



EKONOMIKA. VERSLAS. VADYBA – 2022
ECONOMICS. BUSINESS. MANAGEMENT – 2022

Tarptautinės studentų mokslinės-praktinės
konferencijos straipsnių rinkinys
Proceedings of the International student
scientific-practical conference

EKONOMIKA. VERSLAS. VADYBA – 2022

ECONOMICS. BUSINESS. MANAGEMENT – 2022

TARPTAUTINĖS STUDENTŲ MOKSLINĖS-PRAKTINĖS KONFERENCIJOS STRAIPSNIŲ RINKINYS
PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL STUDENT SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

Publisher: Vilniaus kolegija/University of Applied Sciences

ISSN 2783-7025

Proceedings of the International Student Scientific-Practical Conference Economics.
Business. Management – 2022

ISSN 2783-7025

All rights reserved.

Publisher: Vilniaus kolegija, Saltoniškių st. 58, Vilnius LT-08105, Lithuania.

Publisher website: <http://www.viko.lt>

Published in 2022.

Scientific Committee:

Chair:

dr. Giedrė Lapinskienė, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences.

Members:

dr. Inna Khovrak, DSc (Econ.), Associate Professor, Acting Vice-Rector for Research and Teaching, International Relations and Investment, University of the State Fiscal Service of Ukraine;

dr. Gintautas Bareikis, Associate Professor, Vilnius University Faculty of Mathematics and Informatics;

dr. Dainora Gedvilaitė, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences;

dr. Neringa Slavinskaitė, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences;

dr. Artūras Vitas, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences.

All articles have been reviewed by the Scientific Committee of the Conference:

dr. Giedrė Lapinskienė, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences.

dr. Neringa Slavinskaitė, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences;

dr. Artūras Vitas, Associate Professor, Vilnius University of Applied Sciences.

Turinys

NŪDIENOS AKTUALIJOS IR IŠŠŪKIAI	6
AKCIZO MOKESČIO, SKIRTO NAUDOTI ŽEMĖS ŪKIO PRODUKTŲ GAMYBAI, ĮTAKA ŪKIŲ EKONOMINIAM GYVYBINGUMUI EUROPOS SAJUNGOS ŠALYSE Aistė Matonienė	6
GEOPOLITINĖS SITUACIJOS (KARO UKRAINOJE) POVEIKIS BALTIJOS ŠALIŲ EKSPORTUI IR PLĖTRAI Judita Pilipauskaitė.....	14
BRITISH PETROLEUM NUOSAVO IR SKOLINTO KAPITALO BEI DIVIDENDŲ POLITIKOS ANALIZĖ Gabrielė Ližaitytė	22
LIETUVOS IR ŠVEDIJOS KULTŪRŲ SKIRTUMAI PAGAL INGLEHART-WELZEL KULTŪRŲ ŽEMĖLAPĮ Kornelija Andrijauskaitė ir Iveta Babenskaitė	29
COVID-19 POVEIKIS LIETUVOS VERSLO FINANSINIAMS REZULTATAMS Kornelija Andrijauskaitė	34
RUSIJOS IR UKRAINOS KONFLIKTO ĮTAKA KRIPTO VALIUTŲ RINKOS POKYČIAMS Vakarė Marcinkevičiūtė.....	41
GYVENIMO CIKLO FONDAI LIETUVOS PENSIJŲ KAUPIMO SISTEMOJE Kotryna Trišauskaitė	47
KAIMO TURIZMO SKATINIMO PRIEMONĖS, VIENIJANT BENDRUOMENES PAGAL ŽALIOSIOS LIETUVOS VIZIJĄ <i>Raminta Vingienė, Aurelija Lukoševičienė, Kęsminta Bakšinskaitė</i>	53
ŪKIO SEKTORIŲ ANALIZĖ.....	60
LIETUVOS SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO FINANSINIŲ RODIKLIŲ POKYČIAI 2007-2020 METAIS Viltėnis Vakarėis Daugirdas, Auksė Ivinskaitė.....	60
STATYBŲ SEKTORIAUS VEIKLOS REZULTATŲ POKYČIAI LIETUVOJE Justas Petukauskas.....	68
PIENO PRAMONĖS SEKTORIAUS ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMAS Edvinas Nedzinskas, Aušra Verseckaitė.....	74
MAŽŲ ĮMONIŲ KAPITALO IR TURTO POKYČIAI 2010-2020 M. Margarita Gužauskaitė, Erika Sakalnykaitė	82
PREKYBOS VERSLO KAITOS ANALIZĖ LIETUVOJE 2010-2020 M. Kristė Žilionytė	88
INVESTICIJOS, JŲ RŪŠYS IR INVESTAVIMO SĄLYGOS LIETUVOJE Samanta Šneliūtė.....	94
INVESTICIJŲ SVARBA ŠALIES EKONOMIKAI Žygimantas Morkuckas, Danielius Vilkevičius	98
AB „PIENO ŽVAIGŽDĖS“ IR AB „ŽEMAITIJOS PIENAS“ VEIKLOS FINANSINIŲ REZULTATŲ ANALIZĖ <i>Gabrielė Čaplikaitė, Brigita Aninkevičiūtė</i>	103
MOKĖJIMO ĮSTAIGOS IR JŲ VEIKLA LIETUVOJE <i>Elizabieta Mulmo</i>	110
VERSLO PERSPEKTYVOS 2022 METAIS <i>Irmantė Udraitė</i>	115
VIEŠIEJI FINANSAI	122
LIETUVOS BIUDŽETO PAJAMŲ IR ASIGNAVIMŲ ANALIZĖ UŽ 2019-2020 METUS Audronė Malakauskaitė	122
MOKESTIS UŽ APLINKOS TERŠIMĄ, JO SURINKIMO ĮVERTINIMAS 2019 – 2021 m.	127
Aistė Ambrozaitytė.....	127
VALSTYBĖS SKOLA IR JOS VALDYMAS 2018-2021 M. Evelina Urbanovič.....	133

