

KANTAR

Studējošo
ekspektācijas un
pievilcīgāko darba
devēju tēls Latvijā

Rezultātu atskaite

2020. gada aprīlis – jūnijs



Saturs

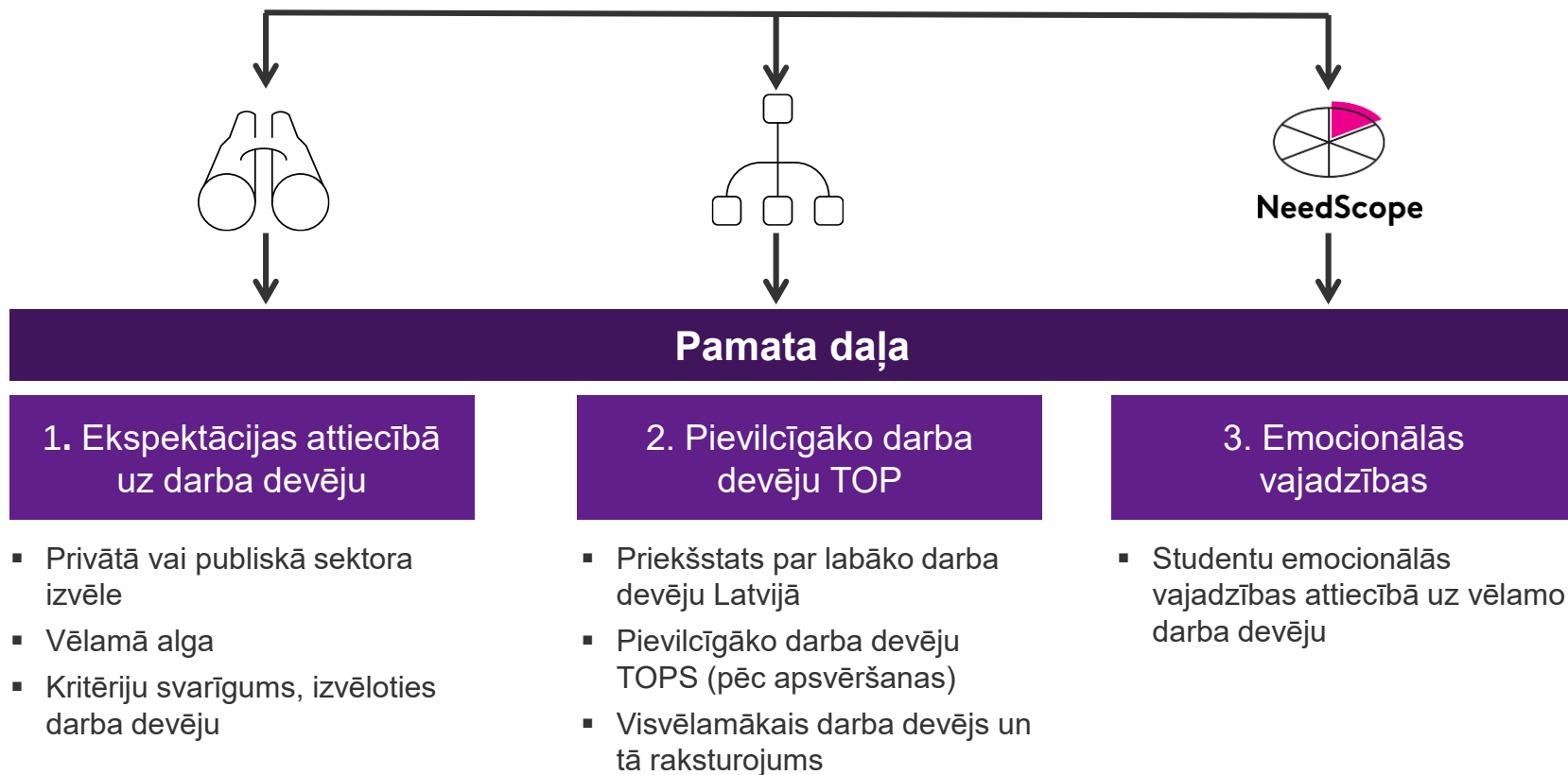
1	Pētījuma apraksts	3
2	Ekspektācijas attiecībā uz darba devēju	6
3	Pievilcīgāko darba devēju TOP Vēlamais darba devējs	12
4	Studentu emocionālās vajadzības	18
5	Uzņēmumu kā darba devēju aktivitātes mācību iestādēs	25
6	Studentu apmierinātība ar studiju procesu kvalitāti	27
7	Izlases struktūra	29

1

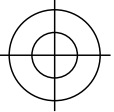
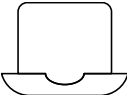
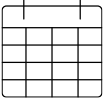
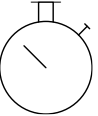
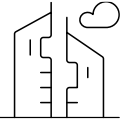
Pētījuma apraksts

Pētījumā iekļautās tēmas un rezultātu atskaites struktūra

Kā kļūt par pievilcīgu darba devēju?



Pētījuma apraksts

	Mērķis	Izpētīt studentu ekspektācijas darba tirgū, noskaidrot pievilcīgākos darba devējus
	Mērķa grupa un izlase	▪ 623 studenti (reprezentatīva studentu izlase pēc studiju programmas: 1. līmeņa profesionālā, profesionālā, profesionālā bakalaura, bakalaura vai maģistra studijas, un pēc specialitātes: 1) tiesību zinātnes; 2) sociālās zinātnes, komerczinības; 3) dabas zinātnes, matemātika, informācijas tehnoloģijas; 4) inženierzinātnes, ražošana, būvniecība)
	Aptaujas metode	Tiešsaistes (<i>online</i>) intervijas (Computer Assisted Web Interviews)
	Norises laiks	2020.gada 29.aprīlis – 1.jūnijs
	Vidējais interviju garums	30 min.
 NeedScope	Metodoloģija	Emocionālo vajadzību izzināšanai izmantota Kantar piederošā metode NeedScope™
	Uzņēmumu atlase	Pievilcīgāko darba devēju TOP 53 uzņēmumu atlasē tika iekļauti lielākie dažādu nozaru uzņēmumi Latvijā pēc darbinieku skaita un apgrozījuma

2

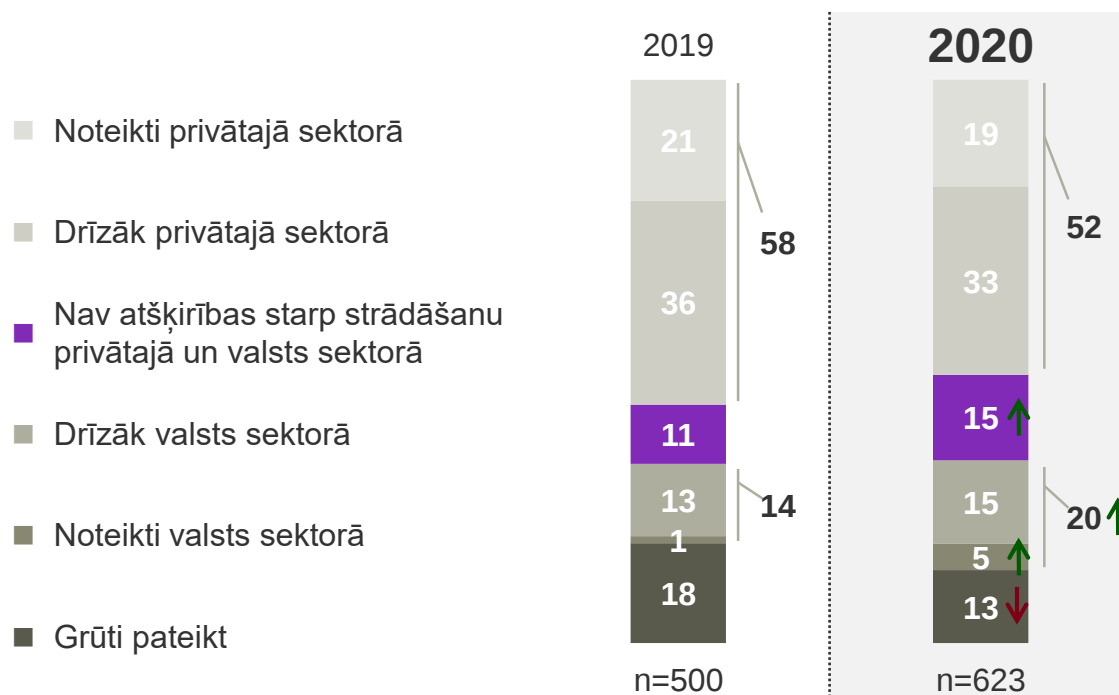
Ekspektācijas attiecībā uz
darba devēju

Privātā vai valsts sektora izvēle

Studentu vidū nemainīgi augsta ir privātā sektora popularitāte – vairāk kā puse (52%) to izvēlas kā sev pievilcīgāku. Tomēr jāatzīmē, ka studentu mērķauditorijā vērojamas sakarības, kas liecina par to, ka valsts sektors kļūst vairāk pievilcīgs – gada laikā ir palielinājies to studentu īpatsvars (14% → 20%), kas ir pārliecināti, ka noteikti vai drīzāk vēlētos strādāt valsts sektorā, un pieaudzis to skaits, kas neredz viena vai otra sektora priekšrocības (11% → 15%).

Q5. Vispārīgi runājot, kur Jums patiktu strādāt labāk – privātajā sektorā (SIA, AS u.c.) vai valsts sektorā (sabiedriskajā sektorā)?

