



# Ārpakalpojumu vadība

**Skats no izpētes skatu punkta**

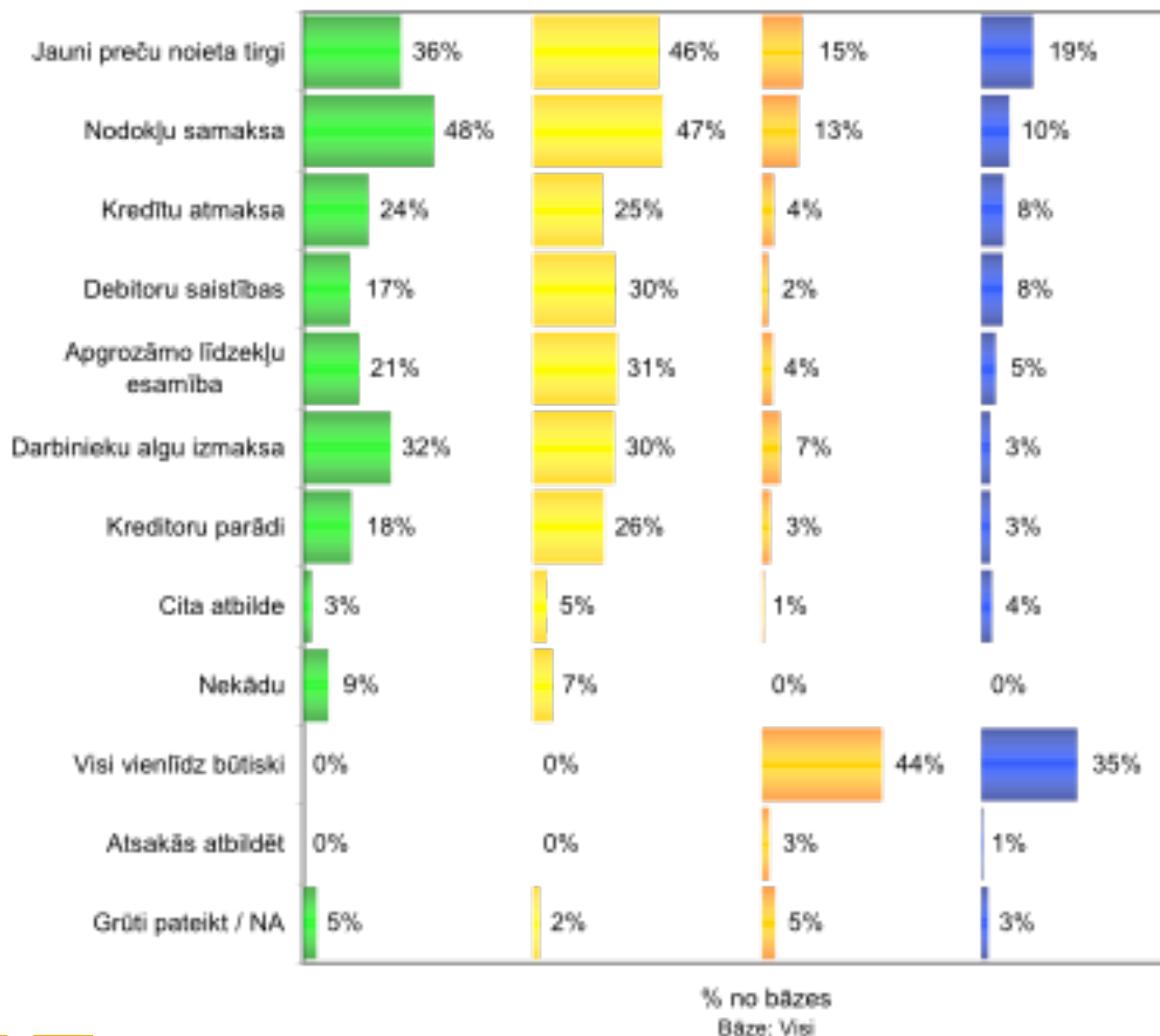


# Kādi uzņēmējdarbības jautājumi Jūs šobrīd visvairāk nodarbina?

Kādi jautājumi nodarbina?

