTAMO ĪPAŠUMU TIRGUS TENDENCES DZĪVOJAMO PLATĪBU SEGMENTĀ RĪGĀ99	
Aivija Kļava. IEKŠĒJAS VIDES PILNVEIDE ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANAS UZŅĒMUMĀ	100
Santa Pleikšne. IZGLĪTOJAMO MOTIVĀCIJAS FAKTORI IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ	100
Viktorija Stepurova ¹ , Ralfs Veidenbaums ² . CENU VEIDOŠANAS METODES.....	101
SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS UN MĀRKETINGS.....	102
Madara Ūdre. IEKŠĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS PILNVEIDE PAŠVALDĪBĀ.....	103
Marina Kuračenko. ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ	103
Elīza Akmeņlauka. PĀRTIKAS MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARES ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS	104
Samanta Baumgarte. BIŠU VASKA SVEČU TIRDZNIECĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ.....	105
Jelena Terentjeva. SKAISTUMKOPŠANAS ATTĪSTĪBAS NOZARE RĪGĀ.....	105
Zinta Žugra. SPĒĻU GALDU RAŽOŠANAS TENDENCES LATVIJĀ.....	106



Daina Laizāne. MĀJU UZKOPŠANAS AR EKOLOĢISKAJIEM TĪRĪŠANAS LĪDZEKĻIEM PAKALPOJUMU SNIEGŠANA LATVIJĀ	106
Monta Aleksandra Grīna. PATĒRĒTĀJU IEPIRKŠANĀS PARADUMI TIRDZniecības CENTRO	107
Daniels Švačko. SOCIĀLO MEDIJU KAMPAŅA "LAI SANAK BŪT ĪSTIEM!" TIRDZniecības CENTRA "DOMINA" IZPĀRDOŠANAS AKCIJAI "BAZĀRS"	108

INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS 109

Anita Līva. MOBILO LIETOJUMPROGRAMMU IZSTRĀDE ANDROID: IZGLĪTOJOŠĀ SPĒLE PIRMSSKOLAS BĒRNIEM LATVISKI.....	110
Andrejs Birzgals. MOBILO LIETOJUMPROGRAMMU IZSTRĀDE ANDROID	110
Jānis Oboruns-Bernāts. AUTOMAŠĪNU DATORDIAGNOSTIKA, PROGRAMMĒŠANA UN KODĒŠANA BMW	111
Lars Soglaļevs. AUTOMAŠĪNU DATORDIAGNOSTIKA, PROGRAMMĒŠANA UN KODĒŠANA (BMW)	112
Andris Vēlps. SILTUMNĪCAS DARBA AUTOMATIZĀCIJAS SISTĒMAS IZSTRĀDE IZMANTOJOT SCADA AUTOMATIZĀCIJAS RĪKU	112
Miks Vollenbergs. VIRTUĀLO SERVERU MIGRĒŠANAS PROJEKTS NO ESOŠĀS VIDES UZ JAUNU	113
Kaspars Baumanis. TEHNISKĀ PROJEKTA IZSTRĀDE LOKĀLĀ DATORTĪKLA IERĪKOŠANAI VALSTS AIZSARDZĪBAS JAUNIEŠU INTEREŠU IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ.....	114
Emīls Primaks. INFORMĀCIJAS SISTĒMU MIGRĀCIJA UZ DATU CENTRU MEDICĪNAS IESTĀDĒ.....	115
Artūrs Liepa. BIZNESĀ VADĪBAS RĪKA PILNVEIDE INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS UZŅĒMUMĀ	116
Ana Andersone. KASES SISTĒMU NOMAĪNAS PROJEKTA IZSTRĀDE MAZUMTIRDZniecības UZŅĒMUMĀ.....	117
Edgars Būmanis. MOBILO IEKĀRTU PĀRVALDĪBAS RĪKA IEVIEŠANA LOĢISTIKAS UZŅĒMUMĀ	117
Jevgeņija Gorevska. INDIVIDUĀLA KOMERSANTA TĪMEKĻA VIETNES IZSTRĀDE.....	118
Guntis Lasmanis. VIDEONOVĒROŠANAS SISTĒMAS PILNVEIDE ELEKTROENERĢIJAS RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ.....	119

ĀRZEMJU STUDENTU SEKCIJA..... 121

Sharon Jose. FINANCIAL SERVICES IN LATVIA	122
Mikhail Kudreyko. DEVELOPMENT OF THE PHOTO STUDIO «LIGHT STUDIO».....	122
Sudhanshu Rana. GROWTH AND CHALLENGES OF THE BICYCLE INDUSTRY	123
Gastello Alkhair. DEVELOPING ONLINE CLOTHING BUSINESS IN KAZAKHSTAN (E-COMMERCE).....	124
Pchelnikova Kristina. DEVELOPMENT POSSIBILITY FOR «COFFEE TO GO» IN UZBEKISTAN	125
Sai Pirabu Sivakumar. POSSIBILITIES OF DEVELOPMENT IN THE ORGANIC CHOCOLATE INDUSTRY IN INDIA.....	125
Sevarakhon Saidaminkhonova. IMPLEMENTATION OF ALTERNATIVE WAYS SALES OF CARS IN UZBEKISTAN.....	126
Elna Bayramova. ANALYSIS OF THE CURRENT AND FUTURE TRENDS OF VENDING MACHINE BUSINESS.....	127
Sherzod Rakhmatov. ADAPTATION OF THE CURRENT AND FUTURE TRENDS OF CAR RENTALS IN LATVIA	127
Akshay Bindujam Ajith. DEVELOPMENT OF THE FAST FOOD INDUSTRY IN RIGA.....	128
Sai Teja Kamma. ACCESSIBILITY TO THE RIGA PUBLIC TRANSPORTATION SYSTEM	129
Mahawaththa Liyanage Abhilashi Purnima. THE LAUNDRY INDUSTRY, COMPANIES AND SERVICES.....	129
Artur Shakirov. ONLINE TOUR OPERATOR START UP PROJECT	130
Elisha Daniel. THE ROLE OF THE EUROPEAN UNION IN SUPPORTING BUSINESSES.....	131
Rusu Adrian. ANALYSIS OF THE CURRENT AND FUTURE TRENDS OF THE MARKETING SECTOR IN ROMANIA	132
D'Andrea Gloria. BURNOUT: WHAT LEADS PEOPLE TO BE SO BORN OUT?	132
Balazs Farkas dr. GENDER-HACKING CASES IN SPORT	133
Blesson Baby. ASSESSMENT OF THE IMPACT OF EXPERIENCE MARKETING AS A TOOL FOR IMPROVING BRAND IMAGE IN THE EU TEXTILE SECTOR.....	134



Hirenkumar Himmatbhai Kyada. FACTORS AFFECTING THE MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN IN THE FOOD INDUSTRY IN CAMEROON	134
Sonia Biji. FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER SATISFACTION OF SERVICE QUALITY IN INDIAN BANKING INDUSTRY	135
Joyal James. THE ROLE OF RELATIONSHIP MARKETING IN TELECOM INDUSTRY IN LATVIA	136
Hirenkumar Himmatbhai Kyada. OPTIMAL MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN: REDUCTION OF IMPORTED PRODUCT PRICES IN THE THIRD WORLD MARKETS.....	137
Oleksandr Alieksieiev. MANAGEMENT, BUSINESS RISK. REMOTE WORK AND BUSINESS EFFICIENCY: FACTORS, TRENDS, IMPACT OF THE CORONA VIRUS.....	138
Li Mikhail. DATABASE DEVELOPMENT FOR A WEBSITE OR APPLICATION	138
Kathan Haresh Agarwal. INTRODUCTION OF CLOUD COMPUTING IN AN ORGANIZATION	139
Eva Kicova ¹ , Olga Ponisciakova ² , Zuzana Rosnerova ³ . FINANCIAL LITERACY OF CUSTOMERS OF A SLOVAK BANK AS A BASIS FOR MANAGERIAL DECISION-MAKING	140
Asadbek Rashidov. DATA PROTECTION TRAINING INFORMATION SYSTEMS	140



EKONOMIKA, FINANSES UN GRĀMATVEDĪBA



Kitija Vindele. VIDEI DRAUDZĪGU ROTAĻLIETU NOZARES UZŅĒMUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Biznesa ekonomika"*

E-pasts: kitijavin@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās rotaļlietu nozarei ir svarīga loma cilvēku dzīvēs, kam tās jebkādi ir saistītas ar bērniem, taču 90% no kopējā pārdošanas apjoma ir plastmasas rotaļlietas, kur atkritumu daudzums rada aptuveni 1 miljonu tonnu plastmasas ik gadu. Turpretim attīstošo rotaļlietu esamība apkalpo nozares patērētājus ar konkrētu problēmas piedāvājumu un vēstījumu, vērsot uzmanību uz dabisko un saudzīgo. Lai apvienotu šīs abas īpašības, ir nepieciešams izprast nozares īpatnības un kā tās izmantot kontaktā ar indivīdiem. Šī sfēra būtiski ietekmē dzīves aspektus, jo palīdz un aktualizē eko attīstošo rotaļlietu vērtības un nepieciešamību.

Pētījuma mērķis: Novērtēt nozares ilgtspējību un potenciālu, ņemot vērā, ka nozares tirgus ir veidots samērā nelielam patērētāju lokam ar noteiktām vajadzībām.

Pētījuma metodes: Lai sasniegtu izvirzīto mērķi un darba uzdevumus, izmantotas šādas datu vākšanas metodes: dokumentu un sekundāro datu analīze, lai skaidri definētu ekoloģisko un attīstošo rotaļlietu nepieciešamību un faktorus, kas to ietekmē. Analizēti pētījumi par šo rotaļlietu nozares ilgtspējību un perspektīvu, kā arī ekspertu aptaujas analīze. Iegūtie dati attēloti grafikos.

Sasniegtie rezultāti: Apkopota informācija par nozares segmentēšanu, ieņēmumu un izdevumu veidiem, iespējām, priekšrocībām un mobilitāti. Iegūta informācija ļauj novērtēt nozares potenciālu ilgtermiņā. Izstrādāti secinājumi un priekšlikumi nozares "dzīvotspējai".

Atslēgas vārdi: attīstības iespējas; rotaļlieta; ietekmējošie faktori; videi dabisks un saudzīgs

Roberta Kirste. LĀZERGRAVĒŠANAS PAKALPOJUMU TIRGUS SEGMENTĒŠANA UN KLIENTA PROFILA IZVEIDE, IZMANTOJOT GOOGLE ANALYTICS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Biznesa ekonomika"*

E-pasts: kirsteroberta06@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Lāzergravēšana ir lieliska iespēja kā piedāvāt patērētājiem personalizētus produktus par salīdzinoši zemām izmaksām, izgatavojot preces pēc pasūtījuma. Jau 2015. gadā profesionālo pakalpojumu uzņēmums Deloitte, veicot tiešsaistes aptauju interneta lietotājiem Apvienotajā Karalistē vecumā no 16 gadiem, kuri izmanto iespēju iepirkties internetā, secināja, ka no 1560 respondentiem 48% ir gatavi gaidīt pasūtīto produktu ilgāk, ja tas tiek īpaši viņiem pielāgots. Tāpat 1/3 daļa šajā aptaujā atzina, ka vēlētos lielāku izvēli personalizēto preču piedāvājumā, jo standarta produkti neatbilst viņu ekspektācijām. Eiropas Savienības ikgadējā apsekojumā par informācijas un komunikāciju tehnoloģiju izmantošanu mājāsaimniecībās un starp indivīdiem, vērojams gan kritums, gan

kāpums atšķirībā no valsts, tomēr vidējais IKT izmantošanas rādītājs 2022. gadā ir samazinājies par 0,1%. Tirdzniecības segmentēšana konkrētās patērētāju grupās, varētu samazināt uzņēmuma mārketinga izmaksas, tāpat kā, klientu psihogrāfisko un uzvedības aspektu apzināšanās, varētu veicināt pārdotās produkcijas apjomu pieaugumu. Google Analytics ir populārākais tīmekļa analīzes pakalpojums kopš 2019. gada, apsteidzot pārējās platformas par 45,6 %, kā vēsta iegūtie dati no globālā tīmekļa tehnoloģiju aptauju vietnes W3Techs.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt klienta profilu uzņēmuma ARK Creations personalizējamajiem produktiem, balstoties uz Google Analytics datiem.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, interneta resursu analīze, datu apsekojums, datu analīze – aprakstošā statistika.

Sasniegtie rezultāti: Izpētīts klientu segmentēšanas process, klienta profila izstrāde, apzināti lielākie konkurenti, apkopoti pieejamie Google Analytics dati par arkcreations.eu tīmekļa trafiku.

Atslēgas vārdi: klientu segmentācija; klienta profils; mārketing; trafika analīze

Sandra Vilipsone. VELO NOMAS ATTĪSTĪBA IESPĒJAS OGRĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Biznesa ekonomika"*

E-pasts: saknesandra@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās riteņbraukšana ir ne tikai sporta veids, bet arī pārvietošanās līdzeklis. Ar velosipēdiem tiek plānoti gan grupu, gan individuālie velo braucieni tālu pludmales zonās vai fiksētu punktu apskates pilsētās un mežos.

Velo noma ir laba alternatīva – brauc, kad vēlies un nedomā par velo uzturēšanu un glabāšanu. Turklāt nomas velosipēds sniedz lielāku brīvību. Ar velosipēdu var baudīt saulainu rīta braucienu, savukārt lietainākā vakarā atstāj velosipēdu nomas novietnē un mājup dodies ar citu transportu.

Velosipēds nenoliedzami ir viens no visērtākajiem transportlīdzekļiem pilsētā. Ar katru gadu pieprasījums pēc nomas velosipēdiem pieaug aptuveni par 20%. Uz doto brīdi Ogrē ir tikai viena velo noma, kura atrodas 3 km attālumā no Ogres centra. Lai ikdienā ar velosipēdu varētu pārvietoties pēc iespējas vairāk Ogres iedzīvotāju un viesu, ir nepieciešama vēl viena velo noma Ogres centrā.

Pētījuma mērķis: Izanalizēt Ogrē velo nomas nozares pieprasījumu un to riskus.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, sekundāro datu analīze, grafiskā analīze, aprakstošā statistikas metode, padziļinātā intervija, padziļinātās intervijas transkripcija.

Sasniegtie rezultāti: Tika veikta statistiskā datu analīze, kura tika apkopota un apstrādāta izmantojot grafisko metodi. Izanalizēta nozare un to riski, izveidota SVID analīze, intervēts nozares pārstāvis un apkopots tā rezultāts.

Atslēgas vārdi: velo noma; viesi; velosipēds; Ogre



Mikus Pētersons. 2021. GADA TERITORIĀLĀS REFORMAS IETEKME UZ PIROTEHNIKAS IZPLATĪŠANU UN PIROTEHNISKO PAKALPOJUMU SNIEGŠANU LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Biznesa ekonomika"
E-pasts: mikuspetersons93@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pamatojoties uz Apdzīvoto teritoriju un apdzīvoto vietu likumu Latvijas Republikā notikusi jau otrā teritoriālā reforma, kuras rezultātā pašvaldību skaits ir samazinājies līdz 43 pašvaldībām. Viens no reformas mērķiem bija izveidot ekonomiski spējīgas administratīvās teritorijas, un tāpēc šajā pētījumā tika pētīta situācija, kādā izveidojusies pirotehnikas izmantošanas un pirotehnisko pakalpojumu sniegšana jaunizveidotajos novados. Šajā pētījumā tiks analizēti pašvaldību domju izdotie saistošie noteikumi, kuros iekļautas normas - atļaujas un aizliegumi - pirotehnikas lietošanai katrā pašvaldībā. Pētījuma aktualitāti raksturo tas, ka apmēram viena gada laikā visās pašvaldībās nomainījies normatīvais regulējums, vairāku iepriekšējo novadu izdotajos saistošajos noteikumos iekļautais regulējums pārskatīts un vairumā gadījumos tas nav labvēlīgs pirotehnikas nozares attīstībai, kas kaut nelielā apjomā, tomēr ietekmē ekonomiskos radītājus pašvaldībās. Daļai uzņēmumu šis regulējums var būt liktenīgs, novest līdz darbības izbeigšanai, maksātnespējai vai bankrotam.

Pētījuma mērķis: Novērtētu ar pirotehniku saistītā biznesa perspektīvas Latvijā, ņemot vērā Latvijas Republikas pašvaldībās spēkā esošo normatīvo regulējumu par pirotehnikas tirdzniecību un lietošanu.

Pētījuma metodes: Normatīvo aktu (pašvaldības saistošo noteikumu) analīze, anketēšana, intervijas, iegūto datu analīze.

Atslēgas vārdi: normatīvie akti; riski; iespējas; pirotehnika

Ralfs Jēkabs Ruks. LATVIJAS EKSPORTS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika"
E-pasts: ralfs.jekabs@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Eksports, tāpat kā imports, ir svarīgākie starptautiskās tirdzniecības aspekti un ir būtisks faktors, kas veido ciešas saiknes ar ārzemju valstīm. Eksporta galvenā funkcija ir nodrošināt valstī saražotās produkcijas un pakalpojumu piegādi uz ārvalstīm. Eksports ir būtisks faktors, kas ietekmē valsts iekšzemes kopproduktu, kur iekļaujas valstī saražotā un no tās pašas valsts eksportētā produkcija un produkcijas finanses.

Pētījuma mērķis: Veicot publiski pieejamo informācijas resursu izpēti, noskaidrot Latvijas eksporta struktūru, valstis, uz kurām Latvija eksportē savu produkciju, kā arī veikt izpēti par eksportējošo uzņēmumu finanšu stāvokli.



Pētījuma metodes: Nozares teorētiskās literatūras analīze, sekundāro datu par eksportējošo uzņēmumu finansēm analīze.

Atslēgas vārdi: eksports; finanšu rādītāji; eksportējošie uzņēmumi.

Linda Skrule. “MARRTRANS LOGISTICS” STARPTAUSTISKO KRAVU PĀRVADĀŠANAS PROCESA EFEKTIVITĀTE

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma “Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika”

E-pasts: lindaskrulr59@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmuma “Marttrans Logistics” galvenā ideja ir piedāvāt izvēles iespējas un vienkāršot procedūras transporta pakalpojumiem visā pasaulē. “Marttrans Logistics” pārvadāšanas procesi ir automatizēti, tiek izmantotas tehnoloģijas, lai sazinātos ar klientiem, veiktu jaunus pasūtījumu apstiprinājumus. Ir būtiski noskaidrot, kā samazināt kopējās izmaksas, nodrošināt pareizu un lietderīgu piegāžu plānošanu un transportēšanas līdzekļu izmantošanu “Marttrans Logistics”. Uzlaboti informācijas plūsmas procesi palīdz panākt lielāku efektivitāti starptautisko pārvadājumu nozarē kopumā un katrā uzņēmumā atsevišķi.

Pētījuma mērķis: Analizēt “Marttrans Logistics” starptautisko kravu pārvadāšanas procesu efektivitāti un ietekmi uz klienta apmierinātību, kā arī izpētīt iespējamus veidus, kā samazināt kravu izmaksas un palielināt produktivitāti.

Pētījuma metodes: Nozares teorētiskās literatūras analīze, uzņēmuma darbības pārskatu un citu dokumentu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā izdarīti secinājumi un formulēti priekšlikumi uzņēmuma “Marttrans Logistics” procesu optimizācijai un efektivitātes uzlabošanai.

Atslēgas vārdi: efektivitāte; izmaksas; piegādes; laiks

Solvita Katīņa. UZŅĒMUMA SIA “DTS” TIRDZniecības UN LOģISTIKAS PROCESU DIGITALIZĀCIJA UN IETEKME UZ BIZNESA IENESĪGUMU

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma “Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika”

E-pasts: solvitakatina9@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Tirdzniecības un loģistikas procesu digitalizācija ir būtisks, aktuāls notikums, kas daudzās jomās mainījis biznesa modeļus. Digitalizācija ievieš jaunas iespējas, samazinot izmaksas un padarot biznesa procesus vadāmākus. Jaunas tehnoloģijas arvien vairāk ietekmē arī tirdzniecības un

loģistikas jomu un sniedz jaunas iespējas, lai pārvaldītu preču plūsmas un palielinātu produktivitāti. Tai ir izšķiroša aktualitāte daudzās dažādās industrijās. Ar tradicionālās loģistikas procesu digitalizāciju ir mainījusies visas e-komercijas vēsture. Tagad digitalizācija ir atvēlējusi vietu straujam progresam, kas veicina liela apjoma datu piegādi no vienas vietas uz otru, saskaņotiem laika un resursu izmantošanas plāniem. Digitalizācija veicina jaudīgu loģistikas procesu veidošanu lieliem un maziem uzņēmumiem. Digitalizējoties uzņēmumi var veikt efektīvus loģistikas risinājumus, ļaujot klientiem saņemt precīzu informāciju par produktu piegādēm un nosūtīšanas termiņiem.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kā tirdzniecības un loģistikas procesu digitalizācija ietekmē uzņēmuma ienesīgumu, izaugsmi un efektivitāti uzņēmumā SIA „DTS”. Tiks pētīti faktori, kas ietekmē tehnoloģiju izmantojumu, lai palielinātu ienesīgumu.

Pētījuma metodes: Datu iegūšanai izmantoti tādi avoti kā nozares teorētiskā literatūra, uzņēmuma finanšu dati, no speciālajām pētniecības metodēm izmantotas šādas: intervija, modelēšana, dokumentu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Ir formulēti secinājumi par to, kā jaunu tehnoloģiju izmantošana var ietekmēt uzņēmuma biznesa rezultātus un loģistikas procesus.

Atslēgas vārdi: digitalizācija; biznesa stratēģija; optimizēšana.

Loreta Čivča. NOLIKTAVAS PREČU ORGANIZĀCIJA SIA “AERONES ENGINEERING”

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma “Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika”

E-pasts: civcaloreta@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Lai kvalitatīvi spētu apkalpot klientus uzņēmumā SIA "Aerones Engineering", nepieciešams nodrošināt ražošanas komandai detaļas robotu ražošanā ātri, kvalitatīvi un pēc iespējas mazāk brāķētas. Ja noliktavas noslogojums neatbilst noliktavas darbinieku skaitam un pieredzei, pasliktināsies noliktavas veiktspēja, pēc kā sekos robotu ražošanas palēnināšanās un procesu efektivitātes kritums. Klientu vēja turbīnas netiks savlaicīgi apkoptas. Tikpat svarīgs ir noliktavas izkārtojums un sistēmas kārtība, jo tas ietekmē darbinieku spēju pieprasītās detaļas atrast ātri, parocīgi un secīgi. Tādēļ ir jāveic pētījums par konkrētā uzņēmuma iespējām optimizēt noliktavas darbību.

Pētījuma mērķis: Izpētīt uzņēmuma SIA "Aerones Engineering" noliktavas darbības ātrumu, izkārtojumu un sistēmas darbību. Pētījuma nobeigumā uzņēmumam SIA "Aerones Engineering" piedāvāt risinājumus noliktavas darbības uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Nozares teorētiskās literatūras izpēte, noliktavas izkārtojuma apsekošana un noliktavā izmantotās sistēmas analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pēc literatūras izpētes rasta iespēja izsekot preču daudzumam un aprites sistēmai SIA “Aerones Engineering”. Apkopojot pētījuma rezultātus, ir izdarīti secinājumi par uzņēmuma SIA "Aerones Engineering" noliktavas darbības ātrumu, izkārtojumu un sistēmas kārtību. Piedāvāti efektīvi risinājumi noliktavas efektivitātes uzlabošanai.

Atslēgas vārdi: noliktava; sistēma; preču organizācija



Antra Segliņa. SABIEDRISKAIS TRANSPORTS RĪGAS PILSĒTAS ROBEŽĀS

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Starptautiskie tirdzniecības darījumi un loģistika"

E-pasts: seglinaantra@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Cilvēku interese, pārvietojoties sabiedriskajā transportā, ir pēc iespējas ātrāk sasniegt savu galamērķi. Šim uzstādījumam jākorrelē ar sabiedriskā transporta pakalpojumu uzņēmuma resursu efektīvu izmantošanu. Kopumā „Rīgas satiksmes” transportlīdzekļi (tramvaji, trolejbusi, autobusi) gadā veic ap 45 miljoniem kilometru un pārvadā ap 140 miljoniem pasažieru. „Rīgas satiksme” apsaimnieko vairāk nekā 6000 autostāvvietas Rīgā. Šobrīd degvielas cenas ir diezgan augstas, iedzīvotāji ir noguruši pavadīt savu laiku pilsētas satrēgumos, tāpēc daudzi šobrīd sāk izmantot sabiedriskā transporta pakalpojumus. Iepriekš minētie apstākļi nosaka pētījuma aktualitāti.

Pētījuma mērķis: Noteikt Rīgas iedzīvotāju pārvietošanās plūsmas, lai uzlabotu pilsētas sabiedriskā transporta sistēmu. Noskaidrot, kā uzņēmums spētu nodrošināt pieejamu, drošu un ilgtspējīgu sabiedriskā transporta sistēmu, autotransporta un stāvvietu pakalpojumus, vienlaicīgi veicinot ekonomikas izaugsmi un dzīves kvalitātes uzlabošanu Rīgā.

Pētījuma metodes: Iedzīvotāju anketēšana, analīze.

Sasniegtie rezultāti: Vairums respondentu ir apmierināti ar uzņēmuma “Rīgas satiksme” sniegtajiem pakalpojumiem. Aptaujas rezultāti uzrāda, ka vairums iedzīvotāju īsti nav apmierināti ar sabiedriskā transporta salona tīrību. Respondenti pauž bažas par to, vai uzņēmums ievēro sanitārās normas un vai tiek veikta transportlīdzekļu salonu dezinfekcija. Pētījums parāda, ka daudzi auto īpašnieki sāk izmantot sabiedrisko transportu, un tas viņiem ir materiāli izdevīgi.

Atslēgas vārdi: Rīga; sabiedriskais transports; iedzīvotāji; pasažieru pārvadājumi

Vineta Lisikova. NODOKĻU IETEKME UZ ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMU SAIMNIECISKO DARBĪBU

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: vineta.lisikova@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Teterē

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ēdināšanas nozare ir viena no lielākajām pakalpojumu nozarēm Latvijā, kura valsts budžetā ienes būtiskus ienākumus un nodarbina ap 3% no visiem darbaspējīgajiem iedzīvotājiem. Pēdējo divu gadu laikā ēdināšanas nozare ir saņēmusi vairākus triecienus – pandēmija ar tās ierobežojumiem, karš Ukrainā un tā ietekme uz uzņēmējdarbību, enerģētikas krīze un cenu pieaugums. VID sniegtie dati parāda, ka ēdināšanas nozarē strādājošo uzņēmumu skaits triju gadu laikā sarucis par 14,34%. 2019. gada sākumā tie bijuši 4845 uzņēmumi, savukārt, 2022. gada sākumā 4150 uzņēmumi.



Pētījuma mērķis: Izpētīt nodokļu ietekmi uz ēdināšanas nozares saimniecisko darbību, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus nodokļu ietekmes mazināšanai.

Pētījuma metodes: Datu savākšanas metode, monogrāfiskā metode, normatīvo aktu un literatūras analīze, loģiski konstruktīvā metode, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Darba autore teorētiski izpētīja literatūras avotus un Latvijas Republikas normatīvos aktus, kas reglamentē nodokļu sistēmu. Raksturoja nodokļu būtību un funkcijas, kā arī analizēja ēdināšanas nozarei piemērojamus nodokļus un to likmes. No analizētajiem datiem autore secināja, ka ēdināšanas nozares vislielākās samaksātās nodokļu summas sastāda valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas un pievienotās vērtības nodoklis, bet nozari kopumā visvairāk ietekmē ar darba spēku saistītie nodokļi un PVN nodoklis. Veicot nodokļu administrēto summu aprēķinu ar samazinātām PVN likmēm 12% un 9% autore secināja, ka samazinātās PVN likmes ieviešana ēdināšanas nozarē ļoti būtiski samazinātu ar PVN saistītos izdevumus un sniegtu uzņēmumiem iespēju šos līdzekļus ieguldīt darba spēka algu paaugstināšanā, uzņēmuma attīstībā un uzņēmējdarbības paplašināšanā. Darba noslēgumā autore secināja, ka lielais nodokļu slogs ēdināšanas nozari kopumā ietekmē negatīvi, jo izņem pārāk daudz finanšu līdzekļus no uzņēmumiem.

Atslēgas vārdi: nodokļi; nodokļu sistēma; ēdināšanas uzņēmumi; uzņēmējdarbība

Vija Petkeviča. DEBITORU UZSKAITES PILNVEIDE GRĀMATVEDĪBAS PAKALPOJUMU UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: vija.snepele@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Debitoru parādi tiešā veidā ietekmē uzņēmumu naudas plūsmu. Uzņēmēja apgrozāmo līdzekļu apjoms ir veiksmīgas uzņēmējdarbības attīstība un nozīmīgākā ir darba alga darbiniekiem, kā arī viņu sociālās garantijas. Naudas līdzekļus iegūstot termiņā, kas primāri ietekmē arī visu uzņēmuma darbību, piemēram samaksa par telpu nomu, nodokļi, izlietotie materiāli, pat ikdienas saimnieciskas darbības izdevumi. Parasti debitoru parādi ir īstermiņa, kad samaksā noteiktā apmaksas termiņā. Mērķis ir izpētīt debitoru parādus, ja to apmaksas termiņš ir garāks par 12 mēnešiem pēc pārskata gada beigām, tad tie būs ilgtermiņa parādi. Šajos gadījumos pret debitoru var tik arī uzsākts maksātnespējas process, kas noteikti jāiesniedz termiņā, lai neiestātos prasījuma tiesību noilgums.

Pētījuma mērķis: Izpētīt debitoru uzskaites metodiku pētāmajā uzņēmumā un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei.

Pētījuma metodes: Tiks pielietotas datu vākšanas metodes, piemēram statistikas datu apkopojumi; datu analīze- Valsts ieņēmuma dienesta publiski pieejamo datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma ietvaros veikta uzņēmuma debitoru uzskaites analīze. Autore secina, ka debitoru maksājumus un naudas plūsmu uzlabotu priekšapmaksas maksājums, kas samazinātu šaubīgo debitoru parādus.

Atslēgas vārdi: debitoru parādi; šaubīgie debitori



Madara Ilze Eglīte. CENU VEIDOŠANAS POLITIKA ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: ilzite1124@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Cena nosaka uzņēmuma vietu konkurences zonā, kas ir pamats klientu piesaistīšanai un veiksmīgai peļņas gūšanai. Ilgtspējīgas un konkurences tirgū noturīgas cenas, viens no galvenajiem, veidošanās nosacījumiem ir - produkta pašizmaksa. Sadārdzinoties produktiem palielinās ēdienu pašizmaksa, no kā izriet nepieciešamība izvēlēties piemērotāko cenu veidošanas metodi, lai uzņēmums neciestu zaudējumus. Kā liecina Centrālās statistikas pārvaldes publicētā informācija, straujais izmaksu kāpums ietekmē visas nozares un pirmo reizi kopš 2009. gada sākuma pakalpojumu cenu inflācija Latvijā ir pārsniegusi 10 %.

Pētījuma mērķis: Balstoties uz pētāmā uzņēmuma analīzi un teorētisko nostādņu izpēti, pilnveidot cenu veidošanas stratēģiju.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā jeb aprakstošā, kvalitatīvā, indukcija un dedukcija.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no divām daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta cenu veidošanas pamata nosacījumus. Otrajā daļā - praktiski aplūko un analizē cenu veidošanas politiku ēdināšanas jomā un eiro zonas ietekmi uz to pētāmajā uzņēmumā. Darba izstrādes gaitā autore secināja, ka katram ēdienam izmaksas ir atkarīgas no produktu klāsta receptūrā un uzcenojuma, kura vērtību uzņēmums izvēlas pats. Cenu kāpumu ietekmēja strauji augošā inflācija, kas visvairāk skāris Baltiju un Somiju. Lielu lomu cenu veidošanā spēlē ieņēmumi un izdevumi, ko uzņēmumā kontrolē grāmatvedība. Autore priekšlikums ir, pirmkārt, apzināt uzņēmuma īstermiņa un ilgtermiņa mērķus un uzdevumus, lai izveidotu šo mērķu sasniegšanai atbilstošu cenu politiku izvairoties no geimifikācijas jeb spēles uztveres, otrkārt, atrast atbilstošāko stratēģiju, kā nepazaudēt konkurētspējīgu vietu tirgū.

Atslēgas vārdi: cenu veidošanas politika; konkurence; inflācija

Jānis Vītols. DEBITORU PARĀDU UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE PAKALPOJUMU SNIEGŠANAS UZŅĒMUMOS

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: vitols.riga@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Dažādu ārējo politisko un ekonomisko apstākļu ietekmē ir ļoti svarīgi izprast, kā uzturēt, optimizēt un pilnveidot debitoru uzskaites procesus. Šiem procesiem jābūt izstrādātiem un pielāgotiem tā, lai dažādu notikumu ietekmē, iekšējā un ārējā politikā, un ekonomikā, būtiski nepieliecinātos debitoru parādu apjoms. Katram uzņēmumam šī ir ļoti būtiska uzņēmējdarbības sastāvdaļa, jo liels debitoru parādu apjoms var ietekmēt uzņēmuma dzīvotspēju. Īpaši svarīgs šis

jautājums ir pakalpojumu sniegšanas nozarē, jo sniedzot pakalpojumu uzņēmums tērē iekšējos resursus un materiālus, bez iespējas daļēji saņemt tos atpakaļ debitora parāda neatmaksāšanas gadījumā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt debitoru uzskaites procesu pakalpojumu sniegšanas uzņēmumos un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei.

Pētījuma metodes: Pētījumā izmantotas vairākas metodes: datu vākšanas metode - literatūras un interneta resursu datu analīze, normatīvo aktu un likumdošanas analīze, statistikas pārskatu datu analīze; datu apstrādes metodes - grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Apkopojot pētījumā analizēto informāciju par debitoru parādu rašanās iemesliem dažādās pakalpojumu sniegšanas nozarēs ir izstrādāti vairāki priekšlikumi, kā optimizēt debitoru parādu uzskaites procesus un nepieļaut debitoru parāda apjoma palielināšanos.

Atslēgas vārdi: debitori; parādi; uzskaitē

Jūlija Krūmiņa. NODOKĻU IETEKME UZ BŪVNICĪBAS UZŅĒMUMA SAIMNIECISKO DARBĪBU

Alberta koledža

*Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"
Apakšprogramma "Grāmatvedība"*

E-pasts: julija.krumin@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Izvēlētā pētījuma tēmas aktualitāte ir saistīta ar to, ka mūsdienu apstākļos jebkura uzņēmuma saimnieciskā darbība ir orientēta galvenokārt uz saimnieciskās darbības uzturēšanu un attīstību, iegūstot peļņu un ienākumus, kas kļūst iespējams nodokļu plānošanas ziņā uzņēmumā, optimizējot nodokļu slogu. Uzņēmuma saimnieciskajai darbībai nodokļi ir būtisks slogs, kas ietekmē ražošanas pašizmaksu, cenu līmeni, finanšu rezultātu vērtību un produktu konkurētspēju, kā arī uzņēmuma ieguldījumu kapitāla līmeni un vērtību.

Pētījuma mērķis: Daļēja nodokļu bāzes izvērtēšana un priekšnoteikumu noteikšana nodokļu režīma maiņai.

Pētījuma metodes: Metodoloģiskā bāze balstīta uz dažādām galvenajām pētījumu metodēm, kas ietver gan teorētisko, gan praktisko metodi – analīze un sintēze; klasifikācija un tipoloģizācija; abstrahēšanas un formalizācija; loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Veikta nodokļu pozitīvo faktoru un negatīvo aspektu apzināšana; vairāku faktoru noteikšana nodokļu optimizācijai saimnieciskā subjekta nepārtrauktas funkcionēšanas un attīstības nodrošināšanai. Darbā aplūkots un analizēts nodokļu ietekmes mehānisms uz organizācijas darbību, apskatīti faktori, kas stimulē uzņēmuma finansiālās un saimnieciskās darbības attīstību.

Atslēgas vārdi: nodokļi, peļņa; optimizācija; nodokļu aplikšana



Iveta Šica. GRĀMATVEDĪBAS UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

*Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"
Apakšprogramma "Grāmatvedība"*

E-pasts: grafa@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ēdināšanas jomā darbojas liels skaits uzņēmumu, kas savstarpēji atšķiras pēc uzņēmumu tipiem, pakalpojumu veidiem, kā arī darbības mērogiem. Turklāt visi šie uzņēmumi ir pakļauti speciālu noteikumu ievērošanai un tiem jāatbilst noteiktām prasībām, kuru ievērošana arī prasa finansiālu ieguldījumu. Šī iemesla dēļ uzņēmumā ir nepieciešams izveidot racionālu ražošanas izmaksu uzskaites un kontroles sistēmu. Līdz ar to ēdināšanas uzņēmumā ir nepieciešams pastāvīgi rast iespēju samazināt izmaksas, prognozēt ražojamās produkcijas tirgus cenas, rast alternatīvus risinājumus, ieviest veiksmīgu finanšu un investīciju politiku. Šim nolūkam ēdināšanas uzņēmumā ir jābūt pilnveidotai grāmatvedības un vadības uzskaites sistēmai. Ēdināšanas uzņēmuma efektīvai darbībai ir nepieciešama lietderīga un organizēta grāmatvedības uzskaites un kontrole, kas nodrošina informāciju par ražošanas un preču apmaiņas procesiem pēc to realizācijas veidiem gan materiālā, gan naudas izteiksmē.

Pētījuma mērķis: Veikt grāmatvedības uzskaites un darbības analīzi ēdināšanas uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Teorētiskās literatūras analīze; ēdināšanas uzņēmuma grāmatvedības uzskaites izpēte.

Sasniegtie rezultāti: Tika konstatēti trūkumi un izstrādāti priekšlikumi grāmatvedības un vadības izmaiņām uzskaitē turpmākai efektīvākai un racionālākai uzņēmuma darbībai. Darba pirmajā daļā tiek aplūkoti grāmatvedības un analīzes teorētiskie aspekti ēdināšanas uzņēmumos. Otrajā daļā tiek izskatīts konkrēta ēdināšanas uzņēmuma raksturojums, grāmatvedības politika, produkcijas izmaksu kalkulācija, preču un krājumu uzskaites metožu analīze. Trešajā daļā tiek analizēta darbības efektivitāte un izdarīti secinājumi, izteikti priekšlikumi darbības efektivitātes celšanai. Grāmatvedības uzskaites sabiedriskajā ēdināšanā ir raksturīgu īpašību kopums, ko nosaka vispārēja uztura nozares specifika.

Atslēgas vārdi: grāmatvedības uzskaites; krājumi; izejvielas; ražošana; ekonomija

Laura Keiva. PAMATLĪDZEKĻU UZSKAITES ORGANIZĀCIJA LATVIJĀ REĢISTRĒTOS UZŅĒMUMOS

Alberta koledža

*Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"
Apakšprogramma "Grāmatvedība"*

E-pasts: laurakeiva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pamatlīdzekļu uzskaites ir neatņemama uzņēmuma daļa. Lai uzņēmums labāk funkcionētu, tiem nepieciešami resursi, kuri nākotnē sagādātu saimniecisko labumu. Katram uzņēmumam ir jābūt skaidrībai par pamatlīdzekļu atzīšanu, uzskaiti un izslēgšanu, kā arī jāspēj izstrādāt



un uzrādīt informāciju par pamatlīdzekļiem uzņēmumā saskaņā ar Latvijas Republikas (turpmāk LR) likumdošanu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt vairāku uzņēmumu pamatlīdzekļu uzskaites un salīdzināt tās. Iepazīties ar LR likumdošanas prasībām par pamatlīdzekļu uzskaiti. Izpētīt pamatlīdzekļa atzīšanas kritērijus, kā noteikt to vērtību, izpētīt pamatlīdzekļu uzskaites principus un risinājumus to izslēgšanai, praktiski analizēt un formulēt secinājumus.

Pētījuma metodes: Analīze un sintēze, kvalitatīvā pētniecības metode.

Sasniegtie rezultāti: Iegūti dati par četrām dažādu uzņēmumu grāmatvedības politiku un par pamatlīdzekļu uzskaites organizāciju, kā arī gūts priekšstats par to, kādiem dokumentiem un informācijai ir jābūt uzņēmuma rīcībā saistībā ar pamatlīdzekļu uzskaiti.

Atslēgas vārdi: pamatlīdzekļi; nolietojuma normas; norakstīšana

Lāsma Viksna. NEFORMĀLĀS IZGLĪTĪBAS IESTĀDES FINANŠU RĀDĪTĀJU ANALĪZE COVID-19 IETEKMĒ

Alberta koledža

*Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"
Apakšprogramma "Grāmatvedība"*

E-pasts: vikсна.lasma@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja, Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmējdarbība ir saimnieciska darbība, kuru veic ar mērķi gūt peļņu. Ir viegli strādāt, ja ir zināmi apstākļi, ja viss ir ierasts. Bet kā veiksmīgi darboties, ja strauji viss mainās, ja parādās daudz nezināmā? Kā rāda pēdējie gadi, pasaule ir ļoti mainīga. Covid 19 pandēmija, kura aizsākās 2019.gada nogalē, nesa lielas izmaiņas visā pasaulē. Tā skāra uzņēmumus un sabiedrību kopumā. Covid-19 ierobežojumi bija milzīgs pārbaudījums vairumam uzņēmumu. Lai mazinātu pandēmijas ietekmi, valsts ieviesa atbalsta programmas uzņēmumiem, tie varēja pretendēt uz dažāda veida atbalsta mehānismiem- dīkstāves pabalstu, algu subsīdiju, grantu apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai u.c. atbalstu veidā. Pēc Lursoft 2022.gada nogales datiem, kādu no Covid-19 atbalsta mehānismiem izmantoja 22.3 tūkstoši uzņēmumu, t.i. 20% no visiem Latvijas ekonomiski atktīvajiem uzņēmumiem. Tomēr 3,5% no atbalstu saņēmušajiem uzņēmumiem sniegtais finansējums nepalīdzēja un tie bija spiesti pieteikt maksātnespēju.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt Covid-19 pandēmijas ietekmi uz pētāmo uzņēmumu un izstrādāt priekšlikumus ietekmes mazināšanai uz finanšu rādītājiem.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā jeb aprakstošā pētījuma metode, sintēzes un grafiskā metode, loģiski-konstruktīvā metode, kvalitatīvā pētījuma metode- intervija ar atvērtā tipa jautājumiem. Pētījumā tika analizēti arī uzņēmuma gada pārskati.

Sasniegtie rezultāti: Apkopot secinājumi, izstrādāti priekšlikumi par finansiālās situācijas uzlabošanu un attīstības iespējām uzņēmumā. Kā galvenie priekšlikumi minami klientu profila diferencēšana, dalība dažādos konkursos, projektos un iepirkumos par tiesībām veikt apmācības u.c.

Atslēgas vārdi: Covid 19 ietekme; gada pārskats; finanšu rādītāji



Solvita Pormale. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: solvitalapinska@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Inventarizācija ir aktuāls process uzņēmumam, tā līdzekļu un saistību novērtēšanai un uzņēmuma pilnveidei. Uzņēmums X ir strauji augošs ražošanas uzņēmums ar strauji pieaugošu aktīvu vērtību, tāpēc ir nepieciešams pilnveidot inventarizācijas procesu šādā uzņēmumā tā, lai ikgadējā inventarizācijas procesā tiktu sasniegti maksimāli precīzāki aktīvu novērtēšanas rezultāti.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumus inventarizācijas procesa pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā metode, datu savākšanas metode, grafiskā metode, sintēzes metode un loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Tika noskaidrots, kāda veida inventarizācijas tiek veiktas uzņēmumā, vai visas iesaistītās personas ir informētas par visām darbībām SIA „X” un aptaujātas uzņēmuma grāmatvedes. Tika secināts, ka uzņēmuma inventarizācijas procesā iesaistītie darbinieki pilnvērtīgi nepārzina normatīvo aktu prasības, tāpēc nepieciešams zināšanas pilnveidot; uzņēmuma krājumi neatrodas vienā noliktavā, tāpēc uzņēmuma vadībai jāizveido viena atsevišķa noliktava; darbiniekiem inventarizācijas process šķiet fiziski un psiholoģiski nogurdinošs, tāpēc jā rūpējas, lai tas noritētu dienas pirmajā daļā. Lai izvairītos no kļūdām inventarizācijas procedūras laikā, ieteicams objektus pārskaitīt vismaz divas reizes un vēlams dažādām personām.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; inventarizācija; normatīvie akti; pilnveide

Evija Eihvalde. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE SIA "XXX" UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: evija.eihvalde@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Balstoties uz likumdošanu, inventarizācijas metodes, inventarizācijas veikšanas kārtība, rezultātu dokumentēšanas un inventarizācijā atklāto starpību iegrāmatošanas kārtībai uzņēmumā ir jābūt skaidrai, saprotamai un pilnvērtīgai. Veicot nekvalitatīvu inventarizāciju, kas ietver neprecīzu datu atspoguļojumu, var tikt neprecīzi aprēķināta preču/ pakalpojumu pašizmaksa, neprecīzi aprēķināta maksājamā nodokļu summa. Kā arī datu neprecizitāti ļaunprātīgi var izmantot trešās puses.

Pētījuma mērķis: Izpētīt inventarizācijas procesa teorētiskos aspektus un izstrādāt priekšlikumus kvalitatīvai inventarizācijas gaitai pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Loģiski-konstruktīvā metode, novērojumu metode, analīzes metode, monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, kvantitatīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Darba autore izanalizēja inventarizācijas instrukciju un inventarizācijas procesa laiku grafiku, kas ir apstiprināts SIA “XXX” uzņēmumā. Darba autore raksturoja pētāmā uzņēmuma inventarizācijas sarakstus un citus dokumentus, kas pierāda inventarizācijas veikšanas faktu un objektu inventarizāciju analizēja to atbilstību normatīvo aktu prasībām. Darba autore izpētīja grāmatvedībā iesniegtos inventarizācijas dokumentus un pārbaudīja, vai tie ir sagatavoti atbilstoši uzņēmuma vadītāja apstiprinātajām instrukcijām. Darba autores priekšlikums ir kontrolēt inventarizācijas noteikumu ievērošanu organizācijas ikdienas darbā, lai pilnveidotu inventarizāciju procesus.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; normatīvie akti; uzskaitē; “inventarizācija”

Madara Alksne¹, Annija Šibeika². INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE MAZUMTIRDZniecības uzņēmumā

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma “Uzņēmējdarbība”

Apakšprogramma “Grāmatvedība”

E-pasti: ¹madaraalksne@inbox.lv, ²sibeikaannija@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Digitalizācijas laikmetā, ienākot jaunajām programmām un citiem tehniskajiem izstrādājumiem, aktuāli kļūst jautājumi par inventarizācijas procesu digitalizāciju un krājumu uzskaiti savādāk nekā pieņemts līdz šim. Pētāmajā uzņēmumā šobrīd inventarizāciju veic papīra formātā, vēlāk informāciju manuāli ievadot Excel tabulās un apkopojot. Inventarizācijas procesā nepieciešams iesaistīt daudz cilvēkresursu un katru gadu šajās dienās, kad norit inventarizācija, uzņēmums ir slēgts apmeklētājiem. Šobrīd uzņēmumā nav apkopoti krājumi vienā sistēmā un visa datu uzskaitē notiek manuāli. Katru gadu šajā laikā tiek zaudēta potenciālā peļņa, un šajā procesā nepieciešams iesaistīt arī cilvēkus no malas, jo ar esošo darbaspēka resursu nepietiek. Tiek pieļautas arī cilvēciskas kļūdas un pārskaitīšanās, kas noved pie neprecīza rezultāta.

Pētījuma mērķis: Izpētīt inventarizācijas procesus, praktiski analizēt un izvērtēt to ievērošanu pētāmajā uzņēmumā, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus inventarizācijas pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā, datu savākšanas metode, sintēzes un loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autores pēta un analizē inventarizācijas normatīvo aktu bāzi un piedāvātos tehniskos risinājumus Latvijā. Otrajā daļā darba autores praktiski pēta un raksturo pētāmā uzņēmuma inventarizācijas dokumentāciju, analizē to veikšanas un izstrādes kārtību, sagatavo ieteikumus kā padarīt procesus digitalizētus. Trešajā daļā darba autores pēta speciālos normatīvos aktus, kas attiecas uz pētāmo uzņēmumu un apraksta to ietekmi uz inventarizācijas procesiem pētāmajā uzņēmumā.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; normatīvie akti; inventarizācija



Anete Račiņa. DEBITORU PARĀDU UZSKAITES PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: anete.rac@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Debitoru parādu politika un uzskaitē bez kavēšanās uzņēmējdarbībā ir būtisks organizācijas finanšu stabilitātes instruments, lai nepiedzīvotu finansiālas grūtības vai uzņēmuma likvidāciju. Mūsdienu ģeopolitisko notikumu dēļ jāpievērš pastiprināta uzmanība debitoru parādu uzskaitē uzņēmumos, jo pastāv risks tos ilglaicīgi vai pilnībā neatgūt.

Pētījuma mērķis: Izpētīt debitoru parādu uzskaites teorētiskos aspektus, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus debitoru uzskaites pilnveidošanai pētāmajā uzņēmumu grupā.