%

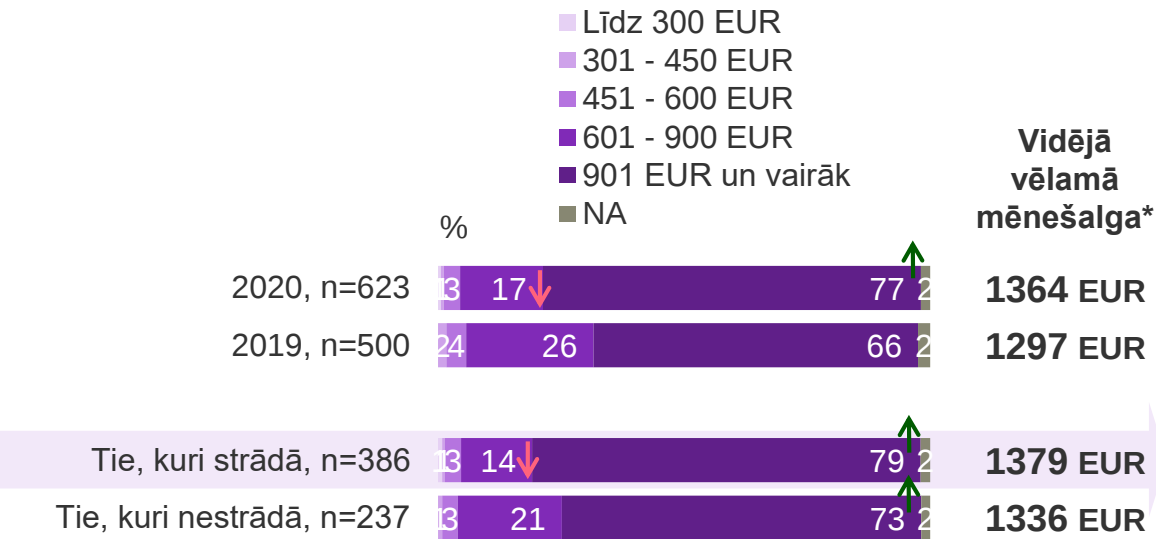


Vēlamā alga

Studentu ekspektācijas attiecībā uz vēlamo atalgojumu ir ievērojami pieaugušas – vidēji vēlamās (neto) mēnešalgas apjoms studentu vidū ir 1364 EUR (2019. gadā – 1297 EUR). Pie tam strādājošo studentu vidēji vēlamās algas apjoms ir tikai nedaudz lielāks nekā tiem, kas vēl nav uzsākuši darba gaitas (strādājošo studentu vidū vidēji vēlamā alga – 1379 EUR, to studentu vidū, kas nestrādā – 1336 EUR).

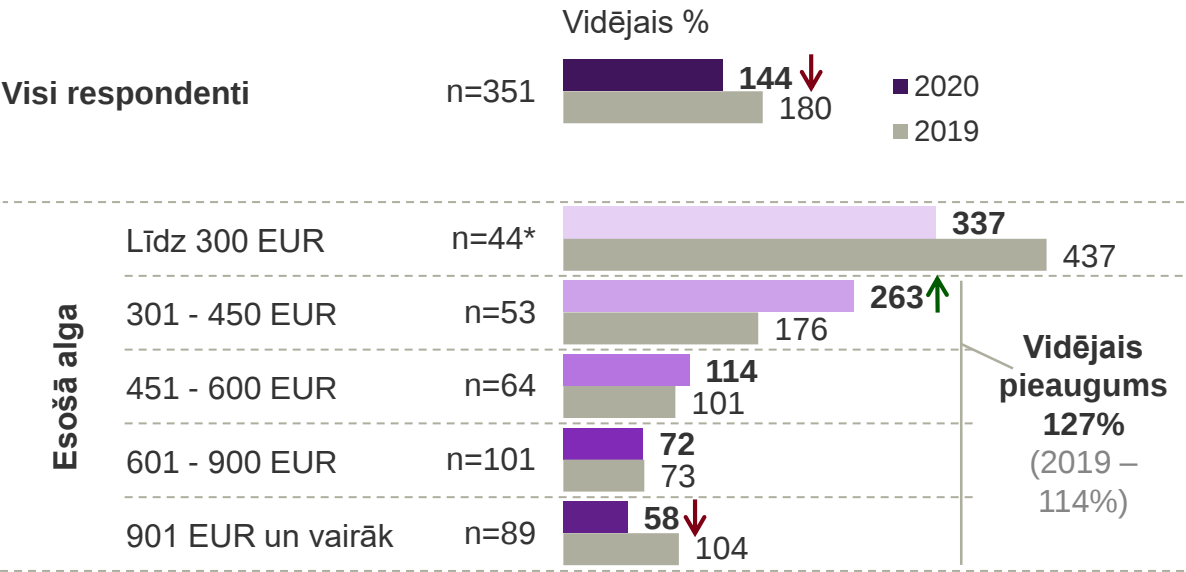
Z3. Kādu mēnešalgu pēc nodokļu nomaksas Jūs saņemat savā pamatdarbā?
Z3_1. Domājot par Jūsu pašreizējo amatu un darbības jomu – kāda mēnešalga pēc nodokļu nomaksas Jūs apmierinātu?

Vēlamā mēnešalga



Bāze: Visi respondenti, 'n' skatīt grafikā
*Tie, kuri snieguši konkrētu atbildi

Vēlamās mēnešalgas pieaugums procentos pret esošo algu



Bāze: Tie, kuri strādā un snieguši konkrētu atbildi, 'n' 2020 skatīt grafikā

Kritēriju svarīgums, izvēloties darba devēju

Q6. Cik svarīgi Jums ir sekojoši kritēriji, izvēloties darba devēju? Lūdzu, atzīmējiet to svarīgumu 5 punktu skalā, kur 5 nozīmē, ka šis kritērijs ir ļoti svarīgs un Jūs nemaz neapsvērtu iespēju strādāt uzņēmumā, kas to nepiedāvā, bet 1 nozīmē, ka šis kritērijs nemaz nav svarīgs.

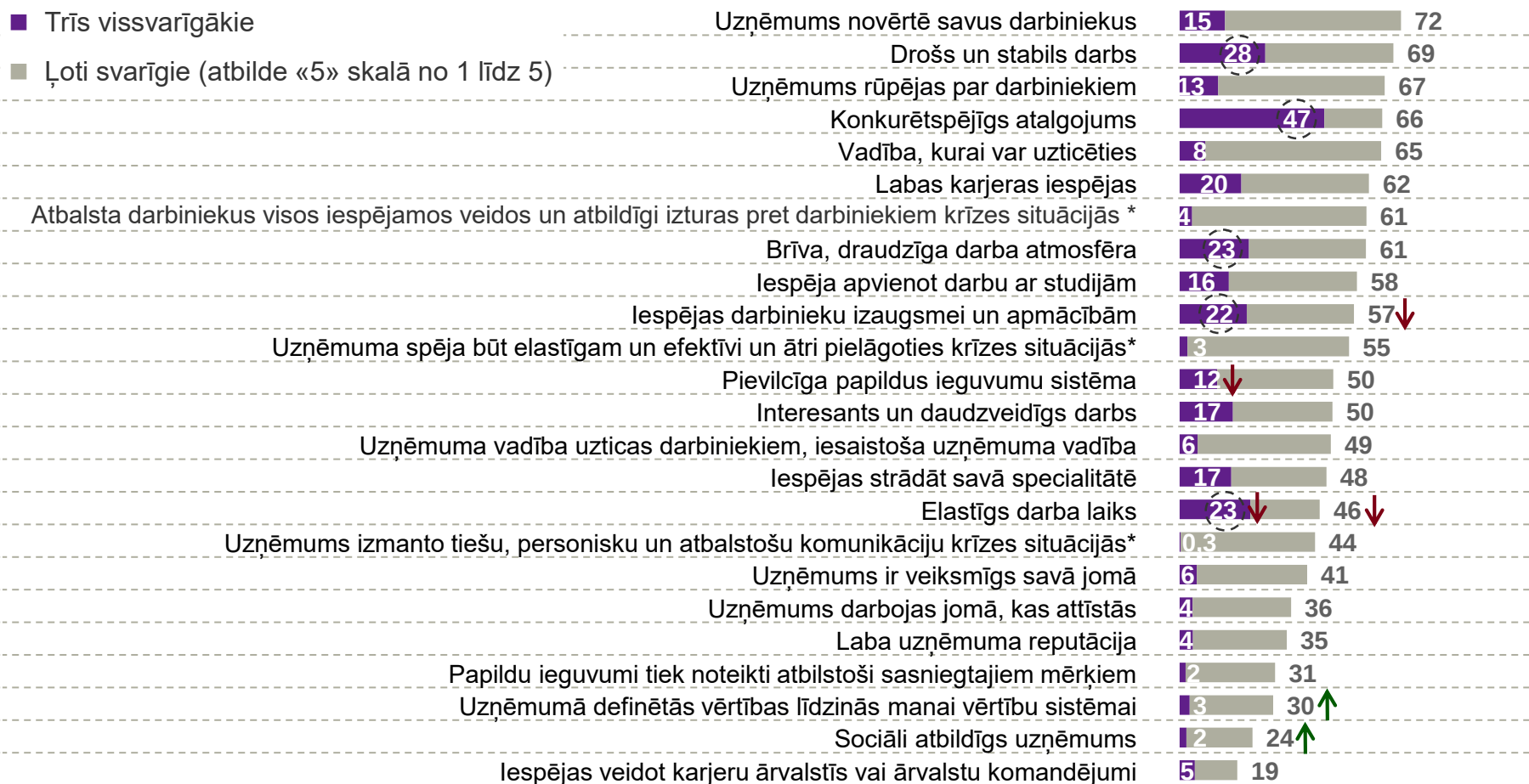
Q7. Iepriekš Jūs atzīmējāt, cik svarīgi Jums ir kritēriji, izvēloties darba devēju. Lūdzu, atzīmējiet trīs vissvarīgākos kritērijus darba devēja izvēlē!