Svarīgākais jautājums

■ Aprīlis (n=500) ■ Septembris (n=510) ■ Aprīlis (n=500) ■ Septembris (n=510)

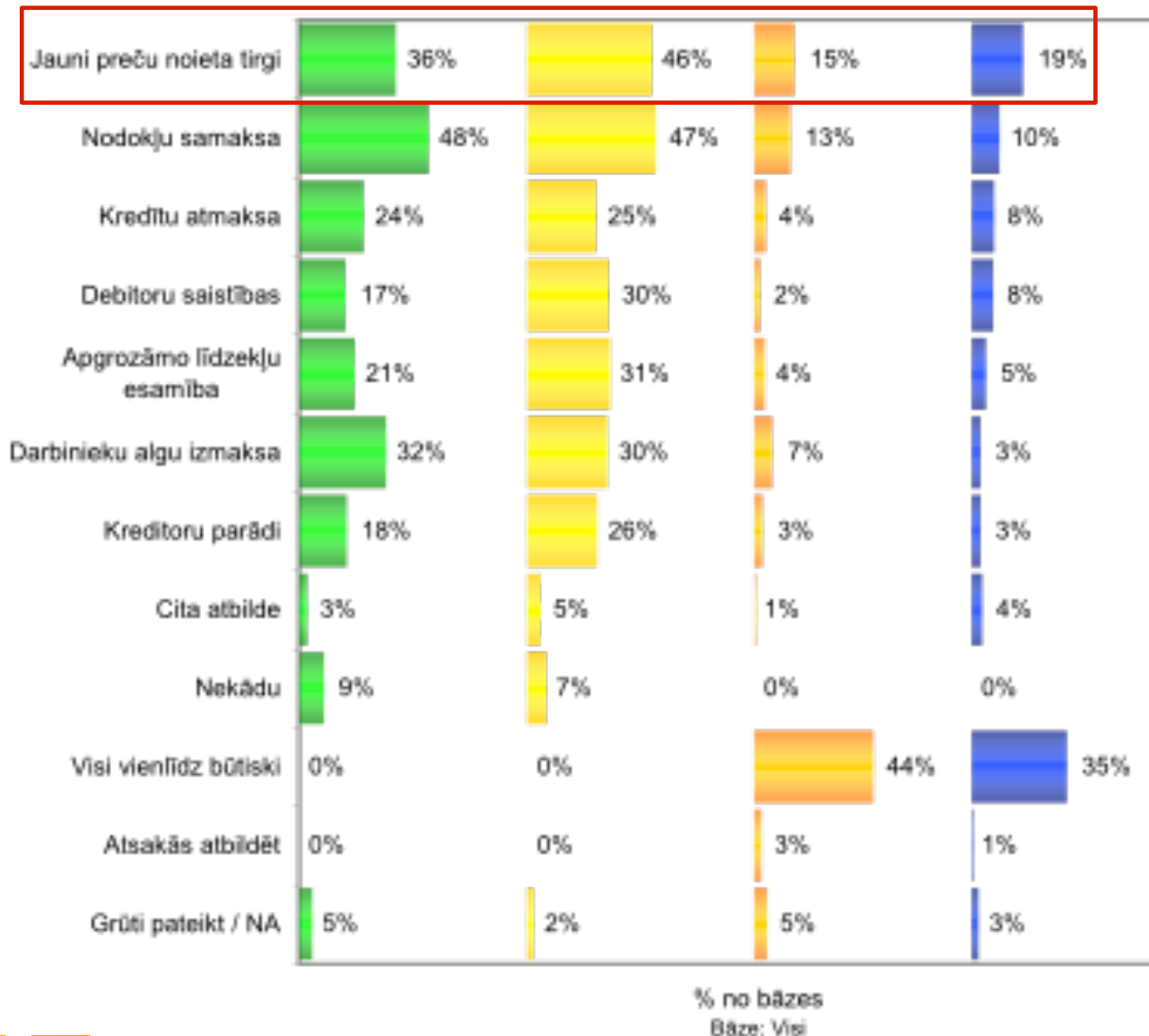


# Kādi uzņēmējdarbības jautājumi Jūs šobrīd visvairāk nodarbina?

Kādi jautājumi nodarbina?