Pētījuma metodes: Zinātniskās literatūras analīze, sintēzes metode, monogrāfiskā metode un loģiski – konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika analizētas debitoru parādu uzskaites problēmas ražošanas uzņēmumos, kā arī raksturota debitoru parādu uzskaites ietekme uz ražošanas uzņēmumiem. Lielākā daļa uzņēmumu neveido uzkrājumus neatmaksātiem debitoru parādiem, regulāri nepārskata uzņēmuma kredītpolitiku, kas ietekmē ražošanas uzņēmumu rentabilitāti. Darba priekšlikums ir ieteikt klientam visērtāko apmaksas veidu par precī vai pakalpojumu, rekomendējams automātiskais atgādinājums par apmaksu, stimulu pielietošana klientiem un nepieciešamības gadījumā- izmantot ārpalpojumu debitoru parādu uzskaites pārvaldīšanai uzņēmumā. Darba devējiem un vadītājiem jānodrošina apmācības, semināri darbiniekiem, lai pilnveidotu efektīvu debitoru parādu uzskaiti uzņēmumā. Uzņēmuma finanšu pārskatos un dokumentācijā debitoru parādu uzskaitē jāveido atsevišķi no citas finanšu dokumentācijas. Tā pat ir ieteicams izmantot dažādas metodes šaubīgo debitoru izvērtēšanai.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; ražošanas uzņēmumi; debitoru parādu uzskaitē

Žanete Mališeva. KRĀJUMU UZSKAITES PILNVEIDE SPECIALIZĒTO DARBA APĢĒRBU RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: zhanete.maliseva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Grāmatvedībā galvenais uzdevums ir uzskatāmi atpoguļot uzņēmuma finansiālo stāvokli un ir svarīgi krājumu uzskaitē veikt saskaņā ar uzņēmuma grāmatvedības politiku un MK noteikumiem. Pētāmā uzņēmuma nozare ir darba apģērbu ražošana un tajā ir liels materiālo krājumu apjoms. Tādēļ autore vēlas pievērst lielāku uzmanību krājumu uzskaites pilnveidošanai un precīzai ienākošo un izejošo materiālu kontrolei, nepieļaujot nepilnības krājumu uzskaitē.



Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumu materiālo krājumu pārvaldības pilnveidi, lai uzņēmums spētu efektīvāk pārvaldīt savus krājumus un neveidotos noliktavā nerealizējami krājumi.

Pētījuma metodes: Veicot uzņēmuma krājumu uzskaites izpēti izmantota loģiski – konstruktīvā metode, grafiskā metode un kvantitatīvā- dokumentu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma ietvaros izstrādātie secinājumi un priekšlikumi veicina spēju uzņēmumā nodrošināt kvalitatīvu krājumu uzskaiti un uzlabo krājumu inventarizāciju pēc periodiskās metodes. Tāpat pētījums sekmējis spēju sagatavot precīzu izejvielu un materiāla izmantošanas apskatu.

Atslēgas vārdi: krājumi; novērtēšana; uzskaitē

Beatrise Sintija Celmiņa. ŠĶIDRUMA LIETOŠANA DARBA VIETĀ UN TĀ NOZĪME CILVĒKA ORGANISMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: beatrixsintija9@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Dzīvojam laikmetā, kad ir plašas iespējas izvēlēties, ko varam lietot uzturā, bet ne vienmēr tas tiek darīts pareizi. Steigā netiek pamanīts, kā organisms reaģē, kad uzturā trūkst ūdens. Cilvēka ķermenis vairāk nekā 70% sastāv no šķidruma un tas ir vitāli nepieciešams veiksmīgai organisma funkcionēšanai. Dehidrējoties tiek ietekmēta cilvēka fiziskā un psihiskā veselība. Lai apmierinātu visas organisma prasības, atkarībā no klimata apstākļiem, veicamā darba smaguma un apkārtējās gaisa t^o pieaugušam cilvēkam dienā jāuzņem 2,5-3 l ūdens gan dzeramā ūdens veidā, gan ar pārtikas produktiem. Zaudējot jau tikai 10% ķermeņa ūdens, var rasties nopietnas organisma atūdeņošanās sekas. Zaudējot 20% ķermeņa ūdens – var iestāties nāve. Lietojot pārāk maz ūdens, darbiniekiem darba vietā bieži vien rodas sliktā pašsajūta un zūd domāšanas spējas.

Pētījuma mērķis: Izpētīt dzeramā ūdens lietošanas paradumus darba vidē un izstrādāt priekšlikumus ūdens lietošanas paradumu veicināšanai.

Pētījuma metodes: Kvalitatīvā un kvantitatīvā metode, analīzes metode.

Sasniegtie rezultāti: Pirmkārt, autore analizē, kāda ir ūdens nozīme uzturā un, kādas ir to galvenās funkcijas cilvēka organismā. Otrkārt, autore analizē, kā saldinātie dzērieni ietekmē cilvēka organismu. Treškārt, darba autore izpēta aizpildīto aptaujas anketu rezultātus. Tika secināts, ka nedzerot pietiekami daudz ūdeni, var rasties dažādas slimības, kā piemēram, aptaukošanās, diabēts, katarakta, muskuļu slimības. Dzert pārāk daudz ūdens arī ir bīstami cilvēka veselībai un var izraisīt slimības, piemēram: muskuļu vājums, migrēnas, samaņas zudums, vemšana. Pārmērīga saldināto dzērienu lietošana ikdienā nopietni kaitē cilvēka veselībai un labsajūtai, jo organismā tiek uzņemts pārāk daudz cukurs, kas veicina aptaukošanos, kaulu lūzumus, nieru un aknu problēmas. Lielākā daļa respondentu nelieto pietiekami daudz ūdens savā ikdienā un mēdz slāpes remdēt ar saldinātiem dzērieniem. Lai darba vietās mazinātu darbiniekus lietot saldinātos dzērienus, autore priekšlikums ir veicināt dažādas pasākumus ūdens lietošanai, piemēram, plakātu izvietošana darbiniekam redzamā vietā ar atgādinājumu padzerties ūdeni. Autore atzīmē, ka zināšanas un informācijas pieejamība ne vienmēr rada indivīda attieksmes maiņu.

Atslēgas vārdi: ūdens; šķidrums, ķermenis; organisms



Ksenija Aņisimova. GRĀMATVEDĪBAS PROBLĒMAS UN TO RISINĀJUMI

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: ksenijaanisimova@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmums nevar pastāvēt bez grāmatvedības, jo likumdošanā ir noteikts pienākums to kārtot. Tādēļ ir jāsaprot ar kādām problēmām var saskarties grāmatvedībā un, kādas var būt iespējamās kļūdas grāmatvedības kārtošana. Mūsdienās lielākā daļa no Latvijas iedzīvotājiem mēģina uzsākt savu uzņēmējdarbību, lai nebūtu atkarīgi no darba devēja un, lai iegūtu lielākus ienākumus, peļņu. Toties sava uzņēmuma veidošanai un vadīšanai ir ne tikai nepieciešama uzņēmība, bet arī zināšanas par uzņēmējdarbību, kā arī zināšanas par grāmatvedību un to kārtšanu pēc Latvijas Republikas likumdošanas aktiem.

Pētījuma mērķis: Biežāk sastopamo grāmatvedības kļūdu apzināšana un priekšlikumu izstrāde situācijas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Aprakstošā metode jeb monogrāfiskā, kuras ietvaros tiek veikta literatūras izpēte un tiek raksturota teorija, pamatojoties uz izpētīto literatūru. Kvantitatīvais pētījums- anketēšana, ar slēgta tipa jautājumiem. Analīzes metode- tiek analizēta un apkopota anketās iegūtā informācija.

Sasniegtie rezultāti: Tika iegūts ieskats grāmatvedības darba organizācijā, kā arī tās kārtošana un biežāk pieļautajās kļūdās. Tika izstrādāti priekšlikumi situācijas uzlabošanai.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; uzņēmējdarbība; organizācija

Ludmila Plūge. IZMAKSU STRUKTŪRA UN TĀS IETEKME UZ ZVĒRINĀTU TIESU IZPILDĪTĀJU SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS REZULTĀTIEM

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: ludmila.pluge@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Zvērinātu tiesu izpildītāju (turpmāk ZTI) salīdzinošais izdevumu novērtējums diviem darbības veidiem, kā saimnieciskās darbības veicējam un sabiedrībā ar ierobežotu atbildību, un šo darbības veidu izdevumu ietekme uz saimnieciskās darbības rezultātiem ir aktuāla saistībā ar izmaiņām likumdošanā, kas stājas spēkā 09.11.2021. Tiesu izpildītāju likumā, kas noteica, ka tiesu izpildītājs var dibināt tiesu izpildītāja biroju kā viena dalībnieka sabiedrību ar ierobežotu atbildību (SIA).

Pētījuma mērķis: Izpētīt izmaksu struktūras ietekmi uz ZTI saimnieciskās darbības rādītājiem, pamatojoties uz normatīvo aktu teorētisko analīzi ar nolūku pilnveidot saimniecisko darbību.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā, grafiskā metode, sintēzes un loģiski – konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pirmkārt tika analizēta grāmatvedības normatīvo aktu bāze abās darbības formās,



izpētot sociālās garantijas. Otrkārt tika raksturoti pētāmā darbības veida ZTI kopīgos un atšķirīgos nodokļu maksājumu rādītāji abās darbības formās. Treškārt tika pētīti speciālie normatīvie akti, kas attiecas uz pētāmo uzņēmumu un raksturo to ietekmi uz izmaksām pētāmajā darbības nozarē. Pētījuma izstrādes gaitā, darba autore secina, kura darbības formas izdevumu struktūra ir izdevīgāka ZTI, un attiecīgi, kādi maksājami nodokļi un sociālās garantijas abās darbības formās. Darba autores priekšlikums ir reģistrēt viena dalībnieka SIA, jo tā no izmaksu struktūras ir ekonomiski izdevīgāka.

Atslēgas vārdi: nodokļi; sociālais taisnīgums un garantijas

Gatis Barkovskis. SABIEDRISKĀ LABUMA ORGANIZĀCIJAS GRĀMATVEDĪBAS UZSKATIES PILNVEIDE

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: noitacavcsgo@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Grāmatvedības organizācijai uzņēmumā jābūt lietišķai, skaidrai un pārskatāmai. Grāmatvedībā jāreģistrē visi uzņēmuma saimnieciskie darījumi kuriem jābūt apliecinātiem ar attaisnojuma dokumentiem. Visi ieraksti grāmatvedības reģistros jāizdara, pamatojoties uz attaisnojuma dokumentiem un saskaņā ar tiem. Grāmatvedības sniegtajai informācijai jābūt savlaicīgai, nozīmīgai, patiesai, salīdzināmai, saprotamai un pilnīgai.

Pētījuma mērķis: Izpētīt grāmatvedības organizāciju pētāmajā uzņēmumā. Analizēt un izvērtēt grāmatvedības uzskaites atbilstību normatīvo aktu prasībām.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā, datu savākšanas, sintēzes un loģiski – konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pirmkārt, autors pēta un analizē grāmatvedības organizācijas normatīvo aktu prasības. Otrkārt, autors praktiski pēta pētāmā uzņēmuma grāmatvedības organizācijas dokumentāciju, to atbilstību normatīvo aktu prasībām. Treškārt, autors pēta normatīvos aktus, kas attiecas uz pētāmo uzņēmumu, uzņēmuma izstrādātos nolikumus, kā arī dokumentu uzskaiti, un apraksta to ietekmi uz grāmatvedības organizāciju uzņēmumā. Veicot pētījumu, darba autors secina, ka pētāmajā biedrībā grāmatvedības organizācijas dokumentācija ir apjomīga, pārskatāma un saprotama, bet liela daļa dokumentu tiek uzglabāta papīra formātā, kā arī grāmatvedības organizācijas veikšanai tiek izmantotas vairākās datorprogrammas. Darba autora priekšlikums ir ieviest pilnīgu digitalizāciju dokumentu uzskaitē un kārtošana, un ieviest vienu datorprogrammu, kurā veic visu grāmatvedības uzskaiti.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; normatīvie akti; uzskaitē



Aleksandra Glazova. IZMAKSU STRUKTŪRA UN TĀS IETEKME UZ TELEKOMUNIKĀCIJAS UZŅĒMUMA X SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS REZULTĀTIEM

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: sawuljka17@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec, viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pētāmais uzņēmums darbojas kopš 1993. gadā, kad Latvijas iedzīvotājiem ievilka pirmās telefona līnijas, un jau 2021.gadā pētāmā uzņēmuma vērtība bija 438,06 Milj. EUR. 2021. gads bija sarežģīts no ekonomiskas puses, jo turpinājās Latvijā un visa pasaule ārkārtas situācija saistītā ar pandēmiju, uzņēmumam bija nepieciešams meklēt risinājumu, jo riski ietvēra - darbinieku saslimstības risku, potenciālu klientu maksātspējas samazināšanos un preču pārdošanas apjomu kritumu. Ņemot vērā ekonomisko situāciju, uzņēmumam nepieciešams izvērtēt un optimizēt izmaksas, lai turpinātu finansēt jaunus projektus, atbalsētu esošos produktus un piesaistītu jaunus klientus uzņēmuma ilgtspējas nodrošināšanai.

Pētījuma mērķis: Izpētīt dokumentus un informācijas avotus par aktuālo izmaksu struktūru "Tet", izvērtēt riskus un izmaksu optimizācijas iespējas.

Pētījuma metodes: Teorētiskās literatūras un interneta resursu datu analīze, monogrāfiskā un grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tika iegūta informācija par uzņēmuma realizētiem projektiem, par izmaksām un ienākumiem 2021.gadā. Apkopota informācija par rīcībām ārkārtas situācijā un ietekmi uz finansiālo uzņēmuma situāciju. Izstrādāti priekšlikumi izmaksu optimizācijai.

Atslēgas vārdi: izmaksu struktūra; optimizācija; saimnieciskās darbības

Enija Dundure. INFLĀCIJAS UN DEFLĀCIJAS BŪTĪBA. TĀS CĒLOŅI, SEKAS UN PRET INFLĀCIJAS PASĀKUMI

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Grāmatvedība"

E-pasts: dundureee@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., docente, Inta Grīnberga

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Gan inflācija, gan deflācija ietekmē uzņēmuma finanses. Uzņēmumam jābūt pieejamiem vairākiem finanses instrumentiem, kas spēs palīdzēt.

Pētījuma mērķis: Izpētīt kāpēc veidojas inflācija un deflācija, kādas ir to sekas un kā no tā izvairīties. Pētāmajā uzņēmumā praktiski izvērtēt tās ietekmi, analizēt un veikt secinājumus.

Pētījuma metodes: Datu savākšana, grafiskā attēlošana un aprakstošā metode.



Sasniegtie rezultāti: Pirmkārt, darba autore teorētiski izpētīja inflācijas un deflācijas sekas un cēloņus, kā arī pret inflācijas pasākumus. Otrkārt, darba autore praktiski izpētīja inflācijas un deflācijas ietekmi pētāmajā uzņēmumā un kādas sekas pētāmais uzņēmums ieguva un kā izvairoties no tās. Treškārt, tika veikta datu analīze un secinājumi, kā inflācija un deflācija ietekmē pētāmo uzņēmumu.

Atslēgas vārdi: inflācija; deflācija

Adriana Miķelsone-Zukule¹, Amanda Štelce². ATTĀLINĀTĀ DARBA IETEKME UZ DARBINIEKU APMIERINĀTĪBU AR DARBU UZŅĒMUMĀ SWEDBANK LATVIJA

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasti: ¹a.mikelsonezukule@gmail.com, ²amanda.stelce@icloud.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Kopš pandēmijas beigām, attālinātais darbs ir saglabājis pozīciju vairākās Latvijas mēroga nozarēs, kā, piemēram, informācijas tehnoloģijās, klientu apkalpošanā, finanšu sektorā u.c.. Attālinātais darbs ļauj cilvēkiem strādāt neatkarīgi no atrašanās vietas, izmantojot portatīvās ierīces. Šajā darba režīmā darba devējs ir spiests paļauties uz darbinieku, tā veidojot abpusējas uzticēšanās attiecības. Saskaņā ar Kantar.lv datiem, kopumā attālināta vai daļēji attālināta darba iespējas uzņēmumos Latvijā ir veicinājušas darbinieku apmierinātību ar darbu, uzlabojot emocionālo labsajūtu. Pētījums tiek veikts, lai noskaidrotu, kādā veidā izpaužas un kas ietekmē darbinieku "labbūtību" (well-being) uzņēmumā Swedbank Latvija, strādājot hibrīdrežīmā vai pilnīgi attālināta darba režīmā. Līdz šim Swedbank mājaslapā ir pieejams datu apkopojums par darba produktivitāti un attālināto darbu COVID-19 pandēmijas laika posmā, bet turpmākie pētījumi par šo tēmu šī brīža situācijā nav veikti.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādā veidā attālinātais darbs ietekmē darbinieku apmierinātību ar darbu Swedbank Latvija.

Pētījuma metodes: Interneta resursu un sekundāro datu analīze, Swedbank Latvija darbinieku anketēšana par attālinātā darba ietekmi uz apmierinātību ar darbu. Rezultāti apkopoti grafiskā veidā.

Atslēgas vārdi: Swedbank; attālinātais darbs; darbinieki

Ilze Lāčauniece. COVID IETEKME UZ DARBINIEKU MOTIVĀCIJU UZŅĒMUMĀ SIA "OMEL"

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: ilzelacauniece96@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: COVID-19 pandēmija ir ietekmējusi daudzas jomas un cilvēku dzīves aspektus, tostarp arī darbinieku motivāciju. Krīzes laikā daudzi darba devēji un darbinieki saskaras ar jaunām un



sarežģītām situācijām, kas varētu negatīvi ietekmēt to motivāciju un produktivitāti. Tomēr, COVID-19 pandēmija ir arī radījusi iespējas un pozitīvus faktoros, kas varētu ietekmēt darbinieku motivāciju. Piemēram, attālinātais darbs var dot lielāku elastīgumu un laiku, ko varētu apvienot ar sev nepieciešamajām darbībām un darba pienākumiem.

Pētījuma mērķis: Novērtēt sekas, kādas COVID-19 pandēmija radījusi uz darbinieku motivāciju uzņēmumā SIA "OMEL".

Pētījuma metodes: Anketēšana, intervija, dokumentu un sekundāro datu analīze, literatūras analīze.

Sasniegtie rezultāti: Veikta SIA "OMEL" darbinieku anketēšana, veikta intervija ar uzņēmuma vadītāju un, balstoties uz iegūtajiem rezultātiem, izdarīti secinājumi par COVID ietekmi uz darbinieku motivāciju.

Atslēgas vārdi: pandēmija; motivācija; darbinieki

Dans Strazdiņš. JAUNA SPORTA PREČU UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS VALMIERAS NOVADĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: ezitis993@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Covid-19 pandēmijas laikā fizisko aktivitāšu un sporta nepieciešamība ir kļuvušas vēl aktuālākas, jo % no respondentiem atbildēja, ka līdz ar pandēmijas sākšanos ir pārstājuši sportot vai samazinājuši laiku, ko tam velta. Līdz ar to daudzi cilvēki vairāk laika pavada mājās, tas ir nedaudz vairāk kā viena trešā daļa no Latvijas iedzīvotājiem, un praktizē sociālo distancēšanos, tāpēc fiziskās aktivitātes un sports var uzlabot gan fizisko, gan garīgo veselību. Jauna sporta produktu uzņēmuma ieviešana konkrētajā Valmieras tirgū var ne tikai nodrošināt cilvēkiem jaunas fizisko aktivitāšu iespējas, bet arī uzlabot vietējo ekonomiku un radīt darba iespējas. Turklāt jauns sporta produktu uzņēmums potenciāli var piedāvāt novatoriskus produktus, kas atbilst patērētāju mainīgajām vajadzībām un vēlmēm pandēmijas laikā, piemēram, tos, kuros prioritāte ir drošība un higiēna. Šāda pētījuma rezultātus var izmantot, lai pieņemtu lēmumus par investīcijām, riska pārvaldību un stratēģisko plānošanu, un tas palīdz nodrošināt sporta nozares ilgtermiņa ilgtspēju un panākumus.

Pētījuma mērķis: Sniegt analīzi par jauna sporta preču uzņēmuma attīstības iespējām Valmieras novadā.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros izmantota dokumentu un literatūras analīze, anketēšana, sekundāro datu apkopošana un grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Noskaidrots kādas ir iespējas iekļūt Valmieras sporta preču uzņēmumu tirgū un cik ļoti to ietekmēja uzņēmuma atrašanās vieta. Kādā apmērā vietējie iedzīvotāji nodarbojas ar sporta aktivitātēm un cik liela nozīme ir tam ikdienā. Izpētīti konkurenti un viņu sniegtie pakalpojumi šajā nozarē. Izanalizēts kāds būtu labākais mārketinga veids šādas nozares uzņēmumam.

Atslēgas vārdi: sports; fiziskās aktivitātes; uzņēmums; sporta preces Valmiera; attīstība



Tatjana Kļimoviča. PRIVĀTO PASĀKUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS UN TENDENCES

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: epasts5752@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienīga cilvēka dzīve ir pilna ar dažādiem izaicinājumiem, sarežģītām situācijām, uzdevumiem, kuri prasa daudz dažādu resursu – laiks, nauda, enerģija. Tomēr katrā cilvēka dzīvē ir arī prieka un laimes brīži, kuri bieži vien ir saistīti ar īpašiem dzīves notikumiem – dzimšanas dienas, kāzas, jubilejas, izlaidumi u.c. Lai organizētu skaistu un baudāmu pasākumu ir vajadzīgi – laiks, nauda, zināšanas, vispusīga informācija par pakalpojumu un produktu klāstu. Tādēļ cilvēki bieži vien izvēlas savu svarīgu pasākumu organizēšanu uzticēt profesionāļiem, kuri parūpēsies par visiem pasākuma elementiem – piemērota norises vieta, pārdomāta programma, audio un vizuālais noformējums, garšīgs ēdiens utt.

Tādēļ ir svarīgi izpētīt statistiku un citu pieejamu informāciju par nozari (dalībnieki, pakalpojumi, produkti). Nepieciešams arī saprast kāds ir nozares pieprasījums (pasākumi, produkti, pakalpojumi) un kāds ir piedāvājums. Būtiski ir noskaidrot, kādas ir nozares tendences, jaunievedumi.

Pētījuma mērķis: Novērtēt privāto pasākumu pakalpojumu organizēšanas attīstības iespējas Jūrmalā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze – esošo pētījumu un statistikas datu analīze. Aptauja ar mērķi noskaidrot potenciālo klientu viedokli par privāto pasākumu organizēšanas nepieciešamību (pieprasījumu un attīstības iespējām). Literatūras meklēšana, atlase un analīze.

Atslēgas vārdi: pasākumi; organizēšana, pakalpojums, Jūrmala

Madara Kaufmane. INTEREŠU IZGLĪTĪBAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS RĪGĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: madarakaufmane@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Interese izglītības nozare ir svarīga bērnu un jauniešu interese un prasmju attīstībai ārpus skolas. Tā nereti palīdz ievirzīt jaunatni viņu nākotnes profesijās un attīsta radošo domāšanu. Rīgā esošais bērnu un jauniešu skaits 2021.gadā veido nedaudz vairāk kā vienu ceturto daļu no visiem šīs grupas iedzīvotājiem Latvijā, kas ir diezgan liels īpatsvars, līdz ar to svarīgi ir saprast vai piedāvātais klāsts apmierina Rīgas iedzīvotājus.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot vai Rīgā ir pietiekami plašs nodarbību klāsts un pietiekami liels programmu skaits. Noskaidrot, cik daudz bērnu un jauniešu nodarbojas ar interese izglītību Rīgā, kādas programmas ir vispieprasītākās vai kādas trūkst. Noskaidrot galvenos faktorus, kādēļ cilvēki nenodarbojas ar interese izglītību.

Pētījuma metodes: Kvalitatīvā metode – aptauja; aprakstošās statistikas datu metode – datu apkopošana un grafiska attēlošana.



Sasniegtie rezultāti: Noskaidrots, ka vairums aptaujāto ir apmierināti ar pieejamo programmu klāstu, bet ceturtdaļa uzskata, ka trūkst mazāk populāri piedāvājumi un klāsts ir vienveidīgs. Ar interešu izglītību Rīgā nodarbojas 50,3% audzēkņu no kopējā bērnu un jauniešu skaita Rīgā. Galvenie faktori, kādēļ cilvēki nenodarbojas ar interešu izglītību, ir laika trūkuma vai finansējuma trūkuma dēļ, un ir mazākums, kam nesaista šī brīža nodarbību piedāvājums.

Atslēgas vārdi: intereses; interešu izglītība; nodarbības

Linda Gabranova. SKAISTUMKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS RĪGĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: gabranova.linda@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Skaistumkopšanas nozares uzņēmumi Latvijā ir izplatīti. To apliecina Lursoft datu bāze, kur 2022. gadā no 573 aktīvo uzņēmumu darbības veidiem 17. vietu ieņēma "Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi", sastādot 2,88% no kopējā aktīvo uzņēmumu skaita. Veselības inspekcijas dati līdz 2023. gada 3. martam ir reģistrējuši 1268 juridiskas personas un 4147 fiziskas personas, kas darbojas skaistumkopšanas un tetovēšanas pakalpojumu sniegšanā Rīgā.

Pētījuma mērķis: Darba mērķis ir apkopot informāciju par skaistumkopšanas nozares attīstības iespējām Rīgā. Noskaidrot sieviešu un vīriešu domas par skaistumkopšanas jomu Rīgā un Pierīgā.

Pētījuma metodes: Tiek izstrādāta aptauja. Dati tiek attēloti grafiski. Tiek izmantota arī biznesa analīze, lai noskaidrotu skaistumkopšanas nozares pieprasījumu un piedāvājumu. Tika apkopoti dati par Rīgā un Pierīgā dzīvojošo paradumiem skaistumkopšanas pakalpojumu izmantošanā.

Sasniegtie rezultāti: Skaistumkopšanas nozare ir augoša un tā ir plaši pārstāvēta. Aplūkojot iegūtos rezultātus tika secināts, ka vīriešu un sieviešu paradumi skaistumkopšanas pakalpojumu izmantošanā atšķiras, un sievietes tos izmanto un ir gatavas maksāt vairāk. Pētījuma rezultāti liecina, ka Rīgā un Pierīgā esošie iedzīvotāji uzskata, ka skaistumkopšanas pakalpojumu klāsts ir pietiekošs.

Atslēgas vārdi: skaistumkopšana; pakalpojumi; Rīga; attīstība; iespējas

Adriana Miķelsone-Zukule. ILGTSPĒJĪGU APĢĒRBU RAŽOŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: a.mikelsonezukule@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Apģērbs ir neatņemama ikdienas sastāvdaļa, kas spēj nodrošināt vairākas cilvēka pamatvajadzības, tajā pašā laikā sniedzot estētisku vai emocionālu baudījumu tā nēsātājam. Daudzviet

pasaulē, tai skaitā arī mūsu valstī, joprojām augstu popularitāti saglabā fast fashion jeb ātrās modes veikali kā “H&M”, “ZARA” un dažādi ārzemju internetveikali. Ātrā mode ir dizaina, ražošanas un mārketinga metode, kas tendēta uz liela apjoma apģērbu ražošanu no nekvalitatīviem, kā arī sintētiskiem un pēc iespējas lētākiem materiāliem. Pēc Oficiālās statistikas portāla datiem, Latvijā gada laikā uz apģērbu un apavu iegādi mājsaimniecība tērē vidēji 5-6% no kopējiem ienākumiem¹. Iegādājoties apģērbu, cilvēki bieži neaizdomājas par tā izcelsmi, kvalitāti un utilizācijas iespējām, kad apģērbs ir kļuvis valkāšanai nederīgs vai vairs nav aktuāls. 2020.gadā tika izstrādāts un apstiprināts rīcības plāns pārejai uz aprites ekonomiku 2020.-2027.gadā², tādēļ videi draudzīgu un ilgtspējīgu apģērbu ražošana Latvijā ir labs biznesa modelis, kas varētu uzlabot dabas un sociālo vidi un sekmēt ekonomisko izaugsmi.

Pētījuma mērķis: Izpētīt ilgtspējīgu apģērbu ražošanas iespējas un dzīvotspēju Latvijā.

Pētījuma metodes: Literatūras un interneta resursu analīze, dokumentu analīze, datu apstrādes statistiskā metode, aptauja.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma ietvaros tika noskaidrotas apģērbu ražošanas tendences Latvijā. Veikta aptauja par apģērba iegādes paradumiem un informācijas pieejamību (zināšanas) par tekstilizstrādājumu otrreizēju pārstrādi Latvijas iedzīvotāju vidū.

Atslēgas vārdi: apģērbu ražošana; Latvija; ilgtspējība; aprites ekonomika

Svetlana Ivaņenko. SKAISTUMKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS TENDENCES LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma “Grāmatvedība un audits”
E-pasts: vanenko.svetlana@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Tiek prognozēts, ka globālais skaistumkopšanas pakalpojumu tirgus pieaugs no 215,65 miljardiem ASV dolāru 2022. gadā līdz 355,45 miljardiem ASV dolāru līdz 2029. gadam. Nozares pieaugumu tempus palēnināja COVID-19 pandēmijas radīti ierobežojumi. Galvenie faktori, kas veicina skaistumkopšanas un personīgās aprūpes tirgus izaugsmi Eiropā, ir augošais pieprasījums pēc vegānu skaistumkopšanas produktiem. Arvien lielāku popularitāti iegūs iespēja saņemt pakalpojumus maksimāli tuvu klienta dzīves vietai. Latvijā skaistumkopšanas nozarē nodarbināto skaits sastāda ap 9000 darbinieku. Pilnībā pārvarot COVID-19 izraisīto krīzi, ap 2024./2025. gadu, varētu būt vērojama darbaspēka nepietiekamība.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt skaistumkopšanas nozares attīstības tendences Latvijā.

Pētījuma metodes: Datu iegūšanas metodes - publikāciju analīze, ekspertu intervijas, statistikas dati, tirgu prognožu, piedāvājumu salīdzinājums. Datu apstrādes metodes – aprakstošā statistikas metode, finanšu analīze, grafiskā analīze, loģiski konstruktīvā pētījuma metode - autore izsaka savus secinājumus un priekšlikumus.

Sasniegtie rezultāti: Veikta izpēte par skaistumkopšanas nozares attīstības tendencēm Latvijā salīdzinot tas ar Pasaules un Eiropas tendencēm, iegūti prognozētie dati par nozares attīstības scenārijiem. Sagatavotas rekomendācijas nozares uzņēmēju veiksmīgai darbībai jaunos apstākļos.

Atslēgas vārdi: skaistumkopšana; nozare; pakalpojums; tendences; Latvija



Veronika Ševčuka. SKAISTUMKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS RĪGĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: veronika34965@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Skaistumkopšanas salonu darbības izpētes aktualitāti raksturo noteikta šīs pakalpojumu nozares attīstība. Šajā jomā ir vērojams nodarbinātības pieaugums, darbaspēka tehniskā aprīkojuma pieaugums, arvien progresīvāku tehnoloģiju ieviešana, par to liecina arī CSP mājaslapā pieejamā statistika par ekonomiski aktīvajiem uzņēmumiem Latvijā, par periodu 5 gadā laikā uzņēmuma palielinājums skaistumkopšanas sfēra sastāv 3,70%, pēc šīm datiem, var secināt, ka skaistumkopšana industrija nestāv uz vietas un vienmēr attīstās, tāpēc, pieaugot pieprasījumam, palielinās arī piedāvājums. Šobrīd pakalpojumu kā vienas no svarīgākajām tautsaimniecības nozarēm loma ir ļoti liela un aktuāla. Līdzās dinamismam, mobilitātei, vēlmei būt veiksmīgam cilvēkam ir jāizskatās reprezentabli. Nepieciešamība ātri saņemt profesionālus pakalpojumus kļūst par prioritāti un svarīgu. Ir milzīgs skaits dažādu skaistumkopšanas salonu, frizieru utt. Tāpēc skaistumkopšanas salons ar pirmās klases speciālistiem atvēršana būs aktuāla pilsētām ar mazu iedzīvotāju skaitu un lielām metropoles teritorijām.

Pētījuma mērķis: Novērtēt skaistumkopšanas nozares attīstības iespējas Rīgā.

Pētījuma metodes: Informācijas iegūšana, apkopošana un grupēšana, lai iegūtu informāciju par nozares attīstības tendencēm Rīgā.

Aptauja - respondentu viedokļu izziņāšana ar aptaujas anketas palīdzību.

Sasniegtie rezultāti: Tika veikts sabiedriskās skaistumkopšanas nozares novērtējums un balstoties uz pētījumu rezultātiem tiek konstatēts, ka ir milzīgs skaits dažādu skaistumkopšanas salonu, tāpēc skaistumkopšanas salons ar pirmās klases speciālistiem atvēršana būs aktuāla ideja. Tika apkopota un analizēta informācija par nozares attīstības tendencēm Rīgā.

Atslēgas vārdi: frizētava; skaistumkopšana; salons

Kristianna Nagla. GRĀMATVEDĪBAS DIGITALIZĀCIJA

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: krista31415@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Strauji attīstoties informācijas tehnoloģijām datu apstrādes jomā, pieaug arī pieprasījums pēc mūsdienīgas digitālās grāmatvedības, kas ne tikai atļauj glabāt un apkopot grāmatvedībai nepieciešamos dokumentus elektroniski, bet arī palīdz veikt apkopotu datu analītisku izpēti, nodrošināt to attālināto pieejamību, izsekojamību un drošību. Turklāt, automatizējot grāmatvedības digitālos datus, būtiski uzlabojas grāmatvedības pakalpojuma (atskaīšu sniegšanas) kvalitāte un ātrums, sniedzot iespēju ērti un precīzi atspoguļot uzņēmumu finansiālos rādītājus nepieciešamajā laikā periodā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt dažādus grāmatvedības digitalizācijas piemērus, salīdzināt izplatītāko mākoņprogrammu izmantošanu grāmatvedības pakalpojumos, kā arī mākslīgā intelekta izmantošanu datu analīzē ar iespējām veikt uzņēmumu finanšu rādītāju prognozi gan Latvijas, gan ārvalstu komercielpības praksē.

Pētījuma metodes: Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika izmantotas šādas zinātniskās pētniecības metodes: 1) salīdzinošā metode – dažādu digitalizācijas veidu un piemēru salīdzinājums, izplatītāko mākoņprogrammu salīdzinājums; 2) sistēmiskā metode – savstarpējo kopsakaru meklēšana dažādu valstu grāmatvedības pakalpojumu sniegšanas praksē attiecībā uz pētāmo jautājumu; 3) analītiskā metode – nozares teorētisko avotu analīze, atziņu izvērtēšana, secinājumu apkopošana; 4) vēsturiskā metode – sniedzot darbā vēsturisku apskatu grāmatvedības digitalizācijas pirmsākumiem un attīstību laika gaitā.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika apkopoti un salīdzināti atbilstošākie iespējamie risinājumi mūsdienu grāmatvedības digitalizācijai Latvijā, atklājot pamatprincipus, kas jāievēro mūsdienu grāmatvedības pakalpojuma sniedzējiem, lai pielāgotos digitālajam laikmetam.

Atslēgas vārdi: grāmatvedība; mākoņprogramma; digitalizācija; automatizācija; mākslīgais intelekts

Adriana Miķelsone-Zukule¹, Amanda Štelce². EKONOMIKAS UN KULTŪRAS AUGSTSKOLAS SVID ANALĪZE

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"

E-pasti: ¹a.mikelsonezukule@gmail.com, ²amanda.stelce@icloud.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pēc Augstākās izglītības kvalitātes aģentūras mājaslapā pieejamajiem datiem, šobrīd Latvijā darbojas 51 akreditēta augstskola. Ekonomikas un kultūras augstskola dibināta 1998.gada 23.jūlijā, tādēļ tā ir salīdzinoši jauna augstākās izglītības iestāde salīdzinājumā ar citām Latvijas augstskolām. Studentu motivēšana un studentcentrētas mācību vides izveide ir svarīga, jo tas palīdz sasniegt augstskolas uzstādītos mērķus. Pētījums ir nepieciešams, lai monitorētu Ekonomikas un kultūras augstskolas konkurētspēju dinamiskos ekonomiskajos apstākļos.

Pētījuma mērķis: Izmantojot interneta resursos pieejamo informāciju, veikt Ekonomikas un kultūras augstskolas darbības SVID analīzi.

Pētījuma metodes: Pētījuma izstrādē tika izmantotas šādas pētnieciskās metodes: dokumentu analīze, mediju monitorings, SVID analīze. Pētījums tika veikts 2023.g. februārī.

Sasniegtie rezultāti: Ekonomikas un kultūras augstskolas darbības stiprās puses ir šādas: attīstītas Erasmus+ programmas aktivitātes; IZM pētījumā par bakalauru programmu absolventu nodarbinātības rādītājiem akcentēts EKA sasniegums – 1. vieta starp privātajām augstskolām un 3. vieta starp Latvijas augstskolām; motivējoša studiju vide; augstskolā ir izveidoti daudzveidīgi stratēģiskie dokumenti ar mērķi noteikt konkrētus attīstības virzienus dažādās jomās (zinātne un radošā darbība, internacionalizācija un modernizācija, izcilības pieeja, kvalitātes politika u.c.). Tika noteiktas arī vājās puses: trūkst aktuālās informācijas par pēdējo gadu darbības rādītājiem ("EKA gadagrāmata"); daļai studējošo ir zema motivācija; epizodiski veikta EKA darbības SVID analīze. Tika konstatēti šādi ārējie draudi: neprognozējami grozījumi augstskolu likumdošanā; ekonomiskā krīze Latvijā; augsts emigrācijas līmenis valstī; konkurences pieaugums augstākās izglītības tirgū. Tika identificētas vairākas attīstības iespējas: vietējās un starptautiskās sadarbības iespējas finansējuma piesaistei; esošo



programmu satura nepārtraukta pilnveide; jauno studiju programmu attīstīšana; progresīvo tehnoloģiju ieviešana studiju procesa nodrošināšanā.

Atslēgas vārdi: augstskola; SVID analīze; konkurence

Dans Strazdiņš. IT UZŅĒMUMA FINANSIĀLĀ ANALĪZE PIRMS UN PĒC COVID-19 PARĀDĪŠANĀS

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"

E-pasts: ezitis993@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: IT uzņēmumu finanšu darbības analīze pirms un pēc pandēmijas ir svarīga, lai saprastu, kā nozare tika ietekmēta, kā atsevišķi uzņēmumi pielāgojās un kādas stratēģijas tie izmantoja, lai pārvarētu pandēmijas sekas. Šī analīze var sniegt padziļinātu izpratni par to, kā uzņēmumi var reaģēt uz turpmākām krīzēm, kā arī sniegt norādījumus investoriem, politikas veidotājiem un citām ieinteresētajām personām par IT nozares noturību un pielāgošanās spēju. Šādu analīžu rezultātus var izmantot, lai pieņemtu lēmumus par investīcijām, riska pārvaldību un stratēģisko plānošanu, un tas palīdz nodrošināt IT nozares ilgtspēju un panākumus ilgtermiņā.

Pētījuma mērķis: Sniegt padziļinātu analīzi par IT uzņēmuma finanšu rādītājiem un to, kā to ir ietekmējusi Covid-19 pandēmija. Šajā nolūkā uzdevums ir izpētīt uzņēmuma finanšu pārskatus, novērtēt tā rentabilitāti, likviditāti un maksātspēju pirms un pēc pandēmijas, kā arī identificēt faktorus, kas ir veicinājuši jebkādas izmaiņas finanšu rādītājos.

Pētījuma metodes: Teorētiskās literatūras analīze, dokumentu analīze..

Sasniegtie rezultāti: Analizējot IT uzņēmuma finanšu rādītājus pirms un pēc pandēmijas, mēs varam gūt ieskatu par to, kā IT nozari ir ietekmējusi COVID-19 pandēmija un kā atsevišķi nozares uzņēmumi ir reaģējuši uz pandēmijas radītajiem izaicinājumiem. Sniedzot ieskatu IT uzņēmuma finanšu rezultātos un stratēģijās, iespējams iegūt dziļāku izpratni par nozares reakciju uz pandēmiju un izskatīt efektīvākās stratēģijas finanšu noturības saglabāšanai krīzes laikā.

Atslēgas vārdi: IT - informācijas tehnoloģija; COVID-19; finanšu; uzņēmums

Veronika Ševčuka. DEBITORU PARĀDU UZSKAITE, KONTROLE UN ANALĪZE

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"

E-pasts: veronika34965@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Debitoru parādi ir svarīgi organizācijas finansiālā un ekonomiskā stāvokļa videošanā. Pētījums veltīts aktuālajai debitoru parādu uzskaites un analīzes problēmai. Darbā aprakstīti debitoru jēdzieni, izklāstītas galvenās grāmatvedības problēmas un noteikti to risināšanas virzieni.

Uzņēmumu debitoru parādu pārvaldības izpēte viena no īpaši aktuālām problēmām ekonomikā. Uzņēmumu debitoru parādu skaidra un caurspīdīga uzskaitē veicina stabilu finansiālo stāvokli. Uzticama informācija par debitoru parādiem ir viens no nozīmīgākajiem aspektiem parādsaistību pārvaldībā, jo tie būtiski ietekmē organizācijas vadības pareizo lēmumu pieņemšanu. Debitoru parādu palielinājums vai samazinājums noved pie izmaiņām uzņēmuma finansiālajā stāvoklī. Šajā sakarā ir nepieciešams nepārtraukti uzraudzīt un analizēt parādu aprēķinu stāvokli.

Pētījuma mērķis: Analizēt un aplūkot debitoru uzskaites ietekmi uz grāmatvedības funkciju, veikt debitoru parādu ietekmes uz organizācijas finansiālo stāvokli novērtēšanu, piesaistot ārējo grāmatvedības pakalpojumu sniedzēju – uzņēmumā „X”. Izstrādāt ieteikumus debitoru parādu uzskaites un analīzes uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Datu iegūšana no debitoru pārskatiem, koncepcija, veidošanās, metodiskā analīze. Pētījuma metodiskā bāze tika sastādīta kā vispārzinātniska metode (sistēmu analīze, salīdzināšana un vēsturiskā analīze) un īpaši zinātniskas ekonomikas un statistikas pētījumu metodes, izmanto aprēķinu un iekasēšanas prakses analīzi.

Sasniegtie rezultāti: Analizēta grāmatvedības uzskaites kārtības kārtošanas kārtība debitoru parādu uzskaitē SIA "X". Izstrādāti ieteikumi debitoru parādu uzskaites un analīzes uzlabošanai. Pētījums tika veikts balstoties uz finanšu dokumentiem.

Atslēgas vārdi: debitoru parāds; debitoru uzskaitē; kontrole; organizācijas finansiālā stāvokļa analīze

Linda Gabranova. INFLĀCIJAS IETEKME UZ ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMIEM LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma “Grāmatvedība un audits”
E-pasts: gabranova.linda@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Lēni augoša inflācija ir novērojama katru gadu, tomēr, sākot ar 2021. gada augustu, tā sasniegusi ļoti augstu rādītāju. Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka no 2010. gada janvāra līdz 2020. gada decembrim patēriņa grupai “Visas preces un pakalpojumi” inflācija sasniedza 18%, pēdējo divu gadu laikā tā sasniegta 29,9% - par 11,9% vairāk nekā pēdējo desmit gadu laikā. Viens no inflācijas cēloņiem bija atkopšanās no Covid-19 krīzes, un vēlāk tam sekoja Krievijas kara darbības sākšana Ukrainā. Lielākos inflācijas rādītājus sasniedza tādas izdevumu pozīcijas kā energoresursi, pārtika un degviela, kas ir vieni no būtiskākajiem faktoriem ēdināšanas nozares uzņēmumu darbībai. Tas lika pārstrukturēties visiem ēdināšanas nozares uzņēmumiem un meklēt veidus, kā ietaupīt, lai uzņēmums turpinātu nest peļņu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt inflācijas ietekmi uz ēdināšanas nozares uzņēmumiem Latvijā, izvērtēt galvenās negatīvi ietekmējošās pozīcijas un izstrādāt plānu tās samazināšanai, salīdzināt inflācijas ietekmi dažādos reģionos.

Pētījuma metodes: Tika izmantota kvalitatīvā un kvantitatīvā metode, iegūstot informāciju no ēdināšanas uzņēmumiem, anketējot un intervējot to darbiniekus. Tika apskatīti un salīdzināti iegūtie dati dažādos novados. Iegūtie dati tika attēloti grafiski.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā iegūtie dati ļauj secināt, ka inflācija ietekmē uz ēdināšanas nozares uzņēmumiem Latvijā ir būtiska. Tās rezultātā ir palielinājušās ēdienu un dzērienu cenas. Uzņēmēju vēlme saglabāt klientu kontingentu likusi pārdomāt nepieciešamo resursu izmantošanas efektivitāti. Ir

vērojamas atšķirības starp ēdināšanas uzņēmumu politiku Rīgā un novados ārpus Rīgas. Inflācijas rezultātā ārpus Rīgas esošajos ēdināšanas nozares uzņēmumos ir novērojams izteiktāks klientu samazinājums. Pētījuma rezultātā iegūto datu analīzes procesā iespējams identificēt galvenās biznesu negatīvi ietekmējošās pozīcijas. Pētījuma rezultātā izstrādāts plāns inflācijas ietekmes mazināšanai ēdināšanas nozares uzņēmumos.

Atslēgas vārdi: inflācija; uzņēmējdarbība; ēdināšanas nozare; ietekme

Madara Kaufmane. KRIEVIJAS UN UKRAINAS MILITĀRĀ KONFLIKTA IETEKME UZ TŪRISMA NOZARI LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"

E-pasts: madarakaufmane@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Tūrisma nozare Latvijā neveido lielu daļu no valsts kopējās ekonomikas, taču tā nodrošina darba vietas daļai Latvijas iedzīvotāju, kā arī cilvēku tendence un iespējas ceļot norāda uz valsts iedzīvotāju labklājību. Savukārt Krievijas un Ukrainas militārais konflikts ir radījis ceļošanai nelabvēlīgus apstākļus, galvenokārt, ekonomiskus, izraisot cenu paaugstināšanos energoresursiem un pārtikai, kā rezultātā pašas ceļošanas izmaksas ir augstākas un individuālie ikdienas izdevumi ir lielāki, atstājot mazāk brīvos līdzekļus, kas varētu tikt novirzīti tūrismam. 2022.gada vasarā ārzemju tūristu daudzums Latvijā bija par 30% mazāks nekā 2019.gadā pirms COVID-19 ierobežojumiem. Otrkārt, ir mainījies emocionālais fons, tā dēļ cilvēki baidās doties ceļojumos. Īpaši, ņemot vērā Latvijas atrašanās vietu blakus Krievijai, daudzi tūristi šobrīd neizvēlas Baltijas valstis kā sava ceļojuma galamērķi, kas rada zaudējumus šo valstu tūrisma nozarei. Pēc Latvijas investīciju un attīstības aģentūras datiem, šo iemeslu dēļ atcelti 60-70% rezervāciju.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot militārā konflikta izraisītos faktorus, kuru dēļ samazinājies tūrisma pakalpojumu pieprasījums, un salīdzināt ar iepriekšējo periodu datiem.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā datu vākšanas metode - anketēšana; statistikas datu analīze; grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Iegūtā informācija liek secināt, ka galvenie faktori, kādēļ Latvijā ir samazinājies ārzemju tūristu skaits, ir Krievijas ģeogrāfiskās atrašanās vietas dēļ. Latvijas iedzīvotāju ceļojumu samazinājums ir cenu paaugstināšanās dēļ, tas ir, noteicošie ir finansiālie apsvērumi un ceļojumu izdevumu ietekme uz kopējo ģimenes budžetu. Secināts, ka tūrisma aktivitātes samazinājušās par trešdaļu kopš 2019.gada.

Atslēgas vārdi: tūrisma nozare; ceļojums; karš



Svetlana Ivanenko. PAMATLĪDZEKĻU UZKAITE UN NOLIETOJUMS VALSTS SOCIALĀS APRŪPES CENTROS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: ivanenko.svetlana@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Viens no galvenajiem uzdevumiem grāmatvedībā ir nepieciešamība izprast darbības ar ilgtermiņa ieguldījumiem, t.sk. pamatlīdzekļiem. Pamatlīdzekļu uzskaites ietekme ir būtiska gan uz bilances, gan nodokļu aprēķiniem. Katru gadu jāveic esošo pamatlīdzekļu inventarizācija. Ņemot vērā pamatlīdzekļu daudzumu valsts sociālos aprūpes centros, inventarizācija prasa ievērojamus laika un darbinieku resursus. Vadībai jāmeklē iespēja inventarizācijas procesu padarīt efektīvāku, izmantojot jaunas informācijas tehnoloģijas un pārskatot administratīvo pieeju procesam. Mūsdienas pieejami daudzi informācijas tehnoloģiju inovatīvie risinājumi pamatlīdzekļu uzskaites automatizēšanai un vienkāršošanai. Līdz ar to pētījumā nepieciešams veikt pieejamo risinājumu ieviešanas un turpmākas uzturēšanas izmaksu salīdzinājumu un izvēlēties piemērotāko, ņemot vērā iestādes specifiku.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt pamatlīdzekļu uzskaites un nolietojuma aprēķina efektivitāti valsts sociālās aprūpes centros, piedāvāt alternatīvas procesa uzlabošanai, izvērtēt izmaksas jauno risinājumu ieviešanai un kvalitatīvai uzturēšanai.

Pētījuma metodes: Datu iegūšanas metodes – normatīvo dokumentu un publikāciju analīze, ekspertu intervijas, statistikas dati, informācijas tehnoloģiju risinājumu izstrādātāju piedāvājumu salīdzinājums. Datu apstrādes metodes – aprakstošā statistikas metode, finanšu analīze, grafiskā analīze, loģiski konstruktīvā pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: Veikta analīze pamatlīdzekļu uzskaites un nolietojuma aprēķina esošam metodēm valsts sociālos aprūpes centros. Izskatītas un salīdzinātas piedāvātās alternatīvas procesa uzlabošanai un optimizēšanai. Sniegti priekšlikumi par alternatīvo risinājumu ieviešanai nepieciešamajām darbībām. Apzinātas izmaksas pamatlīdzekļu inventarizācijas procesa uzlabošanai. Analizējot pētījuma rezultātus, jāsecina - lai padarītu procesu efektīvāku, ieteicams iegādāties skenēto datu informācijas sistēmu.

Atslēgas vārdi: pamatlīdzekļi; nolietojums; metodes; uzturēšana; inventarizācija

Nadīna Sadkovaja. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI ORGANIZĀCIJĀ SIA "EAST METAL"

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Grāmatvedība un audits"
E-pasts: sadkovaja@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienīgā un veiksmīgā uzņēmumā darbinieku efektivitāte un atdeve darbā ir saistīta ar motivāciju un iesaisti. Lai iesaistītu un motivētu darbiniekus darba vidē, jāpavēro un jāiepazīst labāk savs darba kolektīvs. Aktīva iesaistīšanās darbā veicina ne tikai darbinieka, bet arī uzņēmuma progresu un izaugsmi.