%

■ Trīs vissvarīgākie

■ Ļoti svarīgie (atbilde «5» skalā no 1 līdz 5)

Studentu vidū



Bāze: Visi respondenti, n=623

* ... krīzes situācijās, kā, piemēram, COVID-19 ārkārtējā situācijā



- Mērķa grupas ietvaros svarīgākie kritēriji

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ augstāks

↓ zemāks nekā 2019. gadā

Kritēriju svarīgums, izvēloties darba devēju, pēc studiju specialitātes

Q7. Iepriekš Jūs atzīmējāt, cik svarīgi Jums ir kritēriji, izvēloties darba devēju. Lūdzu, atzīmējiet trīs vissvarīgākos kritērijus darba devēja izvēlē!
%

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi ■ augstāks ■ zemāks nekā izlasē kopumā

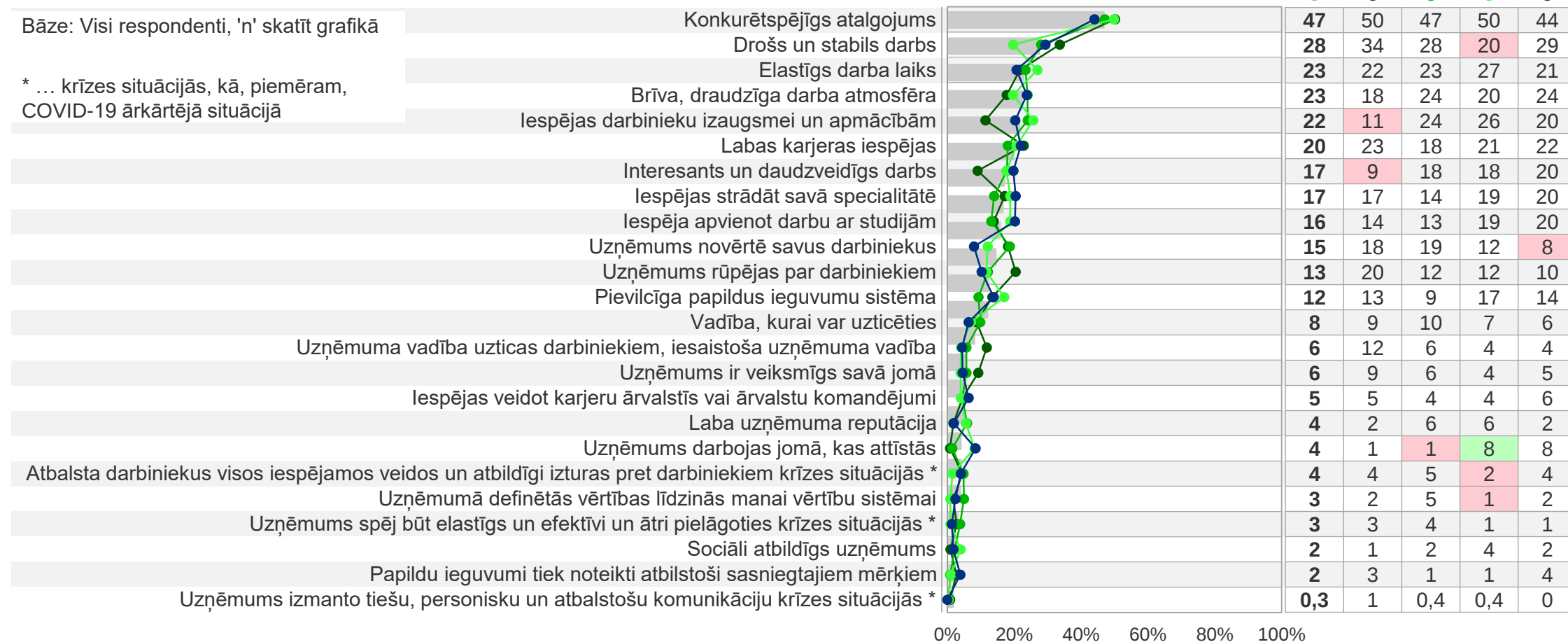
Visi respondenti, n=623

Tiesību zinātnes, n=76

Sociālās zinātnes, komerczinības, n=185

Dabas zinātnes, matemātika un IT, n=220

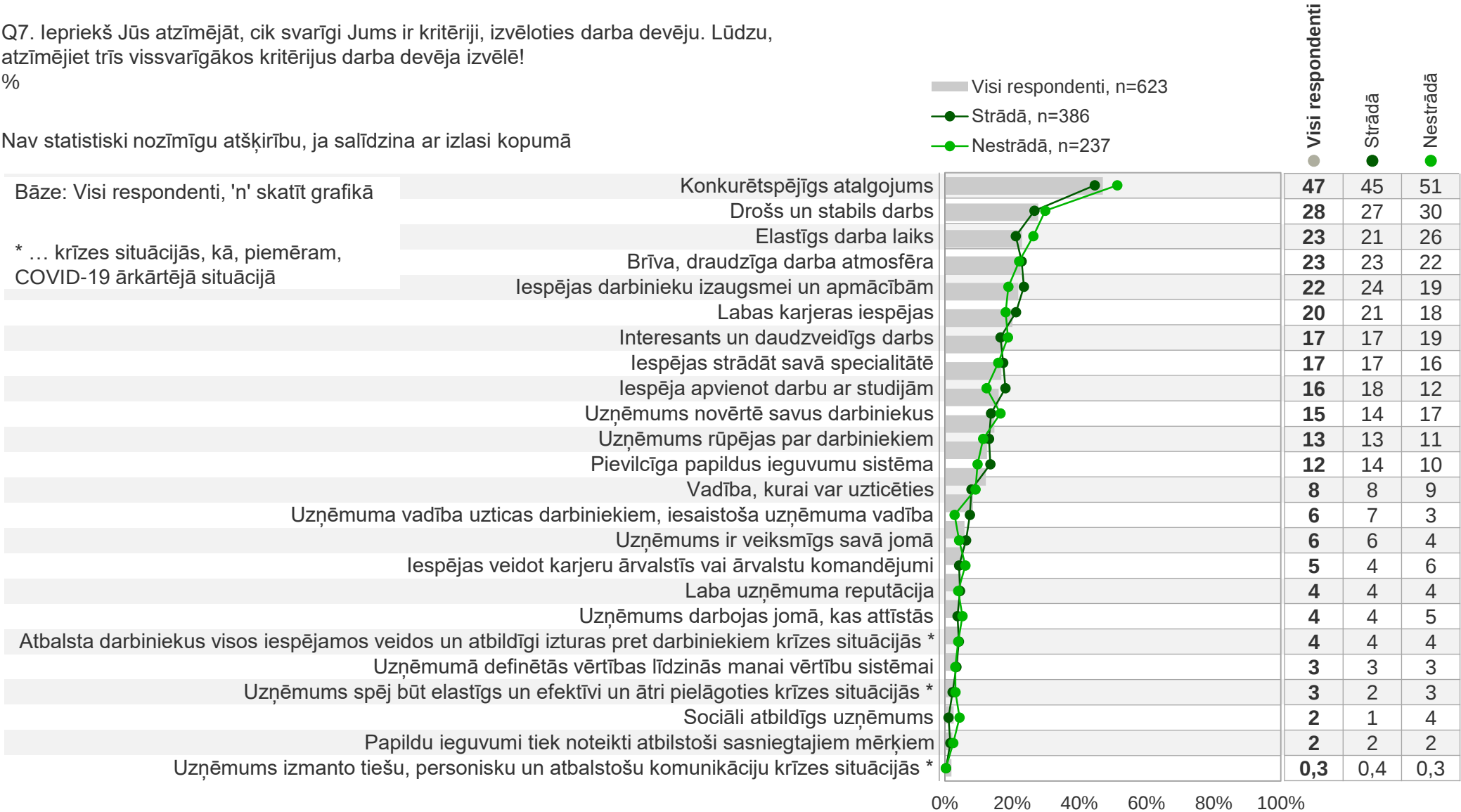
Inženierzinātnes, ražošana un būvniecība, n=142



Kritēriju svarīgums, izvēloties darba devēju, pēc nodarbinātības

Q7. Iepriekš Jūs atzīmējāt, cik svarīgi Jums ir kritēriji, izvēloties darba devēju. Lūdzu, atzīmējiet trīs vissvarīgākos kritērijus darba devēja izvēlē!
%

Nav statistiski nozīmīgu atšķirību, ja salīdzina ar izlasi kopumā



3

Pievilcīgāko darba devēju TOP
Vēlamais darba devējs

Spontāni labākais darba devējs

Q8. Kurš uzņēmums vai organizācija, Jūsaprāt, ir labākais darba devējs Latvijā?

Lūdzu, ierakstiet tikai vienu uzņēmumu vai organizāciju!
%

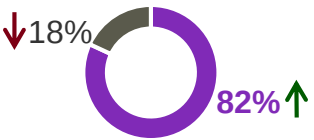
- Studentu mērķauditorijā populārākais darba devējs ir **Swedbank** (8%), kam seko **LMT**, **Latvenergo**, kā arī **Accenture Latvijas filiāle** (spontāni saukuši 5% studentu).

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi
↑ augstāks ↓ zemāks nekā 2019. gadā

Piezīme: Grafikā attēloti tie darba devēji, kurus minējuši vismaz 1% respondentu

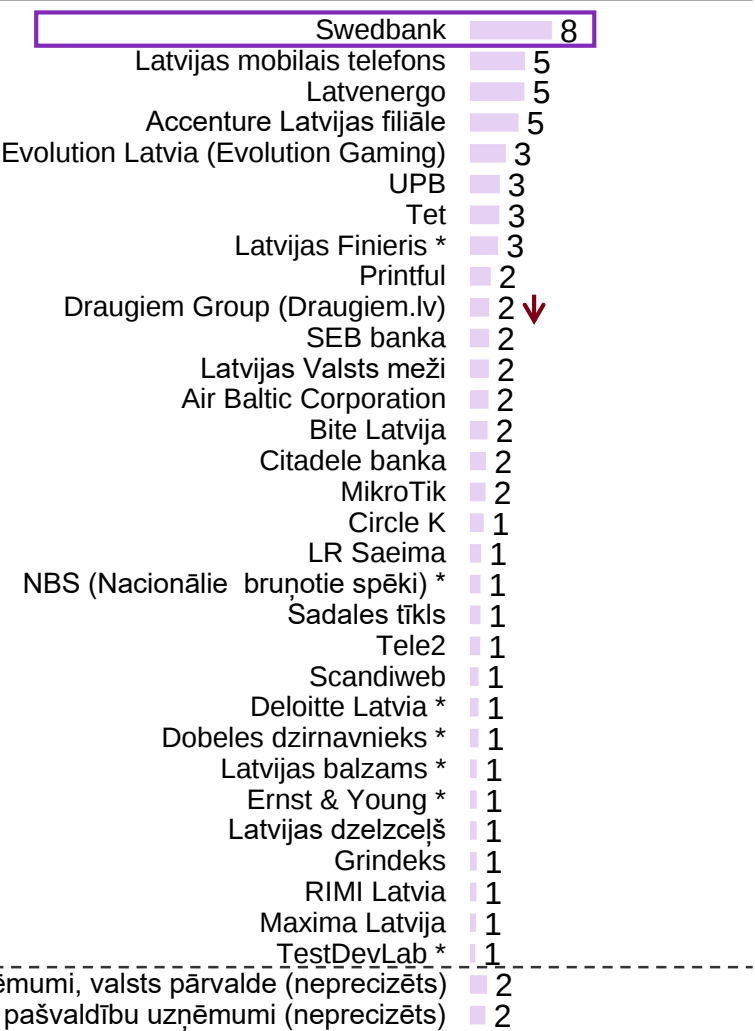
* Jauns, 2019. gadā nenosauks uzņēmums

Studentu vidū



■ Nosauc konkrētu uzņēmumu
■ Grūti pateikt

Bāze: Visi respondenti, n=623



Bāze: Respondenti, kuri snieguši konkrētu atbildi: n=502

Strādāšanas iespējas apsvēršana uzņēmumos

Trīs ceturtdaļas studentu apsvērtu iespēju strādāt Air Baltic Corporation, Microsoft Latvia un Starptautiskā lidosta «Rīga», ja šie uzņēmumi varētu piedāvāt darbu vietu, kas atbilst studējošo specialitātei (58% un 57% studentu). Līderiem cieši seko Swedbank un Latvenergo – attiecīgi 55% studentu apsvērtu šos uzņēmumus kā potenciālos darba devējus.