PELNO MOKESČIO PRAKTINIS TAIKYMAS IR FISKALINĖ REIKŠMĖ 2019-2021 METAIS	137
Kotryna Miloševičiūtė	137
ŠIAULIŲ MIESTO SAVIVALDYBĖS BIUDŽETO ANALIZĖ 2018–2020 M.	142
Brigita Aninkevičiūtė	142
VARĖNOS RAJONO SAVIVALDYBĖS BIUDŽETO ANALIZĖ 2020-2022 METŲ LAIKOTARPYJE.....	146
Gabrielė Čaplikaitė	146
LIETUVOS BANKAS, JO KAPITALAS, PELNAS BEI VAIDMUO KREDITO SISTEMOJE Aneta Jodkaitė	151
TIESIOGINĖS UŽSIENIO INVESTICIJOS LIETUVOJE Kornelija Andrijauskaitė	155
TARPTAUTINIS VALIUTOS FONDAS, JO RYŠIAI SU LIETUVA Kamilė Romaškaitė	160
TEISINGUMO MINISTERIJOS VEIKLA IR POKYČIAI Simona Olišauskaitė ir Aistė Triznickaitė	164
VERSLAS IR VADYBA.....	170
LEADERSHIP ROLE IN THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS Gintaras Gradeckas	170
KONKURENCINIO PRANAŠUMO IR SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS SĄSAJA Iveta Babenskaitė, Audronė Malakauskaitė	175
ĮMONIŲ MOKUMO ANALIZĖ: TEORINIAI IR PRAKTINIAI ASPEKTAI Kamilė Romaškaitė ir Elizabieta Mulmo	181
POKYČIAI VERSLE PANDEMIJOS SĄLYGOMIS: GALIMYBĖS IR IŠŠŪKIAI Dominyka Petraitytė, Ieva Barisionakaitė.....	188
CSR: THEORETICAL OBSERVATION AND PRACTICAL IMPLICATION IN LITHUANIA Deividas Vaikutis	195
ĮMONĖS PINIGŲ SRAUTŲ ANALIZĖS TEORINIAI ASPEKTAI Rūta Slavinskaitė	199
ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI Samanta Šneliūtė	204
DISCRIMINATION OF WOMEN IN THE LABOR MARKET THEORETICAL INSIGHTS Jovita Paula Juškėvečiūtė, Solveiga Važnevičiūtė	208
SOCIALINĖS REKLAMOS ĮTAKOS VISUOMENEI TYRIMAS Aneta Jodkaitė	216
KARJEROS PLANAVIMO ŽINGSNIAI IR JŲ SVARBOS SUVOKIMAS DARBUOTOJO IR DARBDAVIO ATŽVILGIU Autorė: Arūnė Šliogerytė	220
KLIENTŲ APTARNAVIMO TAISYKLĖS Rugilė Tamulytė	224
DARBO POKALBIAI: PRINCIPAI IR KLAIDOS Roberta Meškauskaitė	229
PARDAVIMO PERSONALO MOTYVACINĖS PRIEMONĖS: TEORINĖ ANALIZĖ Virginija Vaškevič..	236
Pasitikėjimo savimi įtakos karjerai tyrimas Veronika Kochanska	243
MATEMATINIAI METODAI NAUDOJAMI SPORTO LAŽYBOSE: TEORINĖ APŽVALGA Martynas Miliūnas ir Titas Martusevičius	247
THE IMPORTANCE OF MATHEMATICS IN OUR EVERYDAY LIFE Jovita Paula Juškėvečiūtė, Solveiga Važnevičiūtė	254