Pētījuma mērķis: Iepazīties un novērtēt SIA “East Metal” motivēšanas instrumentus.

Pētījuma metodes: Dokumentu un sekundāro datu analīze, literatūras analīze, aprakstošā statistikas analīze un grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Veikta SIA “East Metal” motivēšanas instrumentu analīze.

Atslēgas vārdi: darbinieki; motivācija; SIA East Metal

Baiba Zukure¹, Nora Zariņa². PERSONĀLA NOVĒRTĒŠANA, MOTIVĒŠANA UN PILNVEIDE

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma “Grāmatvedība un audits”
E-pasti: ¹baiba.zukure@inbox.lv, ²noraza@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Jebkuram uzņēmumam ir nepieciešami darbinieki, kvalificēti darbinieki, kā arī lai personāls būtu satabils un nemainītos. Līdz ar to būtiski ir izpētīt kā tiek vērtēti, motivēti darbinieki un kā to varētu pilnveidot.

Pētījuma mērķis: Novērtēt dažādu nozaru uzņēmumu motivācijas programmas uzņēmumos.

Pētījuma metodes: Dokumentu un sekundāro datu analīze, literatūras analīze.

Sasniegtie rezultāti: Veikta uzņēmumu vērtēšanas un motivēšanas analīze. Balstoties uz pētījuma rezultātiem ir konstatētas kā vel varētu pilnveidot motivēšanas programmas, lai darbinieki justos motivēti strādāt vel labāk.

Atslēgas vārdi: motivēšana; pilnveidošana



KULTŪRA, MĀKSLA, RADOŠĀS UN IZKLAIDES INDUSTRIJAS



Alise Alupa. DIGITALIZĀCIJAS IETEKME UZ VIDUSSKOLĒNU UN SKOLOTĀJU ATTIECĪBĀM

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: alisealupa@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mani šis jautājums interesē, jo digitalizācijas process, manuprāt, ir diezgan ļoti ietekmējis vidusskolēnu un skolotāju attiecības, tāpēc vēlētos to izpētīt dziļāk. Digitalizācija ir globāls process un izmaiņas cilvēku attiecībās vienam pret otru, salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem, ir mainījušās acīmredzami. Manuprāt, šobrīd, salīdzinājumā ar agrākiem gadiem, vidusskolēniem ir pazudusi daļa cieņas pret skolotājiem, viņi vairs neredz skolotājus kā autoritātes. Visās pasaules valstīs situācija ir diezgan līdzīga. Ir svarīgi pētīt šo jautājumu, lai izprastu to, kas ir mainījies digitalizācijas procesa laikā un noskaidrotu vai un kā būtu iespējams skolotāju atkal padarīt par autoritāti vidusskolēnu acīs.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma ietvaros noskaidrotu vai digitalizācijas process ietekmē vidusskolēnu un skolotāju attiecības un kā tās ir mainījušās. Kuros aspektos ir pozitīva ietekme un kuros negatīva. Kāpēc, viņuprāt, tās ir mainījušās un ko var darīt lietas labā. Šajā pētījumā arī būtu iespēja noskaidrot kādēļ vidusskolēni uzskata vai neuzskata skolotājus par autoritātēm.

Pētījuma metodes: Pētījumā tiks izmantota anketēšana un intervija. Mērķauditorija ir vidusskolēni un skolotāji. Anketu izplatīšu ar skolu personāla palīdzību. Intervija būtu ar psihologu par to, vai viņš uzskata, ka digitalizācija ir ietekmējusi šīs attiecības un kā.

Atslēgas vārdi: digitalizācija; vidusskola; savstarpējās attiecības; skolotāji; skolēnu attieksme

Elīna Grantiņa. DZIESMU UN DEJU SVĒTKU TRADĪCIJA BALTIJAS VALSTĪS: KOMANDAS ORGANIZATORISKĀS STRUKTŪRAS SALĪDZINĀJUMS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: elina.grantina@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Dziesmu un deju svētki Baltijas valstīs notiek reizi četros/piecos gados. Pamatojoties uz to, ka visas Baltijas valstis uzsver šo svētku nozīmi savas valsts kultūrā, jēgpilni ir noteikt svētku kopīgo un atšķirīgo, analizēt pieeju svētku organizētāju sastāva izveidē, lai noteiktu veiksmes un neveiksmes, un iegūtos datus varētu izmantot svētku organizēšanas uzlabošanā visās Baltijas valstīs.

Pētījuma mērķis: Salīdzināt pieeju Dziesmu un deju svētku orgkomiteju izveidē, apskatot kādi principi tiek izmantoti šo orgkomiteju izveidē Baltijas valstīs, cik liela loma ir līderiem tās sastāvā un kā (vai) tiek nodrošināts saliedēts komandas darbs, jo šī ir tā reize, kad kopā satiekas dažādi nozares eksperti un līderi.

Pētījuma metodes: Padziļinātas ekspertu intervijas, dokumentu analīze, literatūras analīze.

Sasniegtie rezultāti: Salīdzināta Dziesmu un deju svētku tradīcija Baltijas valstīs, izanalizēta Latvijas, Lietuvas un Igaunijas organizatoru komandu sastāvi un izveides principi, nosakot kopīgo un atšķirīgo, izstrādāti priekšlikumi – bāzes modelis.

Atslēgas vārdi: Latvija; Lietuva; Igaunija; Dziesmu un deju svētki; komanda.

Beāte Bole¹, Nikola Elizabete Zonberga². PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROCESS

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma “Kultūras vadība”

E-pasti: ¹betabole12@gmail.com, ²nikola.zonberga@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Jauna darba uzsākšana ir saspringta pieredze un vides maiņa to var padarīt īpaši nepatīkamu un stresa pārpildītu. Pareizi īstenots adaptācijas process ir svarīgs gan jaunajam darbiniekam, gan kompānijai ar kuru ir uzsāktas darba attiecības. Jaunā darbinieka uzdevums ir pielāgoties jaunajai lomai, uzdevumiem darba vietā, kolēģiem un vadībai. Adaptācijas procesam ir jānorit precīzi, jo tas var būtiski ietekmēt turpmāko darba efektivitāti darba vietā. Savukārt, procesa neesamība jaunajā darbiniekā var izraisīt nepatīkamas sajūtas. Darbinieka sagatavošana profesionālo pienākumu veikšanai ir apzināti jāizplāno, un ir nepieciešams apzināti balstīties uz dažādām metodēm un pieejas formām par adaptācijas procesu darba vietā. Kopumā viss integrācijas process ilgst aptuveni pusgadu. Pēc šī laika perioda uzņēmuma vadība var būt droša, ka darbinieks ir iejuties kolektīvā un ir spējīgs sastrādāties ar kolēģiem, tādēļ nevajadzētu uztraukties, ja jaunais darbinieks nav uzrādījis spīdošus rezultātus attiecībā uz pienākumu izpildi un darbu kvalitāti pārbaudes laikā.

Jauna darba attiecību uzsākšana jaunā darba vietā ir satraucošs laiks. Laiku, ko jaunais darbinieks velta pienākumu apgūšanai un to kvalitatīvai izpildei, kā arī laika periods, kurā darbinieks palēnām iejūtas jaunajā kolektīvā, sauc par adaptācijas procesu. Veiksmīgam adaptācijas procesam palīdz tiešā vadītāja un mentora kompetence šajā jautājumā. Mentoram jeb pieredzes bagātajam darbiniekam ir jābūt izcilam darba veicējam, kā arī labam skolotājam ar vēlmi mācīt un palīdzēt. Mūsdienā darba vidē arvien biežāk ir sastopami gadījumi, kad mentori netiek pienācīgi atalgoti, kas savukārt pazemina motivācijas daudzumu gan mentoram, gan jaunajam darbiniekam.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kā un cik efektīvi notiek personāla adaptācijas process uzņēmumā “Skyline Bar”.

Pētījuma metodes: Pētījumā, kā informācijas vākšanas metode tika izmantota intervijas metode. Informācija tika iegūta tiešā komunikācijas procesā. Tika izveidota intervija ar 5 jautājumiem. Intervēti tika 3 uzņēmuma “Skyline Bar” vadītāji – “Skyline Bar” tiešais vadītājs, vecākā zāles un bāra pārzine un vecākais bāra pārzinis. Pētījuma rezultātos ir veikta intervijas transkripcija.

Sasniegtie rezultāti: Pēc iegūtajiem rezultātiem var secināt, ka jaunam darbiniekam uzņēmumā “Skyline Bar” būtu nepieciešams mentors. Tas viņam palīdzētu īsākā laika periodā iziet adaptācijas procesu, kas mazinātu jaunā darbinieka saspringumu jaunajā vidē. Jāņem vērā fakts, ka mentoram ir nepieciešama atalgošanas sistēma.

Atslēgas vārdi: mentors; jauns darbinieks; adaptēšanās process



Zane Lazdiņa. VEGĀNISKĀ DZĪVES VEIDA PRAKTIZĒŠANA LATVIJAS VIDUSSKOLĒNU VIDĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: zlazdinas@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Vegānisms kā subkultūra vai aktīvistu kustība kļūst ar vien populārāks un piesaista ar vien vairāk cilvēkus dažādās vecuma kategorijās, tai skaitā bērņus. Nu vairs ne tikai pārtikas un dzīvnieku glābšanas aspekts ir svarīgs, bet jebkura ikdienas sastāvdaļa sākot ar apģērbu vai materiāliem, kādus izmanto ikdienā. Ražotāji atbalsta uz augu valsts bāzes balstītu produktu ražošanu un produktu klāsts veikalos tiek vairots, un tieši jauniešu vidū šāda dzīvesveida pieņemšana ir vai nu apzināta rīcība, vai stilīguma jautājums, jo vegānisms kļūst populārs.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, cik jauniešu vecumā no 15 – 19 gadiem, kas mācās profesionālās ievirzes vidusskolās (ar mākslas novirzienu) pieņem vegānismu, kādā līmenī un vai tas ir dzīvesveida vai stila jautājums.

Pētījuma metodes: Literatūras un pētījumu apskats, anketēšana, intervija (1-2) ar vidusskolas skolotāju un datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Sasniegtie rezultāti tiks prezentēti Studentu konferencē Ekonomikas un Kultūras augstskolā aprīļa mēnesī. Šobrīd norit pētījuma process.

Atslēgas vārdi: vegānisms; jaunieši; kultūra; tendences

Iveta Siliņa. IEDZĪVOTĀJU IESAISTE KULTŪRAS PROCESOS UN TĀS IETEKME UZ VIENTULĪBAS SAJŪTAS MAZINĀŠANU MAZPILSĒTĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: iveta.bule@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pēdējos gados vientulības problēma iegūst arvien lielākus apmērus, radot draudus ne tikai cilvēku labsajūtai, bet arī veselībai un pat dzīvībai. Ar vientulību saskaras cilvēki visā pasaulē, un Latvija nav izņēmums. Cik lielā mērā tā šobrīd skar Latvijas mazpilsētu iedzīvotājus, laikā, kad daudzi vēl joprojām strādā no mājām? Kā jūtas tie, kuri aktīvās darba gaitas ir beiguši? Vientulību var izjust ikviens un šī problēma ir saistīta ne tikai ar vecumu un sociālo izolāciju, vēlos noskaidrot, vai cilvēku iesaiste kultūras procesos un aktivitātēs mazpilsētā spēj šo vientulības sajūtu mazināt.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, vai iedzīvotāju iesaiste vietējās kultūras procesa aktivitātēs mazina vientulības sajūtu.

Pētījuma metodes: Ar anketēšanas palīdzību tiks aptaujāti konkrētas teritorijas iedzīvotāji. Anketa būs pieejama un aizpildāma gan elektroniski, gan papīra formātā. Elektroniski tiks izsūtītas uz pašvaldības iestādēm, vietējiem uzņēmumiem, biedrībām, NVO. Papīra formātā tā būs pieejamas kultūras namā, Sociālajā Dienas aprūpes centrā, bibliotēkā. Aptaujas atbildes tiks apkopotas un rezultāts analizēts.



Sasniegtie rezultāti: Tiks noskaidrots, cik daudzi iedzīvotāji mazpilsētā izjūt vientulību un, vai iesaistīšanās vietējās kultūras dzīves norisēs palīdz to mazināt.

Atslēgas vārdi: vientulība; kultūras procesi; ietekme; mazpilsēta

Keita Boļšaka¹, Kitija Anete Nusberga². DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS RĪKI UZŅĒMUMĀ “CASTING BRIDGE”

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma “Kultūras vadība”

E-pasti: ¹keita.bolsaka@gmail.com, ²kitija.nusberga@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Darbinieku darbība uzņēmumā ir atkarīga no trīs faktoriem: prasmes un spējām, resursiem, kā arī motivācijas, kas ir atkarīga no komandas vadītāja, tāpēc viņam ir būtiski radīt labu mikroklimatu starp darbiniekiem. Bieži vien tiek uzskatīts, ka pietiekami labs atalgojums un prēmijas ir galvenā motivēšanas atslēga, bet patiesībā tā ir komandas saliedētība, piem., dažādi koorperatīvie pasākumi. Ļoti liels trieciens darbinieku motivācijā notika iestājoties pandēmijai, kad daudzi bija spiesti strādāt no mājām, līdz ar to vadītājiem bija jādomā, kā to noturēt un saglabāt veselīgu darba vidi.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādi ir motivēšanas instrumenti un kādi tiek izmantoti organizācijā CASTING BRIDGE.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiks veikta intervija ar CASTING BRIDGE vadītāju un radošo direktori, lai novērtētu, kādas metodes tiek izmantotas darbinieku motivēšanā, līdz ar to tiks veiktas intervijas arī ar darbiniekiem, lai novērtētu to motivāciju strādāt.

Sasniegtie rezultāti: Rezultāti tiks prezentēti studentu konferences laikā.

Atslēgas vārdi: motivācija; pandēmija; vadītājs; darbinieki; organizācija

Maija Luīze Strādniece. PERSONĀLA NOVERTĒŠANAS PROCESS ROPAŽU NOVADA KULTŪRAS NAMOS

Ekonomikas un kultūras augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma “Kultūras vadība”

E-pasts: maijaluize.stradniece@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ropažu novadā šobrīd dzīvo gandrīz kā 7000 cilvēku un par viņu kulturalizāciju šobrīd ir atbildīgi vietējie kultūras nami. Lai šie kultūras nami varētu paveikt šo uzdevumu sekmīgi un visi viņu veidotie pasākumi noritētu veiksmīgi – šiem kultūras namiem ir vajadzīgi atbilstoši, profesionāli darbinieki. Tāpēc ir svarīgi izzināt, kā tieši Ropažu novada kultūras namu pārstāvji novērtē savus darbiniekus un viņu atbilstību šai profesijai. Iegūtā informācija būtu ļoti lietderīga gan Ropažu novada iedzīvotājiem, kas plāno strādāt vietējos kultūras namos, gan visiem pārējiem kam interesē darbība jebkādā kultūras jomā.



Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kā tieši Ropažu novada kultūras nami veic sava personāla novērtēšanas procesu.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiek aptaujāti trīs Ropažu novada kultūras namu vadītāji/HR pārstāvji. Tiek veikta atbilžu analīzēšana ar transkripcijas metode un izvērtēšana.

Atslēgas vārdi: Ropažu novads; kultūras nams; personāla novērtēšana; HR

Sandra Andrejeva. MĀCĪBU IESTĀŽU IETEKME UZ STUDENTU UZTURU

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: andrejevas@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Studijas bieži kļūst par galveno lietu studenta dzīvē, liekot aizmirst par iepriekš uzturēto dzīvesveidu. Mūsdienu studentiem ir ļoti viegla piekļuve ne pārāk veselīgam ēdienam, kas ikdienā tiem aizvieto pilnvērtīgas ēdienreizes. Nepareizs uzturs var novest pie nopietnām veselības problēmām. Kas ietekmē šo neveselīgo uzturu? Iespējams, kvalitatīvas ēdnīcas trūkums, bet varbūt students pats izvēlas ēst neveselīgi? Vai Latvijas Mākslas akadēmijā, kur ir ēdnīca, studenti uztur veselīgāku dzīvesveidu, nekā Ekonomikas un kultūras augstskolas studenti, kuriem nav ēdnīcas?

Pētījuma mērķis: Uzzināt, kā mācību iestādes ietekmē studenta uzturu.

Pētījuma metodes: Literatūras un pētījumu apskats, datu analīze, anketēšana.

Atslēgas vārdi: uzturs; studenti

Endija Klaucāne. MIEGA PARADUMU IETEKME UZ JAUNIEŠU IKDIENAS DZĪVI LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: klaucanee@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās novērots, ka jauniešu miega režīms tiek pakārtots darba, izklaides, skolas vai tehnoloģiju izmantošanas interesēs. Problēma rodas, kad smadzenēm miega laikā nepieciešamais pilnvērtīgs informācijas apstrādes laiks netiek nodrošināts. Psiholoģiskajā un fiziskajā labklājībā svarīgs ir jaunieša augošs organisms, kura veselīgā nākotne var tikt apdraudēta, ja turpmākajā laikā šīs nozīmīgās aktualitātes ietvaros tiks pausta ignorance.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir noskaidrot Latvijas jauniešu skatījumu attiecībā uz miega paradumiem, uzzināt respondentu viedokli par pētījuma tēmas aktualitāti, noskaidrot, kas nepieciešams veselīga miega paradumu veidošanā. Celt apziņu par miega kvalitātes nozīmīgumu.



Pētījuma metodes: Anketēšana, izmantojot izdevīguma izlases metodi. Anketēt jauniešus vecumā no 16-24 gadiem.

Atslēgas vārdi: miegs; jaunieši; laiks; informācija

Kristiāns Ozoliņš. PROFESIONĀLĀ SPORTA PĀRRAIŽU IZVĒLES PARADUMI PUSAUDŽIEM UN JAUNIEŠIEM

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"*

E-pasts: krist_o@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Profesionālā sporta pastāvēšana ir cieši saistāma ar skatītājiem, kuras uzmanību sagaida gan sacensību organizatori, gan reklāmdevēji, gan arī televīzija. Taču skatītāju lokam pievienojas jaunajā paaudze – pusaudži un jaunieši –, kurai viena notikuma vērošana divu vai pat vairāku stundu garumā šķiet apgrūtinoša un pret dabiska. Kā rezultātā, profesionālā sporta pārraižu satura veidotājiem nākas pielāgoties jaunās paaudzes paradumiem.

Pētījuma mērķis: Pētīt profesionālā sporta pārraižu izvēles paradumus pusaudžiem un jauniešiem.

Pētījuma metodes: Literatūras un pētījumu apskats, datu analīze, anketēšana.

Sasniegtie rezultāti: No pētījumā iegūtajiem rezultātiem var novērot, ka sporta televīzijas translāciju un pārraižu nozīme pusaudžiem un jauniešiem samazinās. Tika novērots arī, ka pusaudžu un jauniešu auditorija tā vietā, lai skatītos ilgstošu pilna laika profesionālā sporta pārraidi televīzijā, labprāt izvēlas sekot līdzī labāko spēles notikumu apskatiem dažādu sociālo tīklu platformās.

Atslēgas vārdi: profesionālais sports; pārraides; pusaudži; jaunieši

Adrija Silva Kukuvasa. 12. KLASĒS SKOLĒNU PRIEKŠTATI UN ŠAUBAS PAR PROFESIONĀLO NĀKOTNI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"*

E-pasts: adrijasilva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Šis jautājums ir aktuāls, jo ne visi 12. klases skolēni zina, ko iesāks savas profesionālās nākotnes sakarā tālāk un tas izraisa vairākas mentālās veselības problēmas kā, piemēram, depresijas, panikas lēkmes, stresu, bezmiegu, paškaitējumu u.c. Personīgi, mani šis jautājums interesē, jo pati pagāšgad īsti nezināju, ko iesākt pēc vidusskolas un, tas būtiski ietekmēja manu mentālo veselību, kā arī šobrīd daudzi mani draugi pabeidz vidusskolu un stāsta par stresa pieaugumu, depresijām, panikas lēkmēm u.c. problēmām, kas viņuprāt ir radušās no nezināšanas un šaubām par nākotni. Manuprāt, šaubas par profesionālo nākotni ir viens no iemesliem jauniešu mentālās veselības problēmām. Šo ir svarīgi izpētīt, lai saprastu vai tiešām vairākums skolēnu zina savu plānu tālākajām izglītības vai darba



gaitām, kā arī vai šīs šaubas un plāna esamība/ neesamība ir būtisks faktors mentālās veselības problēmām. Šis pētījums varētu palīdzēt saprast jauniešu priekšstatus par nākotni, kā arī varētu palīdzēt jauniešiem, kuriem nav skaidras vīzijas par nākotni nejusties vieniem, kā arī palīdzēt pašiem jauniešiem izprast savu problēmu cēloņus.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot priekšstatus, vidusskolēnu profesionālās nākotnes plānus, noskaidrot cik 12. klases skolēni ir droši vai nedroši par savu profesionālo nākotni un kā, tas ietekmē viņu mentālo veselību.

Pētījuma metodes: Anketēšana, statistika.

Atslēgas vārdi: mentālā veselība; profesionālā nākotne; šaubas; priekšstati

Megija Paula Staškeviča. ELEKTRONISKO CIGAREŠU KAITĪGUMS, IETEKME UN TO LIETOŠANA JAUNIEŠU VIDŪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: megijastaskevica@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jelena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Šobrīd novērojama liela ietekme un atkarību veidošanās elektronisko cigarešu lietošanā īpaši gados jauniem cilvēkiem, tai skaitā bērniem, kuri nav sasnieguši pilngadību. Varētu uzskatīt, ka šī ir problēma, ar kuru ir jācīnās un par kuru būtu jārunā, lai tā neatstātu negatīvas sekas jauniešu organismā, kā arī to domāšanā. Ņemot vērā to, ka mūsdienās ir neierobežota piekļuve veidiem, kā šīs elektroniskās cigaretes tiek reklamētas kā ērti lietojamas, tās veido strauju ietekmi uz jauniešiem, piesaistot tos ar glīto dizainu un daudz dažādiem to paveidiem. Elektronisko cigarešu lietošana ikdienā ir kļuvusi par problēmu jauniešu, viņu vecāku vidū un sabiedrībā kopumā veidojot atkarību un lielu neapzināšanos tam, kādu ietekmi tas atstāj uz cilvēka organismu nākotnē.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, cik aktuāla ir elektronisko cigarešu lietošana iedzīvotāju, tai skaitā, jauniešu vidū, kādas ir jauniešu un viņu vecāku domas par elektronisko cigarešu lietošanu un to ietekmi organismā, kā arī to, cik sabiedrībai kopumā aktuālas ir veikalos nopērkamās elektroniskās cigaretes un nedaudz pieskarties izpētei saistībā ar elektronisko cigarešu kaitīgumu un ietekmi cilvēka organismā.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiek apjautāti konkrētās teritorijas jaunieši vecumā no 15-25 gadiem, kā arī pārējā sabiedrības daļa vecumā līdz 40 gadiem. Iekļuti jautājumi ar paplašinātu atbilžu izklāstu. Tiek veikta atbilžu apkopošana un to analizēšana.

Sasniegtie rezultāti: Tiek noskaidrots, kādi ir galvenie iemesli elektronisko cigarešu lietošanā un tam, cik aktuāla to lietošana ir mūsdienu sabiedrībā.

Atslēgas vārdi: jaunieši; cigaretes; lietošana; ietekme



Ance Bole. SEKSUĀLĀS IZGLĪTĪBAS IZMAIŅAS STARP PAAUDZĒM UN TO IETEKME UZ SABIEDRĪBU

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: ancebole123@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Šī tēma mūsdienu sabiedrībā nav pietiekami apspriesta un šis ir jāmaina. Cauri paaudzēm un gadiem ir attīstījusies pieeja informācijai, taču joprojām bieži tiek sabiedrībai dota dezinformācija un sabiedrībā joprojām ir diezgan liels tabu ap šo tēmu. Šis rezultējas ar saslīmšanām, atstumtības sajūtām un nepatīkamām situācijām. Kaut gan mūsdienās ar vien vairāk cilvēki uzņemas iniciatīvu mainīt šo sabiedrības nostāju pret seksuālo izglītību ar projektiem un citām pieejām gan Latvijā, gan citās valstīs, tas vēl nav pietiekami.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot kāda atšķirība ir starp seksuālo izglītību iepriekšējās paaudzēs un kāda tā ir tagad un kā izmaiņas ietekmē sabiedrības izglītības līmeni un sabiedrības veselību.

Pētījuma metodes: Tika aptaujāti dažādu paaudžu un dzimumu cilvēki. Anketas ir pilnīgi anonīmas. Iekļauti jautājumi ar paplašinātu atbilžu izklāstu. Tiek veikta atbilžu apkopšana un to analizēšana.

Atslēgas vārdi: seksuālā izglītība; paaudžu atšķirības; attīstība

Dagnija Mažajeva. NARKOTIKU LIETOŠANAS IZPLATĪBA SKOLĒNU VIDŪ LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: dagnija412@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Narkotisko vielu lietošana visā pasaulē šobrīd ir ļoti aktuāla tēma, arī Latvijā. Bet it īpaši uztraukums ir par skolēniem (līdz 18 gadiem), kuri lieto narkotiskās vielas, un neapzinās to sekas. Šobrīd mēs esam tāda punktā, ka narkotikas ir populārākas jauniešu vidū, nekā alkohols. Bet vai tas tiešām ir neizbēgami? Varbūt tā ir pasaules globalizācijas vaina? Kā ar to cīnīties skolas vadībai un skolēna vecākiem? Šie visi jautājumi ir pēdējo 5 gadu aktuālākie Latvijas skolu vidū, bet vai mūsu valsts dara pietiekoši, lai kaut kas mainītos?

Pētījuma mērķis: Noskaidrot narkotisko vielu izplatīšanos un ietekmi Latvijas skolēnu vidū.

Pētījuma metodes: Tika aptaujāti dažāda vecuma skolēni no dažādām skolām, ar paplašinātie jautājumiem (aptauja tiks veikta ar anketu palīdzību). Datu analīze, literatūras un pētījuma apskats.

Sasniegtie rezultāti: Tiek noskaidroti iemesli kāpēc skolēni izvēlas lietot narkotiskās vielas, nevis nodarboties ar skolēniem atbilstošam nodarbēm (dziedāšanu, mūzikas instrumentu spēlēšanu, dažādiem pulciņiem u.c.), kā arī fakti, kā skolēni izlēma par labu narkotisko vielu lietošanai. Pamatojoties uz veikto pētījumu, var saprast, ka narkotikas ir daudz pieejamākas skolēniem šobrīd, nekā pirms 5 gadi.

Atslēgas vārdi: narkotikas; skolēni; atkarību izraisošas vielas



Eliza Ķirse. JAUNIEŠU IZVĒLE DZĪVOT PIE VECĀKIEM PĒC 20 GADIEM

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: kirseeliza@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Jaunieši mūsdienās ir daudz jūtīgāki uz ārējo pasuāli. Manprāt, viens no iemesliem ir tāds, ka viņi nav pieredzējuši pasaules ietekmi uz viņiem kā indivīdiem. To ietekmē vai cilvēks ir pasargāts vecāku ligzdā vai dzīvo savrup, ārpus komforta zonaS, cenšoties izdzīvot saviem spēkiem un saskaroties ar pasualie aci pret aci. Vecāki vienmēr vēlas savu bērnu pasargāt no visa ļaunā, bet ne vienmēr tas ir labi. Un nu var redzēt, ka tas nav attīstījies uz labo pusi, jo jaunieši nespēj pieņemt kritiku, nespēj pastāvēt paši par sevi, kā arī nezina pamata vajadzības, lai izdzīvotu patstāvīgi. Tas ir konkrēts drauds nāmajām paaudzēm.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir izprast ar kādu mērķi vecāki bērnu pasargā, kāpēc jaunieši nedodas ārpus vecāku ligzdas, kā tas ietekmē mūsdienu sabiedrību un tās attīstību, ko jaunieši iegūst dzīvojot pie vecākiem, kā jaunieši finansiāli atbalsta ģimeni, kāds ir jauniešu iztikas avots.

Pētījuma metodes: Tiks izmantota interviju metode gan ar jauniešiem, gan vecākiem. Tiks intervēti ne tikai jaunieši sākot no 20 gadiem, bet arī jaunāki, lai izprastu viņu vīziju. Tiks veiktas aptaujas cilvēkiem no 20 līdz 25 gadu vecumam, no 25 līdz 30 gadu vecumam, kā arī vecākiem. Tiks izpētīti un pielietoti pētījumi par konkrēto tēmu.

Sasniegtie rezultāti: Jaunieši izvēlas dzīvot pie vecākiem ērtības un finansiālu apstākļu dēļ, cilvēki no 20 gadu vecuma strādā paralēli studijām un par savu iztiku rūpējas paši reti vai nekad prasot "kabatas naudu" no vecākiem.

Atslēgas vārdi: jaunieši; dzīvoklis; pieredze; vecāki; ģimene

Sanda Leimane. KĀ SOCIĀLO TĪKLU VIDE IETEKMĒ JAUNIEŠU IKDIENU

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: sanda.leimane@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Sociālie tīkli ir ieguvuši augstu popularitāti, un tā ir pielīdzināma virtuālajai realitātei. Šajā vidē jebkurš var izveidot ilūziju par to - kas viņš ir, vai idealizēt savu dzīvi. Šī platforma ir arī spēcīga ar savu ietekmi, gan labā, gan ļaunā veidā. Svarīgi ir saprast un spēt analizēt šo ietekmi uz sevi vai līdzcīlvēkiem. Savu augstāko punktu šī virtuālā satura vide sasniedza covid-19 pandēmijas laikā, kas daudziem jauniešiem ļāva nepazust, bet tieši tik pat daudziem lika smagi ciest. Kāpēc tas tā notika? Atbilde ir pavisam vienkārša, jo jaunieši bieži nespēj veikt "filtrāciju" patērētajam saturam, kas no tā visa ir realitāte, kas nē. Un tas viss tikai tāpēc, ka pieejamā satura daudzums vairs nav kontrolējams. Mūsdienās šī sociālās vides tēma ir vairāk kā aktuāla, tā viss tiešākajā veidā ir sabiedrības, kā patērētāja problēma, ar kuru noteikti ir jācīnās un sabiedrība šajos jautājumos jāizglīto daudz vairāk un atbildīgāk.



Pētījuma mērķis: Izpētīt kā sociālie tīkli ietekmē jauniešus (15-25 gadi), kādi ir labie un ļaunie ieguvumi patērējot virtuālo vidi. Un kas ir tieši tas, kas jauniešus pievelk šī satura patērēšanai.

Pētījuma metodes: Literatūras un pētījumu apskats - analīze, anketēšana, datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma laikā tiek noskaidrots, kāda veida ietekmi sociālā vide atstāj tieši jauniešu vidū. Un kāpēc tiek izrādīta tik liela interese šajās virtuālajās platformās.

Atslēgas vārdi: sociālie tīkli; ietekme; jaunieši

Katrīne Leščuka. STIGMATIZĀCIJA TATŪŽU UN ĶERMEŅA MODIFIKĀCIJU KONTEKSTĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"*

E-pasts: katrinelu5@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Tatūžu un citu ķermeņu modifikācijas veidu popularitāte strauji pieaug, bet sabiedrībā joprojām pastāv liels stigmatas līmenis. Pētījums koncentrēsies uz sabiedrības attieksmi pret cilvēkiem ar ķermeņa modifikācijas formām, kā arī identificēs stereotipus un priekšstatus, kas saistīti ar šiem izteiksmes veidiem. Šo stereotipu un priekšstatu izpratne var būtiski ietekmēt diskrimināciju un ierobežojumus cilvēkiem ar tetovējumiem darba vietā, sabiedriskajās vietās un citās situācijās.

Pētījuma mērķis: Izprast stigmatizācijas procesu, ar ko sadzīvo cilvēki, kas ir tetovēti vai veikuši ķermeņa modifikācijas, un kā tas ietekmē viņu dzīvi un sociālo integrāciju.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiek aptaujāti dažāda vecuma cilvēki un darba devēji. Tiek veikta atbilžu apkopošana un analizēšana.

Atslēgas vārdi: stigmatizācija; stereotipi; diskriminācija; tetovējumi; ķermeņu modifikācija

Dainis Deigelis. BĒĢĻU UN PATVĒRUMA MEKLĒTĀJU INTEGRĀCIJA LATVIJĀ: PROBLĒMA VAI IESPĒJA

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"*

E-pasts: dainis.deigelis@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ņemot vērā, gan to, ka ik gadu bēgļu un pārvietoto personu skaits palielinās dramatiski visā pasaulē un mūsu pasaules daļā Ukrainas kara izraisītā bēgļu plūsma, kā arī notiekošais uz Latvijas un Baltkrievijas robežas, liecina, ka darbs pie integrācijas sistēmas un pētījumu ir aktuāli šajā jomā kā vēl nekad. Pētījuma galvenā ideja ir izpētīt, kādas ir galvenās problēmas un izaicinājumu cilvēku, kas saņēmuši Starptautisko aizsardzību Latvijā integrācijā, kā arī meklēt atbildes uz to, kas būtu nepieciešams, lai no problēmas, šo cilvēku ienākšanu Latvijā pārvērstu par iespēju.



Pētījuma mērķis: Izzināt esošo situāciju Starptautiskās aizsardzības saņēmēju integrācijā un sniegt ieskatu uz to, kā padarīt integrācijas procesu jēgpilnu, un tautsaimniecībai izdevīgu.

Pētījuma metodes: Darbs ar pieejamajiem avotiem par integrāciju bēgļu situāciju, UNHCR ziņojumi, PMLP materiāli, Pētījumu un rakstu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Izzinot esošo situāciju, galvenie virzieni kuros darboties, nosaucot integrācijas un sociālās politikas vajās vietās, sniegti ieteikumi, kas būtu jāmaina, lai Starptautiskās aizsardzības saņēmēji neklūtu par sociālu problēmu, bet iespēju, kas nes pozitīvu pienesumu mūsu sabiedrībai, Ņemot vērā politiskās gribas trūkumu, risināt šo jautājumu, kas ir viens no atslēgas cēloņiem un lielākā bīstamība, kāpēc integrācijas procesi būs vāji un rezultāti, nākotnē var izraisīt, sociālu katastrofu.

Atslēgas vārdi: bēgļu integrācija, Latvija

Daniela Tenne. BEZATKRITUMU (ZERO WASTE) DZĪVESVEIDA IZPLATĪBA EKA STUDENTU VIDŪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
E-pasts: daniela.tenne@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Bezatkritumu dzīvesveids ir kļuvis par aktuālu tēmu visā pasaulē, jo tas atbalsta ilgtspējīgu saimniecisko darbību, vides aizsardzību un dabas resursu taupīšanu. Studenti kā nākotnes līderi un vadītāji, var spēlēt nozīmīgu lomu šajā procesā, jo viņi veido jaunās paaudzes attieksmi pret vidi un var ieviest ilgtspējīgus risinājumus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt bezatkritumu dzīvesveida izplatību EKA studentu vidū, lai izprastu, kā šis dzīvesveids tiek iekļauts studentu ikdienā un kādi ir galvenie iemesli, kas to veicina vai kavē.

Pētījuma metodes: Izmantota kvantitatīvā pētījumu metode. Mērķa grupas viedoklis tika iegūts veicot tiešsaistes interneta aptauju (Visidati.lv veidlapas) Papildus analizēju citus informācijas avotus un izskatīju šajā tēmā jau esošos pētījumus.

Sasniegtie rezultāti: EKA studenti ir informēti par to, kas ir zero waste un, ko nozīmē bezatkritumu dzīvesveids, cik pieejamas ir zero waste preces, kas motivē vai kavē bezatkritumu dzīvesveida ieviešanu savā ikdienā. Tāpat tika noskaidrots, vai ir nepieciešama papildus informācija, semināri par videi draudzīgu dzīvesveidu un, vai ir svarīga valsts un pašvaldību iesaiste zero waste popularizēšanā.

Atslēgas vārdi: bezatkritumu dzīvesveids; Zero Waste; ilgtspējība



Vivita Leismane. LATVIJAS ORGANIZATORU IESPĒJAS PASĀKUMU ORGANIZĒŠANAI ITĀLIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma "Starptautisko kultūras projektu vadība"
E-pasts: leismanevivita@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.sc.pol., docente Inese Āboliņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Cilvēku ambīcijām augot veidojas pieprasījums pēc pasākumiem ārpus Latvijas un tā kā ceļošana mūsdienās ir tik pieejama, klientam tikai atliek izvēlēties valsti. Tas viss liek arī pasākumu organizatoriem meklēt sadarbības partnerus visās top pasākumu organizēšanas vietās uzņemoties risku, ka katrā valstī ir sava kultūra, tradīcijas un savi noteikumi pasākumu organizēšanai.

Pētījuma mērķis: Balstoties uz augošo pieprasījumu organizēt pasākumus ārpus Latvijas, izpētīt no pasākumu organizēšanas un kultūras viedokļa vienu no top pasākumu vietām Eiropā – Itāliju. Salīdzināt Itālijas un Latvijas kultūras segmentus.

Pētījuma metodes: Latvijas pasākumu nozares eksperta intervija ar mērķi noskaidrot viņa pieredzes stāstu darbā ārpus Latvijas, padziļināti uzzinot Itālijas pieredzi. Veikta arī SVID analīze, lai uzskaitītu stiprās un vājās puses, iespējas un draudus.

Sasniegtie rezultāti: Sapratne par Itālijas kultūras dzīves uzbūvi un iespējām Latvijas organizatoram organizēt pasākumus Itālijā.

Atslēgas vārdi: kultūra; pasākumu organizēšana; starptautisks pasākums; Latvija; Itālija

Darja Semjonova. KVALITĀTES VADĪBAS NEPIECIEŠAMĪBA BĒRNU NOMETNĒS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma "Starptautisko kultūras projektu vadība"
E-pasts: darjasemjonova@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., docents Kaspars Šteinbergs*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Latvijā nometnes bērniem ir ļoti populāras par to liecina dati, ka 2017. gadā vasarā bērniem un jauniešiem tika organizētas 1763 nometnes, 2018. gadā 1924 nometnes, 2019.gadā 1957 nometnes un 2020. gadā organizēto nometņu skaits bija 1522 nometnes. Ar katru gadu pieaug arī piedāvāto nometņu skaits, kas nozīmē, ka pieaug arī konkurence, ko veiksmīgi varētu pārvarēt ar kvalitātes vadības esamību, jo kamēr kvalitātes līmeni Latvijas nometnēm nosaka Ministru kabineta likumi, kas paredz vairākas prasības nometņu organizēšanai un to ievērošanai. Nometnēm ir nepieciešamas kvalitātes vadlīnijas to veiksmīgai pastāvēšanai.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt un pamatot kvalitātes vadības vadlīniju nepieciešamību bērnu nometnēs

Pētījuma metodes: Gadījuma analīze, kuras uzdevums ir iegūt iespējami pilnīgu izpratni par notikumu vai situāciju, strukturētās intervijas ar SIA "Tava nometne" darbiniekiem, izmantojot precīzi formulētus jautājumus, dokumentu analīze, kas ir datu ieguves un analīzes metode, kas tiek veikta rakstiskiem, vizuāliem vai kultūras artefaktiem. Iegūto rezultātu apstrādei izmantos tādas metodes transkripcija, grafiskā analīze, SVID analīzes metode.



Sasniegtie rezultāti: Tika izstrādātas kvalitātes vadības vadlīnijas bērnu nometnēs.

Atslēgas vārdi: kvalitātes; kvalitātes vadība; bērnu nometnes

Madara Vizule¹, Krišs Treikals², Edgars Vesmanis³, Ketija Rozenberga⁴, Beāte Bierne⁵, Sigita Skrabe⁶. ALBERTA KOLEDŽAS SVID ANALĪZE

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Pasākumu producēšana"

E-pasti: ¹madaravizule1@gmail.com, ²treikals15@gmail.com, ³edzus2001@gmail.com,

⁴rozenbergaketija@gmail.com, ⁵beatebierne@inbox.lv, ⁶sigita.skrabe123@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: "Koledža ir profesionālās augstākās izglītības iestāde, kura īsteno īsā cikla profesionālās augstākās izglītības programmas, kas dod iespēju iegūt piektā līmeņa profesionālo kvalifikāciju," teikts Profesionālās izglītības likumā. Ikvienai šāda tipa izglītības iestādei dinamiskajos konkurences apstākļos nepieciešams regulāri izvērtēt savus resursus, iespējas, potenciālos apdraudējumus tās ilgtspējīgai eksistencei. Norises sabiedrībā (demogrāfiskie procesi, ekonomikas attīstības tendences, ģeopolitiskie apstākļi) ietekmē jebkuras izglītības iestādes konkurētspēju. SVID analīze ir vērtīgs instruments esošā stāvokļa un attīstības perspektīvu izvērtēšanā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un izvērtēt Alberta koledžas konkurētspēju, veicot SVID analīzi.

Pētījuma metodes: Normatīvo dokumentu izpēte, informācijas izpēte Alberta koledžas mājaslapā un citos avotos, SVID analīze. Pētījums tika veikts 2023.gada februārī.

Sasniegtie rezultāti: Veicot SVID analīzi, tika noskaidrots, ka Alberta koledžas būtiskākās stiprās puses ir plaša studiju programmu izvēle, attīstīta mārketinga darbība, dažādu formu studijas, spēja vairākus gadus pēc kārtas ierindoties reitingos starp labākajām izglītības iestādēm Latvijā, kā arī sadarbību veicināšana ar darba devējiem un nozaru uzņēmumiem. Pētījuma laikā konstatētas šādas vājās puses: autostāviņu pieejamības trūkums, samazinājies ārpusstudiju pasākumu piedāvājums studējošajiem Covid-19 ietekmē, kā arī interese par tiem, neregulāra koledžas mājaslapā pieejamās informācijas atjaunošana. Nozīmīgākie ārējo faktoru izaugsmes un attīstības iespējas: draudi ir energoresursu cenu kāpums, kas sadārdzina studiju procesa izmaksas, kā arī grūtības nokomplektēt pilna laika studentu grupas demogrāfisko procesu ietekmē. Taču vienlaikus SVID analīzē konstatējamās vairākas iespējas, kas Alberta koledžai būtu aktīvāk izmantojamas: ERASMUS+ programmas mobilitāšu popularizēšana, jaunu studiju programmu izveide studējošo piesaistei un sociālo tīklu platformas attīstība plašākas auditorijas aptveršanai. Pētījuma rezultātā formulēti vairāki priekšlikumi Alberta koledžas attīstībai: administrācijai regulāri (vismaz reizi divos gados) veikt darbības un konkurētspējas SVID analīzi, pastāvīgi aktualizēt koledžas mājaslapā pieejamo informāciju, izvērtēt iespēju atteikties no pilna laika studiju grupu komplektēšanas, koledžas direktorei aktualizēt jautājumu par iespējām izmantot dažādus komunikācijas kanālus informācijas ieguvei par aktualitātēm, kā arī izstrādāt stratēģiju koledžas studentu iekšējās kultūras vides attīstīšanai.

Atslēgas vārdi: Alberta koledža; augstākā izglītība; studijas; SVID analīze



Ilze Purpļeviča. LAUKU TERITORIJĀS DZĪVOJOŠO VIENTUĻO SENIORU LABBŪTĪBAS VEICINĀŠANAS PASĀKUMI

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Pasākumu producēšana"

E-pasts: ilzepurplevica@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.translat., Inese Rutka

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Aktīvam un veselīgam pirmspensijas un pensijas vecuma laikam cilvēkiem lauku teritorijās nevajadzētu būt ierobežotai izvēlei. Tāpēc ir ļoti svarīgi, lai šī mērķgrupa tiktu iesaistīta kultūras un sabiedriskajā dzīvē, un šie cilvēki nejustos atstumti un vientuļi, kas laukos ir liela problēma. Senioru dzīves realitāte un problēmas, kas saistītas ar šīs sabiedrības grupas labbūtnību, arvien pieaug, tāpēc ir svarīgi pensijas un pirmspensijas vecuma cilvēkus motivēt vecumdienas pavadīt pēc iespējas aktīvāk. Pēc speciālistu teiktā, viens no senioru dzīves kvalitātes noteicējiem un rādītājiem ir veselības stāvoklis. Laba veselība ļauj aktīvāk iesaistīties dzīves norisēs un ietekmē katra cilvēka labbūtnību.

Pētījuma mērķis: Senioru, kuri dzīvo lauku teritorijās, atstumtības un vientuļības iemeslu izpēte un kultūras pasākumu cikla projekta izstrāde mērķgrupas labbūtnības uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā metodoloģija (sekundāro datu analīze un monogrāfiskā jeb aprakstošā metode) un kvalitatīvā metodoloģija (daļēji strukturēta intervija, fokusa grupas diskusija, novērošanas metode).

Sasniegtie rezultāti: Senioru labbūtnības veicināšanas pasākumu nepieciešamības pamatojums ir solis ceļā uz sabiedrības izglītošanu šajā tik aktuālajā, bet novārtā atstātajā tēmā. Ar pētījuma palīdzību veidots priekšstats par senioru dzīves kvalitāti Latvijas laukos, kā arī kādos virzienos rīkoties, lai situācija uzlabotos.

Atslēgas vārdi: seniori; lauku teritorijas; labbūtnība; pasākumu cikls

Signe Krumholce. ALKOHOLA LIETOŠANA LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Interjera dizains"

E-pasts: signe.krumholce@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Covid-19 pandēmijas laikā, saskaņā ar Latvijas Slimību profilakses un kontroles centra (SPKC) datiem, kopumā Latvijā ir bijuši vairāk nekā 380 000 Covid-19 inficēšanās gadījumi un vairāk nekā 5 000 nāves gadījumi. Lai mazinātu vīrusa izplatīšanos, Latvijā tika ieviesti vairāki ierobežojoši pasākumi, tostarp aizliegts pulcēties vairāk par noteiktu personu skaitu, slēgti restorāni un citi sabiedriskie iestāžu, ieviests obligāts sejas masku valkāšanas režīms sabiedriskajās vietās. Pandēmijas laikā vairākums cilvēku tika pakļauti bezdarbam, dažādām problēmām un viens no to risināšanas veidiem bija alkohola lietošana, lai mazinātu stresu un negatīvo spriedzi, līdz ar to alkohola lietošana paaugstinājās. Pēc dažādiem statistikas datiem, Latvijā ir augsta alkoholisma izplatība, un alkohola patēriņš uz vienu iedzīvotāju ir viens no augstākajiem Eiropā. Ilgstošs alkohola lietošanas periods var izraisīt dažādas veselības problēmas, tostarp aknu slimības, nieru slimības, sirds un asinsvadu slimības, vēža veidošanos un garīgās veselības problēmas.



Pētījuma mērķis: Izpētīt sociālo problēmu “alkohola lietošanu” pēdējo gadu laikā un veikt secinājumus no apkopotās informācijas.

Pētījuma metodes: Interneta resursos pieejamo materiālu un statistikas analizēšanas metodes pielietojums, kā arī informācijas apkopojuma metode. Anketēšanas metode.

Atslēgas vārdi: alkohols; bezdarbs; pandēmija; statistika; alkoholisms; stress

Viktors Andis Čuikins. DEMOGRĀFISKĀ KRĪZE LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Interjera dizains”*

E-pasts: daskevicsviktor@outlook.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Latvija ir neliela Baltijas reģiona valsts, kurā dzīvo aptuveni 1.9 miljoni cilvēku. Latvija ir viena no nabadzīgākajām valstīm ES, un daudzi jaunieši dodas prom, lai meklētu labāku darbu un augstāku atalgojumu citās valstīs. Rezultātā, Latvija saskaras ar demogrāfisko krīzi, ko raksturo iedzīvotāju skaita samazināšanās, zemās dzimstības un augstās emigrācijas dēļ. Tas ir izraisījis darbaspēka samazināšanos, vecāka gadagājuma cilvēku skaita pieaugumu un izaicinājumus valsts ekonomikai un sociālās labklājības sistēmai. Latvijas valdība ir īstenojusi dažādas politikas un stimulus, lai veicinātu iedzīvotāju skaita pieaugumu un imigrāciju, taču ietekme līdz šim ir bijusi ierobežota.

Pētījuma mērķis: Labāk izprast iedzīvotāju skaita samazināšanās cēloņus un sekas, kā arī apzināt iespējamus risinājumus problēmas risināšanai. Izpētīt informāciju par politikas lēmumiem, kuru mērķis ir veicināt iedzīvotāju skaita pieaugumu. Šajā kontekstā Latvijas demogrāfiskās krīzes izpētes mērķis ir izgaismot sarežģītos faktorus, kas veicina iedzīvotāju skaita samazināšanos, un noteikt efektīvas politikas, kas varētu palīdzēt risināt šo problēmu.

Pētījuma metodes: Online iegūtās informācijas analīze un pārrunas ar dažādu vecumu Latvijas iedzīvotājiem un tiem kuri ir pametuši valsti.

Atslēgas vārdi: demogrāfiskā krīze; emigrācija; politiskas kļūdas; sociālā labklājība

Jeļena Ivanova. VARDARBĪBA DZEMDĪBU LAIKĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Interjera dizains”*

E-pasts: jelena10147@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Vardarbība dzemdību laikā ir kļuvusi par svarīgu sabiedrības veselības jautājumu. Ir daudz diskusiju par to, kā samazināt šo ļaunprātīgo izturēšanos, un kā uzlabot dzemdību aprūpi, lai novērstu vardarbību.

Pētījuma mērķis: Izpētīt vardarbības izpausmes dzemdību laikā un to ietekmi uz sievietēm un jaundzimušajiem.



Pētījuma metodes: Problemātikas īpatsvara novērtēšanai Latvijā darba autore izmantoja sekundāro datu analīzi un secinošo statistikas metodi. Savukārt pētījumos par vardarbības izpausmēm dzemdību laikā, darba autore pielietoja aprakstošo statistikas metodi. Lai sniegtu rekomendācijas dzemdību aprūpes uzlabošanai Latvijā, tika izmantotas kvantitatīvās metodes

Sasniegtie rezultāti: Izvērtētas un identificētas dažādas vardarbību izpausmes dzemdību laikā. Sniegti priekšlikumi dzemdību aprūpes uzlabošanai un plašākās vides informētībai, lai mazinātu vardarbības izpausmes dzemdību laikā.