Q9. Vai nākotnē Jūs apsvērtu iespēju strādāt kādā no šiem uzņēmumiem (ja tie varētu piedāvāt darbu vietu, kas atbilst Jūsu specialitātei)?

Pievilcīgāko darba devēju TOP

	2020	2019
Air Baltic Corporation	58% ↓	1 2
Microsoft Latvia	58%	2 5
Starptautiskā lidosta Rīga	57% ↓	3 1
Swedbank	55%	4 3
Latvenergo	55%	5 11
Latvijas Banka	53%	6 7
Latvijas Valsts meži	53% ↓	7 4
Moller Baltic Import	53%	8 8
Tet	52%	9 10
SEB banka	51%	10 6
Latvijas mobilais telefons	49%	11 12
Citadele banka	48%	12 14
Grindeks	47%	13 13
All Media Latvia	46% ↓	14 9
Luminor Bank	45%	15 15
Orkla Confectionery & Snacks Latvija	44%	16 17
Olainfarm	43%	17 18
Accenture Latvijas filiāle	41% ↑	18 27
Tele2	40%	19 16
Latvijas dzelzceļš	39%	20 19
Cido grupa	38%	21 24
Circle K	38%	22 25
Latvijas balzams	38%	23 20
Latvijas gāze	37%	24 21
Bite Latvija	36%	25 29
Ergo apdrošināšana	35%	26 23
Sadales tīkls	35%	27 30

	2020	2019
Balta	35%	28 26
Rietumu banka	33%	29 28
RIMI Latvia	32% ↑	30 45
IF apdrošināšana	32%	31 22
Latvijas Finieris	32%	32 31
Cēsu alus	31%	33 35
Dobeles dzirnavnieks	29%	34 36
Aldaris	29%	35 32
Ernst & Young *	29%	36
Evolution Latvia (Evolution Gaming)	27%	37 37
Ventspils nafta termināls	27%	38 33
UPB	27%	39 34
Rīgas Siltums	26%	40 42
ELKO Grupa *	25%	41
4finance	25%	42 41
Latvijas Pasts	24% ↑	43 46
Lido	23%	44 43
Schwenk Latvija (agrāk Cemex)	22%	45 38
DEPO DIY	22% ↑	46 47
TietoEVRY (agrāk Tieto Latvia un Evry)	20%	47 44
Rīgas satiksme	20% ↑	48 49
Drogas	17%	49 48
Cognizant *	17%	50
Visma *	17%	51
Maxima Latvija	14% ↑	52 51
Premier Restaurants Latvia (McDonald s)	14%	53 50

Bāze: Visi respondenti, n=623
* Jauns, 2019. gadā nenosauks uzņēmums

Uzņēmums, kurā vislabprātāk strādātu – vēlamais darba devējs

Q11. Kurā no šiem uzņēmumiem Jūs kā darba ņēmējs vislabprātāk strādātu?
%

- Ja jāizvēlas viens uzņēmums, kurā strādātu vislabprātāk, tad studentu vidū vienlīdz bieži tiek izvēlēti **Accenture Latvija filiāle**, **Latvijas Valsts meži** un **Air Baltic Corporation** (kā pievilcīgākos minējuši 6% studentu). Arī Latvenergo studentu skatījumā ir viens no populārākajiem uzņēmumiem (minējuši 5%).

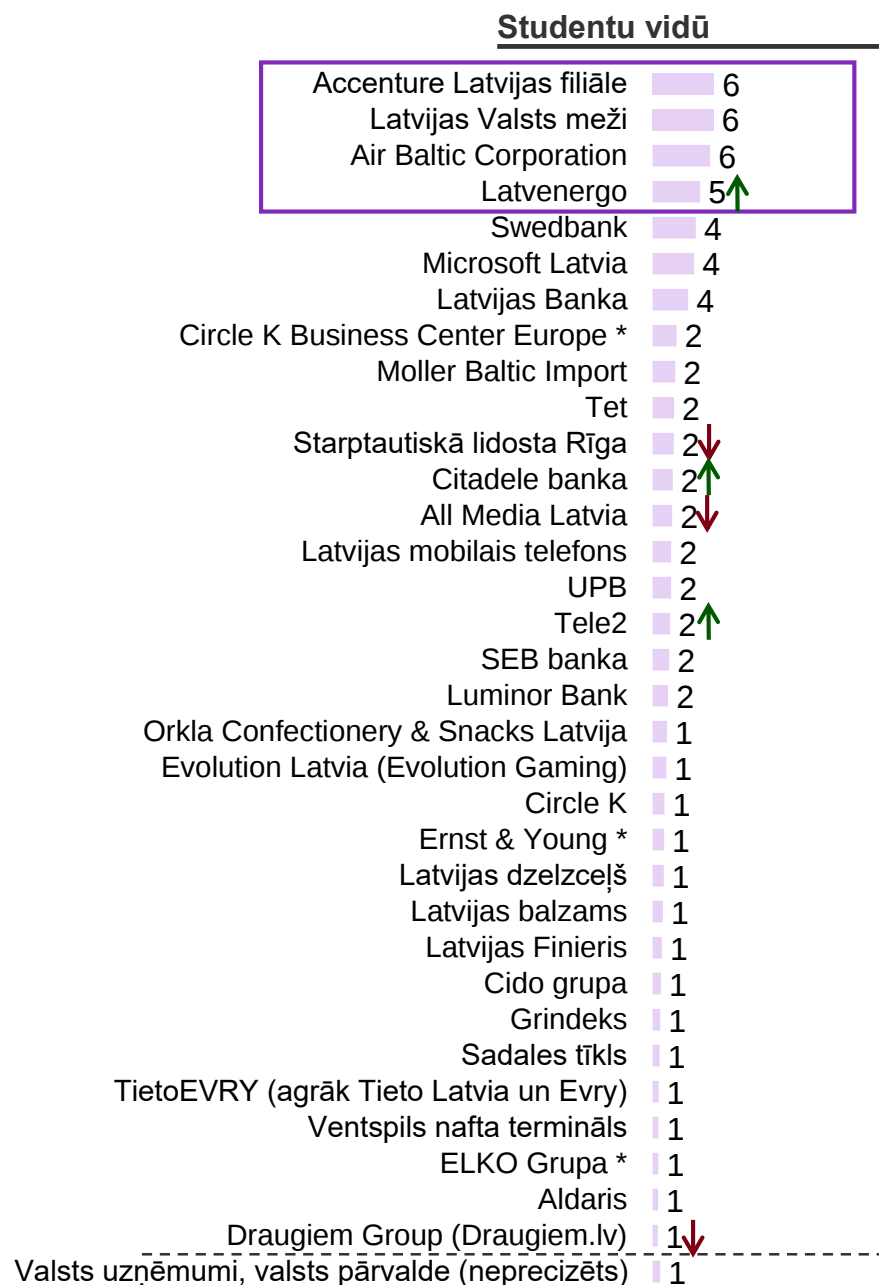
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ augstāks ↓ zemāks nekā 2019. gadā

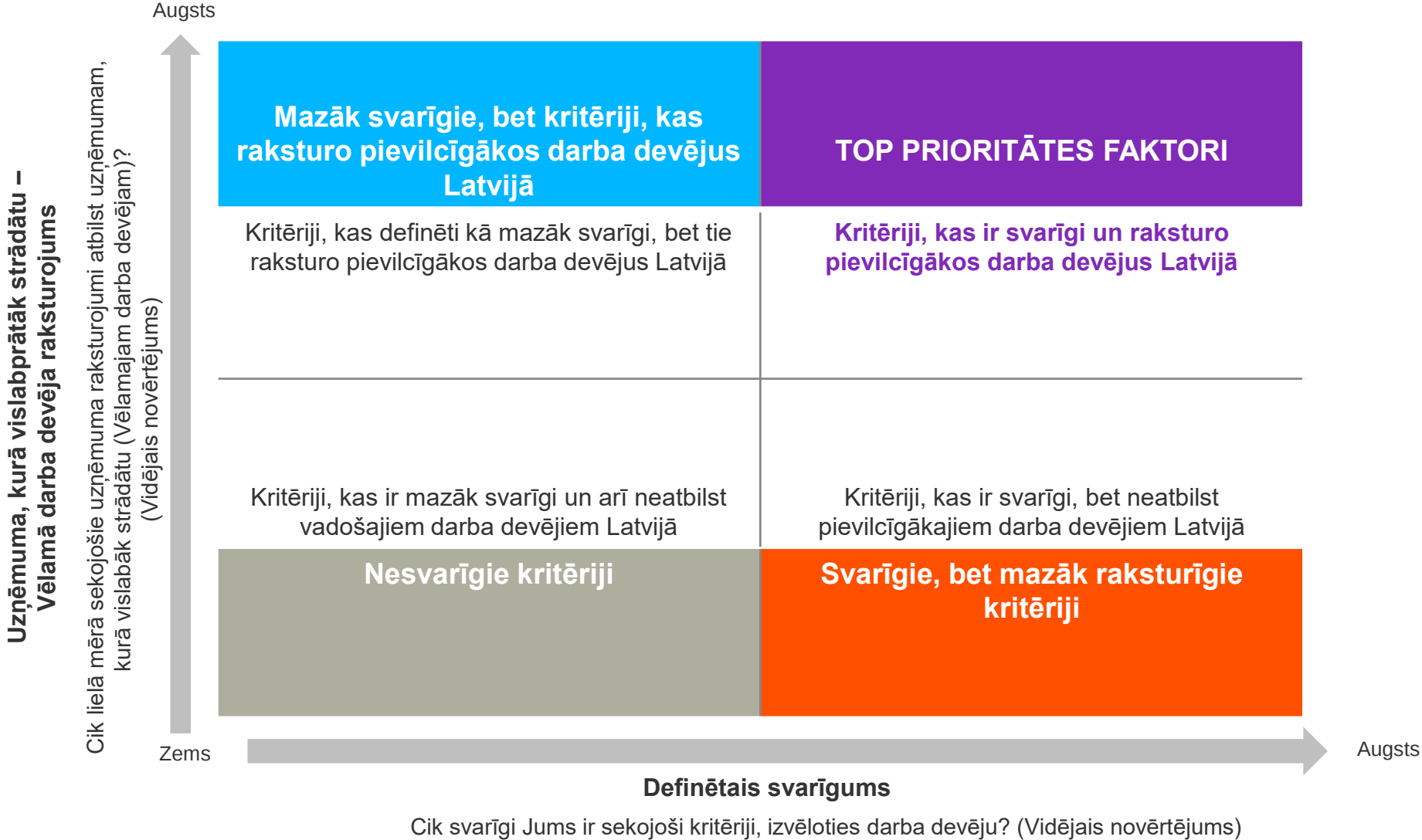
Piezīme: Grafikā attēloti tie darba devēji, kurus minējuši vismaz 1% respondentu