NŪDIENOS AKTUALIJOS IR IŠŠŪKIAI

AKCIZO MOKESČIO, SKIRTO NAUDOTI ŽEMĖS ŪKIO PRODUKTŲ GAMYBAI, ĮTAKA ŪKIŲ EKONOMINIAM GYVYBINGUMUI EUROPOS SĄJUNGOS ŠALYSE

Aistė Matonienė

*Mokslinis vadovas(ė) – prof. Astrida Miceikienė
Vytauto Didžiojo universiteto Žemės ūkio akademija*

Įvadas

Didėjant pasaulio gyventojų skaičiui, didėja ir maisto poreikis, kurio didžioji dalis yra pagaminama žemės ūkyje. Todėl ne viena pasaulio valstybė žemės ūkio sektorių laiko prioritetine sritimi. Tačiau dėl klimato poveikio, įvairių nenuspėjamų gamtos reiškinių ši verslo sritis yra sunkiau prognozuojama ir dažnai yra remiama įvairias būdais: subsidijomis ir/arba mokesčių lengvatomis. Viena iš paramos priemonių, naudojamų ne vienoje šalyje yra akcizo mokesčio tarifo degalams, naudojamiems žemės ūkio produktų gamybai, lengvata. Lietuvoje ir kitose ES šalyse plačiai diskutuojama apie šių degalų akcizo didinimo ir lengvatų mažinimo. Diskusija kelia didelį susipriešinimą tarp politikų, ekonomistų ir žemės ūkio verslininkų. Tai grindžiama akcizų aplinkosaugine paskirtimi. Jų vienas iš tikslų – mažinti gamtai nepalankių produktų naudojimą, juos branginant taikant akcizų mokesčius. Šio mokesčio lengvatos, kurias taiko valstybės, šio tikslo siekimui trukdo. Ypač svarbu tai tampa dabar, kai ES pradedamos įgyvendinti žaliojo kurso nuostatos ir tikslai. Tačiau išnagrinėjus įvairią mokslinę literatūrą pasigendama degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio įtakos pačiai ūkių veiklai. Todėl šiam tyrimui buvo pasirinkta įvertinti degalų, naudojamų žemės ūkio produktų gamybai, įtaką ūkių ekonominiam gyvybingumui.

Straipsnio tikslas – įvertinti degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, įtaką ūkių ekonominiam gyvybingumui Europos Sąjungos šalyse.

Straipsnio uždaviniai:

1. Teoriškai pagrįsti degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio lengvatų, esmę bei ekonominio gyvybingumo vertinimo rodiklius ir veiksnius
2. Sudaryti degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio įtakos ūkių ekonominiam gyvybingumui vertinimo metodiką
3. Pagrįsti degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio įtakos ūkių ekonominiam gyvybingumui Europos Sąjungos šalyse.