Atslēgas vārdi: vardarbība; dzemdības; veselība; sievietē

Elena Anastasija Suprun. INDIVĪDU NEAPMIERINĀTĪBA AR SAVU ĀRĒJO IZSKATU UN TĀS SEKAS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Interjera dizains"*

E-pasts: suprunanastasia21@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jelena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Cilvēks ir sociālā būtne, sākot no agrīnajiem laikiem tas palīdzēja izdzīvot pašam, turpināt savu dzimtu un sargāties no bīstamībām. Laiks ir mainījies, un mūsdienās cilvēkiem ir savādāks dzīves veids, jaunu prasību un uzdevumu skaits pieaug, bet primāras vajadzības palika nemainīgas, kā arī sociālā piesaiste palika nemainīga. Tikai mijiedarbībā ar citiem cilvēkiem ir iespēja mācīties un pilnveidoties, veidot dažāda tipa attiecības un izmantot profesionālas izaugsmes iespējas. Individīda labsajūta sociumā ir atkarīga no vairākiem faktoriem, viens no būtiskākajiem ir katra cilvēka pašvertējums un parliecinātība sevī, savukārt tas ir cieši saistīts ar sava ārēja izskata subjektīvu novertējumu. Katrā laikmetā ir savi skaistuma standarti, bet mūsdienās pateicoties straujai tehnoloģiju attīstībai - mediju iedarbībai un gandrīz bezgalīgām iespējām mainīt savu ārējo izskatu - spriedze un emocionāls spiediens ir sasnieguši maksimumu.

Pētījuma mērķis: Izzināt, kādi ir aktuāli skaistuma standarti, kāda ir cilvēku attieksme pret savu ķermeni, kādu emocionālo stāvokli tā izraisa un cik būtiski tas ietekmē kontaktu ar sociumu.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiek veikta neatkarīgu respondentu anketēšana. Anketa tiek izsūtīta elektroniski, tā sastāv no atvertiem un slēgtiem jautājumiem. Kā arī, tiek veikta informāciju avotu pārskats.

Sasniegtie rezultāti: Tiek izpētīti sēkojoši informācijas avoti: mediji, reklāma un sociumā plaši pazīstamo cilvēku translētais viedoklis. Tiek apkopoti un analizēti neatkarīgu cilvēku atbildes uz anketas jautājumiem. Darba nobeigumā ir apkopoti secinājumi un priekšlikumi.

Atslēgas vārdi: cilvēks; ietekme; ķermenis; skaistums



Evita Strode. ERGONOMISKU GRAFIKAS DIZAINA PRODUKTU IZSTRĀDES ASPEKTI

*Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija
Profesionālā maģistra studiju programma "Dizains
E-pasts: evita.strode@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.paed., asociētā profesore Aina Strode*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās, ikvienā nozarē nozīmīgu lomu ieņem ergonomiskie rādītāji, kas ietekmē mijiedarbību ne tikai starp cilvēkiem un vidi, bet arī starp cilvēkiem un priekšmetisko pasauli. Tāpēc, lai izstrādātu veiksmīgu grafikas dizainu, kādam pakalpojumam vai produktam, ir nepieciešams izprast ergonomikas prasības attiecībā uz to.

Pētījuma mērķis: Izpētīt ergonomisku grafikas dizaina produktu izstrādes slodzes, kognitīvos un organizatoriskos nosacījumus.

Pētījuma metodes: Priekšizpētes metode, sekundāro datu izpēte, autoetnogrāfijas metode, intervija.

Sasniegtie rezultāti: Tika apkopoti secinājumi un, balstoties uz analizētās informācijas kopsavilkumu, izteikti ieteikumi par ergonomisku grafikas dizaina produktu izstrādi ievērojot slodzes, kognitīvos un organizatoriskos nosacījumus. Savukārt izmēģinājuma pētījumā – aptaujā, ar anketēšanas metodi iegūtie rezultāti norāda uz to, ka veiksmīgi izstrādātu grafikas dizaina produktu rādītājus ietekmē ergonomikas prasības.

Atslēgas vārdi: grafikas dizains; informācijas dizains; tipogrāfija; ergonomika; teksts; intervija

Ineta Auzāne. TĒMU IZPĒTE FOTO ALBUMAM "LATGALES CEĻAZIMES"

*Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija
Profesionālā maģistra studiju programma "Dizains
E-pasts: inetaauzane2@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.paed., asociētā profesore Aina Strode*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Braucot pa Latgales ceļiem ir lietas, kas piesaista acu skatienu. Tās ir sakārtotas lietas vai pamestas, samīļotas un atjaunotas, nepareizi izdarītas un sabojātas. Katrs brauciens, kas tiek dokumentēts vai fotogrāfēts, paver jaunu meklējumu iespējas tagad un vēsturē, kā arī saglabā informāciju par esošo situāciju. Ceļi ir Latgales vērtība. Viss, ko mēs redzam ir mainījies cilvēka un vides mijiedarbības rezultātā. Daudz ko ir noteikuši vēsturiskie procesi. Daudzi vecie ceļi "pazūd" un tos var nojaust tikai pētot kartes vai zināmas vietas. Katrs brauciens ir izaicinājums, kas uzlādē ar pozitīvu enerģiju un sajūtām ar kurām gribas padalīties, iedvesmojot ar Latgales ceļa stāstiem. Viss, kas aizķeras acu skatienam braucot, nes sevī neatkārtojamu informāciju. Tās ir Latgales ceļazīmes tiešā un pārnēstā nozīmē. Ir ceļa zīmes, kas norāda vietas nosaukumu, autobusa pieturas, utt. Bet vai ceļa zīme nav piena galda ceļa malā, cilvēks, pastkastītes, veca koka māja ar ažūrainiem logu dekoriem, ezers, upe, nokaltis osis vai pār ceļu zarus pārliecis vecs ozols, dievnams, tilts, kapsēta, ābeļdārzs, zils traktors, jāņogu krūms, krucifisks, siena zārds, pujeņu ziedošie krūmi pamestas mājas dārzā?

Pētījuma mērķis: Veidot foto albumu par Latgali, lai aktualizētu problēmu par vides saglabāšanu, kas nes vēsturisko liecību.



Pētījuma metodes: Teorētiskās - literatūras un interneta avotu izpēte; empīriskās - pētījumā iegūto datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Veikta tēmu izpēte, lai veiksmīgi strukturētu foto albumu, veidotu to viegli pārskatāmu un atmiņā paliekošu.

Atslēgas vārdi: Latgale; ceļš; kultūrainava; fotogrāfija

Gita Līpenīte-Čudarāne. MĀKSLAS GRĀMATU LOMA MŪSDIENU KULTŪRTELPA

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija

Profesionālā maģistra studiju programma "Dizains

E-pasts: lipenitegita@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.paed., asociētā profesore Aina Strode

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Cilvēki uztver grāmatas kā bagātīgu zināšanu, pieredzes un gudrības avotu jau daudzus gadsimtus. Tas ir tilts, kas savieno dažādas kultūras, tautas un paaudzes. Kāda loma ir mākslas grāmatām laikmetā, kad ir salīdzinoši viegli redzēt attēlu tieši - internetā vai apmeklējot muzeju? Lai gan lasīšana 21. gadsimtā ievērojami vairāk norisinās digitālā formā, grāmatu kultūra paliek arvien vairāk atkarīga no aparātiem, programmām, specifiskiem satura formātiem un izplatīšanas platformām un mūsdienu grāmatu lasīšanas rādītāji nav izcili, tomēr kvalitatīva rakstiska un vizuāla informācija par mākslu, apkopota grāmatā, ļauj cilvēkiem ieraudzīt lietas, kuras citādi nav saredzamas. Pētījums par mākslas grāmatām nepieciešams, lai noskaidrotu, kāda ir mākslas grāmatu loma kultūrizglītībā un kā sastādīt labu grāmatu par mākslu, kas dos vērtīgu ieguldījumu kultūrtelpas bagātināšanā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt mākslas grāmatu lomu mūsdienu kultūrtelpā un kvalitatīvas mākslas grāmatas pamatprincipus, tās rakstīšanas un strukturēšanas paņēmienus.

Pētījuma metodes: Priekšizpēte, literatūras un dokumentu izpēte, autoetnogrāfija, intervijas ar ekspertiem, sekundāro datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Autore secina, ka, lai gan mākslas grāmatas ir nišas produkts, tās nezaudē popularitāti, kā arī sniedz vērtīgu ieguldījumu kultūrizglītības veicināšanā, kultūrvēstures vērtību saglabāšanā un nodošanā nākamajām paaudzēm. Mākslas grāmatu izdošanai mūsdienās ir īpaša loma, jo, digitālajā vidē vairojoties virspusējiem, paviršiem stāstiem par māksliniekiem, rūpīgi pētījumi ar skaidri norādītu autoru augstā poligrāfiskā kvalitātē ir sargājama vērtība. Mākslas grāmatu dažādie strukturēšanas paņēmieni ļauj pielāgot tās atšķirīgām mērķauditorijām, sasniedzot plašāku lasītāju loku. Pievienoto vērtību grāmatām par mākslu sniedz grāmatu autoru redzējumi, kas ir savdabīgi atšķirīgi un ļauj lasītājam iegūt jaunu priekšstatu par mākslas darbiem un māksliniekiem.

Atslēgas vārdi: mākslas grāmata; grāmatas dizains; grafikas dizains; mākslas grāmatu veidi; kultūrtelpa



VADĪBZINĪBAS, PERSONĀLA VADĪBA, UZŅĒMĒJDARBĪBA



Zanda Gobniece. PERSONĀLA VADĪŠANAS PROCESU AUTOMATIZĀCIJA LATVIJAS UZŅĒMUMOS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma "Biznesa vadība"
E-pasts: zandagobniece@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Jeļena Titko*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Nosaka tas, ka mūsdienās, digitālo tehnoloģiju attīstības laikmetā, procesu automatizācija kļūst nepieciešama darba optimizācijai, efektivitātes uzlabošanai un uzņēmumu konkurētspējas paaugstināšanai. Personāla vadībā pastāv aktuāls jautājums par hibrīddarba īstenošanu, jo attālinātais darbs ir joma, kas pēdējos gados ir strauji augusi. Īpaši pieaugums šajā jomā aizsākās tieši Covid-19 krīzes ietekmes dēļ uz darba vidi, tas piespieda daudzus uzņēmumus pāriet uz attālinātu darbu (Gilson et al., 2022). Kā liecina Pētījumu kompānijas "Kantar" 2022. gadā veiktā darba ņēmēju aptauja, tad lielākā daļa darbinieku 68% pašlaik vēl strādā tikai savā darbavietā, bet jau 32% strādā attālinātā darba režīmā vai hibrīddarba režīmā. Salīdzinot šos datus ar 2021. gadu, varam novērot, ka gada laikā par 10% ir pieaudzis darba ņēmēju skaits, kas darbu veic daļēji attālināti vai pilnībā attālināti. Tas norāda uz to, ka attālinātā un Hibrīddarba laikmetā personāla vadīšanas procesu automatizācija un digitalizācija ir ļoti aktuāla, jo tā ļauj procesus padarīt ātrākus un efektīvākus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla vadīšanas procesu automatizācijas līmeni un iespējas Latvijas uzņēmumos.

Pētījuma metodes: Lai sasniegtu izvirzīto mērķi, tiks izmantotas sekojošas datu vākšanas metodes: literatūras un interneta resursu analīze par personāla vadības procesiem un to automatizācijas iespējām, un tiks veikta Latvijas uzņēmumu darbinieku aptauja, lai noskaidrotu personāla vadības automatizācijas līmeni Latvijas uzņēmumos.

Sasniegtie rezultāti: Plānots, ar pētījuma rezultātu noskaidrot pašreizējo automatizācijas līmeni Latvijas uzņēmumos un noskaidrot vai tie ir efektīvi. Sagaidāms, ka pētījuma rezultāti parādīs, parādīs, ka šobrīd personāla vadības procesu automatizācija Latvijas uzņēmumos ir zema, taču uzņēmumu vadītāju un darbinieku attieksme pret šo procesu automatizāciju un digitalizāciju ir pozitīva. Tas sniegs labas iespējas personāla vadības procesu automatizācijai Latvijas uzņēmumos.

Atslēgas vārdi: personāla vadība; procesu automatizācija; digitalizācija; Latvijas uzņēmumi

Elīna Rumsone. VIENTULĪBA GADOS JAUNIEM CILVĒKIEM UN TĀS IETEKME

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma "Biznesa vadība"
E-pasts: elinarumsone@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ikdienā domubiedrus atrast nav grūti! Bet tikai retais atrod draugu vai draugu grupu, kurā tiek uzklausīts, pieņemts un galvenokārt var būt paties – tāds, kāds indivīds ir viens esot pie kāda no saviem viedierīču ekrāniem. Diemžēl vai par laimi virtuāli ikviens var sajust, ka ir patiesi novērtēts, uzklausīts un mīlēts. Bet patiesībā indivīds ir viens, savā mājoklī.. Tagad, Covid – 19 beidzoties, varam novērot paliekušās sekas uz jaunu cilvēku psiholoģisko, fizisko, emocionālo stāvokli.



Vai mēs paši, kurus tas ietekmē, cēloni izprotam? Daudz var dzirdēt izteiktus viedokļus par vientuļiem pensionāriem, kam vienīgais “draugs” ir kaķītis, bet aizmirstam par gados jauniem cilvēkiem – karjeristiem, jaunajām māmiņām vai studentiem. Šī izpratne un emocijas par vientuļību ir aktuāla problēma mūsu sabiedrībai, kas būtiski eskalējās Covid – 19 ietekmē. Kā nekā esam top 3 pašnāvību sarakstā Eiropā. Vientuļība noved pie depresijas un ilgstoša depresija pie negatīvām sekām, tāpēc ir aktuāli izprast vientuļību iemeslus un ietekmi gados jaunai sabiedrības daļai.

Pētījuma mērķis: Analizēt cēloņus fiziskai, virtuālai un emocionālai vientuļībai mūsdienu sabiedrības daļai vecuma posmā līdz 35 gadu vecumam.

Pētījuma metodes: Anketēšana atbilstošai vecuma grupai, pētījumu un publikāciju apskats, datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Cēloņu noskaidrošana un izpēte, kādi faktori vientuļību ietekmē un vientuļības sajūtu palielina, kādi faktori vientuļības sajūtas izpaušmi samazina. Tāpat izpētīt pazīmes, kas attiecīgas sabiedrības daļai pēc ikdienas nodarbošanās jomas. noskaidroti iemesli kāpēc un kā tieši Covid-19 pandēmija ir ietekmējusi mazapdzīvotu teritoriju iedzīvotāju miermīlību un agresivitāti.

Atslēgas vārdi: vientuļība; cēloņi; Covid-19; ietekme

Alise Kristīne Egle¹, Nora Laurīte². STRESA VADĪŠANA PASĀKUMU PRODUCĒŠANAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma “Biznesa vadība”
E-pasti: ¹aliseegle@gmail.com, ²nora.laurite@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pasākumu producēšana ir būtiska kultūras jomas daļa, kas gadu gaitā ir kļuvusi arvien pieprasītāka un sniedz darbavietas kultūras nozares speciālistiem. Globāli pasākumu producēšanas industrija ir viena no strespilnākajām nozarēm darba tirgū, tāpēc ir ļoti svarīgi izprast šīs profesijas darba specifiku. Cilvēki mēdz saskarties ar stresu gan ikdienā, gan darba vidē, tapēc ir būtiski izprast, kā pārvaldīt stresu. Pēc pandēmijas periodā sabiedrība arvien vairāk izjuta vēlmi patērēt kultūras pasākumus, taču Covid 19 ietekmēja ne tikai kultūras dzīves norisi, bet arī cilvēka stresa vadīšanu. Sākot gūt pieredzi pasākumu producēšanas jomā un ieskatoties darba ikdienā, darba autorēm ir aktuāli izpētīt stresa vadīšanu, lai efektīvi progresētu pasākumu producentu tirgū.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot stresa vadīšanas metodes pasākumu producenta darbā un pasākumu producēšanas nozarē.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tika intervēti trīs producēšanas nozares pārstāvji. Tika izmantota transkripcijas metode.

Atslēgas vārdi: stresa vadīšana; pasākumu producēšana; kultūras nozare



Kristiāns Punculs. DIGITALIZĀCIJA KĀ KONKURĒTSPĒJAS VEICINOŠS FAKTORS LATVIJAS MAZUMTIRDZNICĪBAS NOZARES UZŅĒMUMOS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma "Biznesa vadība"
E-pasts: k.punculs99@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Mr.sc.soc. Kaspars Karaševskis*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Digitalizācija mazumtirdzniecības uzņēmumos jau labu laiku ir aktuāla tēma, taču īpašu ietekmi ir sniegusi pandēmija, piespiežot mazumtirdzniecības nozarei pārveidot savus modeļus digitāli (LeewayHertz, 2022). Kad ierastā bezsaistes mazumtirdzniecība bija jādigitalizē un jāpārcieš konkurences spiedienu (Forbs.2022). Pandēmija ir atklājusi mazumtirdzniecības uzņēmumiem jaunu nozari kurā attīstīties un konkurēt, lai piesaistītu vairāk klientu. Digitālā transformācija mazumtirdzniecības uzņēmumos attiecas ne tikai uz datu analītiķi, veikspēju, spēju pielāgoties tirgus izmaiņām, jaunu vērtību piedāvājumiem un inovācijām, bet arī par izmaksu samazināšanu, efektivitātes uzlabošanu un procesu racionalizāciju. Digitalizācija mazumtirdzniecībā var orientēties uz klientu saglabāšanu un apmierinātību, piedāvājot klientiem nepieciešamos pakalpojumus un produktus. (LeewayHertz. 2022).

Pētījuma mērķis: Noskaidrot vai mazumtirdzniecības uzņēmums investējot digitalizācijā var iegūt konkurētspējas priekšrocības pret citiem uzņēmumiem.

Pētījuma metodes: Izvirzītu mērķu sasniegšanai tika izmantotas datu ieguves metodei tādas kā: uzņēmumu salīdzinošā analīze, dokumentu analīze un datu apstrādei tiks izmantota transkripcija, grafiskā analīze un faktoru analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tika izpētīts galvenie Latvijas pārtikas mazumtirdzniecības nozares uzņēmumu digitalizācijas attīstības esošais stāvoklis, digitalizācijas iespējas konkurences veicināšanai, ar klientu aptaujas palīdzību noskaidrots viedoklis par digitalizāciju ieviešanu mazumtirdzniecības nozares uzņēmumos.

Atslēgas vārdi: konkurētspēja; mazumtirdzniecība; digitalizācija; klienti

Arta Herberga. INTEGRĒTĀ ZIŅOJUMA PIELIETOJUMS LATVIJAS TELEKOMUNIKĀCIJAS UZŅĒMUMOS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma "Biznesa vadība"
E-pasts: artaherberga@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Ph.D., docente Kristīne Užule*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: 21.gadsimtā arvien plašāka interese ir par uzņēmumu darbību, un tāpēc uzņēmumu publiskie pārskati ir kļuvuši par normu. Valsts pārvaldes institūcijas sagatavo ikgadējus publiskos pārskatus, savukārt kapitālsabiedrības rīkojas dažādi šajā ziņā. Lai paaugstinātu gada pārskatu caurspīdīgumu, arvien biežāk ir izmantots integrētais ziņojums, jo šis ziņojuma veids apvieno finanšu pārskatu ar ilgspējas attīstības rezultātiem. Latvijā integrētā pārskata pazīmes ir saskatāmas Rīgas lidostas brīvās pieejas pārskatos. Tautsaimniecības attīstībā svarīga loma ir telekomunikācijām, un tāpēc ir svarīgi izpētīt, vai integrētie ziņojumi ir sagatavoti arī Latvijas telekomunikācijas uzņēmumos.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt telekomunikācijas uzņēmumu brīvās piekļuves pārskatu attīstību.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika veikta salīdzinoša datu analīze, ka arī vārdu biežuma, vārdu savienojumu un atslēgas-vārdu-kontekstā analīze digitālajā platformā „Voyant tools”. Tika izpētīti brīvās piekļuves gada pārskati par laika periodu 2018.g.-2021.g.

Sasniegtie rezultāti: Brīvās piekļuves pārskati telekomunikāciju nozarē nav pieejami visos uzņēmumos. Sabiedrības informēšanai tiek izmantoti ilgstspējas attīstības apraksti un finanšu pārskati, kuri ne vienmēr ir savstarpēji sasaistīti. SIA „LMT” pārskatiem piemīt dažas integrētā ziņojuma pazīmes, taču vēlami sasniegumi netiek atspoguļoti skaitliski, un tāpēc integrētā ziņojuma metode nav pilnībā pielietota. Iegūtie rezultāti liecina, ka Latvijas telekomunikācijas nozarē nav pielietots integrētā ziņojuma formāts sabiedrības informēšanai par uzņēmuma attīstību. Bet ja tas būtu pielietots, būtu vieglāk saprast, kādā veidā ilgstspējas attīstības plāni īstenojas konkrēto uzņēmumu finanšu vidē, ka arī palīdzētu precīzāk plānot uzņēmumu darbību.

Atslēgas vārdi: pārskati; integrētais ziņojums; atskaites caurspīdīgums

Elīna Avenīte. KLIENTU APMIERINĀTĪBU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI LATVIJAS BANKU NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma “Biznesa vadība”
E-pasts: elina.avenite@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., profesore. Inga Šīna*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Jaunākie pētījumi liecina, ka 65% patērētāju paliks lojāli uzņēmumiem, ja tie piedāvās personalizētāku pieredzi. (Salesforce, 2023). Saskaņā ar 2022. gada nogalē un 2023. gada sākumā veikto pētījumu, ko veica viens no vadošajiem klientu servisa novērtēšanas un uzlabošanas uzņēmumiem Centrālajā un Austrumu Eiropā “Dive”, tika vērtēta Latvijas banku nozare. Klientu apmierinātība atkarīga no klientu atbalsta dienesta un apkalpošanas nodaļu profesionālajām zināšanām, komunikācijas prasmēm un spēju klientam piedāvāt piemērotāko risinājumu (Dive pētījums, 2023).

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir izpētīt un izanalizēt klientu apmierinātību ietekmējošos faktorus Latvijas banku nozarē.

Pētījuma metodes: Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tiks izmantota literatūras analīze, lai izpētītu teorētisko literatūru par klientu apmierinātību un tās ietekmējošajiem faktoriem Latvijas banku nozarē, un tiks veikta anketēšana, lai ar anketas palīdzību noskaidrotu klientu apmierinātību, izmantojot banku pakalpojumus Latvijas banku nozarē.

Sasniegtie rezultāti: Ar pētījumu plānots izpētīt un izanalizēt klientu apmierinātību Latvijas banku nozarē un noteikt, kādi ir tās ietekmējošie faktori. Pēc iegūtajiem pētījuma rezultātiem, tiks sniegtas rekomendācijas klientu apmierinātības uzlabošanai Latvijas banku nozarē.

Atslēgas vārdi: klientu apmierinātība; banku nozare; Latvija



Diāna Kevliča. KRAVU PĀRVADĀJUMU DROŠĪBAS IZVĒRTĒJUMS UZŅĒMUMĀ “CIRCLE K”

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Maģistra studiju programma “Biznesa vadība”
E-pasts: dianakevlica@gmail.com*

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.administr., Mg.paed., docente Rita Burceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Bez kravu pārvadājumiem nav iespējams veiksmīgi uzturēt tirdzniecības uzņēmumu. Loģistika ir ļoti svarīgs uzņēmējdarbības posms jebkurā biznesā, it sevišķi, ja tiek pārvadāta bīstama krava. Mūsdienās ir daudz pārvadājumu drošību ietekmējošo faktoru, kā, piemēram, globālas problēmas (ekonomiskie, politiskie faktori, Covid-19), kā arī vienkārši nepareizi sagatavota krava.

Pētījuma mērķis: Izpētīt kravu pārvadājumu drošību uzņēmumā “Circle K”.

Pētījuma metodes: Datu ieguvei darba autore izmanto uzņēmuma darbinieku dažādi strukturētas intervēšanas metodi. Pētījuma teorētisko aspektu izpētei – aprakstošo metodi.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti ļauj padziļināti izprast loģistikas ķēdes draudus uzņēmumā “Circle K”. Pētījuma gaitā ir izvērtēts bīstamo kravu pārvadāšanas drošības kritēriju pielietojums uzņēmumā “Circle K”. Pētījuma rezultātā tika izstrādāti secinājumi un priekšlikumi, lai mazinātu bīstamo kravu pārvadājumu starpgadījumus.

Atslēgas vārdi: bīstamās kravas; kravu pārvadājumu drošība; atbildība; piegādes

Eva Dzeguze. ZERO WASTE ATTĪSTĪBA LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Vadīzinības”
E-pasts: evadzeguze12@gmail.com*

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Zero waste ir kustība, kas apvieno bezatkritumu dzīvesveida piekritējus, lai dzīve bez lieku atkritumu radīšanas Latvijā kļūtu par normu, kā arī mazināt Latvijas sabiedrības radītā piesaņojuma ieteki uz vidi. Savā darbā centīšos noskaidrot Latvijas iedzīvotāju nostāju par zero waste kustību. Noskaidrot kāda ir zero waste veikalu attīstība Latvijas lielākajās pilsētās, kā piemēram, Rīgā un Liepājā, kā arī noskaidrot kuras vecuma grupas vairāk izvēlas atbalstīt šādu dzīvesveidu.

Pētījuma aktualitāte: Zero waste kustība ir ļoti attīstījusies ēdējo divu gadu laikā gan Latvijā, gan visā pasaulē. Arvien vairāk politisko lēmumu dienaskārtībā ierakstās vārds “globālā sasilšana”, ar to apzīmējot šobrīd notiekošu procesu, kad palielinās vidējā zemes atmosfēras un ūdens temperatūra. Šādas temperatūras izmaiņas lielā mērā ir radušās cilvēku saimnieciskās darbības rezultātā. Saglabājoties temperatūras izmaiņām, nākotnē klimata pārmaiņas var apdraudēt vairākus pasaulē apdzīvotus reģionus – gan dabu, gan dzīvniekus, gan cilvēkus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt zero waste attīstību Latvijas lielākajās pilsētās – Rīgā un Liepājā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze, literatūras analīze.



Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti ļauj novērtēt zero waste attīstību Latvijā, kā arī saprast kāda mērķauditorija vairāk piekrīt zero waste kustībai.

Atslēgas vārdi: klimats; veikali; kustība; atkritumi

Alīna Miķelsone Krieviņa¹, Beate Adlere². DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasti: ¹alina.krievina@gmail.com, ²beateadlere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Katra uzņēmuma un organizācijas veiksmes atslēga ir augstu motivēti darbinieki. Šādi darbinieki savu darbu veiks kvalitatīvāk, ātrāk, kā arī novērtējot savu darba devēju tie kompānijā paliks ilglaicīgi. Motivēšanas instrumenti ir lielākoties vienīgais paņēmieni, kas iedvesmo cilvēkus uzņemties riskus un sasniegt augstākus mērķus. Kā arī darbinieki ar augstāku motivāciju labprātāk izvēlēties pieņemt jaunus izaicinājumus un ātrāk sasniegt nospraustos mērķus, pierādot savas spējas.

Pētījuma mērķis: Pētījuma galvenā doma ir noskaidrot uzņēmumā IPAS "INDEXO" pielietotos motivēšanas instrumentus un kā šie instrumenti ietekmē darbinieku motivāciju un labsajūtu darba vidē.

Pētījuma metodes: Tiek izmantota darbinieku anketēšana un intervija ar uzņēmuma pārdošanas vadītāju, kurš arī atbild par cilvēkresursu vadību.

Sasniegtie rezultāti: Intervija sastāvēja no 4 atvērtajiem jautājumiem pēc kuriem secinājām, ka uzņēmums pielieto diezgan daudz motivēšanas instrumentus, lai darbinieki justos labi ne tikai morāli, bet arī fiziski. Darbiniekiem izveidotā aptauja sastāvēja no 12 jautājumiem. Tie deva atbildi, ka uzņēmumā pastāv ļoti labs klimats, jo kolektīvs ir draudzīgs, darbinieki jūtas atbalstīti, nebaidās izteikt viedokli, laba darba samaksa, darba stundas un bonusi. Noslēdzot pētījumu varam secināt, ka uzņēmumā IPAS "INDEXO" pielietotie motivēšanas instrumenti ne tikai motivē darbiniekus, sniedz labu labsajūtu atrodoties darbā un darba kolektīvā, bet arī paaugstina uzņēmuma rezultātus, kas arī ir nepieciešams.

Atslēgas vārdi: motivēšana; instrumenti; uzņēmums; darbinieks

Dana Ansone. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI UZŅĒMUMĀ SIA "EUGESTA UN PARTNERI"

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: danaa.plotnikovaa@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienīgā un veiksmīgā uzņēmumā darbinieku efektivitāte un atdeve darbā ir saistīta ar motivāciju un iesaisti. Motivācijas rīki never būt piemēroti visiem darbiniekiem vieni un tie paši, ņemot vērā ka kataram indivīdam ir sava darba specifika, vietas un personības atšķirības. Protams

ir vienota un nemainīga motivēšanas sistēma kā piemēram – prēmijas, darba vietas auto, apdrošināšana, kas jau paliek par vispar pieņemtu normu, bet tā nemotivē darbiniekus iekšēji. Jautājums kā motivēt darbiniekus paliek ar vien aktuālāks, jo sāk aktualizēties dažādas problēmas, kas var traucēt uzņēmuma attīstības plānus, kā piem: darbinieks sāk kavēt darbu, sociālo tīklu izmantošana, kā arī zvani un ziņas no draugiem var novērst uzmanību no darāmajiem darbiem, nav vēlmes iesaistīties darbā, uzmanības fokuss samazinās pārslodzes dēļ. Kvalificēta darba spēka trūkumu izjūt gandrīz visas tautsaimniecības nozares.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis saprast vai kādā no uzņēmumiem ir izstrādātas vadlīnijas, vai kā savādad tiek motivēti darbinieki, ierasties darbā un strādāt ar pilnu atdevi uzņēmuma reputācijas un biznesa attīstības celšanai nākotnē. Vai uzņēmums pielieto standarta metodes, vai arī vadītājs ir izstrādājis individuālu instrumentus katram darbiniekam, nodaļai, dzimumam vai citiem faktoriem.

Pētījuma metodes: Lai noskaidrotu motivēšanas principus šajā uzņēmumā, tiks izmantota tiešā strukturētā intervija ar uzņēmuma OOH (out of home) nodaļas vadītāju, kā arī aketēšans matede ar uzņēmuma darbiniekiem, lai redzētu vai vadītāju mērķi saskan ar darbinieku redzējumu un apmierinātību uzņēmumā.

Sasniegtie rezultāti: Sniegtās atbildes tiks apkopotas darba beigās, kad tiks izanalizētas visas respondentu atbildes pēc anketēšanas un apkota intervija ar nodaļas vadītāju.

Atslēgas vārdi: motivācija; darbinieks; vadītājs; uzņēmums; business

Kristīne Šķibuste. ORGANIZĀCIJAS PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS EFEKTIVITĀTES IZVĒRTĒJUMS. VAI PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMA JŪSU UZŅĒMUMĀ IR EFEKTĪVA?

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadīzinības"*

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pētījums tika veikts par tēmu – Darbinieku motivēšanas instrumenti kreditēšanas (zvanu centra) organizācijā. Raksts, kas tika izvēlēts pētījumam ir mūsdienās aktuāls, jo vienmēr ir bijis jautājums – kā motivēt darbiniekus, lai sasniegtu augstākus rezultātus? Ikviens vēlas saņemt sev ērtākos darba apstākļus, kas ir gan darbinieks vēlas motivāciju, lai darītu vairāk, gan darba devējam, lai nāktu lielāka peļņa un uzņēmums varētu attīstīties uz priekšu.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis bija salīdzināt, cik ļoti darba vadītājs cenšas motivēt darbiniekus un kā tas notiek balstoties uz rakstu. Izanalizēt raksta populārākās metodes, kas ir ieteikts – kā pareizi rīkoties, ko būtu nepieciešams ievērot vai ņemt vērā vadītājam savā darbā. Kā arī ar raksta palīdzību saprast cik personāla motivācijas sistēma ir efektīva esošajā organizācijā.

Pētījuma metodes: Pētījuma metodēs tika izmantota intervija ar vadītāju. Kā arī ar konkrētas organizācijas darbinieku anketēšanu.

Atslēgas vārdi: motivācija; rezultāts; peļņa; metode



Olga Nikolajeva. PERSONĀLA ATLASES PROCESS KLIENTU APKALPOŠANAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: onikoo993@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Visiem uzņēmumiem gan jauniem, gan tiem kuri jau darbojās, ir nepieciešami darbinieki. Klientu apkalpošanas uzņēmuma specifika paredz augstu darbinieku kompetenci, kā arī programmu pārzināšanu un konkrētas rakstura īpašības. Personāla sekmīgās atlases mērķis ir maksimāli lielāka sakritība starp kandidāta kompetenci un amata prasībām, uzņēmuma korporatīvo kultūru, mērķiem.

Pētījuma mērķis: Personāla sekmīgās atlases mērķis ir maksimāli lielāka sakritība starp kandidāta kompetenci un amata prasībām, uzņēmuma korporatīvo kultūru, mērķiem.

Pētījuma metodes: Uzņēmuma darba vadītāji, kuri piedalījās pētījumā sniedza atbildes uz anketas jautājumiem. Atbilžu rezultātu analīze ļauj saprast kādas šiem uzņēmumiem ir kopīgas un/vai atšķirīgas veiksmīgas atlases metodes un kritēriji.

Sasniegtie rezultāti: Atbilžu rezultāti liecina ka īsta kandidāta pieņemšana darbā ir ārkārtīgi nozīmīga, jo uzņēmuma vadītāja un personāla atlases speciālista spēja atrast, piesaistīt un arī pieņemt darbā kvalificētu darbinieku, noteiks to, cik veiksmīgi uzņēmums turpinās darboties tālāk.

Atslēgas vārdi: personāls; atlase

Gints Briedis. INDIVIDUALIZĒTU KANVU RAŽOŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: gints.briedis@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Anotācija sniedz pārskatu par kanvas ražošanas nozares aktualitātēm Latvijā, iespējamiem pētījuma mērķiem, metodēm un sasniedzamajiem rezultātiem.

Pētījuma aktualitāte: Ražot kvalitatīvus, individualizētus, ilgspejīgus un oriģinālus drukas produktus, kas varētu interesēt gan juridiskās, gan privātpersonas, kā arī, valsts un pašvaldību iestādes. kanvas izstrādājumu ražošana ir nozare, kas var radīt lieliskas pašreklāmas, atpazīstamības iespējas uzņēmējiem un māksliniekiem Latvijā, piedāvājot noturīgas kvalitātes produktus no kanvas materiāla. Kā uzsvērts The Business Model Canvas grāmatā: „Let Your Business Thrive with This Simple Model” (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014), individuāla pieeja uzņēmējdarbībā ir būtisks faktors, lai nodrošinātu veiksmīgu uzņēmuma darbību.

Pētījuma mērķis: Novērtēt kanvas ražošanas nozares potenciālu Latvijā.

Pētījuma metodes: Ietver dokumentu analīzi, pārskatu par kanvas ražošanas nozari Latvijā. Aptauju veikšana ar iespējamajiem patērētājiem, kā arī intervijas transkripcija ar uzņēmējiem, kuri ražo

kanvas, lai iegūtu viedokļus par kanvas izstrādājumiem Latvijā, to kvalitāti un iespējamajiem uzlabojumiem. Uzņēmumu apmeklējumi un intervijas ar ražošanas darbiniekiem, lai iegūtu informāciju par ražošanas procesiem, izejvielu izmantošanu, kvalitātes kontroli un citiem faktoriem, kas varētu ietekmēt produktu kvalitāti un ražošanas efektivitāti. Jāuzsver arī kanvas ražojumu potenciāls dažādos uzņēmējdarbības sektoros, piemēram, viesmīlības un tūrisma nozarē, kur kanvas produkti varētu sniegt lieliskas iespējas mārketinga un reklāmas jomā.

Sasniegtie rezultāti: Ietvers informāciju par kanvas ražošanas nozares attīstības tendencēm, pieprasījuma un piedāvājuma analīzi, uzņēmējdarbības iespēju un izaicinājumu identifikāciju, kā arī inovatīvu risinājumu piedāvājumu. Šādi rezultāti varētu sniegt ieguldījumu ne tikai uzņēmējdarbības, bet arī kultūras dzīves attīstībā kopumā.

Atslēgas vārdi: kanvas ražošana; oriģināla druka; dabīgie materiāli

Māra Bebēka-Priede. VEGĀNU, VEĢETĀRU, BEZCUKURA, BEZLAKTOZES, BEZGLUTĒNA KONDITOREJAS NOZARES IESPĒJAS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: priedemara2@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pēdējā laikā Latvijā ir redzams pieaugums, ap 254% apmērā, pēc pārtikas produktiem un izstrādājumiem bez glutēna, laktozes un cukura, kas pieder arī pie vegānu un veģetāriešu dzīvesstila. Veikalu plauktos un citās ēdināšanas vietās ir grūti atrast pārtikas produktus un izstrādājumus, kas balstās uz šiem īpašiem nosacījumiem. Katrs 10 Latvijas iedzīvotājs nemaz nedrīkst lietot cukuru, laktozi, glutēnu, jo to ķermenis to nespēj panest un ārpus mājām nespēj atrast alternatīvas.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir izvērtēt vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes konditorejas iespējas Latvijā.

Pētījuma metodes: Pētījuma rakstā tika izmantotas sekundāro datu analīze, statistikas datu analīze. Datu apstrādei tika izmantotas literatūras un elektronisko avotu analīze, apkopošana, primārās informācijas iegūšana respondentu anketēšanas veidā analizēšana, iegūtās informācijas grupēšana, apstrāde, datu grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Latvijas iedzīvotāji vēlās izmēģināt vai jau lieto šādus produktus un izstrādājumus, bet ir neapmierināti ar piedāvājumu veikalos un citos pieejamos ēdināšanas uzņēmumos. Lai to mainītu konditorejas nozare var piedāvāt uzņēmumu, kas tikai balstās uz šādu produkciju ražošanu patērētājiem. Gandrīz katrs iedzīvotājs vismaz vienu reizi izmēģinātu šādas konditorejas izstrādājumus un vēlētos šādu uzņēmumu, kas balstās uz cukura, laktozes, glutēna, gaļas, olu utml. produktu neizmantošanu konditorejas izstrādājuma ražošanā. Vislielākais pieprasījums pēc šāda uzņēmuma atrastos Rīgas pilsētas teritorijā.

Atslēgas vārdi: konditoreja; vegāns; veģetārietis; glutēns; laktoze



Baiba Šarkeviča. BĒRNU IZKLAIDES UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS VENTSPILĪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"
E-pasts: baibasarkevica@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Bērnu izklaides telpas noteikti sniedz bērniem, kā arī viņu vecākiem pozitīvas emocijas, kas ļautu viņiem atgriezties arī turpmāk, lai būtu kopā svētku brīžos. Lai izvairītos no nepatīkamas pieredzes, ir svarīgi sniegt kvalitātīvus, kā arī nodrošināt veselībai drošus pakalpojumus (Patērētāju tiesību aizsardzības centrs, 2020). Bērnu dzimšanas dienu svinēšana bērnu svētku telpā ir populāra izklaides iespēja. Bērnu svētku telpas piedāvā dažādus pakalpojumus, dekorējumus, animācijas programmas, spēles, rotaļu iekārtas, kas būtu piemēroti bērnu vecumam. Tāpēc bērnu svētku telpas var būt labs risinājums, lai bērnu dzimšanas diena būtu īpaša un aizraujoša. Bet bērnu izklaides nozare šobrīd ir tik aizņemta, ka tik pat kā nav iespējami atrast nepieciešamo pakalpojumu nedēļas nogalei tuvāko nedēļu laikā. Balstoties uz Centrālās Statistikas datiem Ventspils pilsētā kopš 2022. gada dzīvo 4191 bērni vecuma grupā no 0-12 gadiem un pēc interneta resursu pieejamajiem datiem, bērnu svētku, telpas piedāvā 3 uzņēmēji un pēc Lursoft datiem, Ventspils pilsētā nav uzņēmumu, kuri piedāvātu nelielu izklaides centru bērniem ar svētku telpu piedāvājumu.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot vai bērnu izklaides, svētku telpai būtu pieprasījums un attīstības iespējas Ventspilī.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, anketēšana, grafiskā analīze.

Atslēgas vārdi: uzņēmums; izklaide; bērni; attīstība; svētku telpa

Jeļena Ubba. MEDICĪNAS APĢĒRBU UN APAVU TIRDZniecība DAUGAVPILS REĢIONĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"
E-pasts: jelenaubba@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Medicīniskie apģērbi un apavi ir svarīgi infekcijas profilaksei un kontrolei, kas sniedz rentablus veidus, kā aizsargāt gan medicīnas iestādes personālu, gan pacientus no vīrusiem, baktērijām un citiem mikroorganismiem. Medicīnas apģērbi un apavi ir pieprasīts preču klāsts dažāda veida medicīnas iestādēs, t.sk. slimnīcās un klīnikās, medicīnas centros un laboratorijās, SPA un skaistumkopšanas salonos, veselības aprūpes centros, kā arī medicīnas izglītības iestādēs. Medicīniskais apģērbs ir ārsta atšķirīgā iezīme, kas viņu izceļ uz pacientu fona un viņš ir viegli atpazīstams.

Kā liecina apdrošināšanas sabiedrības ERGO Veselības apdrošināšanas polišu izmantošanas dati, līdz ar Covid-19 saslimstības mazināšanos jeb pēc - pandēmijas posma pieaudzis pieprasījums pēc ikdienas medicīnas pakalpojumiem, izmeklējumiem, mentālās un fiziskās rehabilitācijas, kā arī nopietnu, akūtu saslimšanu ķirurģiskas ārstēšanas. Ņemot vērā šos datus, medicīnas iestādes joprojām ir ļoti pieprasītas

vietas mūsu valstī un attiecīgi arī medicīnas apģērbu un citu medicīnas aizsardzības līdzekļu pieprasījums kļūst par vēl vairāk aktuālu preču grupu.

Ir arī svarīgi justies moderni, eleganti, ērti, pārlicināti, kā arī iespaidīgi un mūsdienu medicīnas apģērba plaša izvēle nosaka ne tikai ērtību un praktiskumu, bet arī estētiku, kas ir ļoti svarīgi medicīnas nozarē.

Pētījuma mērķis: Izpētīt medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecības attīstības iespējas Daugavpils reģionā.

Pētījuma metodes: Literatūras, zinātnisko rakstu un informācijas avotu analīze, sekundāro datu analīze, grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Izanalizējot iegūtos datus, tiek novērtēta medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecības nozare un tās attīstības perspektīvas Daugavpils reģionā. Izpētot pieejamos datus, tiek iegūta informācija par medicīnas iestādēm un klientiem, kas iesaistīti medicīnas nozarē Daugavpils reģionā.

Atslēgas vārdi: medicīnas apģērbi un apavi; attīstības iespējas; tirdzniecība

Agnese Adijāne. LATVIJAS TŪRISMA NOZARES KONKURĒTSPĒJA UN IZAICINĀJUMI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Tūrisma nozarē pastāv vairāki izaicinājumi, kas var ietekmēt tās konkurētspēju un turpmāko attīstību. Saskaņā ar Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūras datiem, 2020. gadā Latviju apmeklēja 1,2 miljoni starptautisku tūristu, kas ir par 56% mazāk nekā iepriekšējā gadā. Joprojām 51% no tūrisma nozares uzņēmumiem Latvijā saskaras ar Covid-19 radītajām negatīvajām sekām (2022, TAVA). Turklāt pastāvīgas globālās tendences, piemēram, klimata pārmaiņas un demogrāfiskie izaicinājumi, prasa no tūrisma nozares pielāgošanos un inovācijas. Šajā kontekstā ir svarīgi izpētīt un analizēt Latvijas tūrisma nozares konkurētspēju un izaicinājumus, lai identificētu efektīvus risinājumus un stratēģijas tās attīstībai un ilgtspējībai.

Pētījuma mērķis: Identificēt Latvijas tūrisma nozares galvenos izaicinājumus, kas var ietekmēt nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī.

Pētījuma metodes: Literatūras un interneta resursu analīze, sekundāro datu analīzi un interviju. Iegūto datu apstrādei izmantota aprakstošā statistikas metode, transkripcija un grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Tika identificēti galvenie izaicinājumi, kas ietekmē Latvijas tūrisma nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī, tostarp infrastruktūras trūkums, zema tūrisma sezonas intensitāte, ierobežotā piekļuve finansējumam, kvalificēta darbaspēka trūkums un citas problēmas. Tika izstrādāti ieteikumi, kā uzlabot tūrisma nozares attīstību Latvijā un palielināt tās konkurētspēju.

Atslēgas vārdi: tūrisms; ekonomiskā attīstība; ceļošana; konkurētspēja



Ričards Sļeņģis. TIEŠSAISTES FITNESA TRENERA PAKALPOJUMI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"
E-pasts: slengissricards@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Saskaņā ar Amerikas Sirsds asociācijas 2021.gada statistiku, ASV pieaugušie pavada vidēji 10,5 stundas dienā, pieslēdzoties medijiem, piemēram, viedtālruniem, datoriem vai televizora skatīšanai. Un šis laiks lielākoties tiek pavadīts sēdus. Tāpēc pēdējo 10 gadu laikā vēlme pēc fiziskām aktivitātēm ir pieaugusi, saskaņā ar IHRSA (Starptautiskā veselības, rāķešu un sporta klubu asociācija) datiem, veselības un fitnesa nozare ASV, kas ir 30 miljardu dolāru vērtībā, pēdējo desmit gadu laikā pieaugot, par vismaz 3–4% gadā. Pieprasījumam pēc fiziskām aktivitātēm seko pieprasījums pēc profesionālas trenera apmācības. Pateicoties mūsdienu tehnoloģijām, fitnesa treneru pakalpojumus var iegādāties netikai klātienē, bet arī tiešsaitē. Pēc "Mind+Brain" statistikas datiem 75% sporta zāles apmeklētāju ir iegādājušies arī tiešsaistes vai virtuālās fitnesa programmas. Tiešsaistes un virtuālā fitnesa pakalpojumi ir palikuši ļoti populāri, un to pieprasījums pieaug. Pēc "GlobeNewswire" pētījuma rezultātiem ir paredzēts, ka tiešsaistes un virtuālā fitnesa tirgus sasniegs 79 miljardus ASV dolāru līdz 2026 gadam.

Pētījuma mērķis: Novērtēt tiešsaistes fitnesa treneru attīstības iespējas interneta vidē.

Pētījuma metodes: Esošo tiešsaistes fitnesa treneru platformu analīze, Literatūras analīze, sekundārie datu analīze, tirgus lieluma noteikšana.

Atslēgas vārdi: fitness; treneris; tiešsaiste

Daniela Maksimčika. ADĪJUMU UN VILNAS IZSTRĀDAJUMU SEGMENTA ATTĪSTĪBA LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"
E-pasts: danielamk123@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās ar rokām darināti izstrādājumi tirgū tiek pozicionēti kā unikāls un kvalitatīvs produkts, kas piesaista pircējus. Latvijā adījumu piedāvājums ir ļoti nekvalitatīvs un neatbilst savai cenai. Ļoti daudz tirdzniecības vietu piedāvā lielu klāstu nekvalitatīvu vilnas izstrādājumu par neatbilstošu cenu, un šie izstrādājumi kalpo tikai gadu vai divus. (Dagnija Lepere).

Pētījuma mērķis: Veikt analīzi par Latvijas iedzīvotāju attieksmi pret kvalitatīviem adījumiem un vilnas izstrādājumiem, un sintētiskiem izstrādājumiem, kas ietekmē ādas veselību. Novērtēt adījumu un vilnas izstrādājumu segmenta attīstību Latvijā.

Pētījuma metodes: Izpētīt kādus adījumu izstrādājumu pērk Latvijas iedzīvotāji. Analizēt iegūtos rezultātus un noteikt kādi ir Latvijas iedzīvotāju paradumi saistībā ar adījumiem un vilnas izstrādājumiem. Noteikt adīšanas biznesa priekšrocības un trūkumus.



Sasniegtie rezultāti: Latvijas iedzīvotāju vidū ir veikta interneta resursu analīze par cilvēka paradumiem valkāt adījumus, noteikti adīšanas biznesa priekšrocības un trūkumi, secinājumi par to kādus adījumu izstrādājumus pērk Latvijas iedzīvotāji.

Atslēgas vārdi: adījumi; vilna; popularizēšana; kvalitāte

Matīss Nitišs. KAFIJAS AUTOMĀTU TIRDZNIECĪBAS IESPĒJAS SPECIALIZĒTĀ VEIKALĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: matiss.nitiss@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Kafijas patēriņš pieaug ar katru gadu, tai skaitā Latvijā. Līdz ar kafijas pupiņu patēriņa pieaugumu, mainās arī cilvēku paradumi attiecībā uz kafijas pagatavošanu. Ja agrāk populārākais veids kā pagatavot kafiju bija apliet šķīstošo kafiju ar karstu ūdeni, tad mūsdienās aizvien vairāk cilvēku izmanto kafijas automātus, lai pagatavotu kafiju no svaigām pupiņām. Latvijā kafijas automātu patēriņš un pārdošana ir arvien pieaugoša tendence. Pēc "BRC Market research" datiem, 2022.gadā kopējais pārdoto kafijas automātu apgrozījums Latvijā sasniedza 12 200 000 EUR, kas ir par 4% vairāk nekā 2021. gadā. Šis pieaugums liecina par to, ka cilvēki cenšas ērtības un ātrumu savienot ar kvalitatīvu kafijas baudīšanu. Kafijas automāti nodrošina vieglu un ērtu kafijas pagatavošanu, kas var būt īpaši vērtīgi cilvēkiem, kuriem ir ātrs dzīvesveids un tie nevēlas tērēt laiku kafijas pagatavošanai. Kafijas automātu pārdošanas pieaugums Latvijā ir zīme tam, ka cilvēki cenšas atrast jaunus un ērtus veidus, kā baudīt savu iecienītāko dzērienu, vienlaikus nezaudējot kvalitāti un garšu.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt specializēta kafijas automātu veikala attīstības iespēju Latvijā ar fizisku lokāciju un arī e-veikalu.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, anketēšana, sekundāro datu apstrāde. Tiks analizēti kafijas automātu pārdošanas rādītāji Latvijā, patērētāju kafijas dzeršanas paradumi, kā arī specializētu kafijas automātu veikalu daudzums Latvijā un to finanšu rādītāji.