* Jauns, 2019. gadā nenosauks uzņēmums

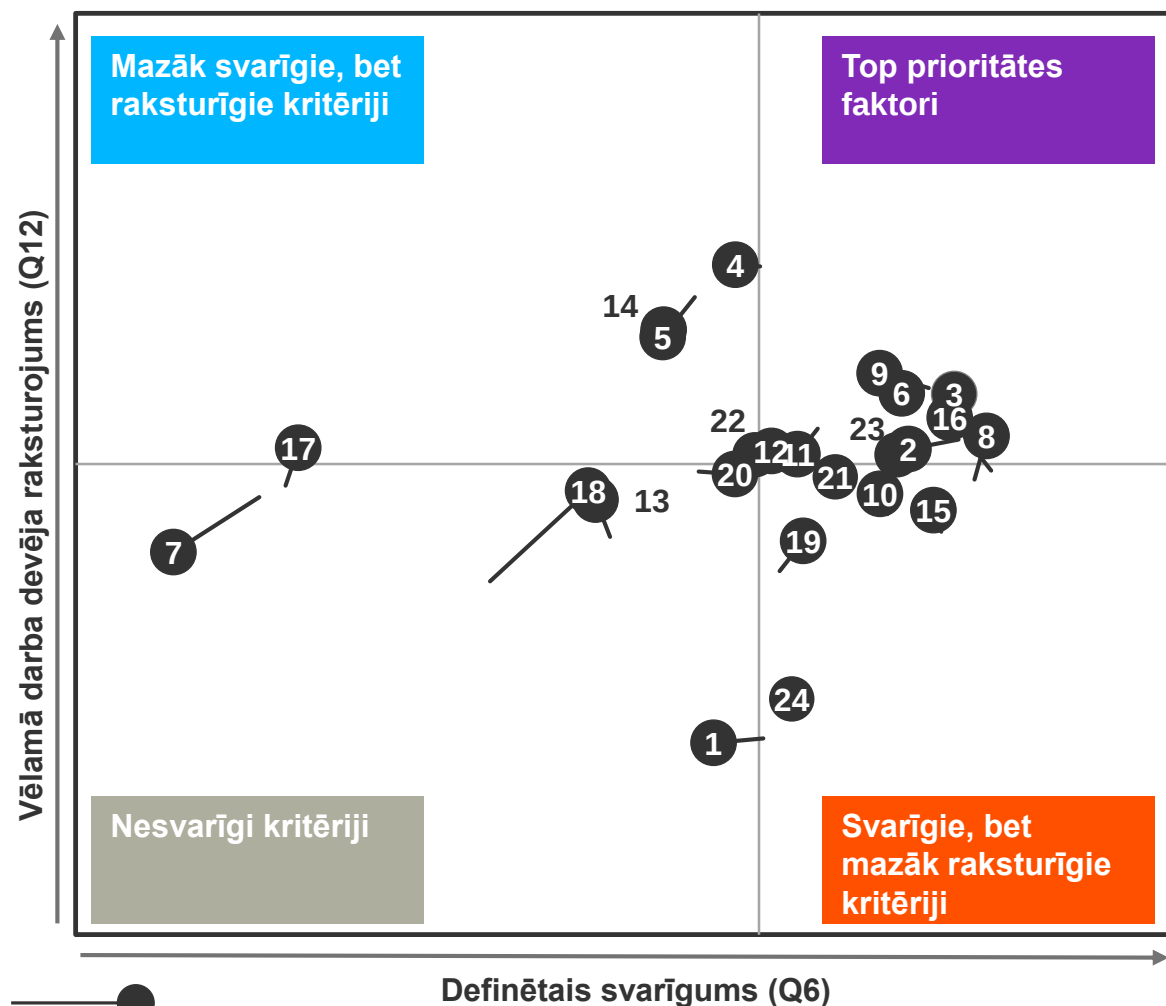
Bāze: Visi respondenti, n=623



Vēlamā darba devēja tēla karte



Vēlamā darba devēja tēla karte



Bāze:
Q6 – Visi respondenti, n=623;
Q12 – Respondenti, kuri nosaukuši vispievilcīgāko
jeb vēlamā darba devēju, n=565

- 1 Elastīgs darba laiks
- 2 **Konkurētspējīgs atalgojums**
- 3 **Drošs un stabils darbs**
- 4 Uzņēmums ir veiksmīgs savā jomā
- 5 Uzņēmums darbojas jomā, kas attīstās
- 6 **Labas karjeras iespējas**
- 7 Iespējas veidot karjeru ārvalstīs vai ārvalstu komandējumi
- 8 **Uzņēmums novērtē savus darbiniekus**
- 9 **Iespējas darbinieku izaugsmei un apmācībām**
- 10 Brīva, draudzīga darba atmosfēra
- 11 **Interessants un daudzveidīgs darbs**
- 12 **Pievilcīga papildus ieguvumu sistēma**
- 13 Papildu ieguvumi tiek noteikti atbilstoši sasniegtajiem mērķiem
- 14 Laba uzņēmuma reputācija
- 15 Vadība, kurai var uzticēties
- 16 **Uzņēmums rūpējas par darbiniekiem**
- 17 **Sociāli atbildīgs uzņēmums**
- 18 Uzņēmumā definētās vērtības līdzinās manai vērtību sistēmai
- 19 Uzņēmuma vadība uzticas darbiniekiem, iesaistoša uzņēmuma vadība
- 20 Iespējas strādāt savā specialitātē
- 21 **Uzņēmums spēj būt elastīgs un efektīvi un ātri pielāgoties krīzes situācijās ***
- 22 **Uzņēmums izmanto tiešu, personisku un atbalstošu komunikāciju krīzes situācijās ***
- 23 **Uzņēmums atbalsta darbiniekus visos iespējamajos veidos un atbildīgi izturas pret saviem darbiniekiem krīzes situācijās ***
- 24 **Iespēja apvienot darbu ar studijām**

4

Studentu emocionālās
vajadzības

NeedScope™ balstās uz universālām cilvēku emocijām – arhetipiem

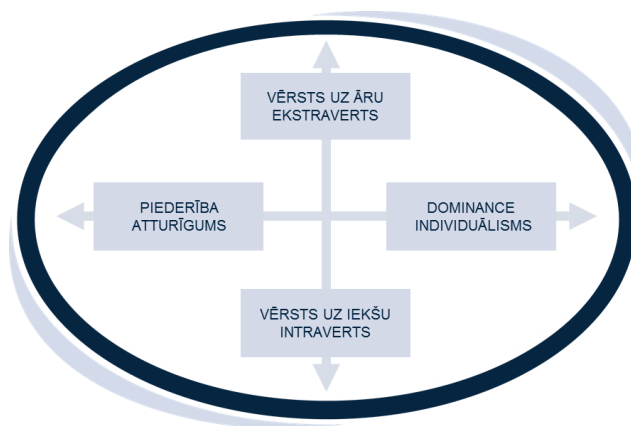
Padziļināts darba ņēmēju vajadzību analīzes modelis, kas atklāj vajadzību un vērtību līmeņus un sniedz virzienu, kā darba devējam efektīvāk komunicēt, balstoties uz darba ņēmēja emocionālajām vajadzībām



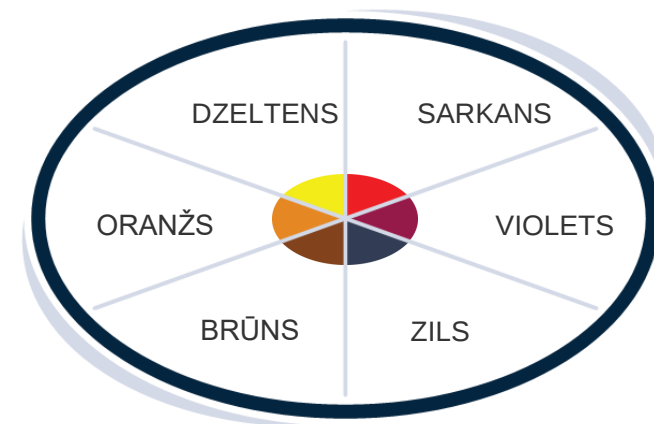
«ātrais» prāts



K.G. Junga arhetipu modelis darba ņēmēju emocionālo vajadzību un vērtību segmentācijai