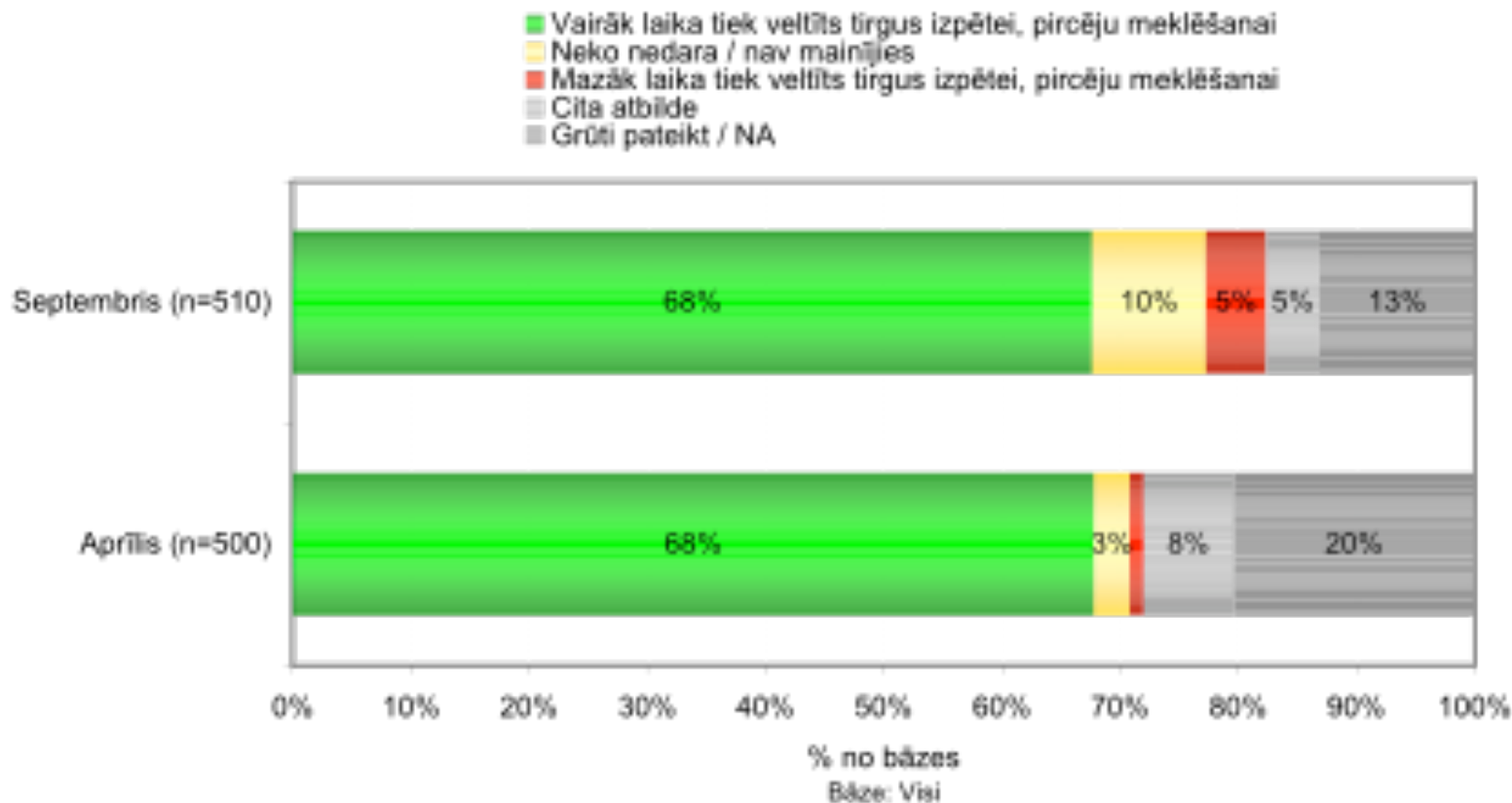
Svarīgākais jautājums

■ Aprīlis (n=500) ■ Septembris (n=510) ■ Aprīlis (n=500) ■ Septembris (n=510)



# Tirgus izpēte

Kas ir mainījies uzņēmuma ikdienā  
salīdzinājumā ar 2008. gadu?