Atslēgas vārdi: kafija; kafijas automāts; Latvija; specializēts veikals

Lāsma Krūmiņa. UZŅĒMĒJDARBĪBAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS SKAISTUMKOPŠANAS PAKALPOJUMU SNIEGŠANĀ PREIĻU NOVADĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: lasma.dzene.ld@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmējdarbības uzsākšana vienmēr saistās ar iespējamiem finanšu līdzekļu zaudēšanas riskiem. Veidot biznesu skaistumkopšanas nozarē bez iepriekšējas situācijas izpētes būtu

nesaprātīgi. Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka darba samaksa Preiļu novadā 2021. un 2022. gadā ir pieaugusi. Pašvaldības veiktajā aptaujā, 2022. gadā, par iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi Preiļu novadā, vairākums (209) no 339 respondentiem izteica, ka ir apmierināti ar dzīvi novadā. Tomēr 2022. gadā lielu satricinājumu ekonomikai pasaulē un Latvijā izraisīja izmaiņas ģeopolitiskajā situācijā, inflācija, enerģijas cenu lēciens un sadārdzinājums pārtikas cenām, traucējumi piegādes ķēdēs. (Latvijas ekonomikas attīstības pārskats, Ekonomikas ministrija, 2022.) Dzīves dārdzība Latvijā ir strauji pieaugusi, un iedzīvotāji izvērtē savus tēriņus piesardzīgāk. Daudzi šajā grūtajā laikā izvērtē nepieciešamību apmeklēt skaistumkopšanas salonus, tomēr ir iedzīvotāju kategorijas, kuri neatsakās no sev pierastajām procedūrām. Lielai daļai mūsdienu cilvēku, neatkarīgi no atrašanās vietas un maciņa biezuma, to nosaka viņu sociālais statuss, darbā ieņemamais amats, vai vienkārši savas emocionālās labsajūtas vadīts, izjūt nepieciešamību sevi estētiski sakopt.

Pētījuma mērķis: Novērtēt jauna uzņēmuma skaistumkopšanas pakalpojumu sniegšanā izveides iespējas Preiļu novadā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze – statistisko datu analīze, grafiskā analīze un anketēšana – aptaujas mērķis noskaidrot potenciālo klientu viedokli par pakalpojumu pieejamību un kvalitātes - cenas atbilstību viņu prasībām un pirktspējai.

Sasniegtie rezultāti: Veicot novērtējumu skaistumkopšanas uzņēmumu attīstības iespējām Preiļu novadā, balstoties uz pētījuma rezultātiem, tika secināts, ka jauna uzņēmuma izveides iespējas pastāv. Lai sekmētu iespēju īstenošanu, jāveic padziļināta izpēte sava biznesa ģeogrāfiskās atrašanās vietas izvēlē, konkurentu pakalpojumu klāsta un cenu izpēte.

Atslēgas vārdi: Skaistumkopšana Preiļu novadā; uzņēmējdarbība; konkurence

Justīne Matisone. TŪRISMA NOZARE PĒC COVID-19 PANDĒMIJAS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: justinematisone@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Lai gan kopš 2021. gada maija tūrisma nozares apgrozījuma rādītājos ir manāms uzlabojums, 2021. gada septembrī tas joprojām bija tālu no pirms-pandēmijas līmeņa. Attiecīgi izmitināšanas nozarē kritums bija par 42% salīdzinājumā ar 2020. gada janvāri, bet ceļojumu biroju, tūrisma operatoru rezervēšanas pakalpojumu sniedzējiem samazinājums bija par 44%. Covid-19 krīze tūrisma mītnes nav skārusi vienādi – ir uzņēmēji, kas arī šajā laikā spēj atrast veidus, kā pielāgoties un piesaistīt tūristus, neciešot lielus zaudējumus, ir tādi, kuri pārstrukturējuši savu darbību un krīzi pārcieš, ienākumus ģenerējot ar cita veida uzņēmējdarbību, bet ir tādi, kuri darbību tūrisma nozarē pārtraukuši uz laiku vai pilnībā. 2021. gada 9 mēnešos Latvijas tūristu mītnēs apkalpots 1 miljons ārvalstu un vietējo viesu, kas ir par 18.7% mazāk nekā 2020. gada attiecīgajā periodā 2021. gada vasaras mēnešos, tāpat kā gadu iepriekš, tūristu aktivitāte nedaudz atjaunojās līdz ar ierobežojumu mīkstināšanu, tomēr tā bija vājāka nekā 2019. gadā (Latvijas Banka, 2022).

Pētījuma mērķis: Novērtēt tūrisma nozares attīstības iespējas pēc Covid-19 pandēmijas.

Pētījuma metodes: Mēdiju monitorings, lai iegūtu priekšstatu par norisēm tūrisma nozarē pēc pandēmijas, noskaidrot izmaiņas mērķauditorijas vajadzībās un vēlmēs, kā arī Sekundāro datu analīze, lai teorētiski izpētītu tūrisma nozari pēc Covid-19 pandēmijas.

Atslēgas vārdi: tūrisms Latvijā; tūrisma nozares attīstība



Laura Jansone. FINANŠU RISKI SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS UZSĀKŠANAI SKAISTUMKOPŠANAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"
E-pasts: laura.jansone2000@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pēdējo gadu notikumi, kas noteiktu laika periodu ietekmēja skaistumkopšanas nozari kopumā, bija COVID-19 pandēmija. Periods, kad bija jāievēro karantīna un darbības apturēšana. Pandēmijas sekas ekonomikā ir redzamas ar straujo inflācijas pieaugumu. Pēc Centrālās statistikas datiem, patēriņa cenu pārmaiņas 2023. gada janvārī salīdzinot ar 2019. gada janvāri ir 32.8%. Tas nozīmē, ka pirkatspēja 100.00 eiro apmērā 2019. gada janvārī ir vienāda ar 132.80 eiro 2023. gada janvārī. Kopējais cenu pieaugums, protams, daļēji ir arī Ukrainas kara rezultātā. Straujš un ievērojams materiālu un izejvielu cenu kāpums veido krietni lielāku skaistumkopšanas procedūru pašizmaksu. Šādos apstākļos ir grūtāk uzsākt saimniecisko darbību skaistumkopšanā, jo ir nepieciešams lielāks sākuma kapitāls nekā līdz šim tas ir bijis. Arī skaistumkopšanas apmācību cenas ir pieaugušas, kas jaunajiem speciālistiem ir nepieciešamas, lai varētu veiksmīgi uzsākt saimniecisko darbību. Sociālie tīkli mūsdienās ir galvenā reklāmas platforma, kur ir iespēja pasniegt savas darbības ideju, iepazīstināt ar saviem pakalpojumiem. Šobrīd arī reklāmu izvietošana sociālajos tīklos ir papildus izmaksas, taču laba iespēja sasniegt lielāku auditoriju. "Gemius Latvia" apkopotie 2017. gada dati liecina, ka Latvijā tīmeklī ir sasniedzami 82% iedzīvotāju un dažādus sociālos tīklus ikdienā lieto 57,1%. Pētījumi apliecina, ka sekošana kādam zīmolam sociālajos tīklos veicina tā preču vai pakalpojumu iegādi. (Swedbank biznesam, 2018).

Pētījuma mērķis: Identificējot finanšu riskus saimnieciskās darbības uzsākšanā skaistumkopšanas nozarē, izstrādāt priekšlikumus to mazināšanai.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, sekundāro datu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode.

Atslēgas vārdi: skaistumkopšana; riski; saimnieciskā darbība

Oļegs Hindogins. ALKOMETRS KĀ OBLIGĀTĀ PRASĪBA, VADOT AUTOMAŠĪNU

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"
E-pasts: olegs.hindogins@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Izpētot pēdējo 20 gadu statistiku, pēc Ceļu Satiksmes Drošības Direkcijas datiem uz 2022. gadu no kopējiem ceļu satiksmes negadījumiem alkohola reibumā sastāda 5,9%, savukārt uz 2001. gadu - 14,7%. Ir skaidrs, ka alkohola reibumā ceļu satiksmes negadījumi ir mazinājušies, tomēr autors uzskata, ka 5,9% arī ir liels rādītājs, jo tās ir cilvēku dzīvības. Katra cilvēka dzīvība ir svarīga, tāpēc pēc autora domām ir jāpilnveido automašīnas obligātais komplekts, kas uz doto brīdi sastāv vien no medicīniskās aptiecināšanas. Autors uzskata, ka komplektā jābūt alkometram, kurš obligāti jālieto pirms



braukšanas uzsākšanas. Alkometrs ir piesaistīts tīklam, kur pēc GPS ceļu satiksmes policija nolasa alkometra datus, tā rezultātā būs skaidrs, vai autovadītājs atrodas alkohola reibumā. Izpētīt reģistrēto automašīnu skaitu Latvijā, kas uz 2022. gadu sastāda 1015480 automašīnas vienību, alkometram būtu jābūt kā obligātajai prasībai, kuru var saņemt pie ikgadējās tehniskās apskates.

Pētījuma mērķis: Izpētīt alkometra vajadzību kā obligātu prasību autovadītājiem.

Pētījuma metodes: Autors izmantos dokumentu analīzes metodi, grafisko analīzi.

Sasniegtie rezultāti: Ieviešot alkometru kā obligāto prasību, samazināsies dzērājsoferu skaits, kā rezultātā tiks pasargātas cilvēku dzīvības.

Atslēgas vārdi: alkometrs; automašīnas obligātais komplekts; CSDD

Džeina Aniņa. GARĪGO PRAKŠU CENTRU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: dzeina.anina@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Cilvēki mēģina meklēt jaunas formas un veidus, kā mūsdienās rast atbildes uz eksistenciāliem jautājumiem, proti, kā dzīvot autentisku dzīvi saskaņā ar savu dziļāko, patieso būtību, rūpējoties par citiem šajā pasaulē un arī par pašu pasauli?

Juris Rubenis, teoloģijas doktors, atbildot uz jautājumu, kāpēc mūsdienās ir tik liels pieprasījums pēc šādiem kursiem, sniedza sekojošu atbildi: «Es domāju, ka garīgums mūsdienās saistās ar konkrētu instrumentu apgūšanu dažādu dzīves strupceļu risināšanai un izaugsmei. Uzskatu, ka cilvēki pa šo laiku nav kļuvuši mazāk garīgi, taču viņi ir kļuvuši prasīgāki. Vēlas ko praktisku, ļoti konkrēti dzīvē lietojamu, nevis teorētiskus pārspriedumus.»

Tas nosaka nepieciešamību pēc telpas un vietas, kur cilvēkiem palīdz augt, rast uzticamus līdzgaitniekus, kuru pavadībā rast atbildes uz saviem jautājumiem, mācīties kļūt par atvērtāku, patiesāku, līdzsvarotāku un mīlošāku cilvēku pašam pret sevi, citiem un pasauli kopumā, proti, garīgo prakšu centriem, kas sniedz cilvēkam pašizziņas, apziņas paplašināšanas, garīgo meklējumu un attīstības atbalstu.

Pētījuma mērķis: Novērtēt garīgo prakšu centru attīstības iespējas Latvijā.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantotas sekojošas metodes - literatūras un interneta resursu analīze, un sekundāro datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā rezultātā veikts garīgo prakšu centru nozares novērtējums Latvijā. Pētījuma metodes sniedza iespēju izvērtēt attīstības iespējas jauniem garīgajiem prakses centriem Latvijā, kā arī izvirzīt secinājumus un priekšlikumus garīgo prakšu nozares attīstībai Latvijā.

Atslēgas vārdi: garīguma prakses; attīstība; inteliģence; centrs



Agnese Štauere-Tomsone. UZKOPŠANAS NOZARES ATTĪSTĪBAS TENDENCES

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: agnese.stauere@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Uzkopšanas nozare nodrošina tīrību un kārtību kā uzņēmumos, tā arī mājāsaimniecībās. "Latvijas Profesionālās uzkopšanas un apsaimniekošanas asociācijas" veiktais pētījums liecina, ka uzkopšanas tirgus Latvijā pieaug nenozīmīgi un galvenais tirgus dalībnieku loks ievērojami nemainās (db.lv). Pēdējo gadu laikā nozare ir piedzīvojusi dažādas izmaiņas - pāreju uz dabai draudzīgu materiālu un metožu izmantošanu, kā arī izmaiņas pieprasīto pakalpojumu specifiskā un prasībās. Svarīgs pagrieziena punkts nozarē bija arī COVID-19 pandēmija, kad līdz ar pieprasījuma mazināšanos uzņēmumu telpu uzkopšanai un vispārējās finanšu situācijas pasliktināšanos, īpaši aktuāli kļuva dezinfekcijas pasākumi, vīrusa izplatības samazināšanai. Problēma, kas nozarē vienmēr ir bijusi aktuāla ir kvalificēts darbspēks un grūtības piesaistīt uzkopējus. Liela problēma nozarē ir arī ir liels uzņēmumu skaits, kas atrodas ēnu ekonomikas zonā, kas likumsakarīgi noved pie negodīgas konkurences, tāpēc 2020. gadā "Latvijas Profesionālās uzkopšanas un apsaimniekošanas asociācija" un Valsts ieņēmumu dienests parakstīja vienošanos par sadarbību nodokļu administrēšanas un sadarbības jomā. Pēc asociācijas aplēsēm pakalpojumu sniedz vairāki simti uzņēmumu un 25 no tiem arī aktīvi piedalās publiskajos iepirkumos, taču konkurences koncentrācija noteiktos segmentos nozarē nav izteikta (db.lv). Ēnu ekonomikas mazināšana, kvalificēts darbspēks, konkurētspējīgs atalgojums un mūsdienīga automatizēta aprīkojuma, kā arī dabai draudzīgu tīrīšanas līdzekļu izmantošana nozarē, var paaugstināt uzņēmumu konkurētspēju un piedāvātā pakalpojuma kvalitāti.

Pētījuma mērķis: Novērtēt profesionālās uzkopšanas nozares attīstības iespējas un potenciālos riskus Latvijā.

Pētījuma metodes: Padziļinātās intervijas, dokumentu analīze (uzņēmumu finanšu pārskati/nefinanšu informācijas ziņojumi), sekundāro datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Novērtēta nozares esošā situācija un veiktie pasākumi ēnu ekonomikas īpatsvara mazināšanai, veikti secinājumi un izstrādāti priekšlikumi nozares attīstības veicināšanai.

Atslēgas vārdi: uzkopšana; darbspēks

Ieva Taraškeviča. VESELĪGO ĒDIENU PIEGĀDES PAKALPOJUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS DAUGAVPILS PILSĒTĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: ieva_taraskevica@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Maltīšu pasūtīšana no kafejnīcām ar piegādi kļūst arvien populārāka, it īpaši tā tiek novērtēta šobrīd, kad daudziem cilvēkiem nepietiek laika gatavot sev veselīgo ēdienu. 21.gadsimts ir trauksmainības un steigas pārpildīts laikmets, kura ietekmē, starp ikdienas pienākumiem, aizmirstam piedomāt par to kā un ar ko mēs barojam savu organismu. Pat tiem cilvēkiem, kuriem pareiza maltīte ir



svarīga dzīves sastāvdaļa, ne vienmēr ir iespēja atrast laiku produktu sagādei un pagatavošanai, nemaz nerunājot par virtuves tīrīšanu un trauku mazgāšanu pēc gatavošanas procesa. Ēdiens ir tava degviela, tavs galvenais enerģijas un veselības avots, it īpaši, ja cilvēkam ir smags fizisks vai emocionāls darbs, kur viņš tēre daudz enerģijas. Ēdienu piegādes pakalpojums ir abpusējs ieguvums, gan ēdināšanas uzņēmumam, gan tā klientiem - uzņēmumi iegūst klientus, savukārt, klienti iegūst gardu un veselīgu maltīti un ietaupa savu laiku. (Li, Mirosa, & Bremer, 2020).

Pētījuma mērķis: Izanalizēt veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma attīstības iespējas Daugavpils pilsētā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze - esošo pētījumu un statistikas datu analīze. Aptauja ar mērķi noskaidrot potenciālo klientu viedokli par veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma izmantošanu ikdienā.

Sasniegtie rezultāti: Iegūti dati par veselīga ēdiena piegādes pakalpojumiem Daugavpils pilsētā, novertēti konkurenti, kuri nodarbojas ar līdzīgo jomu.

Atslēgas vārdi: veselīgs ēdiens; piegāde; pakalpojums; Daugavpils

Jēkabs Jānis Tīss. BUNGU SKOLAS PAKALPOJUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS TALSU NOVADĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: tiss.jekabs@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Bungu spēlēšana paātrina sirdsdarbību un asinsriti kā aerobais treniņš; nodarbina kreiso un labo smadzeņu pusi (Feathers, 1995), sinhronizē smadzeņu priekšējās un apakšējās daļas, paaugstina IQ līmeni (Shellenberg, 2003), kalpo kā fizikālā terapija un mazina stresu, uzlabo sociālās iemaņas, vairo pašapziņu, attīsta abstrakto domāšanu, palielina killeru šūnu skaitu, kas spēj cīnīties pret slimībām (Mikenas, 2004). Latvijā ir 110 mūzikas skolas, kur situminstrumentu nodaļā 7-11 gadus veci bērni var sākt apgūt arī bungu spēli; mācību ilgums 6 gadi (Talsu mūzikas skola, 2023). Savukārt bungu skolās nav šāda vecuma ierobežojuma, tiek pieņemti interesenti no 3 gadiem līdz neierobežotam vecumam; mācību ilgumu nosaka indivīds - tas var būt vairāki mēneši vai vairāk kā 10 gadi (Grauds, 2023). Latvijā bungu skolas (kā A. Grauda bungu skola, V.Samta bungu studija. Drumstarz, SV Bungu Studija) pārsvarā atrodas tikai Rīgā; filiāles Ogrē un Siguldā (Ogres novads, 2019).

Pētījuma mērķis: Izpētīt bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze, literatūras un interneta resursu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode.

Sasniegtie rezultāti: Ir veikts nozares raksturojums un izvērtētas bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā.

Atslēgas vārdi: bungu spēlēšana; mūzikas skolas sitaminstrumentu nodaļa; bungu skola



Kristers Kalva. PERSONĀLA ATLASES PROCESS FINANŠU NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: zkristers.kalva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.Psych., docente Jekaterina Bierne

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Šī anotācija apkopo pētījumu par personāla atlasē procesu finanšu nozarē, kurā izvērtēti procesa būtiskie elementi un to ietekme uz uzņēmuma veikspēju. Pētījuma aktualitāte ir saistīta ar nepieciešamību uzlabot personāla atlasē procesu finanšu nozarē, kur darbojas augsti kvalificēti speciālisti.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir izvērtēt personāla atlasē procesu finanšu nozarē un noteikt tā ietekmi uz uzņēmuma veikspēju un konkurētspēju. Pētījumā tiek apskatīti dažādi procesa posmi, tostarp vakances izsludināšana, kandidātu atlasīšana, intervēšana un izvēle, kā arī jaunu darbinieku integrācija. Pētījumā tiek analizēti arī dažādi personāla atlasē instrumenti, tostarp kompetenču vērtēšana un personības testi.

Pētījuma metodes: Pētījuma veikšanai tika izmantotas dažādas metodes, tostarp intervijas ar uzņēmumu pārstāvjiem un aptaujas starp uzņēmuma darbiniekiem. Pētījuma rezultāti liecina, ka kritiski svarīgi ir rūpīgs kandidātu atlasē process, lai nodrošinātu, ka jaunie darbinieki atbilst uzņēmuma prasībām un standartiem. Turklāt, svarīgi ir, lai jaunie darbinieki spētu strādāt komandā un pieņemtu lēmumus, kas atbilst uzņēmuma mērķiem un stratēģijai.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti arī liecina, ka uzņēmumiem ir jāuzlabo savu personāla atlasē procesu, izmantojot inovatīvus un uz cilvēkiem orientētus risinājumus, kas palīdzēs piesaistīt un saglabāt augsti kvalificētus darbiniekus. Turklāt, uzņēmumiem jāņem vērā arī dažādi aspekti, lai efektīvi veiktu darbinieku atlasē. Kopumā, pētījuma rezultāti norāda uz personāla atlasē procesa nozīmi finanšu nozarē un uz to, kā uzlabot procesu, lai nodrošinātu uzņēmuma konkurēt spēju un veikspēju. Iegūtie rezultāti var kalpot kā pamats turpmākiem pētījumiem un var būt noderīgi uzņēmumiem, kuri vēlas uzlabot savu personāla atlasē procesu finanšu nozarē. Turklāt, šis pētījums var būt arī noderīgs akadēmiskajiem pētniekiem, kas interesējas par personāla pārvaldību un uzņēmējdarbības efektivitāti.

Atslēgas vārdi: personāls; atlase; pētījums; uzņēmums; nozare

Nils Rūdolfs Tēts. PERSONĀLA APMĀCĪBU PROCESS CELTNIĒCĪBAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: nils.tets@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Aktuāla katram cilvēkam, kas ir darba meklējumos neatkarīgi no vecuma vai zināšanām. Intervija ar trīs celtniecības organizāciju vadītājiem, kur centīsies rast atbildes uz jautājumiem par to kā tiek veikts personāla; apmācību process celtniecībā, kas tajā tiek iekļauts, kā jauniešus, kas absolvējuši augstskolu celtniecības nozarē, vai tikai ar vidusskolas izglītību, vai jau pieredzējušus cilvēkus apmāca un sagatavo šai nozarei. Noskaidrot, kam jābūt zināmam, vai kas papildus jāapgūst, ko sagaidīt no apmācībām, u.c.



Pētījuma mērķis: Noskaidrot un uzzināt, kas un vai ir nepieciešamas zināšanas celtniecības nozarei, un ja ir, tad kādas.

Pētījuma metode: Intervija ar celtniecības uzņēmumu vadītāju. Pēc sniegtās intervijas un personīgās pieredzes informācijas apkopošana.

Atslēgas vārdi: celtniecība; personāls; apmācības; jaunieši

Kristaps Dambinieks. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI ORGANIZĀCIJĀ LATVIJAS FINIERIS AS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: kristaps.dambinieks@finieris.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Laikā, kad darba tirgū ir labu darbinieku/speciālistu trūkums, saprast, kā piesaistīt darbiniekus, motivēt tos strādāt tā, lai uzņēmums spētu sasniegt nospraustos mērķus. Kas ir jādara uzņēmumam, lai noturētu esošos darbiniekus/speciālistus. Kādas ir tendence kadru mainībā ražojošajā nozarē un salīdzinājums ar to, kāda kadru mainība ir Latvijas Finieris AS. No iegūtajiem datiem, uzņēmuma valdei kopīgi ar personāldaļu, būs iespēja salīdzināt stāvokli uzņēmumā pret nozari, un nepieciešamības gadījumā pieņemt kādus lēmumus, lai uzlabotu situāciju ar mazāku kadru mainību.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot kādi Latvijas Finierī AS ir darbinieku motivēšanas instrumenti, gan materiālie, gan nemateriālie.

Pētījuma metodes: Intervija ar uzņēmuma HR speciālistu un 20 darbinieku anketēšana.

Atslēgas vārdi: instrumenti; intervija; anketēšana; motivācija

Evita Stronova. PERSONĀLA ATLASES PROCESS AZARTSPĒĻU NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: evita_stronova@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Azartspēļu nozare mūsdienās ir kļuvusi par atpazītu un iecienītu izklaides veidu dažādām mērķauditorijas grupām. Katru gadu ir vērojams milzīgs apmeklētāju pieaugums. Katra azartspēļu iestāde rūpējas, lai koncepts ko tie sniedz turpinātu apmierināt apmeklētāju velmes, līdz ar to tie sniedz daudz un dažādus bezmaksas pakalpojumus klientiem, lai piesaistītu tos, un audzinātu apmeklētāju skaitu. Līdz ar to šādas iestādēs vienmēr būs augsts darba pieprasījums, bet ne vienmēr un visi var pretendēt uz šādu darba vietu. Darbs kā tāds azartspēļu nozarē ir grūts un ļoti atbildīgs kā arī ir diezgan daudz dažādas stresa situācijas. Maksimāli liela uzmanība tiek pievērsta atlases procesam šajā darba vietā, jo uzņēmuma galvenais resurss ir darbinieki, jo apmierinātāki un motivēti tie ir, jo labāk tie veicina uzņēmuma attīstību ātrāk un kvalitatīvāk.



Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla atlases procesu azartspēļu nozarē, un sagatavot rekomendācijas labāko kandidātu izvēlei, darba vietas sistēmas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Azartspēļu nozares darbinieku anketēšana, ar mērķi uzzināt darbinieku viedokli par atlases procesu darba vietas iegūšanai. Azartspēļu nozares personāla daļas vai vadītāju intervija, ar mērķi uzzināt, kā tiek atlases procesā izvēlēts īstais kandidāts vēlamajam amatam. Darbinieku un personālas nodaļu darbinieku atbilžu salīdzināšana un izpēte, rezultātā iegūstot ideālu atlases sistēmas veidu.

Sasniegtie rezultāti: Izpētīti azartspēļu nozares uzņēmumi un to atlases veidi ir veikti secinājumi izrietot no iegūtajiem datiem un izstrādātas rekomendācijas azartspēļu uzņēmumiem par efektīvu atlases procesa pielietošanu vēlamajiem darbiniekiem.

Atslēgas vārdi: azartspēļu uzņēmumi; atlases process; darbinieki

Kristiāna Kazāka¹, Jeļena Platonenko². IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA UZŅĒMUMĀ SIA “KRISTĪNE B”

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Vadībzinības”*

E-pasts: ¹kristiana.kazaka13@gmail.com, ²eplatonenko1512@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Veiksmīga iekšējā komunikācija uzņēmumam var sniegt lielus panākumus un veiksmīgu attīstību. Ir svarīgi uzturēt iekšējo komunikāciju pilnvērtīgā un augstā līmenī, lai spētu klientiem, kā arī darbiniekiem sniegt pozitīvu un noderīgu saikni ar uzņēmumu. Mūsdienās spēja komunicēt, argumentēti pamatot savu viedokli un uzstādīt uzņēmuma mērķus ir liela vērtība. Ja uzņēmumā iekšējā komunikācija nav attīstīta, tad darbinieki netiek pilnvērtīgi nodrošināti ar informāciju, darbavietā var izplatīties nepatīcas ziņas, kas liek darbiniekiem sajūst stresu un strādāt nedrošībā, neziņā. Izpētot iekšējo komunikāciju, noteikti nonāksim pie secinājuma, vai tā ir efektīva un vai uzņēmumu ietekmē pozitīvi.

Pētījuma mērķis: Izpētīt uzņēmuma SIA “Kristīne B” iekšējo komunikāciju un izstrādāt priekšlikumus tās pilnveidošanai nākotnē.

Pētījuma metodes: Pētījumā izmantotas kvantitatīvās (anketēšana) un kvalitatīvās (intervija) pētījuma metodes. Pētījumā tika veikta teorijas izpēte, lai iegūtu informāciju par iekšējo komunikāciju. Anketēšana - tika anketēti uzņēmumā strādājošie darbinieki, lai noskaidrotu viņu viedokli par iekšējās komunikācijas aktualitāti un nozīmi uzņēmumā. Intervēšana - tika intervēts uzņēmuma vadītājs, lai noskaidrotu iekšējās komunikācijas kvalitātes iezīmes. Pētījumā analizētie dati tika iegūti izmantojot Google Veidlapas elektroniskās aptaujas metodi. Visiem pētījuma mērķa grupas pārstāvjiem - uzņēmuma SIA “Kristīne B” darbiniekiem - uz e-pastu tika nosūtīta individuāla saite Google Veidlapas elektroniskajai aptaujas anketas aizpildīšanai.

Atslēgas vārdi: iekšējā komunikācija; uzņēmums



Artis Kristians Liepiņš. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA ORGANIZĀCIJĀ “EUROPIAN LAW STUDENTS ASOCIATION (ELSA LATVIA)”

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Vadībzinības”*

E-pasts: a.liepins2@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Šī tēma ir aktuāla un nozīmīga ikvienai organizācijai, jo iekšējā komunikācija ir pamats, veiksmīgas organizācijas darbībai, kas palīdz uzturēt veselīgu iekšējo darba vidi un nodrošināt mērķu realizāciju un organizācijas attīstību. Organizācija ir tendēta uz savstarpēju komunikāciju starp biedriem un sadarbības partneriem, kas darbojas kopējās programmas mērķa vadīti. Lai būtu iespējams virzīties pretī organizācijas uzstādītajam mērķim, organizācijas biedriem ir būtiski jāsadarbojas, jo tas ir viņu interesēs veidot veselīgu un labu iekšējo komunikāciju, kas rezultētos ar kopēju pienesumu, mērķu sasniegšanai. Ne reti arī tiek izmantoti palīginstrumenti jeb dažādas metodes, kas palīdz uzlabot un veidot veselīgu darba vidi gan motivējot, gan atbalstot biedrus, taču, nereti, nākas arī saskarties ar mestiem šķēršļiem komunikācijā vai uzdevumu veikšanā.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, uz kā tiek balstīta iekšējā komunikācija organizācijā “Elsa Latvia”, vai tiek pielietoti kādi instrumenti veiksmīgas iekšējās komunikācijas veicināšanai, kā arī, noskaidrot, lielākos šķēršļus iekšējās komunikācijas veicināšanai vai uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota teorētiskā literatūras analīze, kā arī iepriekš veiktu pētījumu analīze. Empīriskajā pētījumā tika izmantota aptauja, datu iegūšanai un rezultātu apkopošanai. Jautājumi tika veidoti īsi un konkrēti, lielākoties, ar izvēles variantiem un izvēles rūtiņām, lai anketas aizpildīšana neprasītu daudz laika no respondenta. Ir iekļauta arī intervija ar organizācijas vadītāju.

Atslēgas vārdi: sadarbība; bāzēts; komunikācija; organizācija; mērķi

Aija Mežapuķe. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI BANKĀ VIVID GMBH

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Vadībzinības”*

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pētnieki un vadītāji ir radījuši darba motivācijas jēdzienu, lai labāk izprastu motivācijas ietekmi uz uzņēmumiem un organizācijām, viņi atzīst nepieciešamību radīt šo emociju - motivāciju, lai darbinieki pieliktu vairāk pūles pie darba pienākumu izpildīšanas un spertu ekstra soli. Vadītāji sāka likt lielāku uzsvaru uz sociālo klimatu un attiecībām starp darbiniekiem un darba vietu, elementiem, kas motivē cilvēkus vairāk veltīt savam darbam.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir izpētīt vai un kā pastāvošie motivēšanas instrumenti bankā VIVID GmbH motivē darbiniekus, vai tie ir efektīvi un kā tos varētu uzlabot.

Pētījuma metodes: Intervija ar VIVID GmbH vadītāju un aptaujāti ar online anketēšanas palīdzību 20 darbinieki no dažādiem departamentiem.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti parāda, ka gan monetārie (konkurētspējīga alga, algas paaugstināšana, piemaksas, prēmijas un procentuālā peļņas sadale), gan nemonetārie (darba drošība, darba apmācība, karjeras izaugsmes iespējas, elastīgs darba laiks, sponsorētas pusdienas un transporta pakalpojumi, pensijas un pabalsti) kā motivācijas stimuli ir būtiski. Darbinieku motivēšanas instrumenti bankā VIVID GmbH ir efektīvi, bet darbinieki izsaka neapmierinātību ar atalgojumu, ir vērts veikt padziļinātu pētījumu par atalgojumu kā motivācijas instrumentu un apsvērt ieviest papildus naudisku motivācijas instrumentu.

Atslēgas vārdi: motivācija; motivācijas instrumenti; darbinieki; pētījums.

Guntars Babāns. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI ORGANIZĀCIJĀ ZS “VAIROGI”

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Vadībzinības”*

E-pasts: guntarsb29@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jelena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienu augstā stresa un straujā ikdienas ritma pasaulē aizvien vairāk tiek sagaidīts, ka darbinieki spēs būt elastīgi, attīstot jaunas prasmes, kas varētu palīdzēt sasniegt organizācijas izvirzītos mērķus, tādēļ ir palielinājusies starppersonu jeb emocionālās inteligences prasmju vērtība. Uzņēmumam, kurš ir ieinteresēts ražīgi strādāt un ilgstoši pastāvēt, būtiska loma ir motivācijas procesam. Ja darbinieks uzņēmumā būs motivēts, viņam noteikti būs cita attieksme pret darbu, kā arī ieinteresētība uzņēmuma attīstībā.

Darbinieka motivēšanai ir liela nozīme jebkurā lēmumu pieņemšanas vai uzņēmējdarbības plānošanas procesā. Veiksmīgi uzņēmumi kvalificētus, apmācītus un motivētus darbiniekus uzskata par savu lielāko vērtību. Bez viņu lojalitātes, gribasspēka, pieredzes un profesionālā ieguldījuma nekādi mērķi nav sasniedzami, un uzņēmums galu galā būs spiests cīnīties par savas vietas saglabāšanu tirgū.

Motivācijas būtībā ir iekšējs process, cilvēki var sevi paši motivēt, tikai jānodrošina atbilstoši apstākļi un piemērota vide, kura veicinātu cilvēkā motivāciju (Bagshawe, 2019). No pētījumā “Personāla motivācija organizācijā 21. gadsimtā” apkopotās informācijas izriet, ka katrā tirgū funkcionējošā priekšmeta dārgākais kapitāls ir personāls, jo tas ir uzņēmuma dzinējspēks. Darbinieki ir jāuztver kā neizbēgams elements, kas reāli ietekmē uzņēmuma panākumus. Tāpēc, vadot cilvēku resursi, jāpatur prātā viena no vadības pamatfunkcijām, t.i., motivācija. (worldscientificnews.com, 2016)

Pētījuma autors uzskata, ka ļoti būtisku lomu mūsdienu organizāciju vadībā ieņem vadītāja loma un motivāciju kopums, kas ikdienā tiek izmantots, vadītājiem ir jāzina, ka efektīva motivācija nav panākama vienkārši ar naudas prēmijām par veiksmēm un sodiem par neveiksmēm. Mūsdienās starp dažādiem motivācijas instrumentiem atalgojums vairs neieņem tik ļoti nozīmīgo pirmo vietu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt uzņēmuma ZS “Vairogi” esošos motivēšanas instrumentus.

Pētījuma metodes: Pētījumā izmantota teorijas analīze un kvantitatīvā metode – darbinieku aptauja par motivējošiem faktoriem, kura tika izmantota, lai noskaidrotu uzņēmuma darbinieku pašreizējo attieksmi pret uzņēmumā ZS “Vairogi” pastāvošo motivēšanas sistēmu.

Atslēgas vārdi: motivācija; motivācijas sistēma; motivācijas teorija



Sai Vishnu Maheswara Maddukuri (Raimonda Grisane). MOTIVĀCIJAS TEORIJAS IETEKME UZ PRODUKTIVITĀTI IZVĒLĒTAJĀ RAŽOŠANAS INDUSTRIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: raimonda.grisane@gmx.de

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jelena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Kad runa iet par biznesa mērķu realizēšanu un panākumu sasniegšanu, darbinieku motivācija vienmēr būs vitāli svarīgs aspekts. Motivācijas līmenis ražošanas darbinieku vidū, ir samazinājies dažādu faktoru ietekmē, piemēram, kā finanšu līdzekļu neesamība, problēmas organizācijas personāla vadībā, vadības apmācības trūkums un nekorekta līdzsvara sistēma starp iekšējo un ārējo atalgojumu, kā arī dēļ bezdarba pieauguma, globalizācijas ietekmē un sliktiem ekonomiskajiem apstākļiem.

Pētījuma mērķis: Noteikt faktorus, kuri veicina motivāciju un kā šie faktori ir saistīti gan ar uzņēmuma darbinieku darba rezultātiem, gan ar paša uzņēmuma darba rezultātiem un cik liela ietekme ir dažādiem motivācijas faktoriem.

Pētījuma metodes: Aptaujas anketa.

Sasniegtie rezultāti: Lielāka daļa darbinieku uzskata, ka karjeras izaugsmes iespēju esamība ir viens no svarīgākajiem motivatoriem, pat svarīgāks nekā materiālā kompensācija. Mūsdienu darbinieki, kuriem piemīt zināšanas, tāpat sagaida, ka darba procesā viņi tiks virzīti pa karjeras kāpnēm. Šī darbinieku grupa tiecās apgūt ko jaunu. Motivētas komandas, turklāt tādas, kurai ir palielinājušas prasmes, ir tas aktīvs, ar kuru izvēlētajai ražošanas struktūrvienībai ir jāizturas saudzīgi un ar vērību. Un viena no attīstības perspektīvām, kuru finansētu uzņēmums, būtu apmācība darba vietā vai arī tehniskā apmācība. Vadītājiem ir svarīgi apgūt koncepciju, ka veiksmīga karjera būvējās uz augoša pieprasījuma darba pamatiem. Rezultātā darbinieki, kuri strādā pieaugoša pieprasījuma darbā, kļūst arvien motivētāki un ražīgāki. Darbinieku motivācija var tikt uzlabota, ieguldot nelielas izmaksas, palielinot darba sarežģītību un veicinot karjeras izaugsmes iespējas. Pētījumā tāpat tika secināts, ka integrējot Herberga motivācijas teoriju organizācijas darbībā, motivācijas rezultāti ir uzlabojušies, salīdzinājumā ar to sistēmu, kas bija iepriekš.

Atslēgas vārdi: motivācija; organizācija; atbildība; atzinība; darbinieki

Līga Jevdokimova. STRESA VADĪŠANA TIRDZNICĪBAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: L.dalbina@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jelena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Stresa vadīšana tirdzniecības nozarē. Īslaicīgs un neliels stress palīdz darbiniekam mobilizēties, tas var pat darboties kā dzinulis, taču ilgstošs stress darbavietā nelabvēlīgi ietekmē strādājošo garīgo un fizisko veselību. Pasliktinās darbinieku darbaspējas un darba mūža ilgums, kas savukārt rada papildu slogu ekonomikai. Stress ir būtiska darba drošības un veselības problēma ap



80% Eiropas uzņēmumu, tomēr tikai retajā ir ieviestas speciālas procedūras, kas ļautu novērst ar darbu saistīto stresu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un gūt priekšstatu par stresa vadīšanu tirdzniecības nozarē, izstrādāt priekšlikumus stresa vadīšanas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Darba izpildes laikā tika pielietotas šādas pētījuma metodes: literatūras un datu izpēte un analīze, speciālā datu vākšanas metode - aptaujas veikšana.

Atslēgas vārdi: stresa vadīšana; stresa menedžments; psihoemocionālā labklājība; stress; stresa pārvarēšanas metodes

Edmunds Kudlis. VADĪTĀJA LOMA PERSONĀLA VADĪBĀ ORGANIZĀCIJĀ "RIMI"

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Vadītāja loma ir jebkuras organizācijas svarīga panākumu sastāvdaļa. Spēcīgs vadītājs var motivēt, iedvesmot un virzīt darbiniekus un uzņēmumu tā mērķu sasniegšanai. Vadītājs ir atbildīgs par plānu, vīzijas izstrādi, to īstenošanu, uzņēmuma virziena noteikšanu un svarīgu lēmumu pieņemšanu, kuri ietekmēs uzņēmuma nākotni. Vadītājam ir jābūt ar izcilām komunikācijas prasmēm, lai radītu pozitīvu darba vidi un veicinātu komandas darbu. Tomēr ņemot vērā, ka katrs no mums ir citādāks, arī katram vadītājam ir savas metodes ar kurām tas strādā, lai sasniegtu uzņēmuma noteiktos mērķus un veicinātu attīstību.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, ar kādām metodēm veikala vadītāji strādā ikdienā uzņēmuma mērķu sasniegšanai.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiks aptaujāts Rimi organizācijas veikala vadītājs, e-veikala vadītāji, e-veikala maiņu vadītāji, fiziskā veikala darbinieki un e-veikala preču komplektētāji.

Atslēgas vārdi: vadītājs; loma; mērķi; rezultāti

Ludmila Paņko. PERSONĀLA NOVĒRTĒŠANAS PROCESS ORGANIZĀCIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasts: esludmila@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Personāla novērtēšanas jautājums ir aktuāls ikvienam darba devējam, jo ir nepieciešams apzināt sava personāla sagatavotību, kvalifikācijas līmeni, atbilstību un gatavību veikt uzdevumus organizācijas izvirzīto mērķu sasniegšanā.

Personāla novērtēšana dod iespēju vadītājiem vai personāla nodaļām efektīvāk veikt personāla politiku, pilnveidoties, piesaistīt jaunus darbiniekus, nevis tos, kuri netiek galā ar saviem pienākumiem un līdz ar to strādā labāk. Vērtētās kompetenču grupas ir profesionālās zināšanas, individuālais darba stils, sociālā izturēšanās, atbildība un lojalitāte, komunikācija, disciplīna un punktualitāte. Noteikumu pārzināšana un ievērošana.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot darbinieku viedokli dažādos darbam svarīgos jautājumos, mērķu noteikšana un atbalsts to sasniegšanā, uzdevumu, pilnvaru un atbildības nodošana, Informācija un komunikācija, kopīgs darbs. darbinieku atbalstīšana. Vadītāja izturēšanās.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, lai izpētītu un apkopotu informāciju par spēju novērtēt darbinieku prasmes, iemaņas, rakstura īpašības, komunikācijas spējas, kā arī iniciatīvu; analīzes metode, lai analizētu pētāmā objekta - personāla novērtēšanu organizācijā, vajadzības. Pētītu darbinieku kompetences un pieredzes pielietojumu uzņēmumu mērķu sasniegšanai; datu vākšanas metode – Latvijas personāla vadīšanas asociācijas interviju analizēšana. Ar to palīdzību tiek noskaidroti ekspertu viedokļi par darba vidi, kur cilvēks jūtas droši un ir emocionāli pasargāti; literatūras analīze- lai pētītu personāla novērtēšanas jautājumu un to ietekmējošo faktoru teorētiskos aspektus.

Sasniegtie rezultāti: Tiks novērtētas izmaiņas, uzlabojumi organizāciju darba vidē. Regulāras darbinieku novērtēšanas mērķis ir paaugstināt darba procesu efektivitāti, kā arī veicināt darbinieku darba izpildes kvalitātes uzlabošanu. Taču, lai novērtēšana nebūtu ieguvums tikai darba devējam, novērtēšanas rezultātā būtu jābūt skaidram, kā vērtējums ietekmēs darbinieka turpmāko karjeras izaugsmi uzņēmumā – piem., vai plānots amata paaugstinājums, algas pielikums vai papildu iespējas celt kvalifikāciju. Pētījuma rezultātā tiks noskaidrots un analizēts šādā veidā ieguvums abām pusēm – lielisks motivators darbiniekam, labāki darba rezultāti darba devējam. Katram amatam izstrādāt savu vērtēšanas kritēriju sistēmu, Izdalīt svarīgākos kritērijus noteiktam amatam, no mazāk svarīgiem atteikties. Nepilnas slodzes darbiniekiem daudz mazāk vērtēšanas kritēriji, jo arī to pienākumi ir mazāk.

Atslēgas vārdi: motivācija; organizācija; atbildība; atzinība; darbinieki

Madara Baturoviča. VADĪTĀJA LOMA PERSONĀLA VADĪBĀ UZŅĒMUMĀ “STENDERS”

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Vadībzinības”*

E-pasts: baturovica@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ļoti bieži ir dzirdams tas, ka vadītāji ir slikti un ar viņiem nav iespējams sastrādāties. Iemesli ir visdažādākie, sākot ar to, ka nav nekādas komunikācijas ar vadītāju un beidzot ar rupju un agresīvu izturēšanos. Tomēr tā nav visur un ir arī labi piemēri, kā labs vadītājs spēj savu komandu uzmundrināt, atbalstīt, tādejādi plaukstot arī pašam uzņēmumam. Uzņēmums “Stenders” ir atpazīstams Latvijā un rada vēlmi uzzināt, cik laba sadarbība ir starp vadītāju un personālu šajā uzņēmumā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt vadītāja lomu personāla vadībā uzņēmumā “Stenders”.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, anketas datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Uzņēmuma “Stenders” darbinieki ar apmierināti ar sava vadītāja darbu.

Atslēgas vārdi: vadītājs; personāla vadība; uzņēmums



Katrīna Aija Blūma¹, Adriana Broliša². IZDEGŠANAS SPECIFIKA APAKLPOŠANAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Vadībzinības"*

E-pasti: ¹ aija879@icloud.com, ² adrianabrolisa@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Izdegšana darba vietā pēdējo gadu laikā ir ļoti aktualizējusies, un par to ar vien plašāk tiek runāts darbinieku sapulcēs, ar šīm iezīmēm ir sastapušies lielākā daļa darbinieku apkalpojošā nozarē, jo lielāka darba dienas daļa tiek pavadīta saskarsmē ar apmeklētājiem un klientiem. Tā kā šī problēma ir globālā līmenī, ne tikai vienas iestādes ietvaros, tad ar plaši pieejamo un vispārējo informāciju internetā nepietiek, lai izprastu iemeslus un cēloņus izdegšanas specifikai, kuras pamatā ir augsta līmeņa darba slodze, un nepārtraukta prasība būt uzmanīgiem, precīziem, kā arī nemitīgas spriedzes ietvaros un klientu prasību pieauguma rezultātā.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot un izprast, kāpēc cilvēki, tieši apkalpošanas nozarē visbiežāk saskaras ar izdegšanas pazīmēm, kā jebkurā citā nozarē, kā arī atrast stratēģijas, kopsaucēju un izpētīt pasākumus, kas spētu uzlabot pašreizējo situāciju, un mazināt agrīnās izdegšanas pazīmes.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiek veikta intervija ar konkrētās nozares vadītāju, kā arī 3 nozares organizāciju anketēšana 50 anketējamo apmērā. Tiek veikta intervijas analīze, kā arī anketējamo atbilžu apkopšana un analizēšana.

Sasniegtie rezultāti: Tiek noskaidroti iemesli, kāpēc apkalpojošā sfērā strādājošiem ir lielāks risks saskarties ar izdegšanu, un kā var uzlabot darba apstākļus šiem darbiniekiem, atrastas metodes un pasākumi, kas spētu mazināt šo negatīvo, mentālo stāvokli.

Atslēgas vārdi: izdegšana; apkalpošana; spriedze; menedžments

Liene Maka¹, Renārs Mareks Uzulniks². IZDEGŠANU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI PĀRDEVĒJIEM-KONSULTANTIEM MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasti: ¹ lienemaka@gmail.com, ² renars.m.u@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Gandrīz puse (48%) darba ņēmēju pēdējā gada laikā ir piedzīvojuši kādu no profesionālās izdegšanas pazīmēm. Salīdzinoši biežāk tie ir bijuši tirdzniecības nozarē strādājošie darbinieki. (Kantar TNS, 2018) Tirdzniecības nozarē šī problēma ir īpaši aktuāla, jo ir jāstrādā maiņas ar garām darba stundām, pārsvarā darbs ar klientiem ir emocionāli izsmeļošs un bieži vien ir novērojama liela personāla mainība, kas uzliek papildus slodzi jau esošajam personālam. Lai visi šie un citi faktori nenovestu pie darbinieku izdegšanas vai darba uzteikšanas, uzņēmumam ir jā rūpējas par darbinieku labklājību un labsajūtu. Šobrīd publiski pieejamā informācija, kas atrodama plašsaziņas līdzekļos un uzņēmumu tīmekļa vietnēs, liecina par atsevišķiem Latvijā esošiem uzņēmumiem, kas rūpējas par savu darbinieku labklājību, bet jāatzīst, ka tie galvenokārt ir Latvijas lielie uzņēmumi. (Bole, 2022)

Pētījuma mērķis: Izdegšanu ietekmējošo faktoru izpēte mazumtirdzniecības uzņēmumā un priekšlikumu izstrāde situācijas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Zinātniskās literatūras analīze un sintēze, jauktas metodes anketēšana, grafiskā analīze un loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autori pēta un analizē zinātniskus resursus par izdegšanu un to ietekmējošajiem faktoriem. Otrajā daļā darba autori anketē pārdevējus-konsultantus autoru izvēlētajā mazumtirdzniecības uzņēmumā un analizē iegūtos rezultātus. Trešajā daļā tiek izstrādāti secinājumi un priekšlikumi pārdevēju-konsultantu labsajūtas uzlabošanai konkrētajā uzņēmumā. Ņemot vērā, ka lielai daļai uzņēmuma pārdevēju-konsultantu ir vērojamas izdegšanas pazīmes, lai uzlabotu pārdevēju-konsultantu labsajūtu un mazinātu izdegšanu veicinošos faktorus, iesakām uzņēmuma vadībai un personāla vadības nodaļai izvērtēt darbinieku noslogojumu ikdienā, censties maksimāli respektēt darbinieku brīvo laiku, rīkot apmācības darbiniekiem par stresa kontroli ikdienā un strādājot klientu apkalpošanas nozarē. Kā arī veikt apmācības tiešajiem vadītājiem par darbinieku labbūtību, profesionālās izdegšanas simptomātiku un negatīvajām sekām ko tā rada. Šādu zināšanu iegūšana tiešajiem vadītājiem ļautu identificēt sākotnējās izdegšanas pazīmes un mazināt darbinieku izdegšanas risku un ar to saistītās negatīvās sekas.