Projektīvo metožu pielietošana atklāj darba ņēmēju zemapziņā slēptās emocionālās vajadzības un arhetipiskās vērtības un kontekstā ar tām tiek iegūts darba ņēmēju emocionālās gaidas un darba devēja tēla vērtējums, izvairoties no sociāli vēlamiem viedokļiem un virspusīgiem vērtējumiem



Darba ņēmēju emocionālās vajadzības

Izvēloties darba devēju, darba ņēmēju vada kāda no emocionālajām vajadzībām

Darba meklētāja, kurš kā ideālo ir izvēlējis kādu no labās puses segmentiem, emocionālās vajadzības vada nepieciešamība pēc sevis apliecināšanas un individualitāte, kas ir balstīta sasniegumos, līderībā un profesionalitātē

Tikmēr darba meklētāja, kurš kā ideālo ir izvēlējis kādu no kreisās puses segmentiem, emocionālās vajadzības vada piederība grupai un uzticēšanās, palāušanās uz darba vidi

Segmentu raksturojums

Aizrautība, entuziasms

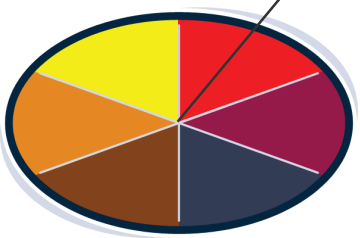
Darba devēju no citiem atšķir salīdzinoši brīva, bezrūpīga un pat rotaļīga, bet aizrautīga atmosfēra. Tas iet roku rokā ar organizācijā valdošo radošumu, entuziasmu gan organizācijas iekšējos, gan ārējos procesos

Saliedētība

Organizācijā valda draudzīga vide – kolektīvs ir izpalīdzīgs, godīgs un saliedēts, tādēļ uzticams

Stabilitāte

Darba devēju raksturo salīdzinoši mierīga, nemainīga vide, ko neapdraud lieki satricinājumi. Organizācijas vide ir paredzama, iespējams, cikliska, bez liekiem pārsteigumiem, tādēļ rada drošības un stabilitātes sajūtu



Izaicinājumi

Darba devējs ir izteikti vērsts uz sacensību un izaicinājumiem, sevis apliecināšanu, kas izpaužas kā jaunu, drosmīgu un pat bezbailīgu ideju īstenošana

Uzvaras

Darba devēju no citiem atšķir virzība uz dinamisku un strauju attīstību, sasniegumiem un uzvarām, kas organizāciju padara par līderi

Pašpārliecinātība

Organizācija ir izteikts, spēcīgs un stabils tirgus spēlētājs - līderis, ar kuru rēķinās, kuru respektē un par kuru darbinieki izjūt lepnumu

Sakārtotība, pārredzamība

Organizācijā lēmumi tiek pieņemti rūpīgi. Katrs solis tiek uzmanīgi pārdomāts. Katra jaunā ideja, katrs lēmums tiek racionāli izsvērts. Analītika ir gan iekšējo, gan ārējo procesu pamatā

Segmentu raksturojums

Darba devēji, kuri «sola» darbiniekam iespēju gūt panākumus un būt līderim
Darbinieka ieguvumi:

Izaicinājumi

Vērsts uz sacensību,
izaicinošs, bezbailīgs



Uzvaras

Vērsts uz attīstību,
dinamisks, līderis



Pašpārliecinātība

Respektēts, spēcīgs līderis



Sakārtotība, pārredzamība

Domājošs, inteligents – visu uzmanīgi
pārdomā



Segmentu raksturojums

Darba devēji, kuri «sola» darbiniekam iekļaušanos kolektīvā un sadarbību
Darbinieka ieguvumi:

Stabilitāte

Nemainīgi stabils, drošs un pārdomāts - bez
liekiem satricinājumiem



Saliedētība

Draudzīgs, godīgs un izpalīdzīgs - uzticams

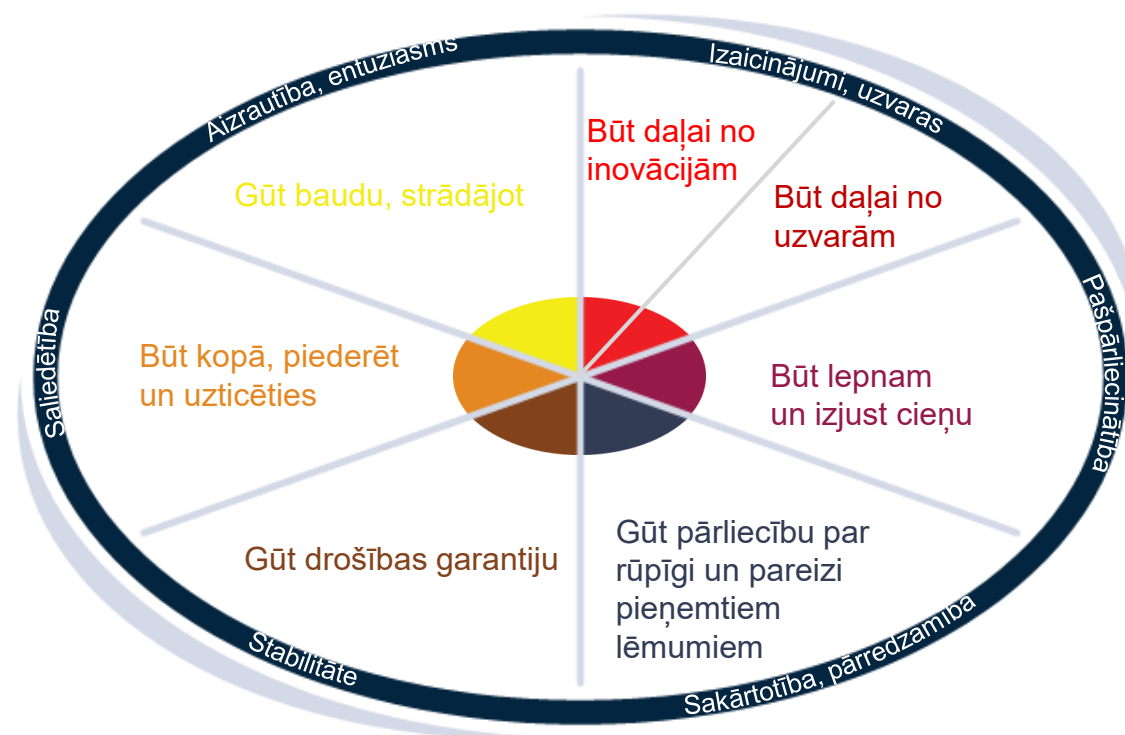


Aizrautība, entuziasms

Radošs, jautrs, aizrautīgs un bezrūpīgs

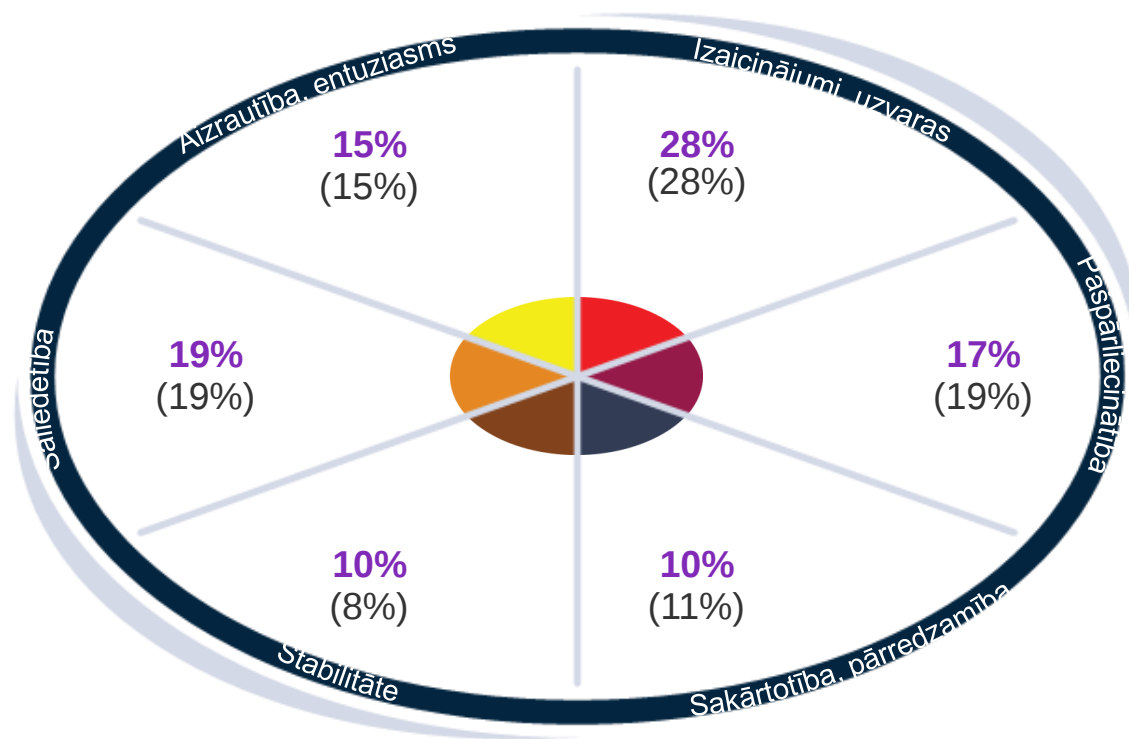


Vēlamā darba devēja tipi un darbinieka emocionālais ieguvums



Studentu emocionālās vajadzības

- Vēlamā darba devēja izvēlē turpina dominēt tā dēvētie individuālie segmenti (segmenti elipses labajā pusē), kurus raksturo izaicinājumi, pašpārliecinātība un pārredzamība.
 - Studentu vidū emocionālo vajadzību segmenti ir stabili un gada laikā nav būtiski mainījušies.
-
- Salīdzinoši visbiežāk studentu emocionālās vajadzības darba tirgū saistītas ar «**Izaicinājumiem un uzvarām**» (28%). Tas paredz, ka priekšroka tiek dota darba devējiem, kas ir vērsti uz sacensību, izaicinājumiem, drosmīgu, bezbailīgu ideju atbalstīšanu/ realizēšanu, kā arī sasniegumiem, uzvarām, strauju/ dinamisku attīstību, līderību.
 - Piektdaļai studentu emocionālās vajadzības saistītas ar «**Saliedētības**» segmentu (19%) – vēlme strādāt draudzīgā vidē un būt daļai no izpalīdzīga, godīga, saliedēta kolektīva, kuru raksturo paļāvība un savstarpēja uzticēšanās.
 - Studentu vidū salīdzinoši bieži izteikta ir arī vēlme pēc «**Pašpārliecinātības**» – to raksturo vēlme strādāt organizācijā, kas ir neapstrīdams, respektabls, stabils tirgus spēlētājs - līderis, ar kuru rēķinās. Šo studentu izvēli vada vēlme lepoties ar darba vietu, kurā strādā, kā arī izjust apkārtējo cieņu.