# Cik ilga perioda biznesa aktivitātes Jūs plānojat uz priekšu?

- Līdz diviem mēnešiem
- Līdz pusgadam
- Līdz 1 gadam
- Līdz 3 gadiem
- Līdz 5 gadiem
- Vairāk kā 5 gadus uz priekšu
- Cita atbilde
- Grūti pateikt / NA

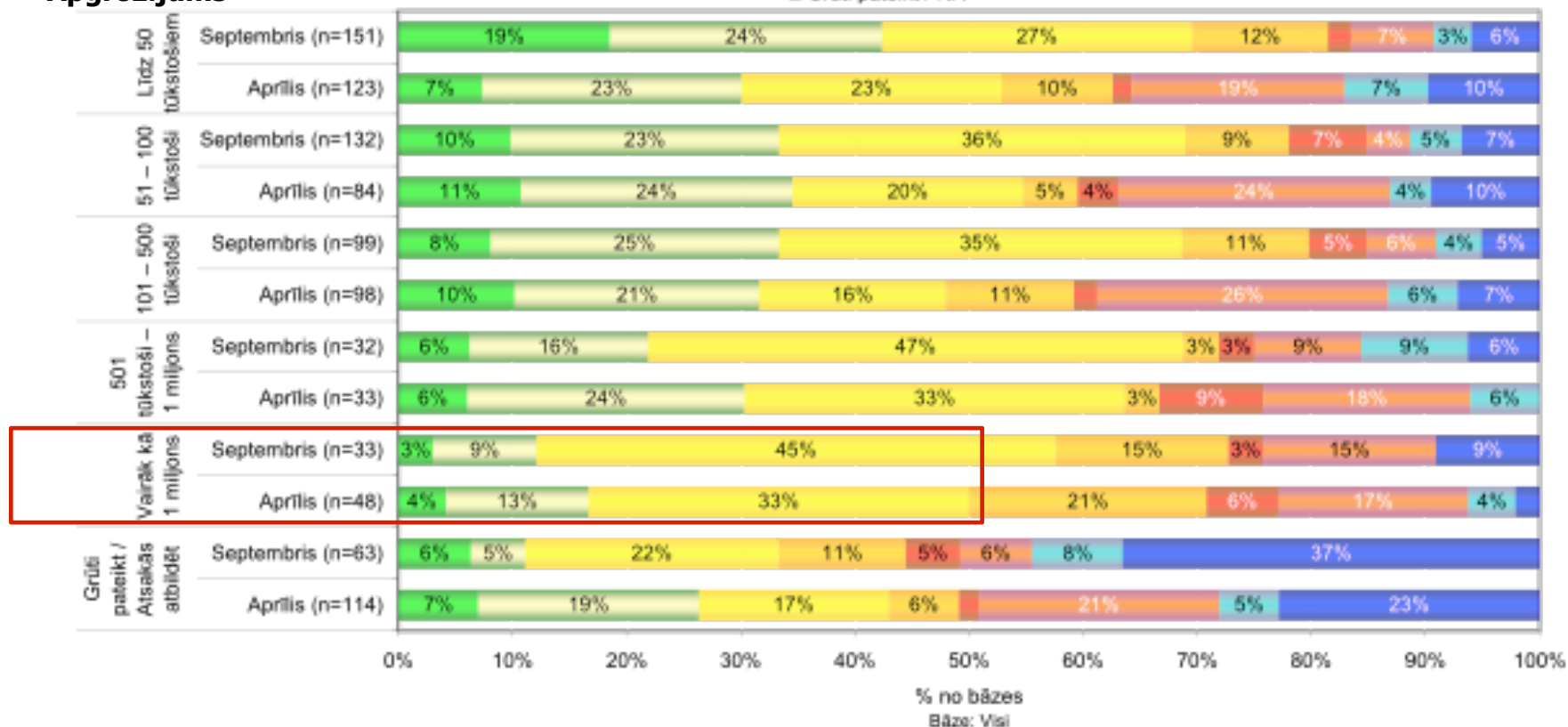
## Agrozījums



# Cik ilga perioda biznesa aktivitātes Jūs plānojat uz priekšu?

- Līdz diviem mēnešiem
- Līdz pusgadam
- Līdz 1 gadam
- Līdz 3 gadiem
- Līdz 5 gadiem
- Vairāk kā 5 gadus uz priekšu
- Cita atbilde
- Grūti pateikt / NA

## Agrozījums



4

Pieaudzis uzņēmumu skaits, kuri savas aktivitātes plāno līdz 3. gadiem, ne ilgāk, visvairāk pieaudzis uzņēmumu skaits, kuri savas aktivitātes plāno līdz 1. gadam

# Fakti

5



# Fakti

- Jauni tirgi svarīgākais jautājums un svarīgums turpina pieaugt;
- Tirgus izpētei, pircēju meklēšanai velta vairāk laikā kā 2008. gadā;



# Fakti

- Jauni tirgi svarīgākais jautājums un svarīgums turpina pieaugt;
- Tirgus izpētei, pircēju meklēšanai velta vairāk laikā kā 2008. gadā;



# Fakti

- Jauni tirgi svarīgākais jautājums un svarīgums turpina pieaugt;
- Tirgus izpētei, pircēju meklēšanai velta vairāk laikā kā 2008. gadā;

BET



# Fakti

- ❑ Jauni tirgi svarīgākais jautājums un svarīgums turpina pieaugt;
- ❑ Tirgus izpētei, pircēju meklēšanai velta vairāk laikā kā 2008. gadā;

## BET

- ❑ 63% no lielajiem uzņēmumiem plāno biznesa aktivitātes līdz vienam gadam