Atslēgas vārdi: izdegšana; klientu apkalpošana; personāls; darbinieku labsajūta

Milana Palamara. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UZŅĒMUMOS LATVIJĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: milana8172@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Latvijas uzņēmumos darbinieki bieži jūtas uz izdegšanas robežas, izsmelti un stresa stāvoklī. Strādājošie darbā pavada lielu daļu savas dzīves, tāpēc ir svarīgi, lai darba vide būtu droša, sakārtota un komfortabla, lai darbinieki tajā netiktu pakļauti emocionāliem vai fiziskiem draudiem, lai darba devēju attieksme ir objektīva un atbalstoša, un darbinieku iespējas ir vienlīdzīgas. Balstoties uz TV3 Group veikto pētījumu par darbu Covid-19 apstākļos, kas veikts 26.04.2021, secināts, ka lielā daļā uzņēmumu dominē dažādas negatīvās emocijas. Latvijas uzņēmumos, vislielākā disonanse starp vēlamo un esošo situāciju vērojama mērījumos par izsmeltības sajūtu jeb izdegšanu, stresa līmeni, apjukumu un netaisnības sajūtu. Turpretī kā pozitīvu aspektu daudzi nodarbinātie min pandēmijas laikā pieaugušo patstāvības līmeni – iespēju strādāt patstāvīgi, vairāk plānojot savu ikdienu un laiku. Lai gan pandēmija vairs nav tik aktuāla, uzkrātais stress uzreiz nepazūd. Privātā vidē iegūts stress var pārnesties uz darba vidi, attiecīgi samazinot produktivitāti. Saglabājot mierīgu darba vidi un izvairoties no stresa situācijām, uzņēmumos uzlabotos produktivitāte un darba kvalitāte.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumus stresa līmeņa mazināšanai uzņēmumos Latvijā.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā, datu savākšanas, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta un analizē dažādus informācijas avotus, salīdzina datus par dažādiem Latvijas uzņēmumiem. Otrajā daļā darba autore izdara secinājumus un novērtē situāciju uzņēmumos. Trešajā daļā darba autore formulē secinājumus un izstrādā priekšlikumus stresa līmeņa mazināšanai.

Atslēgas vārdi: stress; darba vide; vadība



Laura Ose. DARBNIEKU APMIERINĀTĪBAS PĒTĪJUMS RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

*Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Darbinieku apmierinātības aptaujas ir būtiskas uzņēmumam lai vērtētu darbinieku lojalitāti un noskaidrotu kādas izmaiņas nepieciešamas lai darbinieki justos labi savā darba vietā un neatteiktu darba attiecības.

Pētījuma mērķis: Izpētīt vai darbinieki ir apmierināti ar darba vidi un kādi uzlabojumi būtu nepieciešami uzņēmumam. Uzzināt kā emocionāli darbinieki jutās savā darba vietā un kolektīvā.

Pētījuma metodes: Kvalitatīvā metode – padziļinātās intervijas un aptaujas anketas. Līdzdalības novērtējuma metode.

Atslēgas vārdi: precizējam

Agnese Tomiņa. PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS PILNVEIDE VALSTS AKCIJU SABIEDRĪBĀ

Alberta koledža

*Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"
E-pasts: agneseta5@gmail.com
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Motivācijas sistēma ir būtiska uzņēmuma vadītājiem, lai spētu efektīvi motivēt darbiniekus, jo šāds darbinieks ir viens no galvenajiem veiksmīga uzņēmuma pamatprincipiem. Motivēts darbinieks spēj un vēlas izdarīt vairāk par prasīto. Saskaroties ar patstāvīgu jauno darbinieku mainību valsts akciju sabiedrībā, rodas grūtības sasniegt uzņēmuma izvirzītos mērķus. Kā piesaistīt, motivēt un noturēt šos jaunus speciālistus ir aktuālākā problēma pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla motivācijas teorētiskās nostādnes un pētāmā uzņēmuma praktisko pieredzi motivācijas procesā, lai izstrādātu secinājumus un sagatavotu priekšlikumus personāla motivēšanas pilnveidei.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā – aptauja un dokumentu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Tika veikta literatūras materiālu un interneta avotu par darbinieku motivāciju izpēte. Veikta valsts akciju sabiedrības darbinieku aptaujāšana ar anketu palīdzību. Apstrādājot aptaujas rezultātus tika izmantota grafiskā analīze, kā rezultātā tika veikti secinājumi par personāla motivējošiem un demotivējošiem faktoriem pētāmajā uzņēmumā. Apkopojot un izanalizējot visu iegūto informāciju darba autors izdarīja secinājumus un sagatavoja priekšlikumus personāla motivācijas pilnveidei.

Atslēgas vārdi: motivācija; personāla vadība; motivācijas sistēma



Līga Rubulte. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: liga.rubulte@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Veicot pētījumu 2023. gadā par personām, kuras strādā dažādās nozarēs, tika apkopoti daudzpusīgi dati, kas ir saistīti ar izdegšanas sindromu. Analizējot iegūtos datus, tika iegūti sekojoši secinājumi – darba laikā netiek ņemtas regulāras pauzes, netiek veikti atbilstoši vingrinājumi, stress veicot darba pienākumus, lai darbinieks varētu saņemt pozitīvu atgriezenisko saiti no sava darba devēja, saskarsme ar somatiskajiem simptomiem, kas ietekmē veselību un pašsajūtu pildot darba pienākumus. Izdegšanas sindroms samazina darba produktivitāti, kā arī ietekmē darbinieku rotācijas intensitāti uzņēmumos, ietekmējot ne tikai produkta/ pakalpojuma kvalitāti, bet arī palielinot izmaksas, kas nepieciešamas jaunas vakances izsludināšanai un jaunā darbinieka apmācībām.

Pētījuma mērķis: Izpētīt biežāk izplatītos faktorus, kas rada profesionālo izdegšanu un izstrādāt priekšlikumus to mazināšanai.

Pētījuma metodes: Pētījumā izmantotas jaukta tipa metodes: gan kvalitatīvās, gan kvantitatīvās pētījuma metodes. Kvalitatīvās pētījuma metodes ietver anketas ar atvērta tipa jautājumiem, savukārt, kvantitatīvās- ar slēgta tipa jautājumiem.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma izstrādes periodā tika iegūta daudzveidīga informācija. Tika izziņāta respondentu saskarsme ar izdegšanas sindromu, emocionāliem un somatiskiem faktoriem, tika izpētīta miega kvalitāte; balanss starp privāto dzīvi un darbu. Tāpat tika izpētīts, kādas metodes aptaujātie izmanto, lai novērstu profesionālo izdegšanu. Apkopjot rezultātus Autore secina, ka problēma ir ļoti aktuāla un darba devējam vajadzētu pievērst uzmanību darbinieku mentālajai veselībai.

Atslēgas vārdi: bezmiegs; stress; izdegšana; pārslodze; motivācija

Anete Karlīna Pole. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: anete.k.pole@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: E-Komercija ir viena no straujāk augošajām nozarēm, kas darbiniekiem šajā sfērā var radīt stresu, sekojot līdzi aktualitātēm, rūpējoties par pakalpojumu kvalitāti un standartu atbilstību normatīvajiem aktiem, analizējot šobrīd aktuālās tendences un paredzot aktualitātes. E-komerciju spēcīgi ietekmē arī neparedzamas situācijas, kā Covid-19 pandēmija, krīze vai karš, kas mentāli iespaido gan darbiniekus, gan klientus, taču it sevišķi - patērētājus Patērētāju rīcība- ietekmē uzņēmumu, tādējādi iespaidojot uzņēmuma darbiniekus un viņu stresa līmeni. Tāpat arī Covid-19 sekas vēl aizvien ir jūtamas. Pēc vairākiem aizvadītiem gadiem strādājot no mājām, uzņēmumi pieprasa darbiniekus atgriezties ofisā, pret ko darbinieki izrāda acīmredzamu neapmierinātību. "Amazon" darbinieki pāris dienu laikā, no paziņojuma par atgriešanos ofisā izveidojuši grupu ar 16000



dalībniekiem, no kuriem petīciju pret atgriešanos ofīsā jau parakstījuši aptuveni 5000 darbinieku. Augstāk minētais apliecina nepieciešamību apzināt stresa vadības iespējas, lai mazinātu darbinieku pretestību pārmaiņām.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt vadlīnijas stresa vadības pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Analīze, jaukta tipa pētījums, loģiski-konstruktīvā metode.

Atslēgas vārdi: stress; stresa menedžments; e-komercija

Liene Roze. PERSONĀLA ATLASĒS UN INTERVIJU PROCESA PILNVEIDE

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: lieneromeiko@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Covid-19 ietekme mainījusi darba ikdienas specifiku, liekot gan darba devējiem, gan ņēmējiem pielāgoties elastīgai nākotnes darba videi. Tehnoloģiskās pārmaiņas skārušas arī personāla atlases jomu, liekot personāla atlases speciālistiem atlasē procesu, kandidātu izvērtēšanu un to spēju novērtēšanu veikt virtuālajā vidē.

Pētījuma mērķis: Izpētīt klātienē un virtuālo personāla atlases un interviu procesa aktualitātes, lai noteiktu viedus, kā pilnveidot personāla atlases procesu personāla atlases-hibrīdmodeļa pilnveidei.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā, analīze.

Sasniegtie rezultāti: Veikta personāla atlases un interviu procesa izpēte, nosakot veidus, kā pilnveidot atlases procesu

Atslēgas vārdi: personāla atlase; interviu process

Sintija Turova. PERSONĀLA ATLASĒS UN INTERVIJU PROCESA TEORĒTISKĀS NOSTĀDNES

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: sintija.turova@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Ieviešot jaunās informācijas tehnoloģijas darba tirgū, ir redzams, ka manāmi pietrūkst kvalificēta darbaspēka. Lai spētu sekmīgi darboties šajā pārmaiņu periodā, ieteicams plānot nodarbināto pēctecību, tādējādi saglabājot cilvēkresursu stabilitāti, zināšanu, pieredzes un prasmju pārmantojamību.

Pētījuma mērķis: Izpētīt teorētiskās nostādnes par personāla atlases un interviu formām.

Pētījuma metodes: Kvalitatīvā un kvantitatīvā pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma ietvaros tika izpētītas aktuālākās personāla atlases un interviju procesa teorētiskās nostādnes. Personāla atlase ir konkrētā uzņēmuma un tā izvirzītā amata pozīcijai vispiemērotākā un visatbilstošākā kandidāta izvēlē. Personāla atlases veidi iedalās iekšējā atlasē, kad kandidātu meklēšana notiek uzņēmuma iekšienē, un ārējā atlasē, kad potenciālie darbinieki tiek meklēti ārpus uzņēmuma. Vadītāji nedrīkst pieļaut situāciju, ka tikai procesa beigās tiek konstatēts, ka kandidāts nav piemērots noteiktajam amatam, ir jāizvēlas persona, kas ir visatbilstošākā, visproduktīvākā un spēs nodrošināt uzņēmumam efektīvu darbību. Izmantojot dažādus psiholoģiskos testus, ir vieglāk izprast topošā kandidāta personību un viņam piemērotās rakstura īpašības, kas varētu liecināt par viņa atbilstību vakantajam amatam.

Atslēgas vārdi: kandidātu meklēšana; personāla atlase

Karīna Rumbeniece¹, Ingūna Tirzmale². VARDARBĪBAS, MOBINGA IDENTIFICĒŠANA UN NOVĒRŠANAS IESPĒJAS DARBA VIDĒ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasti: ¹karina.rumbeniece@gmail.com, ²ingunat@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: COVID-19 vīrusa izraisītā pandēmija ieviesa nozīmīgas izmaiņas visdažādākajās uzņēmumu struktūrās, ietekmējot darba organizāciju un cilvēku savstarpējo saskarsmi. Organizācijas kultūra veicina organizācijas stratēģisko mērķu sasniegšanu, piesaista atbilstošos darbiniekus un ļauj identificēt tos darbiniekus, kuri, iespējams, neatbilst pieņemto vērtību īstenošanai, kas ir svarīgs labvēlīgas darba vides priekš-noteikums. Lai personāls uzrādītu stabilus un uz izaugsmi vērstus darba radītājus, darba devējs ir ieinteresēts nodrošināt tādu darba vidi, kurā darbinieks jūtas komfortabli, netiek apdraudētas indivīda pamatvajadzības. Kā jauna un visaptveroša tendence Latvijas darba vidē parādījās attālinātais darbs, kas varētu šķīst kā glābiņš ikdienas psiholoģiskās vardarbības jeb mobinga upuriem, taču diemžēl šim fenomenam nav robežu, tas ir pārcēlies arī uz virtuālo vidi. Personāla vadībai ir būtiska loma mobinga pazīmju identificēšanā, novēršanā un drošas darba vides nodrošināšanā visiem nodarbinātajiem. Tādēļ ir svarīgi izpētīt, kādas izmaiņas ir radījusi pielāgošanās COVID-19 pandēmijas laikā izstrādātajiem normatīvajiem aktiem darba vidē, kādu iespaidu tas ir atstājis uz mobinga izpausmēm un kā ir mainījušās darbinieku labbūtības iespējas darba kolektīvos.

Pētījuma mērķis: Izpētīt psiholoģiskās vardarbības (mobinga) tendences darba vidē COVID-19 vīrusa pandēmijas izraisīto darba organizācijas pārmaiņu ietekmē un salīdzināt tās ar pirms pandēmijas datiem. Izstrādāt ieteikumus mobinga atpazīšanai un drošas darba vides nodrošināšanai.

Pētījuma metodes: Literatūras un zinātnisko rakstu analīze, kvantitatīvais pētījums (anketēšana ar slēgtajiem jautājumiem), statistikas datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Apzināta aktuālā psihoemocionālās vardarbības situācija Latvijas darba vidē. Izstrādāti ieteikumi un īstenojamie pasākumi organizāciju vadībai drošas darba vides nodrošināšanā. Starp galvenajiem priekšlikumiem jāmin ieteikums organizācijām izstrādāt iekšējās sistēmas, piemēram, ētikas kodeksu, darba kārtības noteikumus, nosakot diskrimināciju, mobingu un jebkādu citu ar šo jēdzienu saprotamu vardarbību kā ne-pieņemamu. Organizāciju vadītājiem izmantot personāla vadītāju potenciālu iesaistīties mobinga problēmu identificēšanā un risināšanā, izvēloties mediācijas, supervīzijas un koučinga metodes.

Atslēgas vārdi: organizācijas kultūra; ētika; COVID-19; mobings



Julija Gorbačova. IT SPECIĀLISTU TRŪKUMA MAZINĀŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: gorbacovaj@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Papildizglītības programmas palīdz risināt IT speciālistu trūkumu Latvijā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt darbinieku tālākizglītības pieejamību informācijas tehnoloģiju organizacijās, praktiski analizēt un izvērtēt papildu izglītības programmas efektivitāti.

Pētījuma metodes: Datu savākšanas, zinātniskās literatūras analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta un analizē pieprasījums pēc speciālistiem informācijas tehnoloģiju jomā. Otrajā daļā darba autore aplūkos topošo specialistu piesaistes metodes. Trešajā daļā darba autore praktiski pēta un apraksta kā uzņēmuma izveidotās izglītības programmas veicina informācijas tehnoloģiju un komunikāciju nozares progresu visā pasaulē un veicina jaunu speciālistu skaita pieaugumu. Pētījuma izstrādes gaitā, darba autore secina, ka IT speciālistu pieprasījums ir relatīvi liels, pret kopējo fonu. Salīdzinot ar citām industrijām, topošo informāciju tehnoloģiju kandidātu piesaistes metodes ir daudzveidīgākas. Uzņemu specifiskas mācību programmas ir efektīvāks veids neka tradicionālas apmacības univirsitātes.

Atslēgas vārdi: tālākizglītība; IT; speciālisti

Evita Tomšone. DAUDZVEIDĪGAS, VIENLĪDZĪGAS UN IEKĻAUJOŠAS VIDES VEICINĀŠANAS IESPĒJAS LATVIJAS UZŅĒMUMOS

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: tomšone.evita@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšana uzņēmumos ir aktuāls jautājums. Latvija Eiropas Dzimumu līdztiesības institūta pētījumā "Dzimumu līdztiesības indekss 2020" ieņem 17. vietu starp Eiropas Savienības dalībvalstīm, iegūtos 60,8 punktus, kas ir zem ES vidējā rādītāja. Latvijā pastāv dzimumu nevienlīdzība attiecībā uz algām, vīrieši pelna par 18% vairāk nekā sievietes. Sabiedrības dažādībai ir būtiska loma uzņēmumu iekšējās darba vides veidošanā. Dažādība un iekļaujoša vide veicina inovatīvu un radošu pieeju izmantošanu darba procesu izpildei, tādēļ ar vien aktuālāki sāk kļūt jautājumi par nevienlīdzības, diskriminācijas un rasisma izskaušanu darba vietās. Uzņēmumiem ir nepieciešams pievērst pastiprinātu uzmanību daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas vides nodrošināšanai.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai Latvijas uzņēmumos.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā, datu savākšanas, grafiskā metode, loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no divām daļām, pirmajā daļā darba autore pēta un analizē daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas vides veicināšanas iespējas uzņēmumos. Otrajā daļā darba autore analizē darbaspēku daudzveidību un vienlīdzību Latvijā un izstrādā priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanas iespējām Latvijas uzņēmumos. Lai novērtētu darbaspēka daudzveidību un vienlīdzību, tiek analizēta dzimumu līdztiesība darba vidē, atalgojums un iedzīvotāju etniskais sastāvs. Darba samaksas analizē norāda, ka lielākās darba samaksas atšķirības dzimumu starpā ir informācijas un komunikācijas pakalpojumu, mākslas, izklaides un atpūtas un finanšu, apdrošināšanas darbību veidos. Latvijā ir novērojama krasa atšķirība sieviešu un vīriešu darba atalgojuma atšķirībā privātajā un valsts sektorā. Latvijas uzņēmumiem jācenšas nodrošināt vienādas iespējas ikvienam uzņēmuma darbiniekam, lai tuvinātu Latviju kopējai Eiropas valstu vienlīdzības attīstības tendencei. Lai veicinātu daudzveidīgu, vienlīdzīgu un iekļaujošu darba vidi Latvijas uzņēmumos, organizācijām nepieciešams izstrādāt iekšējo politiku, kas nodrošina šo aspektu iekļaušanu uzņēmuma pamatfunkcijās un kultūrā.

Atslēgas vārdi: daudzveidība; vienlīdzība; iekļaujoša darba vide

Sandra Zvirbule. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS ĀRSTNIECĪBAS IESTĀDĒ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: sanchozv@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Profesionālā izdegšana skar dažādu profesiju pārstāvjus un amatus. Bieži vien cilvēki neapzinās, kāpēc pēkšņi parādās apātija, nogurums u.t.t. Mainot motivāciju uzņēmumā un iepazīstinot darbiniekus ar iespējamiem simptomiem mainītos darba ņēmēju pašsajūta. Cilvēks savā izvēlētajā profesijā sastopas ar garām darba stundām, ar spiedienu no darba devēja puses, jo "vajag vairāk un labāk" (Spuntele-Kondrjakova, Starts, 2021). Kas rezultējas ar nevēlēšanos iet uz darbu, pastāvīgu fizisku un emocionālu nogurumu. Pieslēdzas psihosomatika, cilvēks sāk slimot, kas noved pie darbinieku mainības uzņēmumā (Rīgas Stradiņa universitātes Darba drošības un vides veselības institūts). Mainot attieksmi pret darba ņēmēju un darba slodzi, tas pozitīvi atsauksies uz darbinieka veselību un vēlmi ieguldīties uzņēmuma labā.

Pētījuma mērķis: Izpētīt izdegšanas sindroma pazīmes ārstniecības iestādē un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei.

Pētījuma metodes: Loģiski konstruktīvā metode, datu analīze, kvantitatīvā pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums pierāda, ka darbs saskarsmē ar cilvēkiem ir vairāk pakļauts profesionālās izdegšanas sindromam. Aptaujas rezultāti, kur par pamatu tika ņemti Maslačas izdegšanas teorijas jautājumi, tika secināts, ka palielinoties emocionālai pārslodzei, nogurumam, palielinās neapmierinātība ar savu darbu. Lai veicinātu darbinieku labsajūtu, ir jāmaina darba organizācija, veltot laiku atpūtas brīžiem, piesaistot psihologus, kā arī organizējot kopīgus pasākumus darbā.

Atslēgas vārdi: izdegšana; slodze; emocionāls izsīkums; stress



Diāna Umbraško¹, Ilvis Brokāns². PERSONĀLA ATLASES UN INTERVIJU PROCESA TEORĒTISKĀS NOSTĀDNES

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasti: ¹diana.b2@gmail.com, ²ilvis81@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Šobrīd arvien aktuālāks ir kļuvis attālinātais darbs un darbs ar elastīgu darba laiku. Līdz ar izmaiņām darba ritmu izvērtēšanā, blakus profesionālajām zināšanām un prasmēm, produktīva darbinieka dzīvē ieņem hobijs, laiks sevis pilnveidošanai un ģimenei. Darba devēji skaidrāk izprot šo līdzsvara nepieciešamību. Tālab, personāla atlases speciālistiem vairs nepietiek ar kandidāta zināšanu un pieredzes novērtēšanu vien. Darba interviju procesā, personāla atlases speciālistiem jāspēj novērtēt topošais darbinieks kā personība kopumā, kas dod iespēju labāk izprast sadarbības iespējas.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla atlases metodes un veiksmīgas intervijas norises veidus.

Pētījuma metodes: Datu analīze, indukcija, loģiski konstruktīvā metode, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētnieciskā darba pirmajā daļā tiek apkopotas teorētiskās nostādnes par personāla atlases un interviju procesiem, veidiem un iespējām. Otrajā darba daļā tiek veiktas informācijas analīzes un atlasīti efektīvākie paņēmieni un risinājumi personāla atlases un interviju procesu nodrošināšanai.

Atslēgas vārdi: personāla atlases process; kritēriji; metodes.

Paula Leščinska. PERSONAS DATU AIZSARDZĪBA PASAŽIERU TRANSPORTA UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: paula.lescinska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Autore uzskata, ka tēma "Personas datu aizsardzība transporta uzņēmumā" ir aktuāla šobrīd darba tiesiskajās un savstarpējās darba attiecībās, jo tas ir viens no pamatelementiem konfidencialitātei un uzticībai starp darba devēju un darba ņēmēju autores darba vietā. Tāpat, pētījums ir aktuāls, jo daudzi uzņēmumi nepievērš pietiekamu uzmanību datu aizsardzībai, spriežot pēc statistikas datiem.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personas datu aizsardzības un konfidencialitātes, privātuma priekšnosacījumus un prasības, formulējot secinājumus.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā, sintēze un loģiski – konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Eiropā esošā personas datu aizsardzības sistēma ļauj fiziskai personai kontrolēt savus fiziskos datus. Regula tieši piemērojama visās ES dalībvalstīs, kas ļauj darboties vienotā datu aizsardzības un apstrādes procesā visā ES. Godprātīga attieksme izpaužas uzņēmuma rīcībā, respektējot datu subjekta intereses aizsargāt savu privātumu, kā arī veicinot un atvieglojot datu subjektam tā tiesību realizēšanu. Uzņēmums nodrošina pilnīgu, precīzu un pārlicinošu datu subjektu informēšanu par



sagaidāmo datu apstrādi un tās sekām, ja nav ierobežojumu šādas informācijas izpaušanai, kas nodrošina datu pārredzamības principu. Likumīga datu apstrāde paredz, ka uzņēmums atbildīgi izvēlas nolūkus, kādiem tas datus plāno apstrādāt, nepieļaujot tādu nolūku rašanos un īstenošanu, kuri var nepamatoti ietekmēt datu subjekta privātumu.

Atslēgas vārdi: personas datu aizsardzība; konfidencialitāte; analīze

Betija Benjamina. PERSONĀLA ADAPTĀCIJAS PROCESA TEORĒTISKIE ASPEKTI

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: betija.benjamina@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Kvalitatīva un sekmīga personāla adaptācija jaunajā darba vidē ir pamats efektīvai darba gaitu uzsākšanai. Tēmas aktualitāti nosaka zemais bezdarba līmenis 2022. un 2023.gadā, kas tuvojas dabiskajam bezdarba līmenim. Iepriekš minētais apliecina nepieciešamību veidot ilgtermiņa personālvadības politiku, uzmanību vēršot uz adaptāciju kā vienu no ilgstspējas instrumentiem.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla adaptācijas procesa teorētiskās nostādnes un izstrādāt priekšlikumus sekmīgam personāla adaptācijas procesam uzņēmumos.

Pētījuma metodes: Analīze, loģiski konstruktīvā metode, kvantitatīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta, no kā sastāv adaptācijas process, un, kādus elementus tas ietver. Tiek raksturota adaptācijas būtība un galvenie aspekti, kuri sekmē darbinieka ātrāku iekļaušanos jaunajā darba vidē. Otrajā daļā darba autore pēta un analizē faktorus, kas ietekmē adaptācijas procesu uzņēmumos gan pozitīvi, gan negatīvi. Tiek analizēta primārā un sekundārā adaptācijas joma. Atbilstoši indivīda un vides mijiedarbības aktivitātes pakāpei ir jānošķir aktīvā un profesionālā adaptācija. Trešajā daļā autore pēta, kādas adaptācijas metodes ir jāizvēlas konkrētas vecuma grupas cilvēkiem, lai sekmīgāk spētu iejusties jaunajā darba vidē. Pētījuma izstrādes gaitā darba autore no analizētās informācijas izdara secinājumus. Pētījumu ir iespējams turpināt arī nākotnē, veicot praktisku pētījumu, kādā no uzņēmumiem, lai varētu apkopot darbinieku viedokļus par adaptācijas procesu un apstiprinātu vai noliegtu izvirzītās teorijas, izstrādātu priekšlikumus uzņēmuma adaptācijas procesu pilnveidei.

Atslēgas vārdi: adaptācija; faktori; darbinieki



Kristīne Kaminska Andersone. STRESS UN TĀ MAZINĀŠANAS IESPĒJAS MAZUMTIRDZniecības uzņēmumā

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: kkaminska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Labvēlīga darba vide rada produktīvu darba izpildi, kā liecina pētījums "Psihoemocionālā labklājība darba vietā un ikdienas stresa vadība" DPNS (Daugavpils psihoneiroloģiskajā slimnīcā) aptaujā par medicīnas personāla labsajūtu, sākoties pandēmijai, stresa līmenis bija augsts. Eiropas Darba Drošības un Veselības aizsardzības aģentūra norāda, ka aptuveni puse darbinieku uzskata, ka stress darba vidē ir vispārpieņemta problēma. Analizējot iepriekš minētos pētījumus autore secina, ka aktualitāte nemazinās un pieaugs, saistībā ar augošo inflāciju gan sadzīves precēm un pārtikai, gan pakalpojumiem. Dati no inflācijas kalkulatora, kas pieejami tools.csb.gov.lv uzturētajā mājaslapā, norāda uz strauju pakalpojumu un ikdienā izmantotu preču cenu pieaugumu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt stresa rašanās iemeslus mazumtirdzniecības uzņēmumā un izstrādāt priekšlikumus stresa līmeņa mazināšanai.

Pētījuma metodes: Analīze (literatūras un interneta avotu izpēte), klasifikācija (datu grupēšana), loģiski konstruktīvā metode (secinājumu, priekšlikumu izstrāde).

Sasniegtie rezultāti: Izpētīti biežākie stresa rašanās cēloņi mazumtirdzniecības uzņēmumā, izteikti priekšlikumi stresa līmeņa mazināšanai. Starp būtiskākajiem priekšlikumiem jāmin: kursi, semināri un lekcijas uzņēmumiem par darbinieku labsajūtas uzturēšanu darba vietā. Kā arī Autore iesaka izmantot uzņēmumā informatīvus bukletus, ko izplatīt uzņēmumā, lai darbinieki spētu apzināties savu emocionālo labsajūtas līmeni.

Atslēgas vārdi: stresa vadība; stresa mazināšana

Baiba Emse. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS MŪSDIENU SABIEDRĪBĀ LATVIJĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Cilvēkresursu vadība"

E-pasts: babija@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Kopš termina 'izdegšana' definēšanas un pielietošanas 20.gadsimta 70. gados profesionālās izdegšanas sindroms kļuvis arvien aktuālāks. Arvien biežāk pēdējo gadu laikā gan masu informācijas līdzekļos, gan medicīnu vidē tiek aktualizēta šī sindroma klātesamība, kas liecina par to, ka liels skaits strādājošo Latvijā to ir piedzīvojuši. Nesen notikusī COVID izraisītā pandēmija vēl vairāk pastiprināja šī sindroma izplatību, jo bija saistīta ar negaidītu, ilgstošu darbu no mājām bez iespējas socializēties vai tieši otrādi – piespiedu ilgstoša atrašanās vienās telpās ar citiem ģimenes locekļiem. Tas atstāj iespaidu uz visu sabiedrību, jo gan tieši, gan netieši ietekmē vissvarīgāko mūsu sabiedrības daļu – ģimenes un to dzīves kvalitāti, savstarpējās attiecības, kā arī rezultātus darba vietās. Tā kā izdegšanas

sindromam ir nopietna ietekme uz veselību, ir svarīgi to pamanīt un uztvert laikus, lai spētu apstādināt izplatību un tā padziļinātu ietekmi uz veselību, turpmāko dzīves kvalitāti un tās ilgumu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt izdegšanas sindroma teorētisko aspektus, izplatību Latvijā un sniegt priekšlikumus sindroma mazināšanai.

Pētījuma metodes: Zinātniskās literatūras un interneta avotu analīze; kvantitatīvā – medijos esošās informācijas (t.sk. mediķu viedokļu, ieteikumu par sabiedrības pašizdegšanu un tās novēršanu) analīze. Loģiski-konstruktīvā metode – secinājumu un priekšlikumu izvirzīšana.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā secināts, ka izdegšanas sindroma novēršanai darba vietās liela nozīme ir uzņēmuma vadības pretimnākšanai sindroma novēršanā. Tāpat ir uzsvērts, ka paša indivīda apzinātām darbībām, lai samazinātu ietekmējamību pret šo sindromu, ir būtiska nozīme. Tika secināts, ka veselīgam līdzsvaram starp darbu un brīvo laiku ir liela nozīme, lai atrastos optimālā garīgā un fiziskā līdzsvarā un saglabātu gan darba spējas, gan pozitīvu dzīvotgribu. Izdegšanas sindromu darba vietās var mazināt tādas aktivitātes kā regulāras, īsas pauzes darba laikā, atejot no datora vai izejot ārpus biroja un darba vietas. Savukārt, sabiedrībā kopumā izdegšanas sindroma mazināšanos var veicināt sabiedrības uzskatu maiņa par darbam veltīto laiku un darba/brīvā laika korekta sabalansēšana, kas novestu pie noteikto darba stundu nepārsniegšanas.

Atslēgas vārdi: izdegšanas sindroms; stresa novēršana

Imants Matulis. PĀRDOŠANAS STRATĒGIJAS PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība"

E-pasts: imants.matulis@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Teterē

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pētāmais uzņēmums darbojas ražošanas nozarē, kur galvenie izejmateriāli ir tērauda loksnes biežumā no 1mm līdz 50mm, tērauda profili (kvadrāta caurules, taisnstūra caurules, tērauda leņķi, apaļas caurules diametrā līdz 400mm, tērauda sijas, un citi tērauda izstrādājumi). Veiksmīgai uzņēmuma attīstībai nepieciešama pielāgota pārdošanas stratēģija strauji mainīgajās gan lokālajās, gan vispasaules krīžu ietekmēs. 2022. gada februāra beigās pēc Krievijas armijas iebrukuma neatkarīgajā Ukrainā tērauda produkcijai cenas trīskāršojās, kā rezultātā uzņēmuma klienti apturēja gan apstiprinātos, gan jaunus iepirkumus, kā rezultātā uzņēmumam radās dīkstāve. Pārdošanas stratēģijas pilnveide dotu iespēju formulēt iespējamus rīcības scenārijus, kas palīdzētu ilgtermiņā strādāt ar noslodzi un konkurēt, noteikt attīstības virzienu, mazinot dīkstāves draudus arī mainīgos ekonomiskos un politiskos apstākļos.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumus pārdošanas stratēģijas pilnveidei pētāmajā metālapstrādes uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā metode, datu savākšanas metode, grafiskā metode, sintēzes metode, loģiski – konstruktīvā metode, induktīvā metode un deduktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autors pēta un analizē ražošanas uzņēmuma esošo pārdošanas stratēģiju. Otrajā daļā darba autors praktiski pēta un raksturo teorētiskās pārdošanas stratēģijas, analizēja to atbilstību ar ražošanas uzņēmuma esošo pārdošanas stratēģiju. Trešajā daļā darba autors pēta krīžu ietekmi uz pārdošanas tirgu, kas attiecas uz pētāmo

uzņēmumu un raksturo to ietekmi. Pētījuma izstrādes gaitā, darba autors secina, ka pētāmajā uzņēmumā ir nepilnīgi izstrādāta pārdošanas stratēģija, kuras būtiskākais trūkums ir nelietderīgi izmantots pārdevēju laiks un nav definēti mērķa klienti. Darba autora priekšlikums ir papildināt pārdošanas stratēģiju ar nepieciešamo informāciju par izejvielas iepirkšanu ne tikai no vienas valsts vai viena reģiona, bet apzināt un izveidot sadarbību ar visiem potenciālajiem pasaules piegādātājiem. Papildināt pārdošanas stratēģiju ar krīzes cenu politiku, kā piemēram, kad būtiski samazinātos pieprasījums, tad cena tiktu noteikta: pašizmaksa + 3%. Nepieciešams stratēģiju papildināt ar uzņēmuma klientu definēšanu, piemēram pāriet no B2B (Business to Business) pārdošanas modeļa uz B2C (Business to Consumer). Papildināt stratēģiju ar konkurentu izvērtēšanas kritērijiem – tirgus daļa, cenas, mārketinga, atšķirības, stiprās un vājās puses, ģeogrāfija, kultūra un klientu atsauksmes, vērtēšanu veikt vismaz reizi pusgadā. Papildināt ar mērķa tirgus pieprasījuma analīzi, kuru nepieciešams vērtēt reizi gadā. Identificēt uzņēmuma priekšrocības un uzņēmuma priekšrocību demonstrēšanu saskaņā ar mārketinga stratēģiju. Uzņēmuma vadītājam, tiešajam priekšniekam kontrolēt rezi mēnesi pārdošanas stratēģijas ievērošanu uzņēmuma ikdienas darbā.

Atslēgas vārdi: pārdošanas stratēģija; ģeopolitiskā ietekme; pilnveide

Raitis Kurpnieks. 2022. GADA NEKUSTAMO ĪPAŠUMU TIRGUS TENDENCES DZĪVOJAMO PLATĪBU SEGMENTĀ RĪGĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība"

E-pasts: raitiskurpnieks@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Nekustamo īpašumu cenas galvaspilsētā 2022.gadā turpina kāpt. Saskaņā ar "Arco Real Estate" datiem, periodā no 2021.gada sākuma līdz 2022.gada vidum, dzīvokļu cenas sērijveida namos paaugstinājušās par 21%. 2022.gada pirmajos 4 mēnešos cenas šajā tirgus daļā pieauga vien par 8%. Toties dzīvokļu cenas jaunajos projektos, šajā laika posmā, ir cēlušās par 18,8%. Tirgus tendenču izpēte ir būtiska, lai palīdzētu orientēties un pieņemtu lēmumus īpašumu tirdzniecības darījumos gan pircējiem, gan pārdevējiem. Tāpat tas ir būtiski arī investoriem un attīstītājiem.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt secinājumus un priekšlikumus, kas potenciālajiem mājokļu pircējiem dotu izpratni par situāciju mājokļu tirgū, dzīvokļu segmentā un palīdzētu tiem apzināties savas iespējas un piedāvājumu tirgū.

Pētījuma metodes: Datu analīze, kvantitatīvā pētījumu metode, loģiski konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā solī autors iegūst jau eksistējošus datus un pēta nozares publikācijas un ekspertu viedokļus. Otrajā solī autors atlasa pašus atbilstošākos datus un veido kopsavilkumu par cenām un piedāvājumu Rīgas mikrorajonos un Rīgas centrā. Pētnieciskā darba gaitā, autors secina, ka pēdējā gada laikā ir notikušas krasas cenu un piedāvājuma izmaiņas jauno projektu tirgus segmentā Rīgā, ko ietekmējuši tādi faktori kā: iedzīvotāju ienākumu pieaugums, pircēju paradumu maiņa un straujā būvniecības izmaksu paaugstināšanās. Kā arī tiek pamanīts lielākais pieaugums sērijveida namos kopš 2008.gada finanšu krīzes. Noslēgumā, autors izstrādā secinājumus, atsaucoties uz pētījumā veidoto datu kopsavilkumu.

Atslēgas vārdi: nekustamie īpašumi; dzīvojamā platība; tirgus tendences



Aivija Kļava. IEKŠĒJAS VIDES PILNVEIDE ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība"

E-pasts: aivijaklava@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Teterē

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Iekšējās vides un motivācijas pilnveide balstoties uz uzņēmumā nodarbināto sniegto informāciju, sakarā ar to, ka uzņēmums darbojas uz pašvaldību iepirkumiem noteiktā reģionā un laika posmā, darba aizsardzības likuma ievērošana. Padziļināti tiks pētīta labbūtība (wellbeing).

Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumus labbūtības veicināšanai pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā metode, kvalitatīvā metode, statistikas metode, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta darbinieku motivāciju darba vietā. Otrā daļā tiek pētīts darbinieku viedoklis par uzņēmumā pozitīvo iekšējā darba vidē un tiek izvērtēti ieteikumi, kas uzņēmumā būtu jāuzlabo, lai darbinieki būtu motivēti un justos labi. Trešajā daļā darba autore apkopo darbinieku sniegto informāciju par uzņēmuma iekšējo darba vidi. Darba noslēgumā tiek izstrādāti priekšlikumi labbūtības pilnveidei.

Atslēgas vārdi: labbūtība; darba drošība; darbinieku motivēšana

Santa Pleikšne. IZGLĪTOJAMO MOTIVĀCIJAS FAKTORI IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība"

E-pasts: santapleksne@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Teterē

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pētāmā uzņēmuma mācību centra sekmīgai darbībai un attīstībai ir nepieciešama sakārtota un viegli saprotama iekšējā uzņēmuma organizācija un jābūt izstrādātam izglītojamo motivēšanas plānam. Mācību centra sekmīgai attīstībai un izaugsmei galvenais faktors ir zinoši un kvalificēti pedagogi, kas spēj realizēt kvalitatīvu mācību procesu izglītojamiem. Centrālā statistikas pārvalde (CSP) veica datu iegūvi par Latvijas iedzīvotāju izglītošanos gan regulārās izglītības iestādēs, gan apmeklējot kursus, seminārus, konferences. Informācija iegūta 2016./2017. gadā, aptaujājot iedzīvotājus vecumā no 25 līdz 64 gadiem. Izpētot šos datus, autore secina, ka 2016./2017. gadā pieaugušo izglītībā piedalījās lielākoties sievietes, vīrieši savu dalību bija pieteikuši mazāk. Kā arī pētot datus par apakšizglītību, visvairāk iedzīvotāji izvēlās mācīties pēc vidējās izglītības iegūšanas un, kas dažādu apstākļu dēļ nav uzsākuši mācības augstskolās. Arī pēc autores novērojumiem, strādājot izglītības iestādē, arī šobrīd vairums izglītojamo ir sievietes, kas aktualizē jautājumu par motivēšanas pasākumu pielietošanu izglītības jomā, lai veicinātu izglītojamo zināšanu, prasmju apguvi, vienlaikus nodrošinot stabilu klientu plūsmu mācību centram.



Pētījuma mērķis: Izpētīt mācību centra izglītojamo motivācijas līmeni, identificējot motivāciju pazeminošos elementus, lai izstrādātu priekšlikumus situācijas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Analīze un sintēze, kvantitatīvā metode, loģiski – konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Izstrādātas metodes izglītojamo motivācijai. Kā viens no būtiskākajiem priekšlikumiem jāmin tas, ka mācību centram vajadzētu sastādīt stratēģiju, kā virzīt mācību programmas tirgū, iesaistot darba devējus, kas varētu sniegt priekšlikumus savu darbinieku atbalstam mācībās; sastādīt rīcību scenārijus dažādām sistēmām; pielietot mācībās KOUČINGA vai SUPERVĪZIJAS metodes. Šīs lietas varētu palīdzēt uzlabot izglītojamo motivāciju pilnveidot savas zināšanas un sekmīgi absolvēt mācības, bet būtiski ir arī neaizmirst par saviem darbiniekiem, pilnveidot to zināšanas, lai tie varētu efektīvāk konsultēt un sniegt atbalstus izglītojamajiem mācību procesā.

Atslēgas vārdi: motivācija; mācību centrs; izglītojamie

Viktorija Stepurova¹, Ralfs Veidenbaums². CENU VEIDOŠANAS METODES

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Uzņēmējdarbība"

Apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība"

E-pasti: ¹stepurova917@gmail.com, ²rveidenbaums@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.oec., viesdocētāja Sandra Tetere

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pareizi izvirzītas cenas un to stratēģija ir viens no svarīgākajiem plāna punktiem veiksmīgas peļņas gūšanai uzņēmumam, ir svarīgi zināt kā izvēlētajā tirdzniecības jomā veidot konkurētspējīgas cenas un kā pielietot cenu stratēģiju.

Pētījuma mērķis: Izpētīt cenu veidošanas metodes un analizēt metožu izvēles kritērijus.

Pētījuma metodes: Zinātniskās literatūras analīze, datu savākšanas, sintēzes un loģiski – konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: Autori pēta cenu veidošanās metodes, cenu veidošanas stratēģiju izmantošanas jomas, ārējo faktoru ietekmi uz cenu veidošanos, analizē kā tiek veiksmīgi veidotas cenas uzņēmumos, cenu atlaižu veidošanas faktori. Autori pēta katru cenu veidošanas stratēģiju, tās labāko pielietojumu jomā vai konkrētā situācijā.

Atslēgas vārdi: cenu veidošana; peļņas gūšana; pareiza cenu stratēģija



SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS UN MĀRKETINGS



Madara Ūdre. IEKŠĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS PILNVEIDE PAŠVALDĪBĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Sabiedriskās attiecības"

E-pasts: madara.fabrika@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA., lektore Ilze Krūmiņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Sabiedrisko attiecību zelta likums ir: efektīva ārējā komunikācija ir iespējama tikai tad, kad ir ieviesta kārtība organizācijas iekšienē. Eiropā divas trešdaļas komunikācijas speciālistu atzīst, ka darbinieki ir vissvarīgākie korporatīvās informācijas rupori. Kārtība organizācijā nozīmē noregulētu un efektīvu iekšējo komunikāciju (Kazaka, 2019). Pēc 2021. gadā notikušās administratīvi teritoriālās reformas tika apvienotas vairākas agrāk neatkarīgas administratīvās teritorijas, kam tagad ir jādarbojas pēc jaunizveidotā Madonas novada normatīvajiem aktiem un jaunās identitātes. Apvienojot šīs administratīvās teritorijas arī tur strādājošie tika apvienoti vienā lielā darba kolektīvā, kam ir jāiepazīst jaunie kolēģi, jāveic izmaiņas ierastajos darba procesos un jādarbojas kā vienam mehānismam. Lai pašvaldības darbinieki šos procesus veiksmīgi īstenotu darbā, pārvaldītu un tie notiktu sistematizēti, iekšējās komunikācijas precesiem pašvaldībā ir jābūt sakārtotiem, viegli saprotamiem un definētiem.

Pētījuma mērķis: Izpētīt Madonas novada pašvaldības iekšējās komunikācijas procesus, lai izstrādātu priekšlikumus to pilnveidei.

Pētījuma metodes: Pašvaldības darbinieku aptauja, kurā piedalījās 78 respondenti, intervijas ar diviem pašvaldības speciālistiem un grafiskā metode rezultātu atspoguļošanai.

Sasniegtie rezultāti: Darbinieki ir kļuvuši par vienu no nozīmīgākajām sabiedrisko attiecību mērķgrupām, vairumu pašvaldības darbinieku komunikācijas procesu norise organizācijā neapmierina, kas traucē ikdienas darbam un pašvaldības vadībai ir īpaši jāstrādā pie kvalitatīvas iekšējās komunikācijas procesu pilnveides, lai tas neietekmētu darbinieku lojalitāti un apmierinātību. Noslēgumā darba autore sniedz priekšlikumus: pabeigt darbu pie pašvaldības komunikācijas stratēģijas izstrādes un pēc iespējas ātrāk ieviest to darbā, lai uzlabotu iekšējās komunikācijas procesus, stratēģijā skaidri definējot katra darbinieka rīcību un atbildību informācijas procesa aprītē un turpināt izmantot vadītu komunikācijas kanālu rīkus, lai informācija pie darbiniekiem nonāktu ātrāk un viņiem ērtākā veidā.

Atslēgas vārdi: sabiedrisko attiecību instrumenti; iekšējā komunikācija; pašvaldība; komunikācija; pilnveide

Marina Kuračenko. ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Mārketings"*

E-pasts: kuracenkomarina@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Sabiedriskajai ēdināšanai ir diezgan liela nozīme cilvēka dzīvē. Papildus fizioloģisko uztura vajadzību apmierināšanai, cilvēkam vajag ne tikai ēst, bet arī sazināties. Ēdināšanas vietas ir viena no retajām vietām, kur darbojas visas maņas un rada vispārēju gandarījuma sajūtu. Ēdiena, apkalpošanas un atmosfēras vērtējumā apvienota garša, redze, smarža un taustes sajūtas. 2018.gadā

sabiedriskās ēdināšanas nozares uzņēmumi valsts kopbudžetā nodokļos samaksājuši 127,31 milj.EUR, kas veido 1,8% no visas nodokļu kopsummas, kuru uzņēmumi pērn samaksājuši valsts kopbudžetā. Gada laikā ēdināšanas nozarē reģistrēto uzņēmumu samaksāto nodokļu apjoms palielinājies par 19,87%. Samaksāto valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu apjoms gada laikā pieaudzis par 24%, bet iedzīvotāju ienākuma nodokļa apjoms – par 3,94% (Lursoft, 2019). Tieši šis faktors liek pārdomāt ka gadu no gada sabiedriskās ēdināšanas bizness strauji attīstās. Par apmeklētājiem ir nopietna konkurence, kas liecina ka ir jāpārdoma ne tikai galvena restorāna stratēģija un stils, bet arī detaļas, kas padara iestādī unikālu un neatkārtojamu.

Pētījuma mērķis: Novērtēt un izpētīt sabiedriskās ēdināšanas nozares uzņēmumu attīstības iespējas Latvijā.

Pētījuma metodes: Dokumentu un sekundāro datu analīze, grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Darbā ir sniegta sabiedriskās ēdināšanas nozares izpēte un raksturojums. Balstoties uz sabiedriskās ēdināšanas nozares pētījumu rezultātiem tiek konstatēts, ka Latvijā ir iespējas attīstīties jauniem uzņēmumiem šajā nišā, bet tiem ir jābūt ar jauno un labi izstrādāto stratēģiju un inovatīvu biznesa ideju, lai piesaistītu klientus.

Atslēgas vārdi: sabiedriskā ēdināšana; attīstība; konkurence; apkalpošana; stratēģija

Elīza Akmeņlauka. PĀRTIKAS MAZUMTIRDZNICĪBAS NOZARES ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Mārketings"*

E-pasts: elizaakmenlauka@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mazumtirdzniecības apgrozījums Latvijā 2022.gadā, salīdzinot ar 2021.gadu pieauga par 4,2%. Pārtikas preču mazumtirdzniecība pieauga par 0,4%, savukārt nepārtikas mazumtirdzniecības apjoms, neiskaitot autodeģvielas mazumtirdzniecību pieauga par 8,6%, autogevielas – palielinājās par 0,9%. 2023.gads mazumtirdzniecībā solās būt visai dinamisks. Nozare, iespējams, izjutīs patērētāju pirkstspējas kritumu. Nozares eksperti norāda uz pārtikas preču cenu sagaidāmu samazināšanos, kas ar apkures sezonas noslēgšanos var veicināt nozares izaugsmi gada vidusdaļā (Finanšu ministrija, 2023). Laikam ejot populārāka un attīstītāka kļuvusi pārtikas tirdzniecība un iegāde tiešsaistes veikalos, kas arī tuvākā laikā pārņems iepirkšanos fiziskajos veikalos. Pateicoties pandēmijai tirgum bija jāpielāgojas radušajai situācijai, līdz ar to mazumtirdzniecības uzņēmumi bija spiesti meklēti risinājumus, lai paliktu tirgū (Centrālā statistikas pārvalde, 2023).

Pētījuma mērķis: Izpētīt pārtikas mazumtirdzniecības nozari Latvijā, lai izstrādātu priekšlikumus nozares attīstībai.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, sekundāro datu analīze, aptauja.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma gaitā tika veikts nozares pētījums un noskaidrots, ka pēdējo gadu laikā pārtikas mazumtirdzniecības nozare Latvijā ir attīstījusies straujāk nekā iepriekš un tā turpinās savu attīstību.

Atslēgas vārdi: pārtika; mazumtirdzniecība; tiešsaistes veikals; e-komercija



Samanta Baumgarte. BIŠU VASKA SVEČU TIRDZNIECĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Mārketings"*

E-pasts: baumgarte.samanta@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Bišu vasks ir ilgtspējīgs un videidraudzīgs materiāls, ko izmanto sveču ražošanai jau kopš Senās Ēģiptes, Senās Grieķijas, Romas un vecās Ķīnas laikiem. (Crane, 1999) Salīdzinot ar citiem sveču vaskiem, bišu vaska sveces rada "tīrāku degumu", tās darbojas kā dabiski gaisa attīrītāji, neitralizējot toksīnus un parastos alergēnus, piemēram, putekļus no iekštelpu gaisa. (Yousefi, 2014) Lai izvairītos no lieka bišu vaska ražošanas, tiek pieņemts, ka bišu vaska ekonomika balstās uz pieprasījuma un piedāvājuma. Lielākā daļa saražotā bišu vaska tiek izmantota bišu šūnu veidošanā, grūti iegūt konkrētus skaitļus bišu vaska ražošanai ārpus biškopības vajadzībām. (Bogdanov, 2015) Šobrīd Latvijā kopā ir reģistrēti 3494 biedri (pēc Latvijas Biškopības biedrības datiem datumā 09.03.2023.) un 2022.gada beigās bija 105,5 tūkstoši bišu saimju, pēc Centrālās Statistikas pārvaldes datiem. Latvijas tirgū, lielāko bišu vaska sveču tirgotāju sortimentvariē no 1 - 151 gab. precēm, cenu diapazonā no 0,40 € līdz 24,50 €. Sveču dizaini lielākoties ir vienādi un atkarojas, klients var tikai izvēlēties sev ērtāko preču saņemšanas veidu, vietu, cenu un bišu vaska izcelsmes valsti.