Bāze: Respondenti, kuri nosaukuši vispievilcīgāko jeb vēlamo darba devēju, [2019: n=447; 2020:n=565]

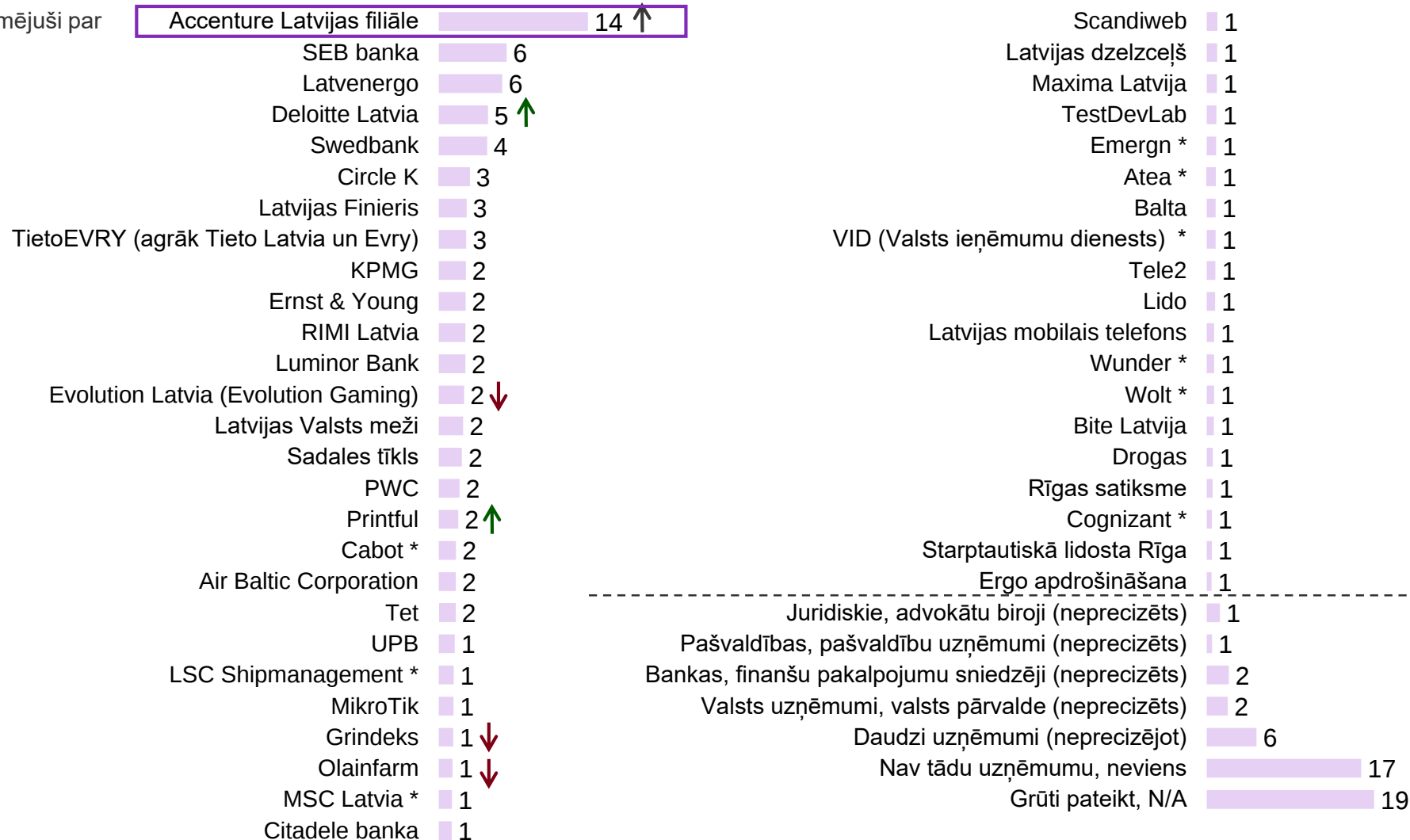
5

Uzņēmumu kā darba devēju
aktivitātes mācību iestādēs

Uzņēmumu kā darba devēju aktivitātes mācību iestādēs

Z6. Kuri uzņēmumi Jūsu mācību iestādē ir informējuši par savu darbību un karjeras iespējām uzņēmumā?
%

- **Accenture Latvia filiāle** ir uzņēmums, kurš visbiežāk ir informējis par savu darbību un karjeras iespējām kādā no Latvijas augstākās izglītības iestādēm.



Bāze: Visi respondenti, n=623

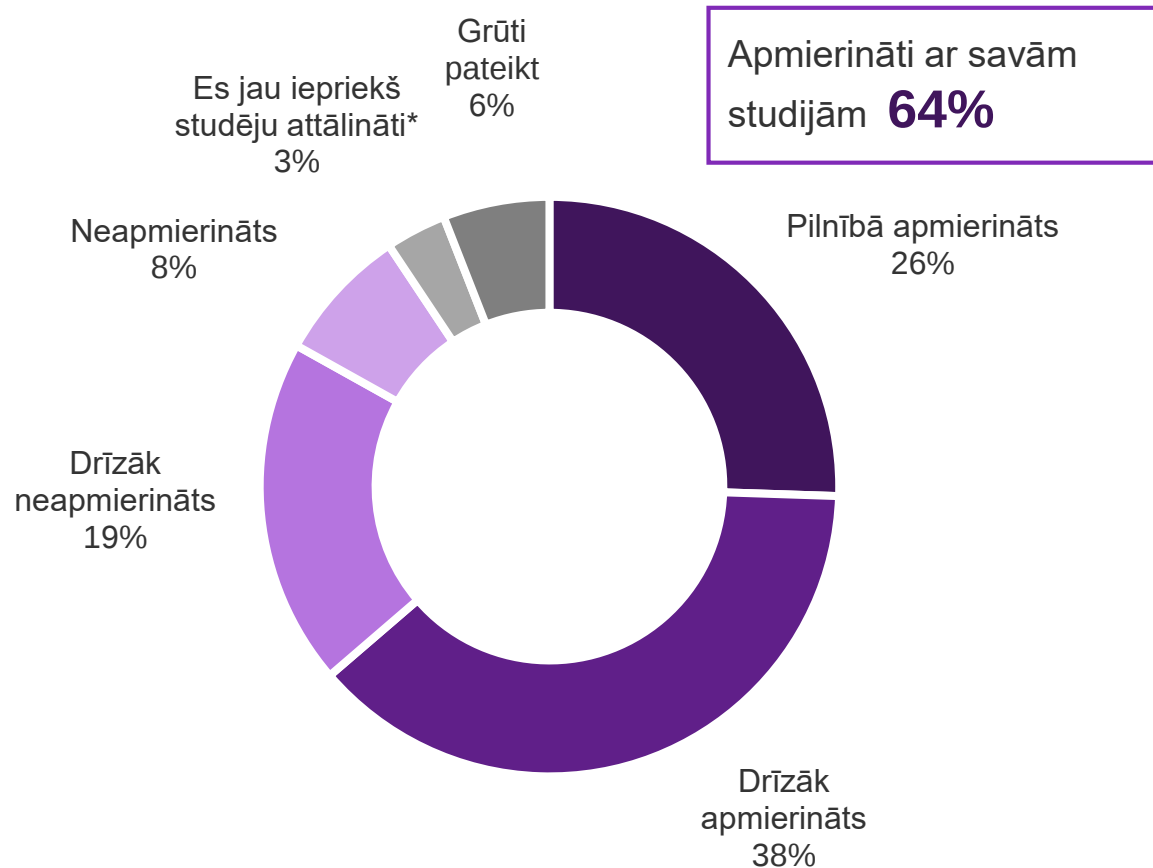
6

Studentu apmierinātība ar
studiju procesu kvalitāti

Studentu apmierinātība ar studiju procesu kvalitāti COVID-19 ārkārtējās situācijas periodā

Z2. Cik apmierināts Jūs esat ar savām studijām, kas sakarā ar COVID-19 ārkārtējo situāciju notiek / notika attālināti?

- Kopumā divas trešdaļas studentu (64%) ir apmierināti ar attālināto studiju procesa kvalitāti izsludinātās ārkārtējās situācijas periodā (26% ir pilnībā apmierināti un 38% drīzāk apmierināti).
- Savukārt nedaudz vairāk kā ceturtdaļa jeb 27% studentu norādījuši, ka ir drīzāk neapmierināti vai neapmierināti ar studiju procesa kvalitāti attālināto mācību laikā COVID-19 ārkārtējas situācijas periodā.