Akcizo mokesčio degalams, skirtiems naudoti žemės ūkio produktų gamybai, įtakos ekonominiam gyvybingumui teorinis pagrindimas

Akcizo mokestis yra vienas iš mokesčių, iš kurių į valstybės biudžetą yra surenkama daugiausiai pajamų visose ES šalyse. Šis mokestis greta mokesčių pagrindinės funkcijos – pajamų surinkimo, atlieka ir kitą funkciją – ekonomikos reguliavimo bei aplinkosaugos problemų sprendimo. Norint pagrįsti šio mokesčio bei jo lengvatų reikšmę, reikia apibrėžti akcizo mokestį šio tyrimo kontekste. Nors akcizo mokesčio apibrėžimų yra įvairių, jų esmė yra panaši. Šiuos apibrėžimus nagrinėjo įvairūs mokslininkai: Dubauskas, (2011), Spiridonova, Gelman (2021) Zeman, (2021), Lizunov, (2021), Berg, (2021), Gaikwad (2018), Bîgioi, (2015). Apibendrinant akcizų reikšmę išryškėja pagrindiniai akcizo mokesčio bruožai: akcizo mokestis taikomas dažniausiai prekėms ar paslaugoms, kurios turi nelanksčią paklausą bei dažnu atveju - prekėms, kurių vartojimą norima apriboti; pajamos iš šio

mokesčio reikšmingos valstybių biudžetuose, įtaka produktų kainoms ir vaidmuo ekonomikai yra reikšmingas.

Dėl mokesčių lengvatų žemės ūkiui vyrauja prieštaringos nuomonės. Mokesčių lengvatas žemės ūkiui nagrinėjo Juškevičienė (2012), Hill and Blandford (2007), Miceikienė ir Nausėdienė (2019). Apibendrinant autorių pateiktas nuomones žemės ūkio versle taikomos mokesčių lengvatos yra labai svarbios žemės ūkio išlikimui ir plėtrai. Viena iš dažnai naudojamų mokesčių lengvatų žemės ūkyje yra akcizo lengvata degalams, skirtiems naudoti žemės ūkio produktų gamybai, kuri leidžia žemės ūkio verslo atstovams sumažinti išlaidas ūkiuose naudojamiems degalams, nors yra vis labiau diskutuojama ar nurodytos lengvatos yra reikalingos, vertinami jų privalumai ir trūkumai. Tačiau praktiškai nėra nagrinėjama, kiek taikomi akcizo mokesčiai degalams, skirtiems naudoti žemės ūkio produktų gamybai, turi įtakos pačių ūkių gyvybingumui.

Žemės ūkio verslo gyvybingumas yra aktualus ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje. Pastebima, kad jis mažėja, todėl įvairūs autoriai bando išanalizuoti tokių mažėjimų priežastis bei pateikti galimus problemos sprendimo būdus. Išnagrinėjus įvairių autorių (Adelaja et. al. (2005), Savickienė (2016), Vrolijk et. al. (2010), Koleda ir Lace (2010) atliekamus tyrimus, pastebėta, kad dažniausiai tiriant ūkių gyvybingumą yra išskiriamas ekonominis gyvybingumo aspektas, tačiau mokslininkai skirtingai pristato ir vertina ūkių ekonominio gyvybingumo rodiklį. Kadangi šiame tyrime ūkių ekonominis gyvybingumas analizuojamas akcizo mokesčio kontekste, todėl pateikiamos autorių tyrimų išvados per tas dedamąsias, kuriose integruoti ir mokesčių komponentai. Kai kurie mokslininkai (Saravia Matus ir Gomez y Paloma (2016), Koleda ir Lace (2010), Nurmet ir Omel (2020) Loughrey, O'Donoghue ir Conneely (2022)) sąsajas tarp mokesčių ir ūkių ekonominio gyvybingumo pateikia per ūkių tvarumo, augimo perspektyvas. Kita mokslininkų grupė (Miceikienė ir Besusparienė (2020), Koleda ir Lace (2010), Vrolijk, et. al. (2010), Spicka et al. (2021), Savickienė ir Miceikienė (2016)) analizuoja ekonominį gyvybingumą kaip indikatorius, parodantį galimybę investuoti ir vykdyti finansinius įsipareigojimus. Šių mokslininkų bendras tyrimų kontekstas – sąnaudų optimizavimas siekiant finansinių įsipareigojimų vykdymo. Apibendrinant įvairių autorių nuomones galima teigti, kad ekonominis ūkio gyvybingumas yra ūkio sugebėjimas vystyti veiklą pasitelkiant įvairius išteklius ir nepatiriant nuostolių.

Išanalizavus įvairių mokslininkų darbus paaiškėjo, kad tyrimams pasirenkami skirtingi rodikliai, todėl gali būti gaunami labai skirtingi rezultatai nagrinėjant tų pačių šalių ir to pačio laikotarpio duomenis. 1 lentelėje pateikiamos rodiklių grupės, kurias įvairūs autoriai naudoja dažniausiai.