Pētījuma mērķis: :Izpētīt bišu vaska sveču tirdzniecības iespējas Latvijā.

Pētījuma metodes: Literatūras un interneta resursu analīze, sekundāro datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Izpētīta biškopības nozare un bišu vaska un sveču eksports un imports Latvijā. Apzināti 5 lielākie potenciālie konkurenti Latvijā.

Atslēgas vārdi: bišu vaska sveces; tirdzniecība; biškopība; konkurentu analīze

Jelena Terentjeva. SKAISTUMKOPŠANAS ATTĪSTĪBAS NOZARE RĪGĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Mārketings"*

E-pasts: jelena.terentjeva-1@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Skaistumkopšanas nozarē mūsdienās vērojama frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu un fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā iekļauto skaistumkopšanas darbības veidu un jomu pārklāšanās, piemēram, profesijās skaistumkopšanas speciālists (kosmetoloģijā), kosmētiķis, SPA speciālists un citās pastāv cieša profesionālās darbības saikne, kā arī profesionālo uzdevumu pārklāšanās (LBAS, Skaistumkopšanas nozares apraksts, nav gada). Skaistumkopšanas nozarē svarīgi ir veicināt jau esošo profesionālo asociāciju darbību un sadarbību ar valsts institūcijām nozares darba tirgus un profesionālās izglītības sakārtošanā (Paidere, 2015).

Pētījuma aktualitāte: Izvērtējot Latvijā pārdoto skaistumkopšanas pakalpojumu dinamiku, vērojamas atšķirīgas tendences Rīgas centra salonos un skaistumkopšanas salonos ārpus Rīgas un reģionos. Izvērtējot Latvijā pārdoto skaistumkopšanas pakalpojumu dinamiku, vērojams, ka 2022. gadā, salīdzinot ar 2020. gadu, Rīgas centra skaistumkopšanas salonos bijis kritums, kamēr dažādos tirdzniecības centros - aptuveni 10-20% liels pieaugums. Tas saistīts ar iedzīvotāju paradumu izmaiņām, jo arvien vairāk

iedzīvotāju vēlas saņemt pilnu skaistumkopšanas pakalpojumu klāstu (friziera, manikīra, pedikīra, solārija u.c. pakalpojumus) vienuviet un apvienot skaistumkopšanu ar citiem ikdienas darbiem, piemēram, iepirkšanos.

Pētījuma mērķis: Izpētīt skaistumkopšanas nozares attīstības iespējas un tendences Rīgā.

Pētījuma metodes: Sekundāro analīzes metodes un literatūras analīze.

Atslēgas vārdi: skaistumkopšana; salons; produkts; pakalpojums; tendence

Zinta Žugra. SPĒĻU GALDU RAŽOŠANAS TENDENCES LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Mārketingis"*

E-pasts: zinta@lavision.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Globālu pārmaiņu ietekmē, mūsu sabiedrībā cilvēki vairāk pavada mājās un uzvaras gājieni ir uzsākuši online un virtuālo spēļu piedāvājumi. Populāri ir tiešsaistes spēļu produkti - video studijas – spēļu prezentēšanas un vadīšanas pakalpojumi gan Latvijā, gan ārzemēs, kā arī aktuāli arī privātiem pasākumiem jaunas izklaides iespējas. Kokrūpniecība ir viena no Latvijas vislielākajām rūpniecības nozarēm. Šobrīd tā ieņem lielu nozīmi valsts ekonomikā, mums ir labi sagatavoti speciālisti un ražošanas resursi. Mežsaimniecības, kokapstrādes un mēbeļu ražošanas daļa iekšzemes kopproduktā 2020. gadā veidoja 5,3%, savukārt eksporta apjoms sasniedza 2,6 miljardus eiro – 19% no valsts kopējā eksporta. Šobrīd Latvijā nav neviena pagasta, kur nevarētu atrast kādu mazāku vai lielāku koksnes pārstrādes uzņēmumu. Bieži vien tie ir apkārtnē nozīmīgākie darba devēji un līdz ar to arī vietējās ekonomikas un iedzīvotāju galvenais balsts.

Pētījuma mērķis: Izpētīt spēļu galdu ražošanas iespējas Latvijā un eksporta iespējas.

Pētījuma metodes: Teorētiskās - literatūras un interneta avotu izpēte.

Sasniegtie rezultāti: Apkopotie rezultāti sniedz informāciju par ražošanas iespējām un esošo situāciju mēbeļu ražošanā Latvijā, kā arī eksportā.

Atslēgas vārdi: spēļu galdi; pokergaldi; ražošana; eksports

Daina Laizāne. MĀJU UZKOPŠANAS AR EKOLOĢISKAJIEM TĪRĪŠANAS LĪDZEKĻIEM PAKALPOJUMU SNIEGŠANA LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Mārketingis"*

E-pasts: dainalaizaane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zariņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: "Parastie tīrīšanas līdzekļi var izraisīt virkni veselības problēmu: sākot ar nelieliem kairinājumiem līdz astmas lēkmēm, hormonāliem traucējumiem un pat audzējiem.

Sastāvdaļas, kas atzītas par kaitīgām ekoloģiskajos tīrīšanas līdzekļos (piemēram, APEO, NTA, sintētiskais muskuss, hlors, sodas perborāts, optiskie balinātāji u.t.t.), parasti netiek pievienotas, tāpēc konservanti un smaržvielas joprojām ir visaktuālākās, un ES ražotājiem tās ir obligāti jānorāda. Ekoloģisko tīrīšanas līdzekļu ražotāji bieži piedāvā alternatīvu - tāda paša pielietojuma produktu ar vai bez smaržas, augstākā un zemākā koncentrācijā (zemākas koncentrācijas ir labvēlīgākas cilvēku veselībai, bet mazāk labvēlīgas atkritumu ziņā) (lavin.lv)". Tīras telpas ir svarīgas to iemītnieku labsajūtai un veselībai, tīrām telpām nevajadzētu radīt papildus draudus veselībai. Latvijā ir vairāki lieli uzņēmumi, kas sniedz māju uzkopšanas pakalpojumus, bet trūkst šo pakalpojumu sniedzēju, kas izmanto ekoloģiskos tīrīšanas līdzekļus. Veicot izpēti un datu analīzi pētījuma autore vēlas noskaidrot cik daudzi no uzkopšanas pakalpojumu sniedzējiem izmanto ekoloģiskus līdzekļus un cik pieprasīti ir šie pakalpojumi.

Pētījuma mērķis: Novērtēt māju uzkopšanas ar ekoloģiskajiem tīrīšanas līdzekļiem nozares attīstības iespējas Latvijā.

Pētījuma metodes: Literatūras un interneta resursu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Tika analizēta māju uzkopšanas nozare Latvijā un ekoloģisko līdzekļu izmantošana uzkopšanas pakalpojumu sniegšanā, tika secināts, ka Latvijā trūkst šādu pakalpojumu sniedzēju un ir iespēja attīstīt šāda veida uzņēmējdarbību.

Atslēgas vārdi: māju uzkopšana; ekoloģiski tīrīšanas līdzekļi; uzņēmējdarbība

Monta Aleksandra Grīna. PATĒRĒTĀJU IEPIRKŠANĀS PARADUMI TIRDZNICĪBAS CENTRO

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Digitālais mārketingš"

E-pasts: montagreen@yahoo.co.uk

Zinātniskais vadītājs: MBA., lektore Ilze Krūmiņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pēdējie 3 gadi visiem klātienē uzņēmumiem bija izaicinoši, globālās pandēmijas dēļ. Uzņēmumiem nācās saprast, kā veidot tirdzniecību tiešsaistē, lai nezaudētu klientus. Kas daudziem tobrīd likās neērti, tagad ir kļuvis par normu, un mazumtirdzniecības eksperti norāda, ka iepirkšanās internetā drīz apsteigs tradicionālo iepirkšanos naudas izteiksmē (Market Business News, 2017). Oficiāli iepirkšanās centri tiek definēti kā "viena vai vairākas ēkas, kas veido veikalu kompleksu, kurā pārstāvēti tirdzniecības veikali, ar savstarpēji savienotiem gājēju celiņiem, kas ļauj apmeklētājiem pārvietoties no vienības uz vienību." Neoficiāli tie ir kopienu sirds un dvēsele, mazumtirdzniecības ekonomikas pamats un sociālā svētvieta pusaudžiem visā pasaulē (The future of the shopping mall, 2014). Lai piesaistītu patērētāju atkal doties uz tirdzniecības centru, tiem ir jābūt radošiem ar savām akciju kampaņām un jārada vēlmi tās apmeklēt. Lai izveidotu veiksmīgu mārketinga kampaņu ir jāizprot, kādas akciju kampaņas patērētāji patlaban apmeklē visvairāk, kas tos motivē doties uz tirdzniecības centru un kādas preces tie pērk visbiežāk.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot patērētāju iepirkšanās paradumus tirdzniecības centros, lai spētu apstiprināt vai noraidīt autores izvirzīto hipotēzi, ka patērētāji vairāk iepērkās akciju periodos un atliek lielu pirkumu iegādi līdz tam. Izveidot kampaņu ar kuras palīdzību tiek noskaidrota tirdzniecības centra "Domina" atpazīstamība respondentu vidū, to informētība par "Bazāra" esamību, kā arī vēlme vai iecere to apmeklēt šogad.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā aptauja, kurā tika iegūtas 41 respondentu atbildes, literatūras un informācijas avotu analīze, kā arī grafiskā metode rezultātu atspoguļošanai.

Sasniegtie rezultāti: Pēc datu apkopošanas ir redzams, ka cilvēkiem patīk iepirkties. Tie meklē akciju piedāvājumus un nereti veic impulsa pirkumus, ja precei ir piemērota laba atlaide. Lai gan tirdzniecības centrs Domina ir labi zināms starp respondentiem, liela daļa neapmeklēja šī tirdzniecības centra veidotās kampaņas, un, patlaban, nedomā to darīt arī nākotnē.

Atslēgas vārdi: mārketing; kampaņas; akcijas; tirdzniecības centri

Daniels Švačko. SOCIĀLO MEDIJU KAMPAŅA “LAI SANAK BŪT ĪSTIEM!” TIRDZNICĪBAS CENTRA “DOMINA” IZPĀRDOŠANAS AKCIJAI “BAZĀRS”

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma “Digitālais mārketing”

E-pasts: daniels.sv.55@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.soc Liliāna Ozoliņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Domina t/c “BAZĀRS” ir ikgadēja izpārdošanas akcija, kuras laikā tiek palielināta apmekletāju plūsma veikala telpās un respektīvi arī pirkumu skaits, kas ietekmē ietirgojumu un peļņu. Tāpēc ir jāizstrādā sociālo mediju kampaņa, kas palīdzēs sasniegt izvirzīto mērķi 2023. gadam un ietekmēs arī kopējo zīmola atpazīstamību.

Pētījuma mērķis: Darba ietveros pētījuma mērķis ir noskaidrot kāds tirdzniecības centru sociālo mediju saturs ir aktuāls un pieprasīts auditorijai.

Pētījuma metodes: Tika izmantota kvantitatīvā pētījuma metode – anketēšana, SVID analīze, mārketinga miksa jeb 4P analīze.

Sasniegtie rezultāti: Liela daļa aptaujāto respondentu neseko līdz tirdzniecības centriem sociālajos tīklos (57% Instagram platformā un 49% Facebook). No pārējo respondentu atbildēm varēja secināt, ka visbiežāk cilvēki seko līdz tirdzniecības centriem, ja saturs ir saistīts ar materiālu guvumu tiem (akcijas, atlaižu piedāvājumi). Respondenti norādīja, ka vēlas saņemt saturu un komunikāciju tieši par šādām tēmām, kas sakārtotas pēc atbilžu procentuāla daudzuma - izpārdošanas akcijas (34%), konkursi (17%), t/c aktualitātes un pasākumi ieguva pa 16%. Visatbilstošāk ir izvietot saturu t/c sociālajos tīklos tikai vienu reizi nedēļā, ko varēja secināt no 33% no visām respondentu atbildēm. Visbiežāk sociālajos tīklos tiek pamanīta reklāma, kā norādīja 29% aptaujāto, tad izpārdošanas akcijas un visbeizot informācija par atlaidēm. Balstoties uz anketā iegūtajiem rezultātiem, darba autors ir nonācis pie secinājumiem, ka vairāk jāimplementē saturs par izpārdošanas akcijām, lai veicinātu iesaisti un arī atpazīstamību sociālajos medijos, biežāk izmantot sociālo mediju reklāmu, aktīvi komunicējot ar mārketinga ziņām.

Atslēgas vārdi: mārketing; satura mārketing; saturs; Instagram; Facebook; “Bazārs”; DOMINA



INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS



Anita Līva. MOBILO LIETOJUMPROGRAMMU IZSTRĀDE ANDROID: IZGLĪTOJOŠA SPĒLE PIRMSSKOLAS BĒRNIEM LATVISKI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., vieslektors Maksims Žigunovs*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās cilvēki bieži lieto mobilās lietotnes gan datu apstrādei un uzglabāšanai, gan interneta pakalpojumu lietošanai, gan izklaidei. Mobilās lietotnes lieto pieaugušie un arī bērni; lai bērni nelietotu mobilās lietojumprogrammas tikai izklaidei, vecāki mēdz ierobežot pieejamās lietotnes un kontrolēt to lietojumu. Viens no veidiem, kā kontrolēt, lai bērns lietderīgāk pavadītu laiku pie viedierīces ir izglītojošu spēļu uzstādīšana mobilajos tālruņos. Taču, lai gan angļu valodā ir iespējams atrast daudz dažādu izglītojošu lietojumprogrammu, latviešu valodā pieejamo lietojumprogrammu skaits nav tik plašs. Tāpēc ir aktuāli izstrādāt vairāk latvisko izglītojošo lietojumprogrammu, kā arī ļaut bērniem attīstīt savas prasmes bērniem drošā vidē.

Pētījuma mērķis: Balstoties uz literatūras analīzi un secinošo statistiku, izveidot ieteikumus latvisku izglītojošu mobilo lietojumprogrammu Android vidē pirmsskolas vecuma bērniem.

Pētījuma metodes: Izmantotās metodes datu vākšanai un apstrādei būs: literatūras apskats un literatūras analīze par ieteicamāko programmēšanas valodu Android lietojumprogrammu izveidei; literatūras analīze un sekundāro datu analīze lietojumprogrammu pieprasījuma izvērtējumam; datu apstrāde par ieteikumu izveidi lietojumprogrammu izstrādei Android; izstrādes plānošana vienkāršai lietojumprogrammai; aprakstošās statistikas metodes datu apstrādei un priekšlikumu izveidei par lietojumprogrammas darbības uzlabošanu un grafiskās pētniecības metodes – saskarnes izskats un navigācijas plānošana lietojumprogrammai, tabulu izveide datu apstrādei.

Sasniegtie rezultāti: Izstrādāti ieteikumi izglītojošas mobilās lietojumprogrammas izstrādei Android vidē pirmsskolas vecuma bērniem.

Atslēgas vārdi: Android; mobilā lietojumprogramma; izglītojoša spēle; pirmsskola; latviešu valoda

Andrejs Birzgals. MOBILO LIETOJUMPROGRAMMU IZSTRĀDE ANDROID

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"
Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., vieslektors Maksims Žigunovs*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Covid-19 pandēmijas laikā, periodā no 2019. gada noslēguma līdz 2022. gadam, Latvijā bija vērojami vismaz trīs pandēmijas viļņi, no kuriem visās jomās sarežģītākais bijis pirmais - visa pasaule bijusi neziņā par notiekošo un tā izrietošām sekām, tādēļ vienīgais risinājums bija gaidīt pirmās vakcīnas vīrusa izplatības mazināšanai un izbeigšanai. 2021. gadā tika izveidoti 5 vakcīnu veidi, kas paredzēti dažāda vecuma cilvēkiem, turklāt dažas vakcīnas nav paredzētas pie konkrētām veselības problēmām, kas radīja problēmas vakcinācijas procesā un nepieciešamās vakcīnas piemeklēšanai konkrētam cilvēkam. Ņemot vērā iepriekš minēto problēmu, darba autors nolēma izstrādāt Android aplikāciju medicīnas darbiniekiem, medicīnas iestādēm, kā arī pašiem iedzīvotājiem, kurā īsas aptaujas laikā, ievadot par sevi informāciju (vecums, hroniskas saslimšanas, ar Covid-19 slimošanas gadījumiem un vakcinācijas kursa uzsākšanas datiem), aplikācija, pamatojoties uz Veselības Ministrijas

rekomendācijām un medicīnas atziņām, sniegtu informāciju par personai vispiemērotāko vakcīnu, kas nekaitētu vakcinētās personas veselībai.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt Covid19 vakcinācijas programmu, kas spētu konkrētam vakcinācijas pakalpojuma saņēmējam noteikt vispiemērotāko Covid19 vakcīnu, ņemot vērā tā personas veselības stāvokli, medicīnas atziņas un Veselības Ministrijas sniegtās rekomendācijas.

Pētījuma metodes: Pētījuma gaitā tika veikta intervija ar ekspertu – Daini Laugali, Rezidentu neatliekamajā medicīniskajā palīdzībā, kas intervijas laikā atklāja svarīgākos datu ieguves avotus, kurus izmanto vakcinēšanas pakalpojumu sniedzēji. Pētījumā tika izmantotas tādas datu apstrādes metodes, kā grafiskā analīze programmas rezultātu atspoguļošanai, kā arī aprakstošās statistikas metode programmatūras izstrādes vajadzībām.

Sasniegtie rezultāti: Pētnieciskā darba gaitā tika izstrādāta eksperimentālā Covid19 vakcinācijas programmatūra vakcinācijas pakalpojumu sniedzējiem un saņēmējiem.

Atslēgas vārdi: Covid19; vakcinācija; aplikācija; programmatūra

Jānis Oboruns-Bernāts. AUTOMAŠĪNU DATORDIAGNOSTIKA, PROGRAMMĒŠANA UN KODĒŠANA BMW

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"
E-pasts: lars8@inbox.lv
Zinātniskais vadītājs: Mg.math., docents Patriks Morevs*

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienu tehnoloģijas attīstās ļoti strauji, tādēļ arī transportlīdzekļiem tiek pievienotas dažādas sistēmas, lai tās padarītu drošas un komfortablas. BMW AG ir firma, kas ražo lietotājam draudzīgas un smalki pārdomātas automašīnas. Latvijā vispieprasītākais automobilis ir BMW, tādejādi cilvēki, kas pērk tos lietotus, saskarās ar dažādām elektroniskām kļūdām un problēmām, kuras nevar tik viegli novērst. Šādos gadījumos attiecīgais transportlīdzeklis ir jāved pie specialista. Darba ietvaros tiks apskatīts oriģinālais programnodrošinājums BMW automašīnu diagnostikai, kā arī kodēšanai un programmēšanai. Darba izstrādes laikā autoram ir bijusi iespēja konsultēties ar profesionāļiem, kas ikdienā strādā tikai ar BMW automašīnām un arī izmēģināt pašam veikt visas nepieciešamas darbības, lai veiktu BMW automobiļa diagnostiku, kodēšanu un programmēšanu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt BMW automobiļa kodēšanu un programmēšanu šādu programmu vidē 'ISTA+', 'E-SYS', 'NCS-Expert', 'INPA', 'WinKFP', 'Tool32'.

Pētījuma metodes: Tiks izpētīts automobilis BMW X3 F25 2011. gada izlaiduma, kas ir aprīkots ar 3 litru dīzeļdegvielas iekšdedzes dzinēju, "CIC" multimediju sistēmu un "M-Package" komplektāciju. Tiks izmantota programma "ISTA+", lai diagnosticētu automašīnu, un izmantots kabelis "ODB2->ENET" kas ir saderīgs ar F un G sērijas BMW modeļiem. Kodēšanai tiks izmantota "E-SYS" programma. "E-SYS" programma arī spēj programmēt transportlīdzekļus, bet tas pakļauj riskam automobiļa sistēmu, tādēļ par programmēšanu tiks izklāstīts kā tiek veikts process.

Sasniegtie rezultāti: Automobilis ir veiksmīgi nokodēts ar programmu "E-SYS" un diagnosticēts ar "ISTA+" un "E-SYS".

Atslēgas vārdi: ISTA+ ; E-SYS; BMW; NCS-Expert; INPA; WinKFP; Tool32



Lars Soglajevs. AUTOMAŠĪNU DATORDIAGNOSTIKA, PROGRAMMĒŠANA UN KODĒŠANA (BMW)

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"*

E-pasts: lars8@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.math., docents Patriks Morevs

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Tēmas aktualitāte ir nozīmīga ikvienam, kurš pārvietojas vai ir saistīts ar automašīnām. Neatkarīgi no automašīnas markas, tās var salūzt pat jau iegādes brīdī vai arī to lietošanas gaitā var būt kādi būtiski bojājumi. Šādās situācijās ļoti labi palīdz automašīnu datordiagnostika, programmēšana un kodēšana.

Pētījuma mērķis: Studiju darba mērķis ir noskaidrot, kāpēc procesi, tas ir, datordiagnostika, programmēšana un kodēšana, ir nozīmīgi automašīnas remonta ietvaros.

Pētījuma metodes: Tika izmantota pieejamās literatūras analīze un elektroniski pieejamie informācijas avoti. Tika izmantota analītiski pētnieciskā metode informācijas avotu izpētei un deskriptīvā (aprakstošā) pētniecības metode, lai izklāstītu datordiagnostikas, programmēšanas un kodēšanas būtību, problemātiku un atrastu iespējamās problēmu risinājumus.

Sasniegtie rezultāti: Pirmajā daļā tika apskatīts datordiagnostikas jēdziens un tā būtība, kādas ir datordiagnostikas iekārtas. Otrajā daļā tika apskatīta automašīnas programmēšana un kodēšana, ko sevī ietver šie procesi. Trešajā daļā tika analizēta BMW automašīnas datordiagnostikas, programmēšanas un kodēšanas procesi, apskatot arī šajos procesos izmantojamās iekārtas.

Atslēgas vārdi: datordiagnostika; programmēšana; kodēšana; automašīna; bojājums

Andris Velps. SILTUMNĪCAS DARBA AUTOMATIZĀCIJAS SISTĒMAS IZSTRĀDE IZMANTOJOT SCADA AUTOMATIZĀCIJAS RĪKU

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"*

E-pasts: andris.velps@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg. Sc. Comp Andrejs Liepiņš

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Par ražošanas automatizēšanu cilvēce domā jau vairāk kā 100 gadus. Procesu automatizēšana nozīmē to, ka pieejamie resursi var tikt novirzīti citiem darbiem vai resursu optimizēšana un izvērtēšana pēc to nepieciešamības. Arī mūsdienās procesu automatizēšana joprojām tiek attīstīta, optimizēta un uzlabota. Automatizācijas pārraudzību un vadību nodrošina process, kas tiek dēvēts par SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition). Šī sistēma nodrošina kontroli, monitoringu un procesu analīzi. Tiek savākti dati par ražošanas procesa katru posmu un tos viegli var nolasīt un sagatavot arī atskaitēs. Cilvēki ar vien vairāk ir aizņemti ar citām sevis pilnveidošanas nodarbībām vai vienkāršu atpūtu. Līdz ar to šāda sistēma, kas samazinātu cilvēka aizņemtību būtu noderīga aktīviem siltumnīcu lietotājiem.

Pētījuma mērķis: Šajā pētījumā uzdevums ir izveidot automatizētu SCADA monitoringa sistēmu, kas ievāks datus par divām neatkarīgām siltumnīcām nodrošināt tā autonomu darbu bez cilvēka iesaistes.

Pētījuma metodes: Datu ieguves metode izmantojot aprakstošo pētīšanas metodi. Izpētīta nepieciešamo lietojumprogrammu nepieciešamība to darbības principi efektīgam un ērtam darbam ar SCADA sistēmas rīku Ecava IntegraXor to tehniskās iespējas un pielietojums siltumnīcu darbības automatizēšanai.

Sasniegtie rezultāti: Izstrādāta sistēma, kas balstās uz Ecava IntegraXor nodrošinātajiem resursiem. Ievades un izvades iekārtu darbības simulācijas izstrāde ar Javascript programmēšanas valodas palīdzību, nezaudējot produkta darbības spējas arī pie pievienotām ievades un izvades iekārtām.

Atslēgas vārdi: vārds: SCADA; automatizēšana; PostgreSQL; datubāze; IntegraXor

Miks Vollenbergs. VIRTUĀLO SERVERU MIGRĒŠANAS PROJEKTS NO ESOŠĀS VIDES UZ JAUNU

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: miks.vollenbergs@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mag.sc.educ., Mag.sc.env. Andris Gabrānovs

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Sākoties "Covid-19" (Covid-19 Pandēmija, 2022) pandēmijai uzņēmumiem un organizācijām nācās ieviest vienotu datu apstrādes, apmaiņas risinājumu, lai varētu strādāt attālināti. Izglītības iestādes esošā virtualizācijas vide ir balstīta uz lokālās "Hyper-V" virtualizācijas bāzes. Pēc Duarte Pousa, "PassMark results" veiktajiem mērījumiem par lokālo virtualizācijas rīku veiktspēju, virtualizācijas rīks "Hyper-V" uzrādījis viszemākos rezultātus, kas izmanto vidēji tikai 83,3% pieejamos fiziskā servera resursus no sistēmas pieejamajiem resursiem. Pētījuma autoram ir jāievieš jauns risinājumu projekts, kurā tiks migrētas esošās lokālās virtuālās vides virtuālās mašīnas uz jauno virtualizācijas vidi.

Pētījuma mērķis: Mērķis ir migrēt esošās virtuālās infrastruktūras, virtuālās mašīnas uz jauno risinājuma projektu.

Pētījuma metodes: Monogrāfiskā metode – izpētīt tehnisko literatūru par virtualizāciju, tās tipiem, veidiem, rīkiem un aktualitāti mūsdienās; analīzes metode – no iegūtajiem datiem, analizēt virtualizācijas rīku efektivitāti. Pētījuma izstrādē tika izmantota tehniskā literatūrā, kurā aprakstīta virtualizācijas darbības principi, veidi un tipi.

Sasniegtie rezultāti: Virtualizācija ir tehnoloģija, kas ļauj lietotājiem izveidot un darbināt vairākas virtuālās mašīnas uz vienas fiziskas ierīces. Tehniskās literatūras apkopotā informācija liecina par virtualizācijas tehnoloģijas efektivitāti un priekšrocībām, kas ļauj uzlabot infrastruktūras drošību un pieejamo resursu pilnvērtīgu izmantošanu, izmantojot dažādus virtualizācijas veidus un tipus. Izglītības iestādes virtuālās vides izpētē, tika analizēts zemākais, vidējais un maksimālais servera fizisko resursu noslogojums. Izvēlētais bezmaksas monitorizēšanas rīks, izglītības iestādes virtuālās vides noslogojumā, nesniedza pilnvērtīgu un detalizētu informāciju par fizisko resursu izmantojumu. Virtuālo serveru migrācijas process bija veiksmīgs un iepriekšējās vides virtuālās mašīnas tika sekmīgi pārvietotas uz jauno risinājumu projektu, neradot datu zudumu migrācijas laikā. Izvēlētie izstrādātāju virtualizācijas rīki neatbalstīja savstarpēju tiešsaistes migrāciju, kas ietekmēja virtuālo serveru nepieejamību lietotājiem, tās migrēšanas procesa laikā. Virtuālo serveru, virtuālās mašīnas varēja pārvietot ar efektīvu datu nesēju, kas būtu samazinājis virtuālo mašīnu pārvietošanas laiku, no iepriekšējās vides uz jaunā risinājuma projekta testa vidi. Ieviestais atvērta pirmkoda risinājums izglītības iestādē var maksimāli novirzīt tā pieejamos fiziskos resursus virtuālajām mašīnām, izmantojot sistēmas pieejamos resursus pilnvērtīgi. Virtuālo serveru migrēšanas process prasīja padziļinātāku izpēti

divos dažādos virtualizācijas risinājumos, kas aizņēma papildus laiku to izpētei. Nākotnē ieteicams izveidot vairāk papildus materiālus, kas apkopo šī migrēšanas procesa galvenos punktus. Veidojot jaunu virtuālo serveru migrēšanas projektu, tā plānā jāiekļauj virtuālo mašīnu pārvietošana, izmantojot efektīvus un ietilpīgus datu nesējus. Izglītības iestādes IT nodaļas darbiniekiem jāturpina atstāt ieviesto virtualizācijas risinājuma projektu, uzturēt to, lai nodrošinātu pilnvērtīgu efektivitāti virtuālajā vidē.

Atslēgas vārdi: izglītības iestāde; virtualizācija; Hyper-V; Proxmox; resursu pilnvērtīga izmantošana

Kaspars Baumanis. TEHNISKĀ PROJEKTA IZSTRĀDE LOKĀLĀ DATORTĪKLA IERĪKOŠANAI VALSTS AIZSARDZĪBAS JAUNIEŠU INTEREŠU IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: kaspars.baumanis@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., vieslektors Agnis Škuškovniks

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Valsts aizsardzības jauniešu interešu izglītības iestādē jauniešu izglītošanu valsts aizsardzības jomā veic ap divsimt darbinieku. Ikdienu darba uzdevumu veikšanai iestādes darbinieki izmanto informācijas un komunikācijas tehnoloģijas, kuras izmantojot tiek nodrošināta pieeja internetam un tīkla koplietošanas resursiem. Iestādes reģionālā nodaļa sešu darbinieku sastāvā tiek pārcelta uz telpām jaunā atrašanās vietā. Lai nodrošinātu iestādes darbiniekiem atbilstošu darba vidi jaunajās telpās ar visiem nepieciešamajiem IKT resursiem, organizācijai, kas veic iestādes IKT infrastruktūras uzturēšanu tiek izvirzīta prasība pēc lokālā datortīkla izveides, interneta resursu un uzturēšanas pakalpojumu nodrošināšanas.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt tehnisko projektu (turpmāk – TP) iestādes lokālā datortīkla ierīkošanai, lai, balstoties uz to, veiktu lokālā datortīkla izbūvi un nodrošinātu IKT resursu pieejamību iestādes darbiniekiem.

Pētījuma metodes: Teorētiskās un tehniskās literatūras analīze, grafiskā analīze un analītiski salīdzinošā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma gaitā izstrādāti vairāki secinājumi un formulēti priekšlikumi. Latvijas likumdošana nosaka virkni prasību un veicamo pasākumu kopu, kas, izstrādājot TP, tā analīzes un dizaina fāzē jāievēro, lai nodrošinātu elektronisko sakaru tīklu izbūves atbilstību elektrodrošības, kibernetikas un būvnormatīvu noteikumiem, kā arī darbu, kas saistīts ar vājstrāvu ierīkošanu veiktu kvalificēts personāls. TP izstrādāšana lokālā datortīkla ierīkošanai iestādē nodrošina dinamisku projekta procesu norisi un palielina iespēju, ka iestādes uzstādītais mērķis tiks sasniegts. Pētot Latvijas interneta veikalos pieejamo izejmateriālu klāstu, var secināt, ka piedāvāto preču sortiments ir pietiekami plašs, bet preces aprakstā pievienotā informācija nav tik detalizēta, lai varētu spriest par preces piemērotību tai paredzētajam pielietojumam. Izstrādātais telpu un lokālā datortīkla tehniskais plāns, loģiskā slēguma un tīkla iekārtu novietojuma shēma ir labi izstrādāts tehniskais līdzeklis iestādes lokālā datortīkla ierīkošanas TP plānā, kas nodrošina datortīklu administratoram un tehniskā atbalsta darbiniekiem ceļvedi, pēc kā vadīties, veicot lokālā datortīkla izbūvi iestādes telpās. Iestādes lokālā datortīkla veikspēja un tehniskā atbalsta nodrošināšanas biežums iestādes darbiniekiem ir tieši atkarīgs no IKT iekārtu apkopes periodiskuma, sistēmu jaunināšanas un žurnālfailu caurskates, kas ir būtiska iestādes lokālā datortīkla ierīkošanas TP dzīves cikla uzturēšanas un tehniskā atbalsta fāzes sastāvdaļa. Veicot struktūrplāna izstrādi, iestādes telpu izpēti, izejmateriālu un IKT tehnikas vienību apjoma aprēķināšanu, TP risku analīzi, iestādes lokālā datortīkla tehniskā plāna izstrādi un IKT iekārtu konfigurēšanu, tika

izpildīti vismaz 70 procenti no TP sasniedzamā mērķa. Tā rezultātā tika veikta iestādes lokālā datortīkla ierīkošana un darba vides sagatavošana datortīkla uzturēšanas darbiem, kas nodrošināja, ka iestādes lokālā datortīkla ierīkošanas TP mērķis tika sasniegts.

Atslēgas vārdi: tehniskais projekts; lokālais datortīkls; interešu izglītības iestāde

Emīls Primaks. INFORMĀCIJAS SISTĒMU MIGRĀCIJA UZ DATU CENTRU MEDICĪNAS IESTĀDĒ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: emils.primaks@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., vieslektors Agnis Škuškovniks

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pētījums veikts Veselības ministrijas pakļautībā esošā medicīnas iestādē, esošā lokālā serveru infrastruktūra ir novecojusi, serveru tehnikai ir beigusies garantija, nav iespējams nodrošināt apmierinošu sistēmu darbības nepārtrauktības iespēju, kā arī serveru tehnisko resursu trūkums ir liela problēma, kas traucē informācijas sistēmu infrastruktūras uzlabošanai.

Pētījuma mērķis: Veikt Slimību profilakses un kontroles centra pārvaldībā esošo informācijas sistēmu migrāciju no lokālās serveru infrastruktūras uz datu centra infrastruktūru.

Pētījuma metodes: Dokumentācijas un literatūras avotu pētīšana, literatūras analīze un risku analīze.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma procesā izstrādāti vairāki secinājumi un formulēti priekšlikumi. Pirms būtisku izmaiņu veikšanas tīkla infrastruktūrā, ja netiek izveidots risinājuma ieviešanas plāns, kur detalizēti ir raksturota tehnisko risinājumu izpēte un ieviešanas soļi, var rasties neparedzētas problēmas ar risinājuma ieviešanu, kas var pagarināt ieviešanu un pat traucēt citu jau ieviestu risinājumu darbību. Jauna apakštīkla izveidē lokālajā tīklā ir jānoskaidro maksimālais paredzētais lietotāju skaits šim apakštīklam, lai paliktu pēc iespējas mazāk brīvu IP adresu šajā apakštīklā tā iemesla dēļ, lai lieki netiktu izniekotas IP adreses, kuras varētu izmantot priekš cita apakštīkla. Pirms tiek veiktas pakešu maršrutēšanas izmaiņas produkcijas vidē, jāveic šī risinājuma pārbaude atsevišķi nodalītā testa vidē, lai netiktu jebkādā veidā traucēta produkcijas vides darbība konfigurācijas kļūdas gadījumā. Veicot kāda servera nomaiņu pret citu serveri un uzstādot tādu pašu IP adresi, jāpārbauda ar tīkla iekārtu ARP tabulas atjaunošanas laiku – jaunais serveris var būt tīklā nesasniedzams līdz brīdim, kamēr savienotajās tīkla iekārtās nebūs atjaunojošās ARP tabulas. Nenodrošinot serveru operētājsistēmu atjaunošanu uz jaunākajām versijām, pēc laika var tikt atklāta ievainojamība, kuru var ļaundaris izmantot, lai veiktu ļaunprātīgas darbības serverī, taču nebūs pieejami drošības ielāpi no operētājsistēmas izstrādātāja puses. Tā kā iestādei ir limitēti tehniskie resursi serveriem, tad iespēju robežās vēlams WEB aplikācijas un datubāzes veidot uz vienotām virtuālam mašīnām, nevis katru aplikāciju un datubāzi uz sava servera, lai netiktu lieki iztērēti pieejamie tehniskie resursi katras izveidotās virtuālās mašīnas operētājsistēmas darbībai. Informācijas sistēmu izstrādātājiem nepieciešams vairāk bāzēt informācijas sistēmas uz Linux operētājsistēmu pieejamajiem risinājumiem, jo Linux operētājsistēmas patērē mazāk tehniskos resursus, salīdzinājumā ar Windows operētājsistēmām. Ņemot vērā, ka sāk izbeigties IPv4 tipa IP adreses, vēlams veikt pāreju visām virtuālajām mašīnām un iekārtām no 32 bitu IPv4 tipa adresēm uz 128 bitu IPv6 IP adresēm, lai izvairītos no problēmas, ka, veidojot tuneļus starp iestādēm, rastos lokālā tīkla apakštīklu adresu duplikāti, ja gadījumā kāda cita iestāde izmanto tādu pašu apakštīkla adresi lokālajā tīklā kā pētāmā medicīnas iestāde izmanto. Datu centra vidē vēlams izveidot demilitarizēto zonu jeb DMZ priekš publiski eksponētām informācijas sistēmām, lai, informācijas sistēmu uzlaušanas gadījumā, ļaundarim nebūtu iespējams piekļūt pārējai lokālā tīkla infrastruktūrai. Tāpat vēlams pārveidot klātienē esošo



servera infrastruktūru kā virtualizācijas testa vidi, kur varētu katrai informācijas sistēmai sava testa vide, lai būtu iespēja pārbaudīt konfigurācijas izmaiņas vai jaunus tehniskos risinājumus pirms to uzstādīšanas produkcijas vidē.

Atslēgas vārdi: GRE; IPsec; pakešu maršrutēšana; RouterOS

Artūrs Liepa. BIZNESA VADĪBAS RĪKA PILNVEIDE INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: arturs.liepa85@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., vieslektors Agnis Škuškovniks

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Klients biznesa vadības rīku izmanto vairāk kā 12 pasaules valstu pārstāvniecības uzņēmumos un, lai nodrošinātu decentralizētu uzņēmuma darbību, katras pārstāvniecības valsts sistēmas administratoram, ir piešķirtas noteiktas rīka administrēšanas tiesības. Īstenojot decentralizētu rīka administrēšanu, bieži nākas saskarties ar gadījumiem, kad administratora nejaušas rīcības rezultātā tā iestatījumos nonāk nederīgi vai kļūdaini jauni pieprasījumi mainīt tās darbību, kā rezultātā, kļūdainā uzstādījuma parametriem tiek uzstādīti rīkā, kas izsauc tās darbības traucējumus. Papildus rīka administratori, saņem gan identiski jaunus uzstādījumu pieprasījumus tiem, kuri jau ir apstiprināti, gan tādus, kuri nav apstiprināti, būtiski apgrūtinot administratora darbu to administrēšanā, jo to pārvaldīšana nav intuitīva.

Pētījuma mērķis: Veikt pētījumu par uzņēmuma biznesa riska vadības rīka pilnveidi.

Pētījuma metodes: Darba izstrādē autors izmantoja vispārzinātniskās pētniecības metodes, kvantitatīvās datu vākšanas metodes, grafisko analīzi un kvalitatīvās datu vākšanas metodes, dokumentu analīzi.

Sasniegtie rezultāti: Rīka trūkumu apzināšana pirms pilnveides projekta izstrādes veicināja kvalitatīvāku un klienta prasībām atbilstošāku esošā rīka pilnveidi, jo tika apzināti kritiski svarīgi rīka darbību ietekmējoši trūkumi. Prasību dokumenta sagatavošana veicināja efektīvāku pilnveides projekta izstrādi, jo bija skaidri noteikti veicamie darbi un tās kritēriji. Docker vides izmantošana efektīvizēja pilnveides izstrādi, jo nodrošināja momentānas pieslēgšanās iespējas projektam, papildus nenoslogojot darbstaciju. Angular automatiskās koda formatēšanas un atklūdošanas izmantošana, programmas koda veidošanas laikā, efektīvizēja pilnveides izstrādi, jo šīm darbībām nevajadzēja veltīt papildu laiku. GIT izmantošana būtiski atviegloja un veicināja pilnveides projekta izstrādi, jo nodrošināja darbu veikšanu, neesot tiešsaistē, un ātru rīka projekta versijas izvietošanu uzņēmuma GitLab repozitorijā. Back-End daļas izstrādātāju nepieejamība, būtiski kavēja efektīvu, ar pilnveides projekta izstrādi saistītu, darbu veikšanu, jo bija nepieciešams rast risinājumu šīs daļas darbības nodrošināšanai, izmantojot json servera sniegtās iespējas. Izstrādātā formas validācija veicinās ērtāku un drošāku rīka administratoru darbu, jo lietotājiem liegs iespēju pievienot nederīgus uzstādījuma parametrus. Pilnveides laikā novērstie rīka trūkumi veicinās klienta uzņēmējdarbību, jo nodrošinot uzstādījumu aizsargāšanu no kļūdainu parametru saņemšanas, tiks nodrošināta rīka darbības nepārtrauktība. Turpmāk vēlams iepazīties ar IT nozarē pieejamiem, efektīvas projektēšanas dokumentu sagatavošanas, rīkiem un ieviest to izmantošanu pie kārtēji veiktajiem pilnveides projekta realizācijas vai jaunu sistēmu izstrādes darbiem, turpināt pilnveides darbus pie rīka Front-End daļas, lai nodrošinātu pilnveides projektā laikā daļēji realizēto pilnveides darbu pilnīgu izstrādi.

Atslēgas vārdi: Docker; Angular; GIT; Visual Studio Code un JSON



Ana Andersone. KASES SISTĒMU NOMAIŅAS PROJEKTA IZSTRĀDE MAZUMTIRDZNICĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: ana.andersone@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing., vieslektors Agnis Škuškovniks

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmumos, saistītos ar pakalpojumu sniegšanu, gan tirdzniecību, pienāk brīdis, kad dažādu iemeslu dēļ ir nepieciešams mainīt kases sistēmas, lai efektīvi un normatīvajiem aktiem atbilstoši turpinātu komercdarbību. Jāņem vērā, ka novecojusi kases sistēma rada arī apdraudējumus IT drošības infrastruktūrai, ir nepieciešams ieviest jaunu un IT drošības politikai atbilstošu operētājsistēmu.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt kases sistēmu nomaiņas projektu mazumtirdzniecības uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Novērojums, dokumentu analīze, salīdzinoši analītiskā metode – risinājuma izvēlei.

Sasniegtie rezultāti: Analizētais mazumtirdzniecības uzņēmums ir viens no Stockmann grupas uzņēmumiem, tas pārstāv jomas: kosmētika, mode, māja un pārtika. Uzņēmuma iekšējās prasības kases sistēmas piegādātājam un programmatūras izstrādātājam ir sadalāmas sekojošās grupās: kases sistēmas funkcionalitāte, programmatūras funkcionalitāte, normatīvo aktu prasības, drošības prasības un auditi, servisa pakalpojumi. Latvijas Republikā ir divi normatīvie akti, kuri nosaka kases sistēmu atbilstību un regulē saimnieciskās darbības veicēju, atbilstības pārbaudes veicēju, kā arī servisa dienestu ikdienas darbu ar šīm sistēmām, tie būtu MK noteikumi Nr. 96 un Nr. 95, kā arī Maksājumu karšu nozares drošības standartu padomes noteikumi attiecībā uz maksājumu karšu pieņemšanu. Pēc izvēlēto kases sistēmu salīdzinājuma ir izvēlēta kases sistēma, kura atbilst noteiktajām uzņēmuma prasībām un ir iespējams salikt pilnīgu funkcionālu komplektu, kā arī Latvijā ir pieejams autorizēts servisa pārstāvis. Izstrādātais nomaiņas grafiks kases sistēmu ieviešanai ietver uzņēmuma prasībām atbilstošu darba plānu, ņemot vērā gan uzņēmuma iekšējo uzbūvi un noteiktās prasības, gan uzņēmuma grupas lielumu, kā arī analizētos normatīvos aktus, kas regulē ar kases sistēmām saistītus aspektus. Veiktā analīze uzņēmuma iekšējos procesos un iedziļināšanās grafika izstrādes niansēs parāda, ka, veidojot nomaiņas grafiku, uzņēmuma vadībai būtu jāparedz adekvāts termiņš kases sistēmas nolietojumam, norakstīšanai.

Atslēgas vārdi: kases sistēma; laika grafiks; risku analīze

Edgars Būmanis. MOBILO IEKĀRTU PĀRVALDĪBAS RĪKA IEVIEŠANA LOĢISTIKAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: edgars.bumaniss@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing. Anita Stivriņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pieaugošo dažāda veida uzbrukumu rezultātā jebkāda veida ierīces iestādē ir apdraudētas un var tikt izmantotas dažādu sensitīvu vai konfidenciālu datu iegūšanai vai tālāku uzbrukumu veicināšanai, kas gala rezultātā var novest pie lieliem zaudējumiem. Ņemot vērā iestādes līdzšinējo pieredzi ar incidentiem, kur iekārtas tika pakļautas augstam drošības riskam, ir nepieciešams iestādē ieviest optimālu risinājumu mobilo ierīču paplašinātai drošībai un ierīču pārvaldībai.

Pētījuma mērķis: Veikt esošās situācijas uzņēmumā aprakstu un analīzi, veikt līdzīgu risinājumu/tehnoloģiju salīdzinājumu un pamatot izvēli, izveidot sistēmas prasību aprakstu/specifikācijas uzmetumu, ieviest mobilo iekārtu pārvaldības rīku testa režīmā, izveidot mobilo iekārtu pārvaldības rīka drošības politiku.

Pētījuma metodes: Teorētiskās un tehniskās literatūras analīze, analītiski salīdzinošā metode.

Sasniegtie rezultāti: Izvērtējot apstākļus, datu drošību, vispārēju ierīču drošību, uzņēmuma specifiku un lietotāju paradumus, ir identificēti potenciāli riski. Pēc veiktās aptaujas rezultātiem var secināt, ka neliela daļa aptaujāto ir pakļauti augstiem mobilo ierīču drošības riskiem. “FAMOC manage” mobilo iekārtu pārvaldības rīka instalācija un konfigurācija bija samērā vienkārša un nesagādāja sarežģījumus, jo ražotāja dotos norādījumus un rekomendācijas varēja izpildīt bez problēmām. Esošie drošības noteikumi neietvēra sevī vispārējus noteikumus par drošu iekārtu lietošanu, tāpēc bija nepieciešams izstrādāt papildus punktus. Pilnīgā pārvaldības režīmā iekārtu bija iespējams pievienot, tikai sākot no Android 8.0 versijas. Mērķis, ieviešot “FAMOC manage” mobilo iekārtu pārvaldības rīku, sasniegts, nodrošinot optimālu risinājumu mobilo ierīču paplašinātai drošībai un mobilo ierīču pārvaldībai. Lai stiprinātu lietotāju izpratni par mobilo ierīču drošību, uzņēmuma drošības pārzinim vienu reizi gadā jārīko kiberdrošības apmācību vai testu uzņēmuma darbiniekiem, tajā ieļaujot arī informāciju par mobilo ierīču drošību. Uzņēmumam jāturpina testēt ieviesto “FAMOC manage” mobilo iekārtu pārvaldības rīku, nodrošinot optimālu risinājumu mobilo ierīču paplašinātai drošībai, papildus pievienojot papildus ierīces un notestējot arī Apple ierīču un to aplikāciju pārvaldību.

Atslēgas vārdi: mobilās iekārtas; loģistikas uzņēmums; risku analīze

Jevgenija Gorevska. INDIVIDUĀLA KOMERSANTA TĪMEKĻA VIETNES IZSTRĀDE

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma “Informācijas tehnoloģijas”

E-pasts: jevgenija.gorevska@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing. Anita Stivriņa

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Pakalpojumu sniegšanas nozare ir viena no svarīgākajām un perspektīvākajām ekonomikas jomām. Pakalpojumu sniedzēji darbojas pilnīgi dažādās nozarēs un pēc savas funkcionalitātes pakalpojumu nozare nav vienots komplekss. Globālajā tīmeklī komercijas veidi ļoti plaši pārstāvēti. Mūsdienās komercdarbībā daudz ir atkarīgs no tā, kā kompānija māk prezentēt sevi un cik labi tā spēj piesaistīt jaunus klientus. Viens no veidiem, kā to darīt, kā no kompānijas tēla viedokļa, tā arī no marketinga viedokļa ir tīmekļa vietnes esamība. Kompānijas mājaslapa ir svarīgākais informācijas avots gan potenciālajiem klientiem, gan personām, kuru viedoklis ir sociāli nozīmīgs.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt tīmekļa vietni mikropigmentācijas un skropstu pieaudzēšanas uzņēmumam “Beauty Spot”, kas iepazīstinās potenciālus klientus ar piedāvāto pakalpojumu klāstu un cels uzņēmuma tēlu, kā arī nodrošinās efektīvāku un ērtāku saziņu ar uzņēmuma pārstāvi.