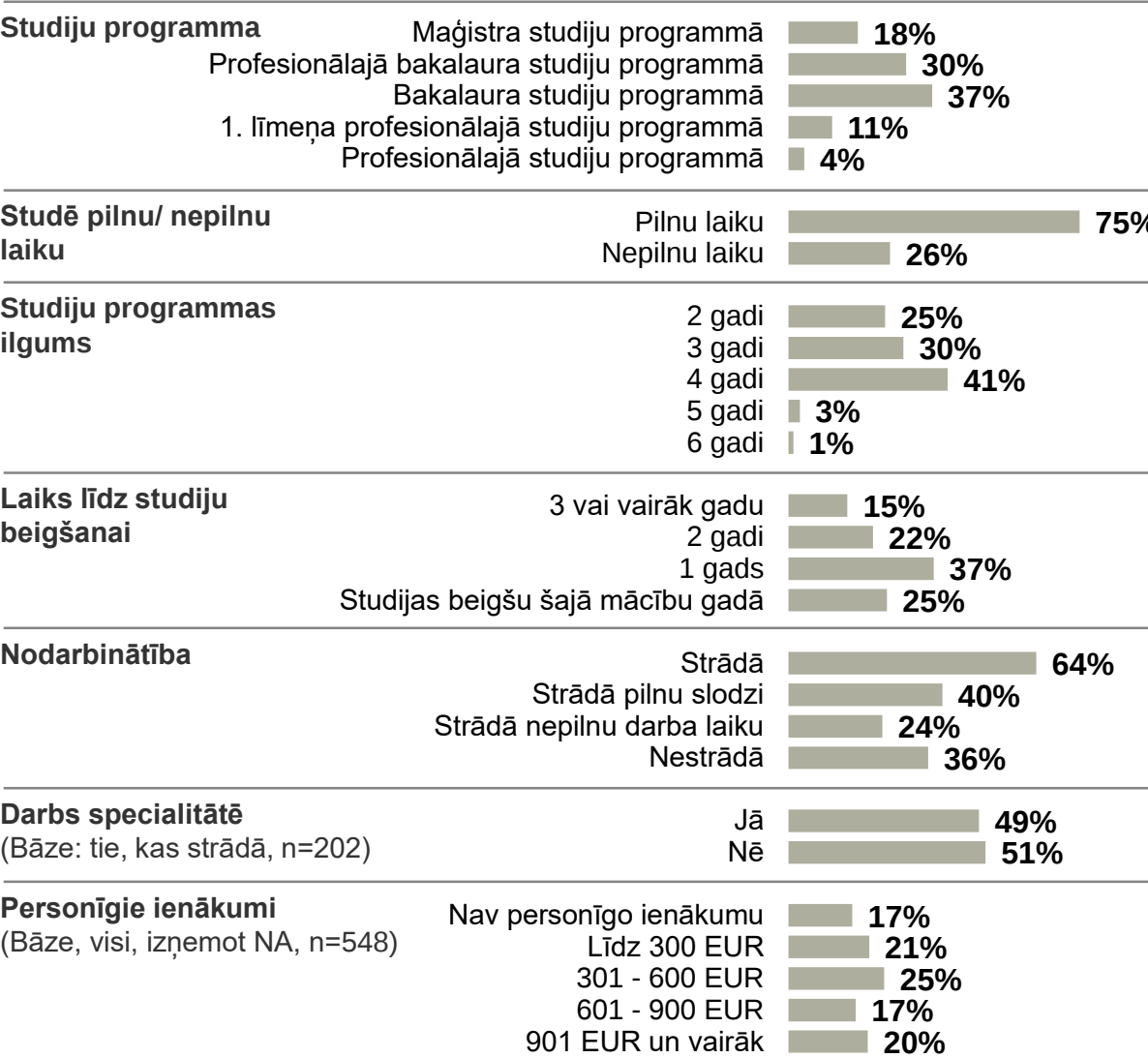
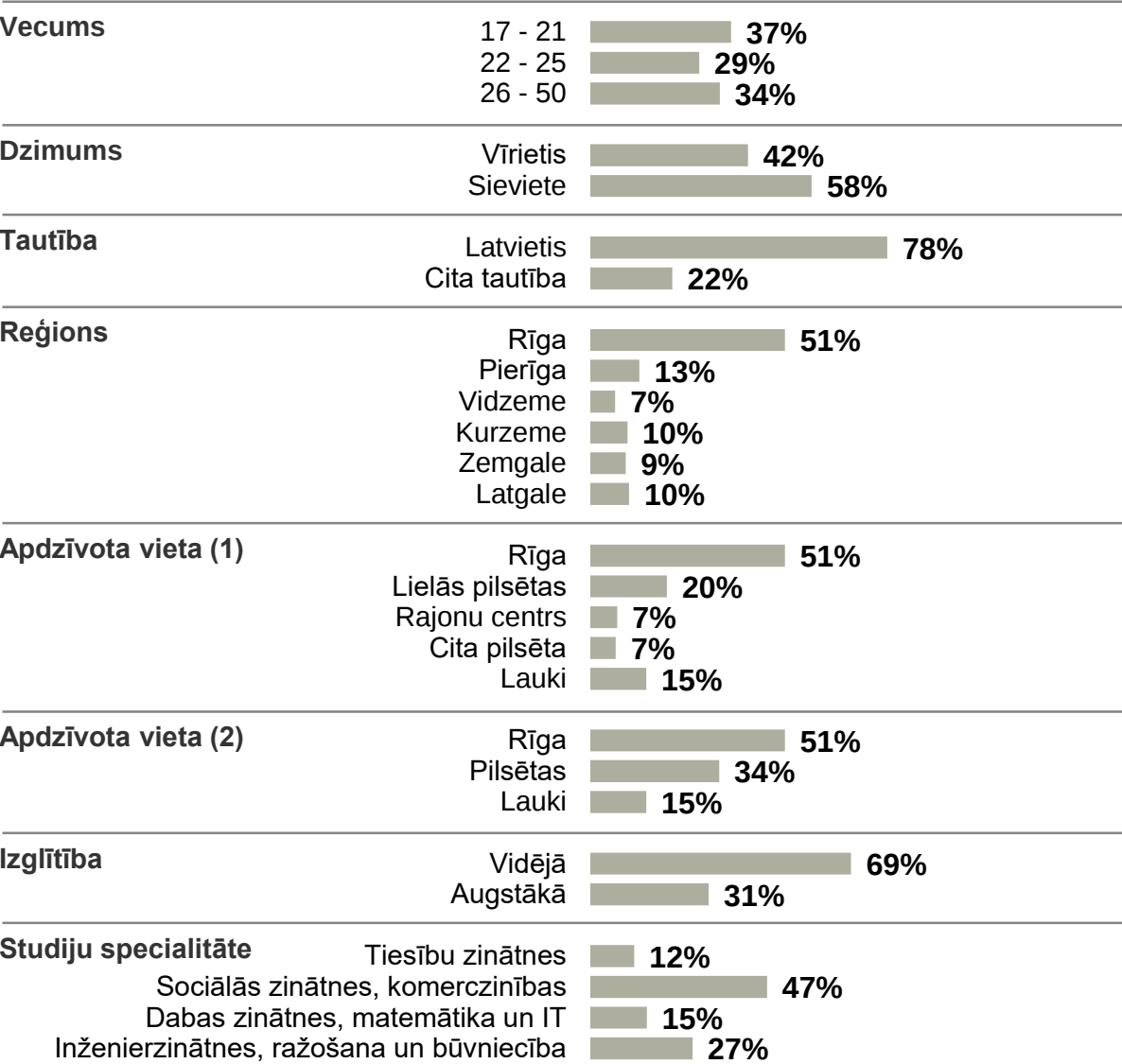
Bāze: Visi respondenti, n=623

*Piezīme: Tālmācībā un COVID-19 ārkārtas situācija nav mainījusi manas studijas

7

Izlases struktūra

Studentu izlase



Rezultātu precizitāte

- Pētījuma rezultātos vienmēr pastāv zināma statistiskās kļūdas varbūtība. Analizējot un interpretējot pētījumā iegūtos rezultātus, to vajadzētu ņemt vērā. Tās atšķirības, kuras iekļaujas statistiskās kļūdas robežās jeb ir mazākas par to, var uzskatīt par nenožīmīgām.
- Lai noteiktu statistisko mērījuma robežkļūdu, nepieciešams zināt respondentu skaitu atbilstošajā apakšgrupā (tabulās apzīmēts ar "n") un rezultātu procentos. Izmantojot šos lielumus, tabulas attiecīgajā iedaļā var atrast statistiskās mērījuma kļūdas robežas +/- procentos ar 95%-tu varbūtību
- Piemēram, ja pētījuma rezultātā no visiem studentiem (n=623), 64% ir apmierināti ar savam studijām ārkārtas situācijas laikā, tad ar 95% varbūtību mēs varam teikt, ka statistiskā mērījuma kļūda šajā gadījumā ir +/-3,8% robežās. No tā izriet, ka respondentu daudzums, kas kopumā ir apmierināti ar savām studijām attālinātā režīmā ārkārtas situācijas laikā ir robežās no 60,2% līdz 67,8%.

STATISTISKĀS KĻŪDAS NOTEIKŠANAS TABULA
(ar 95% varbūtību)

Atbilžu sadalījums, %	Respondentu skaits (bāze), N									
	50	75	100	150	200	300	400	500	600	623
1 vai 99	2,8	2,3	2,0	1,6	1,4	1,1	1,0	0,9	0,8	0,8
2 vai 98	3,9	3,2	2,7	2,2	1,9	1,6	1,4	1,2	1,1	1,1
4 vai 96	5,4	4,4	3,8	3,1	2,7	2,2	1,9	1,7	1,6	1,5
6 vai 94	6,6	5,4	4,7	3,8	3,3	2,7	2,3	2,1	1,9	1,9
8 vai 92	7,5	6,1	5,3	4,3	3,8	3,1	2,7	2,4	2,2	2,1
10 vai 90	8,3	6,8	5,9	4,8	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,4
12 vai 88	9,0	7,4	6,4	5,2	4,5	3,7	3,2	2,8	2,6	2,6
15 vai 85	9,9	8,1	7,0	5,7	4,9	4,0	3,5	3,1	2,9	2,8
20 vai 80	11,1	9,1	7,8	6,4	5,5	4,5	3,9	3,5	3,2	3,1
25 vai 75	12,0	9,8	8,5	6,9	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,4
30 vai 70	12,7	10,4	9,0	7,3	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,6
35 vai 64	13,3	10,9	9,4	7,7	6,7	5,4	4,7	4,2	3,8	3,8
40 vai 60	13,6	11,1	9,6	7,8	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,8
45 vai 55	13,8	11,3	9,8	8,0	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,9
50 vai 50	13,9	11,3	9,8	8,0	6,9	5,7	4,9	4,4	4,0	3,9

Kantar – Jūsu uzticamais partneris darbinieku pētījumos:



Signe Kaņējeva

Kantar, Lielo klientu direktore

E-pasts: signe.kanejeva@kantar.com



Māra Tokareva

Kantar, Vecākā klientu vadītāja

E-pasts: maria.tokareva@kantar.com



Ilze Gansone

Kantar, Klientu vadītāja

E-pasts: ilze.gansone@kantar.com



Web: www.kantar.lv; tālr. +371 67096300; adrese: Kronvalda bulvāris 3-2 Rīga, LV-1010