

IV. posms. Projekta ieviešanas 1.kārta. Pirms projekta ieviešanas dzīvē, projekta dalībniekiem jāveic dažādi pētījumi un eksperimenti, modelējot kā „Smart grid” sistēma strādā realitātē, pētījumos iesaistot gan elektroenerģijas ražotājus, gan elektroenerģijas patērētājus.

V. posms. Projekta galēja ieviešana. Pēc tam, kad visi pētījumi būs veikti projektu būs iespējams ieviest pilnībā.

„Smart grid” sistēmas ieviešana ir daudzu dalībnieku komplekss darbs. Tajā piedalās gan ražotāji un lietotāji, gan zinātnieki, lai noteiktu un izveidotu visoptimālāko un efektīvāko „Smart grid” sistēmu, ņemot vērā visas reģionālās īpatnības un visas tehnoloģiskas iespējas, kā arī, lai noteiktu optimālāko projekta cenu.

Latvijā ieviešot šādu sistēmu izveidos jauns elektroenerģijas tirgus modelis, kurā ražotāju un patērētāju lomas nebūs precīzi sadalītas, līdz ar to parasti „monopolizētais” elektroenerģijas tirgus tuvinātos „pilnīgas konkurences” apstākļiem.

## **V. Šatrevičs, J. Zvanītājs EKSPORTA NESTABILITĀTE UN VALDĪBAS POLITIKA RAŽOŠANAS NOZARĒS**

### **V. Šatrevičs, J. Zvanītājs EXPORT VOLATILITY AND GOVERNMENT POLICY FOR PRODUCTION BRANCH**

This paper analyses the hypothesis that export volatility depends upon the level of industrialization of the exporting country and the level product cycle for exporting product. This paper research empirical evidence in support of the hypothesis.

The paper also analyses the effects of data aggregation on empirical results and suggests topics for future research. This paper provides the empirical work in the previous studies for different group of products and finds further support for the hypothesis. It also discusses the significance of the empirical findings, their significance in explaining why government policies have increased export instability in many developing countries, and their policy implications. Finally, the paper analyses the effects of data aggregation on the empirical results of studies of export fluctuation and provides topics for future research.

Ražošanas nozares, iekšzemes kopprodukts, tautsaimniecība, ražošana,

## **D.Ščeuļovs E-VIDES IZMANTOŠANA LOJĀLO KLIENTU LOKA UZTURĒŠANAI**

### **D.Ščeuļovs USE OF E-ENVIRONMENT FOR LOYAL CLIENT PORTFOLIO MAINTENANCE**

Pateicoties straujām pārmaiņām mūsdienu tehnoloģijās, ekonomiskai, kultūras un sabiedrības globalizācijai, kā arī citu faktoru ietekmes dēļ, nozīmīgas pārmaiņas notiek mārketingā.

Vienā no galvenajām tendencēm mūsdienīgā mārketingā ir elektroniskas vides un interneta izmantošana produktu un pakalpojumu virzīšanai. Lai būtu konkurētspējīgiem, uzņēmumiem jāievieš jaunus paņēmienus klientu piesaistīšanai un noturēšanai, kā arī jāizveido lojālo, pastāvīgo un uzticamu klientu loku. Elektroniskās vides attīstības rezultātā attīstās arī elektroniskā komercija un elektroniskais mārketingš.