# Asa klientu segmentācija

6



# Asa klientu segmentācija

- Augstākā vadība (parasti ārzemnieki)
  - Redz vairākus gadus uz priekšu;
  - Uzstāda objektīvu mērījumu sistēmu pēc kā noteikt taktiskās prioritātes un dot darba uzdevumus vidējam personālam
  
- Vidējais personāls (parasti ārzemju uzņēmumā)
  - Izpilda rīkojumus (parasti no citas filiāles)
  - Izvēlas piegādātājus pēc sev zināmiem principiem
  
- Vidējais personāls (parasti vietējā uzņēmumā)
  - Grib, lai viņu darbu spēj novērtēt kvalitatīvi;
  - Vēlas zināt informāciju, lai nepieņemtu kļūdainu lēmumu;
  - Vēlas ieviest labāko praksi.



# Asa klientu segmentācija



## □ Augstākā vadība (parasti ārzemnieki)

- Redz vairākus gadus uz priekšu;
- Uzstāda objektīvu mērījumu sistēmu pēc kā noteikt taktiskās prioritātes un dot darba uzdevumus vidējam personālam

## □ Vidējais personāls (parasti ārzemju uzņēmumā)

- Izpilda rīkojumus (parasti no citas filiāles)
- Izvēlas piegādātājus pēc sev zināmiem principiem

## □ Vidējais personāls (parasti vietējā uzņēmumā)

- Grib, lai viņu darbu spēj novērtēt kvalitatīvi;
- Vēlas zināt informāciju, lai nepieņemtu kļūdainu lēmumu;
- Vēlas ieviest labāko praksi.





## Paldies par uzmanību

### PAPILDUS INFORMĀCIJA IR PIEEJAMA:

- ☐ **Gatis Bolinskis**
- ☐ **Tālr. 67076007**
- ☐ **e-pasts: [gatis@data.lv](mailto:gatis@data.lv)**
- ☐ **[www.data.lv](http://www.data.lv)**