Pētījuma metodes: Teorētiskās un tehniskās literatūras analīze, indukcija, kā arī kvalitatīvas pētījuma metodes elementi.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma ietvaros konstatēts, ka kompānija ir salīdzinoši jauna, kompānijas sniegtie pakalpojumi ir pieprasīti, uzņēmuma vadītājam ir daudzi sertifikāti un diplomi skaistumkopšanas nozarē, tāpēc kompānijai ir liels potenciāls attīstīties. Analogisku mājaslapu izpēte ļauj secināt, ka tīmekļa vietne ir jāizstrādā saprotama, strukturizēta, nepārpildīta, kā arī responsīva, kas būs adaptēta mobilajām iekārtām. Izvēloties satura vadības sistēmu, tika salīdzinātas divas platformas - CMS Joomla

un CMS WordPress, un ir secināts, ka CMS WordPress ir piemērotākā satura vadības sistēma tīmekļa vietnes izstrādei, jo tā ir vienkāršāk administrējamā personai bez tehniskām zināšanām (kompānijas darbiniekam). Izstrādājot tīmekļa vietnes prasību specifikāciju, tika ņemtas vērā mūsdienīgas tendences lietot sociālus tīklus, kur saturs balstās uz attēlu un videomateriāliem, jo mūsdienās cilvēki ir pārāk aizņemti, lai analizēt garu tekstuālu informāciju. Projekta funkcionālas un nefunkcionālas prasības - ir jābūt divām lietotāju klasēm, kas ir administrators un viesis, katrai klasei ir noteiktas pieejas sistēmai. Sistēmai ir jābūt veidotai uz CMS platformas, tai jābūt pielietotiem dažādiem drošības risinājumiem, tika noteikts maksimālais augšuplādētā attēla datnes izmērs un noteikts vēlamais attēla izmērs pikseļos, tika noteikts, ka lielākai daļai mūsdienīgām interneta pārlūkprogrammām ir jāatbalsta tīmekļa vietni, tai jābūt savietojamai ar mobilām ierīcēm un planšētdatoriem. Tīmekļa vietnes izstrādes procesā tika pielietoti atbilstoši drošības risinājumi, kas ir gan CMS WordPress pieejami risinājumi, gan hostinga pakalpojuma sniedzēja piedāvātās iespējas, gan instalējot papildus mikroservisus. Testējot izstrādāto tīmekļa vietni ar Google PageSpeed Insights servisa palīdzību, pēc iegūtiem rezultātiem var secināt, ka izstrādātā tīmekļa vietne atbilst sākotnēji uzstādītajai prasībai izveidot tīmekļa vietni "Beauty Spot" pēc iespējas ātrāku, pieejamu pēc iespējas lielākai daļai apmeklētāju, ka arī tā atbilst labas prakses noteikumiem un ir SEO optimizēta. Turpmāk vajadzētu izskatīt iespēju pievienot izstrādātai tīmekļa vietnei funkcionalitāti, lai tās apmeklētāji varētu atstāt savus komentārus pie bloga rakstiem, kā arī novērtēt meistarē darbu, kas palīdzētu piesaistīt potenciālos klientus.

Atslēgas vārdi: WordPress; datu publicēšana internetā; tīmekļa vietne uzņēmumam Beauty Spot

Guntis Lasmanis. VIDEONOVĒROŠANAS SISTĒMAS PILNVEIDE ELEKTROENERĢIJAS RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

E-pasts: guntis.lasmanis@latvenergo.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.ing. Andris Silamiķelis

ANOTĀCIJA

Pētījuma aktualitāte: Latvijā galvenais elektroapgādes uzņēmums, kuru pamatā veido stratēģiski nozīmīgas elektrības ražotnes, ne tikai Latvijā, bet arī Baltijā, sastopas ar milzīgiem izaicinājumiem drošības sistēmu risinājumos. Videonovērošanas sistēmas, kas pēdējās desmitgadēs dinamiski ir mainījušās, spēj nodrošināt arvien jaunus augsta līmeņa drošības risinājumus. Savukārt liela uzņēmuma stratēģiskās ražotnēs ir absolūti svarīgi atjaunot un nodrošināt efektīvus drošības risinājumus, kas atbilst šī brīža dinamiski mainīgajai drošības situācijai.

Pētījuma mērķis: Izpētīt videonovērošanas sistēmas pilnveides iespējas elektroenerģijas ražošanas uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Novērojums, lai apzinātu esošos videonovērošanas tehniskos risinājumus elektroenerģijas ražošanas uzņēmuma ražotnē; literatūras analīze, lai aprakstītu, analizētu un identificētu pētāmā jautājuma potenciālos risinājumus; sekundāro datu analīze, savācot un apstrādājot mārketinga datus par videonovērošanas sistēmas tehniskajiem risinājumiem.

Sasniegtie rezultāti: Elektroenerģijas ražošanas uzņēmuma katrā ražotnē tiek veikta ražotnes perimetra un ražošanas telpu un procesu videonovērošana, ko uzrauga ražotnes apsardzes postenī un dispečerdienesta galvenajā vadības pultī (GVP), savukārt visu ražotņu videonovērošanas sistēmas kontrolē Drošības vadības kontroles centrs (DVKC). Izvērtējot IP videonovērošanas kameru un analogo videonovērošanas kameru video attēlu izšķirtspēju un datu analīzes iespējas (līnijas šķērsošana, ainavas maiņa, iekļūšana teritorijā, auto numurzīmju noteikšana u.t.t.), kuras ir nepieciešamas kvalitatīvai

ražotnes videonovērošanai, lai samazinātu nesankcionētas iekļūšanas apsargājamajā teritorijā riskus, tika pieņemts lēmums par IP videonovērošanas sistēmas ierīkošanu. Veicot uzņēmuma videonovērošanas izvērtēšanu, var secināt, ka tiek izmantoti 10 video serveri datu glabāšanai, kas apgrūtina lietotāju administrēšanu, kā arī lietotājiem, lai veiktu video pārvaldību, jāslēdzas pie vairākām iekārtām. Videokameru attēli ir zemas kvalitātes, jo izmantotajām videonovērošanas kamerām ir zema izšķirtspēja. Pirms videokameras uzstādīšanas ir jāveic plānotās uzstādīšanas vietas apsekošana un videonovērošanas kameras tehnisko parametru, konstruktīvā izpildījuma un papildus funkciju izpēte, lai izvēlētos prasībām atbilstošu gala iekārtu. Ne vienmēr augstākā pieejamā videonovērošanas kameras izšķirtspēja ir jāizmanto visās situācijās. Ir jāizvērtē katra situācija individuāli un jāatrod kompromiss starp izšķirtspēju, joslas platumu un pieejamo vietu datu glabāšanai videoierakstu arhīvā. Ir jāizvairās no videonovērošanas kameru pieslēgšanas bezvadu tīklam, jo bezvadu tīkli, atšķirībā no kabeļu tīkla, ir pakļauti liekākiem traucējumiem, kas var novest pie videoieraksta pārtraukumiem. Ja nepieciešams izmantot videokameras ar bezvadu pieslēgumu, ir jāizsver iespēja izmantot hibrīdus risinājumus, kur daļa datu tiek saglabāta lokāli videonovērošanas kamerā, kas, tīkla pārrāvuma gadījumā, turpina ierakstu bez zudumiem. Piedāvātais risinājums ražotnei paredz nomainīt esošās analogās kameras un vadības sistēmu pret augstas izšķirtspējas IP videonovērošanas kamerām, kas pieslēgtas pie elastīgas un mērogojamas videoierakstu vadības sistēmas, atvieglojot lietotāju autentifikāciju un administrēšanu. Uzņēmumam piedāvāts videonovērošanai izmantot IP videokameras, Cisco komutatorus un ieraksta serveri ar Milestone XProtect programnodrošinājumu.

Atslēgas vārdi: videonovērošanas sistēma; elektroenerģijas ražošanas uzņēmums



ĀRZEMJU STUDENTU SEKCIJA



Sharon Jose. FINANCIAL SERVICES IN LATVIA

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"
E-mail: sharonjose193@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa*

ABSTRACT

This paper explores the financial services industry in Latvia and aims to identify the key factors driving the growth of the sector, as well as the challenges faced by financial services providers. The study employs a mixed-methods approach, utilizing both quantitative and qualitative research methods. A survey was conducted with consumers to gather information on their perceptions of financial services in Latvia, while in-depth interviews were conducted with key industry stakeholders to gain insights into the challenges and opportunities facing financial services providers in the country. The study reveals that the financial services sector in Latvia is well-developed, with a strong regulatory framework and a competitive market environment. However, the sector faces challenges such as increasing competition, changing consumer demands, and the impact of digitalization on traditional banking and insurance services. Despite these challenges, the sector is expected to see further growth in the coming years as the country continues to attract foreign investment and expand its financial services offerings. This paper provides valuable insights into the financial services sector in Latvia and offers recommendations for industry stakeholders to navigate the challenges and capitalize on the opportunities presented by the evolving market environment. The study contributes to the growing body of literature on the financial services industry in emerging markets and provides practical implications for financial services providers operating in Latvia.

Research relevance: The financial services industry in Latvia is a significant contributor to the country's economy and plays a crucial role in its growth and development.

Research goal: To identify the key factors driving the growth of the financial services sector in Latvia.

Research methods: A mixed-methods approach utilizing both quantitative and qualitative research methods, including surveys and in-depth interviews.

Main findings: The financial services sector in Latvia is well-developed with a strong regulatory framework and a competitive market environment. However, the sector faces challenges such as increasing competition, changing consumer demands, and the impact of digitalization on traditional banking and insurance services.

Keywords: financial services; banking; insurance; digitalization; Latvia

Mikhail Kudreyko. DEVELOPMENT OF THE PHOTO STUDIO «LIGHT STUDIO»

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"
E-mail: kudreykomichael@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa*

ABSTRACT

Research relevance: The photography industry is rapidly developing, more and more people are interested in photography as a way to make money, as well as a way to get good photos for their resumes,



social media content, and so on. In Latvia, there are not a large number of photo studios in the amount of 20-30. providing services of rental premises for a certain period of time. The average price for one hour of rent is 35-45 euros. Each studio has its own design. Based on these data, it can be understood that this is a rather interesting and profitable niche in which a photographer who wants to move to a new stage in his business can earn. Therefore, I believe that managing a photo studio where the owner can also be a photographer with additional income from photography is a promising profitable business, which is also interesting from the side of management.

Research goal: The main purpose of this study is to understand how profitable it is in our time to open and develop a photo studio in Latvia, to identify the weak points of the Latvian market for photo services, and the opportunities for competition with existing studios and photographers.

Research methods: Data collection methods encompassed a secondary data analysis and a survey, while data processing methods included a graphical method.

Main findings: Photography is in great demand all over the world, and opportunities to realize creative ideas are important for the development of photography in the country for the implementation of many projects.

Keywords: enterprise; photography; business; competition

Sudhanshu Rana. GROWTH AND CHALLENGES OF THE BICYCLE INDUSTRY

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"*

E-mail: sudhanshrana99@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: This report highlights the significance of promoting the use of bicycles to establish a sustainable transportation system. The study investigates various factors concerning bicycle planning and their influence on people's choice of transportation. The growing awareness regarding health and environmental issues has led to an increase in bicycle usage, as people seek eco-friendly and affordable alternatives in the wake of rising oil and gas prices. The report gathers information on bicycle planning, policies, and other factors that impact the adoption of bicycles for commuting. The research reveals variations in research methodologies on bicycling and bicycle planning, but it consistently highlights the importance of bicycle infrastructure. This implies that building suitable infrastructure can encourage more people to use bicycles for daily transportation. Through this research, the objective is to gain an understanding of the current and future state of the bicycle market, as well as explore sustainable approaches to designing user-friendly bicycles. The study also addresses challenges faced by the bicycle industry, including the dominance of specific types of bicycles, such as roadsters, fancy bikes, and those geared towards teenagers. These include mountain bikes, sports bikes, hybrid bikes, touring bikes, and other motorized bicycles. Researching the development of new bicycle models can aid in comprehending and promoting efficient business practices, leading to better business management. These findings can contribute towards shaping and enhancing the growth and profitability of the bicycle industry, making it more sustainable.

Research goal: The aim is to examine the progress and obstacles faced by the bicycle industry, as well as analyze the factors that facilitated towards its growth.

Research methods: The research utilizes primary data gathered through a survey conducted in five primary cities located in Northern India. The survey consists of a structured questionnaire that includes demographic criteria and responses to specific inquiries. The primary focus of this research is on the



Bicycle industry, which is a significant contributor to the Indian economy. The bicycle industry comprises both Indian and global enterprises. The methods used to process data include a range of mathematical analyses, such as factor analysis, descriptive analysis, statistical analysis, as well as correlation and regression analysis.

Main findings: The findings indicate that Indian customers, irrespective of their gender, possess a thorough understanding of the bicycle industry, which has witnessed a consistent growth over the past few years in various avenues such as the country's economy, the contribution of the international economy, research in bicycle area. Few recommendations are also suggested to take the concept further. The data also suggest several potential opportunities for further advancement in this industry. The study's results indicate that the bicycle industry possesses a significant potential for further expansion and development. Companies can differentiate themselves from competitors by emphasizing product innovation and cultivating stronger relationships with customers.

Keywords: development; bicycle industry; sustainability; India

Gastello Alkhair. DEVELOPING ONLINE CLOTHING BUSINESS IN KAZAKHSTAN (E-COMMERCE)

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"*

E-mail: gastellani@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: In 2019, overall revenue for online enterprises was \$1,504 million, with online clothes retailers accounting for \$397 million of that total. In 2020, overall sales reached 2121 million, with clothes accounting for 523 million of that total. In 2021, there will be 2768 million, with 702 million being fashion. As a result of this data, we can conclude that e-commerce is growing year after year, and online clothes companies are increasing their revenue year after year. COVID-19 gave a boost for e-commerce, as consumers began to value time and security, which had a tremendous impact on the business's style (almost everyone has moved online). Companies understood that going online is far more efficient in terms of cost and coverage. The year 2021 may be described as a period of transition or change of preferences, and as a result, everyone is used to online work "from home" and online purchasing. It is simpler, less expensive, and more convenient. Nevertheless, the yearly gross profit of e-commerce enterprises has been expanding.

Research goal: To outline the potential possibilities of a clothing-related e-commerce business.

Research methods: Literature review and a questionnaire aiming at identifying preferences and needs of consumers.

Main findings: According to official data, the number of internet users interested in clothing online retailers in 2022 was 3.58 million, up 0.38 million over the previous year.

Keywords: clothing; online; business; e-commerce; consumers



Pchelnikova Kristina. DEVELOPMENT POSSIBILITY FOR «COFFEE TO GO» IN UZBEKISTAN

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"
E-mail: kristinapchelnikova@mail.ru
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa*

ABSTRACT

Research relevance: The purpose of this work is to identify the main problems in the public catering «Coffee to go» industry related to the production and sell of such kind products in different parts of Asia, as well as in Uzbekistan, in an attempt to eliminate the obstacles facing the efficient use of production and services now and in the future.

Research goal: To find out the possibility for public catering company development in Uzbekistan, Identify the main problems in the markets of Asian countries in terms of the legal framework regarding the use of Coffee to go. Analyze the impact of these issues on the current and future use of products in the Asia Region.

Research methods: Interviews, online research, market testing, and social media research.

Main findings: Consumption of coffee products is increasing around world and a variety of species of coffee which used in manufacture of the products grows at same time. In this way, risk of intoxication, allergic processes and the prolonged negative exposure for health, side effects and the indiscriminate use are also increased. The present work aims to highlight biological risks that the cosmetics can pose to the human health against toxic substances.

Keywords: coffee; business; analysis; research; product

Sai Pirabu Sivakumar. POSSIBILITIES OF DEVELOPMENT IN THE ORGANIC CHOCOLATE INDUSTRY IN INDIA

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"
E-mail: saiprabu765@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa*

ABSTRACT

Research relevance: Research on how the organic chocolate industry is growing is important for more than one reason. As people become more aware of health and environmental issues, they look for organic and environmentally friendly products, like organic chocolate. Research can also tell you about the current and future state of the market for organic chocolate. This research can also help find sustainable ways to make chocolate and ways to manage the supply chain. This can help reduce the damage chocolate production does to the environment and encourage more responsible business practices. Research on the creation of organic chocolate can also help find new and interesting products. Overall, research on the growth of the organic chocolate industry is important for learning about consumer tastes and market trends, figuring out how to run a business in a way that is good for the environment, and encouraging new ideas and specialization within the industry. This research can help shape business plans, boost growth and profits, and make the chocolate industry more sustainable and responsible.



Research goal: To identify the possibilities of development in organic chocolate industry in India.

Research methods: The study relies on secondary data gathered from a six documents with regards to the topic development of organic chocolate industry, The study focuses on the Food industry, which is the First in the Indian economy and is made up of both global and Indian enterprises, Data processing methods include meta-analysis through the document analysis.

Main findings: Continuously enhance the manufacturing process in order to lessen the negative influence on the environment, boost the overall quality of the product, and keep up with shifting demands from customers, The development of the organic chocolate industry is relevant to consumers, the industry itself, and the environment. As more consumers seek out organic and sustainable products, companies that invest in the development of the organic chocolate industry can position themselves, According to the findings of the study, the organic chocolate industry has strong potential for further development and growth. Companies can continue to differentiate themselves by focusing on product innovation, sustainability, and building stronger relationships with customers.

Key words: development; chocolate industry; consumers; product innovation; sustainability

Sevarakhon Saidaminkhonova. IMPLEMENTATION OF ALTERNATIVE WAYS SALES OF CARS IN UZBEKISTAN

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Management"

E-mail: saidaminxonova@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

In Uzbekistan numbers of cars have been increased in recent years due to the improved living standards among Uzbeks. Our Senzo Car Sales provides possibility to customers to get connected to thousands of cars every year in the Uzbek market. In fact, our company sells cars to different customers by using different alternative ways such as selling direct to customers using our showrooms, coupons and online. Normally, our company today faces competition from other firms in Uzbekistan, but the company lets customers choose the best car brands. Most of our customers are happy about the alternative ways sales of cars we implement in Uzbekistan. Also our company cooperates with top brands of cars in Uzbekistan such as Toyota, General Motors, Mercedes Benz, etc.

Research relevance: Our company increases competitive advantage by discovering new alternative ways sales by reaching wide customer base. Collected results from respondents showed that majority of consumers around 80% are satisfied with the alternative ways sales we offer. our target is to reach more customers across Uzbek by opening branches in more cities, welcome new partner to our sales team and provide more offers that lower prices of our cars.

Research goal: Determine new alternative ways for sale of cars in Uzbekistan.

Research methods: questionnaire will be used that submitted to customers and our partners.

Main findings: The findings show that still Uzbekistan customers are not interested with online sales of cars instead most are willingly to visit showrooms. Majority of Uzbek customers prefer to buy with discounts and they buy cheap cars and only a few buy expensive cars. New alternative ways sales of cars of our company have impressed customers very well.

Keywords: sales; alternative ways; customers; car brands; Uzbekistan



Elina Bayramova. ANALYSIS OF THE CURRENT AND FUTURE TRENDS OF VENDING MACHINE BUSINESS

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Management"

E-mail: elina.nana.91@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: Nowadays, vending machines have become popular due to their convenience to the consumer, being round-the-clock automated machines that provide items that do not require communication with the seller. This type of business gained its popularity in 1946 in USA and still continues to develop and improve.

Research goal: To analyse the current state and future trends in vending machine business.

Research methods: The data processing methods deployed in this research are secondary data analysis and archival study.

Main findings: The sphere of production of consumer goods and services continues to be automated at an accelerated pace. The use of automated machines for the sale of all kinds of goods in the current economic realities can significantly optimize costs and increase profits for entrepreneurs, and saves time for buyers. In almost every sector of the economy, there is a merger with various IT technologies. Automation, coupled with advanced digital technologies, results in the introduction of "smart devices" for life into everyday life. The impact of the COVID-19 pandemic has affected the development of the economy. From this point of view, the contactless purchase of goods and services is becoming even more relevant and popular. Along with online stores, this niche is firmly occupied by vending machines..

Keywords: vending machine; automated machines; smart devices; technology; contactless purchase of goods

Sherzod Rakhmatov. ADAPTATION OF THE CURRENT AND FUTURE TRENDS OF CAR RENTALS IN LATVIA

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Management"

E-mail: isashka7557@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: The expansion of the sector is fueled by elements including the rise in tourism, an increase in disposable money, and the practicality of automobile rentals. For tourists everywhere, renting a car is a practical and affordable option. Travelers who want to see new places without the inconvenience of owning a vehicle are increasingly choosing it. Several businesses now provide automobile rentals all around the world as a result of the industry's substantial expansion. For many years, car rentals have been a crucial component of the transportation sector.

Research goal: To analyze the current state and future trends in car rental.



Research methods: The research is focused on the car sector, which is developing numerous big and small size businesses and is the fastest expanding industry in Europe. The main data processing methods that have been used in this research are descriptive statistical and factor analysis.

Main findings: The COVID-19 outbreak has caused a substantial change in how the automobile rental sector functions. Due to the economy's slump, social isolation policies, and travel limitations, the sector has seen a fall in sales. Nonetheless, the business is anticipated to rebound with the relaxation of travel restrictions and the introduction of vaccinations. Future automobile rental trends are influenced by things like technology, sustainability, and changing customer behaviour. With the development of online rental vehicle platforms, technology has become more important to the automobile rental business. Customers now have it simpler to find and hire a vehicle thanks to the usage of mobile apps and GPS technology. Consumer desire for eco-friendly solutions has made sustainability a major problem for the automobile rental sector. To meet this need, businesses are employing eco-friendly strategies, such as renting electric and hybrid vehicles.

Keywords: rental service; automobile industry; technology; sustainability; eco-friendly

Akshay Bindujam Ajith. DEVELOPMENT OF THE FAST FOOD INDUSTRY IN RIGA

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Management"

E-mail: akshayajith721@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: This paper aims to discover and describe the restaurant business development in Riga, the successful formation and implementation of a restaurant business. Food is always the basic economic necessity for life and the food industry is one of the fastest growing sectors in Riga. The demand for variety cuisines has increased in the recent year because of the inflow of foreigners in Riga because of the study and work opportunities in Riga. The following research will help the author to understand the business model of the restaurant industry. To complete the research the author will be analysing the primary data from the results of questionnaires and interviews. The conclusions from the primary data will lead the author to the development of the research goal. This research will guide for the establishment of restaurant businesses in Riga through the business model. To support with numbers by showing the industry is growing and people use it.

Research goal: To establish a restaurant business using this research and analyse the results. To describe development possibilities.

Research methods: The author has used such analysis techniques as questionnaires and interviews with restaurant employees and representatives. This research is based on secondary data gathered from documents about the topic development of the fast-food industry.

Main findings: The research reveals many opportunities offered by fast-food businesses. Yet, such businesses require new ideas, innovation, flexibility and professional staffs to attain the best quality and it will attract more customers, so the development of the fast-food industry is relevant to customers and the industry.

Keywords: restaurant; fast-food; business; take away; food delivery



Sai Teja Kamma. ACCESSIBILITY TO THE RIGA PUBLIC TRANSPORTATION SYSTEM

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"*

E-mail: saitejakamma2@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: This paper aims to discover and describe the transportation industry in Riga, the extensive and inexpensive network of public transport in Riga. Accessibility can be defined as the facility that helps people to reach a location to perform an activity. A summary of the case study an accessibility analysis of the public transportation system in Riga is provided in the research. The public transportation services in Riga present and highlight the city's transportation network while discussing its issues and future growth goals. The author continues to examine the Rail Baltica project's intended Riga Central Multimodal Public Transportation Hub and offers an analysis of the Riga Transport System's accessibility at the present, prior to renovation. The quickest path (or shortest travel time) was used to determine accessibility during the morning rush hour. The Accessibility to public transportation was examined and contrasted with private car journey time. The Riga transport model, which was developed in the EMME program and is supported by the Riga municipality, was utilized by the author to perform the computations. The zones with the longest trip times that need to be upgraded for a more enticing public transportation system were identified.

Research goal: To establish long distance travels and assess accessibility and connections between the Riga city and the key destinations in the Latvian regions and Baltic states.

Research methods: The author has used such analysis techniques as questionnaires and interviews with passengers. The interviews conducted by Intelligent Transport Company and the surveys conducted by the European Commission served as the foundation for this study.

Main findings: The study will demonstrate that as the number of people using public transportation rises, additional public transportation or vehicles with bigger/smaller capacities are introduced to offer passengers a service that is cosy, secure, quick, and reasonably priced.

Keywords: urban transport system; public transport; accessibility; measures; long distance travels

Mahawaththa Liyanage Abhilashi Purnima. THE LAUNDRY INDUSTRY, COMPANIES AND SERVICES

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"*

E-mail: abhilashi.purnima@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: The laundry industry plays a crucial role in maintaining hygiene and cleanliness in households, hospitals, hotels, and industries. The research relevance of this study lies in the fact that the laundry industry has undergone significant changes in recent years, driven by advancements in technology, environmental concerns, and changing customer preferences.



Research goal: This paper aims to provide a comprehensive overview of the laundry industry, including its history, current state, and future prospects and its services and pricing strategy.

Research methods: To achieve this aim, A quantitative research design was adopted for this study. The data set used to meet this paper's main objectives was collected using face-to-face meetings with laundry customers and requesting them to fill out a 1–5 point Likert scale questionnaire. The results demonstrate the mediating effects and moderating effects that customer service, pricing, and innovation have on customer satisfaction in the laundry service industry.

Main findings: The main findings of this study indicate that the laundry industry is facing several challenges, including rising labour costs, increasing competition, and environmental regulations. However, the industry is also witnessing significant opportunities, such as the adoption of automation and robotics, the growth of online laundry services, and the increasing demand for eco-friendly laundry solutions. Overall, this paper contributes to a better understanding of the laundry industry and its evolution in the context of changing market dynamics, technological advancements, and societal concerns. The findings of this study can inform policy decisions, business strategies, and academic research in the field of laundry services and related industries.

Keywords: industry; customer preferences; pricing; innovation; competition

Artur Shakirov. ONLINE TOUR OPERATOR START UP PROJECT

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"*

E-mail: arsik.shakirov@mail.ru

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: The travel and tourism industry is one of the largest and fastest-growing industries in the world, with the online travel market experiencing significant growth in recent years. Understanding the trends, challenges, and opportunities in this market can help entrepreneurs make informed decisions about starting and growing an online tour operator startup. There is a growing demand for unique and personalised travel experiences, especially among younger travellers. Research on customer preferences, behaviour, and attitudes towards online tour operators can help entrepreneurs tailor their services and offerings.

Research goal: To prepare simple sustainable start up structure for online tour agency

Research methods: There are several research methods that can be used for online tour agency research. It is website analytics. Website analytics tools can be used to track visitor behaviour on the online tour agency's website, such as which pages they visit, how long they stay, and what actions they take. This information can be used to optimise the website for better user experience and to increase conversions. Another research method is the competitor analysis. Researching and analysing competitors can provide insights into what is working in the industry, what is not working, and what gaps exist that the online tour agency can fill. This information can help the online tour agency to differentiate itself from its competitors and develop a unique value proposition. Yet another research method covers online reviews and feedback. Online reviews and feedback from customers can provide insights into the strengths and weaknesses of the online tour agency's offerings. This information can be used to improve customer service, address common issues, and refine tour itineraries.

Main findings: Customer experience: Providing a great customer experience is crucial for online tour operators. This includes easy-to-use booking platforms, responsive customer service, and providing personalised recommendations and information. Variety and customization: Offering a wide range of



travel packages and custom itineraries can help attract and retain customers. This allows customers to choose packages that suit their preferences and budget, and also offers opportunities for upselling. Partner networks: Building strong relationships with suppliers, such as hotels, airlines, and local tour operators, is important to offer competitive pricing and access to unique experiences.

Keywords: follow up; objection handling; fare base; bundle deals

Elisha Daniel. THE ROLE OF THE EUROPEAN UNION IN SUPPORTING BUSINESSES

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Management"

E-mail: elishadaniel22@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa

ABSTRACT

Research relevance: The European Union (EU) has played an important role in supporting business in Europe through various policies, programs, and initiatives. There are challenges and limitations to the EU's support for businesses, such as the complexity of regulations and the varying needs of businesses across member states. Understanding the impact of EU policies and programs on business growth, innovation, and competitiveness can inform future policy decisions and business strategies. This research is particularly relevant in light of the COVID -19 pandemic, which had a significant impact on businesses in Europe and increased the need for EU support.

Research goal: To examine the role of the EU in supporting businesses in Europe and to evaluate the effectiveness of its policies and programs. The research will identify the benefits and challenges of EU support for businesses and provide recommendations for improving support in the future.

Research methods: The research method includes a review of relevant literature on the role of the EU in supporting businesses in Europe and an analysis of EU policies and programs. The literature review includes academic articles, policy papers, and reports from EU institutions and other organizations. The analysis of EU policies and programs includes an examination of funding and grant programs, regulations, and initiatives to promote business growth, innovation, and competitiveness.

Main findings: The findings suggest that the EU has played a significant role in supporting businesses in Europe through its policies and programs. The EU has promoted cross-border trade and cooperation, provided funding and grants to support business growth and innovation, and worked to level the playing field for businesses in Europe. However, the EU's support for businesses also faces challenges and limitations, such as regulatory complexity and the different needs of businesses in different member states. The study concludes with recommendations to improve EU support for businesses, such as simplifying regulations and providing tailored support to businesses in different sectors and regions.

Keywords: business support; policy; funding; innovation; competitiveness; European Union



Rusu Adrian. ANALYSIS OF THE CURRENT AND FUTURE TRENDS OF THE MARKETING SECTOR IN ROMANIA

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"
E-mail: adrianrusu2108@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Vita Zariņa*

ABSTRACT

Research relevance: Marketing is the way of a company to promote their business, product, incoming events, and a lot more. Marketing is a continuous evolving sector, which saw a very impressive growth in the last 5 years of about 12% per year. One of the reasons being the continuous digital advancement, and the sector needs to adapt at the same time with the latest digital advancements. Marketing is a sector in which you need to adapt non-stop to the new trends, strategies, technologies and more. People spend around 2 hours a day on social media, so it's no surprise that social media marketing is very important, if you want to promote your product, business, event, etc. Usually a post on social media, Instagram for example is like that: A photo/video with a nice description (sometimes), and a like to the product, nothing special, right? Wrong social media is harder than this, you need your product, and your targeted clients, and why the people should choose your product, instead of the competition, and more. It's very complicated, because you work with a lot of unknown people and you need to do your post, based on current trends and it's hard.

Research goal: To analyze the current state and the future of the Marketing sector.

Research methods: Online questionnaire, statistic trends, interviews with people who already work in this sector and sector analysis.

Main findings: The recent developments of the social media had a huge impact over the marketing sector, due to warming increase of number of hours people spend on the social media. Marketing is always evolving, for example during the Covid-19 pandemic, the sector moved online and started to reorient from the old offline marketing to online marketing. The importance of marketing is that it makes your customers aware of your product and service and influences them on making a decision.

Keywords: marketing; social media; marketing trends

D'Andrea Gloria. BURNOUT: WHAT LEADS PEOPLE TO BE SO BORN OUT?

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Management"
E-mail: soniasunny1011@gmail.com
Scientific advisor: MBA, Assistant Professor Jeļena Budanceva*

ABSTRACT

Research relevance: The work environment and/or university environment can affect an individual's physical and mental state; what are the causes, consequences and symptoms that a person can manifest if he is in a state of burnout. Many young people do not have an adequate work-life balance and feel a lot of pressure coming from the environment around them. This forces these people to expose themselves and be out of their comfort zone most of the time. Paying attention we can see how the phenomenon of

"burnout", the main topic of my research, has worldwide relevance and each of us has had a past with this issue or is experiencing it right now.

Research goal: The aim of this research is to define the "burnout-syndrome" explaining causes and consequences, and focusing on debunking some myths related to it, paying particular attention to the people at risk and the true reasons why they suffer from it. What is it that really leads more and more people to exhaustion, both physically and mentally?

Research methods: Qualitative methods were mostly used; although quantitative information is also mentioned, especially to understand the range of people involved and give greater veracity. While deciding how to choose the people to involve in my research, I ended up proceeding by sampling, in particular the "convenience and the snowball sampling" for several reasons: less costs, less field time and more accuracy i.e., can do a better job of data collection.

Main findings: It turned out that "burnout" refers to a collection of symptoms that result from chronic and ongoing stress usually related to the workplace. It is based on an individual's response to a professional situation in which the person is not able to effectively deal with a deep sense of physical and emotional exhaustion. All the "victims" reach the point where they feel completely unsatisfied and drained by daily routine. Last but not least, some collected data show that not only adults experience this problem. In fact, the circle extends to young people aged between 20 and 35; and what's amazing is why they come to physical and mental exhaustion: chasing their dreams and doing the things they love: how far are we willing to go to get to our final goal?

Key words: work-life balance; occupational burnout; unmanaged stress; daily routine

Balazs Farkas dr. GENDER-HACKING CASES IN SPORT

EKA University of Applied Sciences

Master's study programme "Business Administration"

E-mail: drfarkasbalazs36@gmail.com

Scientific advisor: Dr. habil., Vice-President of IASL Andras Nemes

ABSTRACT

Research relevance: I would like to present the topic gender hacking in sport. This question is a very up-to-date question nowadays and I tried to analyse it and make some conclusions about the different kind of aspects related to it. I'm also a man who believes in traditional values and I would like to represent this kind of trend internationally. This question is a crucial thing and I keep it very important to deal with it and to take action against it. I hope this kind of tendency will not force in societies and will not be shown in the media where children can also become aware of it. The original traditional values of the society have to be defended.

Research goal: I would like to present some cases in sport related to gender-hacking and to make some conclusions for the future regulation.

Research methods: Comparative and descriptive methods were used.

Keywords: gender hacking; trend; traditional values; protection; media



Blesson Baby. ASSESSMENT OF THE IMPACT OF EXPERIENCE MARKETING AS A TOOL FOR IMPROVING BRAND IMAGE IN THE EU TEXTILE SECTOR

*EKA University of Applied Sciences
Master's study programme "Business Administration"
E-mail: blessblitz@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Inga Šīna*

ABSTRACT

Research relevance: Customers are more likely to remain loyal to a company in the future when they have positive and memorable encounters with it thanks to experience marketing. Customers are encouraged to develop long-lasting relationships with brands with this technique, which offers additional chances for engagement. If the textile companies in the EU can implement Experience marketing in their marketing strategy, the customer loyalty in EU textile industry can be enhanced. But such a strategy has not been completely implemented in the sector. In light of the current situation, the research that attempts to evaluate the effects of experience marketing in the EU textile sector is pertinent.

Research goal: The goal of this research is to assess the impacts of experience marketing as a tool for improving brand image in EU textile sector.

Research methods: This research employs a qualitative approach, which utilizes the literature review for gathering the conclusions.

The impacts of experience marketing as a tool for improving brand image in EU textile sector has been identified by reviewing the literatures. The research papers were downloaded from the scientific data bases such as Google Scholar, Researchgate, ScienceDirect etc.

Main findings: The main findings of the research are, identification of the impacts of experience marketing as a tool for improving brand image in EU textile sector and conclusions are gathered from this.

Key words: marketing; textile; tool; brand

Hirenkumar Himmatbhai Kyada. FACTORS AFFECTING THE MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN IN THE FOOD INDUSTRY IN CAMEROON

*EKA University of Applied Sciences
Master's study programme "Business Administration"
E-mail: hir94yda@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Inga Šīna*

ABSTRACT

Research relevance: Several decades after independence, and considered for the most part to be Third World countries according to the rating criteria of the Bretton Wood Institutions (International Monetary Fund and the World Bank), we still observe today an economic dependence of sub-sahelian African countries on the former colonial powers in particular and on the developed countries in general. As main holders of raw materials and natural resources in the world, most of the African countries are industrially underdeveloped. This is the paradox that forces these countries to import the majority of manufactured products. According to the newspaper Jeune Afrique in one of its publications of October 2017 in its economics section, 80% of the products consumed in Sub-Saharan Africa, particularly in Cameroon,



come from imports. According to the world commerce organization, in 2015 Cameroon imported 51% of manufactured products, 20% of fuel and mining products, 19% of agricultural products and 9% of other products. We can observe that the country imports all categories of products. For countries that are also dependent on imports, perfect control of the supply chain is mandatory. At the United Nations Conference on Trade and Development held in October 2015 in Geneva, Switzerland, between 2005 and 2014, the cost of international transport represented 11.4% of the price of imported products compared to 6% worldwide. And the World Bank in its June 25, 2009, publication already stated that this rate was 20 percent for landlocked African countries. The National Institute of Statistics of Cameroon confesses that the other logistic activities (insurance, customs services, warehousing, handling) represent more than 50% of the prime cost of the imported product. This adds to a total Logistics cost of up to 75% depending on the product category.

Research goal: To identify the factors affecting management of the international Supply Chain in food Industry in Cameroon.

Research methods: The data collection methods included literature review, survey(interview), case study. Data were analyzed using the factor analysis, graphical analysis and qualitative analysis.

Main findings: Food industry logistical cost is more than 4 times higher in African Third World countries than it is in Developed countries and it is reason of high prices of imported products in these country markets. Many problems related to each step along the International Supply Chain are the causes of these high costs for instance corruption is the biggest. To reduce these costs in order to make efficient the management on the International Supply chain, many solutions according to each problem can be implemented.

Keywords: international supply chain; efficient management; logistical costs; cost and price reduction; incoterms; Africa

Sonia Biji. FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER SATISFACTION OF SERVICE QUALITY IN INDIAN BANKING INDUSTRY.

*EKA University of Applied Sciences
Master's study programme "Business Administration"
E-mail: soniasunny1011@gmail.com
Scientific advisor: Dr. oec., Professor Inga Šīna*

ABSTRACT

Research relevance: In any field or organization the main predominant key is to satisfy the customers with their services, so that the quality of the organization will be good. Likewise in the Indian banking industry, customer satisfaction is the most important in the Indian banking sectors. It doesn't matter if it is public or private management. By taking into the consideration of the factors which are provided by external and internal services provided by the Indian banking Industry, we can take a guess how the Banking service quality is going to be in India . This research will be one of the good surveys where we will find whether the customer experience plays an important role or not.

Research goal: In this paper, the author tries to analyze the customer's experience in the banking industry of service quality of Indian banks. It also discusses the future possibilities of how to develop more service quality in the Indian banking Industry from the customer point of view.

Research methods: The analysis will be done for a sample of 20 participants of customers. The data was collected through questionnaires, reports, and research articles. The questionnaire was analyzed



through analyzing the frequencies and descriptive statistics method to identify the customer satisfaction of service quality in the Indian Banking Sector.

Main findings: According to the findings of the study, the majority of participants are more trustworthy in public of the India. The report also revealed how this particular Customers are liking the service quality of the Indian bank industry. By this doing the survey we can able to find the pros and cons from the public point of side about the services provided by the Indian banking Industry also we can ask the public suggestions and according to that the statically view will be represented in this thesis.

Key words: customer satisfaction; banking industry; service quality

Joyal James. THE ROLE OF RELATIONSHIP MARKETING IN TELECOM INDUSTRY IN LATVIA

EKA University of Applied Sciences

Master's study programme "Business Administration"

E-mail: joyaljamesm@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Assistant Professor Anna Svirina

ABSTRACT

Research relevance: The study contributes to the existing literature on relationship marketing in the telecommunications industry, providing new insights into the specific drivers of customer loyalty in the Latvian market. The study's findings have practical implications for telecom companies in Latvia and other emerging markets, providing insights into effective relationship marketing strategies to build customer loyalty and drive business growth. The study's focus on an emerging market context is particularly relevant, as many emerging markets are experiencing rapid growth in the telecommunications sector, and there is a need for research that is specific to these markets. Overall, the study's relevance lies in its contribution to both academic research and practical industry insights in the telecommunications industry in Latvia and other emerging markets.

Research goal: To identify the role of relationship marketing in telecom industry in Latvia.

Research methods: It is planned to use previous literature, survey analysis, and interview analysis are among the data collection approaches. To measure the impact of relationship marketing strategies on the telecom industry in Latvia, the data collection methods include survey analysis data processing methods including various mathematical analyses, factor analysis, descriptive statistical analysis, and correlation and regression analysis.

Main findings: This research investigates the function of relationship marketing in Latvia's telecom sector. Relationship marketing has emerged as a crucial strategy for telecom businesses to cultivate client loyalty and hold on to market share in the fiercely competitive and customer-focused telecoms sector. When examining the key factors influencing customer loyalty in the telecom sector and the function of relationship marketing in fostering long-lasting customer relationships, it was found that the relationship marketing is crucial for customer satisfaction and retention in Latvia's telecom sector. Personalized communication, high-quality services, and trust are the main factors that influence customer loyalty. The survey also emphasizes how crucial it is to use technology and data analytics to tailor marketing campaigns and enhance consumer experiences. The findings of this research have significant ramifications for telecom firms in Latvia and other developing countries, offering insights into successful relationship marketing tactics to foster client loyalty and promote firm expansion.

Key words: relationship marketing; telecom industry; loyalty; customer satisfaction



Hirenkumar Himmatbhai Kyada. OPTIMAL MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN: REDUCTION OF IMPORTED PRODUCT PRICES IN THE THIRD WORLD MARKETS

EKA University of Applied Sciences

Master's study programme "Business Administration"

E-mail: hir94yda@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Assistant Professor Anna Svirina

ABSTRACT

Research relevance: Several decades after independence, and considered for the most part to be Third World countries according to the rating criteria of the Bretton Wood Institutions (International Monetary Fund and the World Bank), we still observe today an economic dependence of sub-sahelian African countries on the former colonial powers in particular and on the developed countries in general. As main holders of raw materials and natural resources in the world, most of the African countries are industrially underdeveloped. This is the paradox that forces these countries to import the majority of manufactured products. For countries that are also dependent on imports, perfect control of the supply chain is mandatory. At the United Nations Conference on Trade and Development held in October 2015 in Geneva, Switzerland, between 2005 and 2014, the cost of international transport represented 11.4% of the price of imported products compared to 6% worldwide. And the World Bank in its June 25, 2009, publication already stated that this rate was 20 percent for landlocked African countries. The National Institute of Statistics of Cameroon confesses that the other logistic activities (insurance, customs services, warehousing, handling) represent more than 50% of the prime cost of the imported product. This adds to a total Logistics cost of up to 75% depending on the product category.

Research goal: To determine how big is the difference between logistical costs in African Third World countries and in developed countries in order to demonstrate that this difference is the reason why the management of the supply chain is not effective in African Third World countries. Identifying the causes of inefficient management, it will be possible to propose solutions to all the stakeholders of the supply chain that will help them to reduce the logistical costs of imported products, while improving the life style in those countries.

Research methods: The research is theoretical, so, it will focus on literature review and basic comparative analysis of financial data.

Main findings: Logistical cost is more than 4 times higher in African Third World countries than it is in Developed countries and it is reason of high prices of imported products in these country markets. Many problems related to each step along the International Supply Chain are the causes of these high costs for instance corruption is the biggest; To reduce these costs to improve the efficiency of management of the international supply chain, various solutions can be implemented.

Keywords: international supply chain management; efficient management; logistical costs; cost and price reduction; incoterms; Third World countries



Oleksandr Alieksieiev. MANAGEMENT, BUSINESS RISK. REMOTE WORK AND BUSINESS EFFICIENCY: FACTORS, TRENDS, IMPACT OF THE CORONA VIRUS

EKA University of Applied Sciences

Master's study programme "Business Administration"

E-mail: oleksandr.alieksieiev95@gmail.com

Scientific advisor: Dr. oec., Assistant Professor Anna Svirina

ABSTRACT

Research relevance: Since March 2020, globally a huge change has occurred everywhere in the world. A pandemic, which not only changed everyone's life but also till now each and every organization are suffering from a big threat. Many large businesses went off, strong companies are paying a massive loss till now, and businesses and organizations have to change the managerial pattern of work by making the work hybrid or work-from-home style. Here, one side of the coin will show how it has a positive impact on employees and another true side of the coin will be the focus of our article "business risk and negative impact of management". The relevance of the topic is determined by the fact that in the current situation, most companies were not ready for a pandemic, since they did not consider or had the opportunity to transfer the responsibilities of employees from offline to online. Additional costs for this (cost for home office setup, transportation, health care, sanitization properly, distance working system, extra precaution, leave of employees who are getting ill or Covid affected, proper insurance documentation, losing talented employees deceased due to pandemic, tough replacement of the position, lack of opportunities and situation of training, etc.).

Research goal: To determine the factors and trends that affect the efficacy of remote work to better understand how the COVID-19 pandemic will affect it and how it will affect company efficiency.

Research methods: Questionnaire was designed and distributed to different employees who are working from home, over time, revealing the true impact and issues they are facing to the organization. Literature review was conducted on the impact of remote work and COVID-19 on business efficiency.

Main findings: The main findings of this research are that the factors that affect the effectiveness of remote work include communication, trust, technology, and work-life balance. The pandemic has had a significant impact on remote work, with many businesses shifting to remote work practices, and the effectiveness of remote work is highly dependent on the culture and management practices of the business. Best practices for improving the efficiency of remote work include clear communication, effective use of technology, and providing support for work-life balance.

Keywords: risk; impact; business; management; impact on employees

Li Mikhail. DATABASE DEVELOPMENT FOR A WEBSITE OR APPLICATION

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Information Technologies"

E-mail: leemisha98@gmail.com

Scientific advisor: Mg.math. Patriks Morevs

ABSTRACT

Research relevance: Any project with a client-server architecture uses databases, for example: online shopping, movie theater or airline tickets websites. Databases would be of no interest if there were no database management systems. A database management system is a set of language and software tools



that accesses data, allows them to be created, modified and deleted, and ensures data security. This study paper explains what the database is, what DB technologies exist, the main functions of the database management system. In order to clarify and discover deeply about how in the database management system works, in study paper will be included an example of realization of creation, reading, updating and deleting functions.

Research goal: Identify the main functions of the database management system (CRUD): Create, Read, Update, Delete.

Research methods: For the data collection the secondary data analysis was used in order to accomplish a research goal. Graphical analysis method and content analysis method were used as a data processing.

Main findings: The role of the database management system. How the database and database management system interact with each other. How the main functions of the database management system (CRUD) work.

Keywords: database; database management system; PHP

Kathan Haresh Agarwal. INTRODUCTION OF CLOUD COMPUTING IN AN ORGANIZATION

*EKA University of Applied Sciences
Study programme "Information Technologies"
Scientific advisor: Mg.math. Patriks Morevs*

ABSTRACT

Research relevance: Information technology has evolved, and a key business model for providing IT resources is cloud computing. With cloud computing, people and businesses can access controlled and scalable IT resources like servers, storage, and apps via a shared network on demand. In our daily lives, we significantly rely on cloud services for things like data storage, document creation, business management, and online gaming. Additionally, cloud computing offers the infrastructure that has supported major digital developments like mobile computing. Despite the potential advantages of cloud computing, businesses are hesitant to utilize it because of barriers and security worries. Security is one of the main issues preventing widespread use of the cloud.

Research goal: Based on analysis of Amazon AWS, services of Amazon AWS .General cloud computing issues & working criteria efficiency for business and organization. Instead of using local servers or personal devices to perform specific tasks, cloud computing relies on sharing the resources that are needed. It offers necessary resources that can be distributed via the internet. One can synchronize their local data with a cloud server using a personal cloud storage service.

Research methods: The author has conducted the analysis using data collection and processing methods, which includes literature analysis, graphical analysis & efficient market research.

Main findings: This paper has research about Amazon aws services which are AWS Lambda, EC2, S3 & EBS also the information about different cloud computing systems and usage as per the organization.

Keywords: cloud computing; AWS lambda; EC2; S3; EBS



Eva Kicova¹, Olga Ponisciakova², Zuzana Rosnerova³. FINANCIAL LITERACY OF CUSTOMERS OF A SLOVAK BANK AS A BASIS FOR MANAGERIAL DECISION-MAKING

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Information Technologies"

E-mails: ¹eva.kicova@fpedas.uniza.sk, ²olga.ponisciakova@fpedas.uniza.sk

, ³zuzana.rosnerova@fpedas.uniza.sk

Scientific advisor: Mg.math. Patriks Morevs

ABSTRACT

Research relevance: Currently, a lot of attention is paid to the issue of financial literacy. In connection with financial literacy, a lot is said about education. Therefore, in the paper, we focused on finding out the relationship between financial literacy and the level of education as such. We also compared the financial literacy of the survey sample with the overall financial literacy in Slovakia.

Research goal: To find out the current state of financial literacy among the customers of a specific bank in Slovakia.

Research methods: There was designed an online anonymous questionnaire that focused on the financial literacy of customers of the selected bank. By analyzing theoretical knowledge and existing surveys, we established hypotheses, which we subsequently verified statistically. When analyzing theoretical knowledge and surveys in the Slovak Republic, we found that there are a large number of surveys focused on financial literacy. The output and support of each of them is primarily focused on increasing financial literacy through education. We, therefore, assumed, given that financial literacy has been in the curriculum of primary and secondary schools for several years, that financial literacy is related to the availability of goods. We also assumed that financial literacy in the Slovak Republic is increasing. We used selected statistical methods to verify the hypothesis.

Main findings: Through the selected statistical method, we found that in our survey, the number of correct answers is not affected by the level of education. It was also interesting to find that the level of financial literacy of the selected region in 2022 is not higher than the overall level of financial literacy of the Slovak Republic determined on the basis of a survey from 2012.

Keywords: financial literacy; customer; management; managerial decision-making

Asadbek Rashidov. DATA PROTECTION TRAINING INFORMATION SYSTEMS

EKA University of Applied Sciences

Study programme "Information Technologies"

Scientific advisor: Mg.sc.ing. Maksims Zigunovs

ABSTRACT

Research relevance: Data protection protects a person's private information from unauthorized access and use. It involves the protection of personal data, including their name, address, bank details, and email address from unauthorized access. Data privacy is the act of keeping people's personal information private. For example, it can involve ensuring that an organization does not share personal information with other organizations without consent. Data protection is an important concept that is often misunderstood. Data protection involves keeping confidential information safe, preventing identity



theft, and protecting against other types of data breaches. The consequences of not protecting data can range from legal action to fines to loss of reputation.

Research goal: How to protect data depends on the type of information you're keeping safe. For instance, if you are storing passwords in a database, then you need to use encryption and two-factor authentication. There are many ways to protect your data from unauthorized access by both internal and external sources. In order to clarify and discover deeply how the modern world works with data protection, the study paper will be included an example of the Google Vault system.

Research methods: To provide an in-depth analysis of the Google Vault system as a case study to understand how data protection is implemented in the modern world, and to explore the advantages, limitations, and potential hazards of using cloud-based data protection solutions.

Main findings: Google Vault system is that it provides a way to control access to sensitive information. It allows organizations to set granular access controls for specific users or groups of users and also provides a way to monitor and audit access to sensitive information. This can help organizations protect data from unauthorized access by internal and external sources.

Keywords: encryption; security; Google Vault; eDiscover