1 lentelė. Rodikliai, naudojami vertinant ūkių ekonominį gyvybingumą

Rodiklių grupė	Rodikliai	Autoriai
Absoliutūs rodikliai	Ekonominis pelnas, grynasis pelnas, subsidijos, grynosios ūkio pajamos, alternatyviosios ūkio darbo, nuosavos žemės ir nuosavo kapitalo pajamos, ūkio pajamos ūkio pastoviosios ir kintamos išlaidos,	Miceikienė ir Savickienė (2014), Singh, Bhullar, ir Joshi (2009), Jurkėnaitė (2015), Savickienė ir Slavickienė (2012), Hlavsa et. al. (2020), Scott et. al. (2005), Coppola, et. al. (2020), Conolly (2009), O'Donoghue et. al. (2016), Jurkėnaitė (2015), Poczta-Wajda (2020), Hlavsa et. al. (2020), Špička, ir Derenik, (2021), Koloszytz (2020), Nurmet ir Omel (2020), Saravia Matus ir Gomez y Paloma (2016)

Rodiklių grupė	Rodikliai	Autoriai
Santykinių rodikliai	Kapitalo grąža, sąnaudų ir pajamų santykis, įsipareigojimų ir bendrojo pelno santykis, gamybos subsidijų ir bendrojo pelno santykis, bendroji produkcija, tenkanti tarpinio vartojimo sąnaudoms, nusidėvėjimui, išorės išteklių sąnaudoms ir ūkininko ir šeimos darbo sąnaudoms, trumpalaikis mokumas, ilgalaikis mokumas, skolos ir turto santykis investicijų grąža grynujų pajamų ir skolos santykis tiesioginės išmokos gamintojams ir jų priklausomybės koeficientas, ekonominis efektyvumas	Scott (2001), Savickienė ir Slavickienė (2012), Savickienė ir Slavickienė (2014), Savickienė ir Miceikienė (2016), Savickienė (2016), Besusparienė ir Miceikienė (2020) Conolly (2009), O'Donoghue et. al. (2016), Vrolijk et. al. (2010), Scott et. al. (2005), Jurkėnaitė (2015) Besusparienė ir Miceikienė (2020)

Skirtingų autorių nuomonės apie ekonominio gyvybingumo vertinimui naudojamus rodiklius parodo būtinybę sudaryti ūkio ekonominio gyvybingumo kompleksinį indeksą, kuris būtų naudojamas įvertinti ūkio ekonominę būklę (Savickienė, 2016). Tik kompleksinis rodiklis sudarytų galimybę palyginti šalis tarpusavyje ir pagrįsti akcizų lengvatų žemės ūkiui reikšmę.

Degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio įtakos ūkių ekonominiam gyvybingumui vertinimo metodika

Vertinimo metodika buvo suformuota remiantis kitų mokslininkų taikomomis tyrimo metodikomis, analizuojančiomis mokesčių įtaką ekonominiams rodikliams, vertinant jų tinkamumą šiame tyrime iškeltai problemai spręsti ir adaptuojant tinkamiausią jų. Įvairių šalių ūkių ekonominė būklė gali labai skirtis, todėl tarpusavyje vertinti tik tam tikrus rodiklius ar jų grupes gali būti sudėtinga. Todėl šio darbo tikslo įgyvendinimui pasirinktas šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indeksas, kurį plačiai išnagrinėjo Savickienė (2016), kurio pagrindiniai privalumai, lyginant su kitomis rodiklių grupėmis yra:

- Apskaičiavus ūkių ekonominio gyvybingumo indeksą bus galima efektyviau palyginti Europos Sąjungos šalis tarpusavyje;
- Indeksas apima dažniausiai literatūroje naudojamus ekonominio efektyvumo ir mokumo rodiklius.

Ūkių ekonominio gyvybingumo indeksą galima apskaičiuoti naudojant visuomenei prieinamus duomenų šaltinius. Pagal Savickienę (2016) šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indekso paskirtis – nustatyti, kokio ekonominio gyvybingumo tipo ūkis (silpno, vidutinio, stipraus) bei kokį turi augimo ir vystymosi potencialą. Galima teigti, kad pats kompleksinis indeksas yra patogus sprendimui priimti ir tendencijoms stebėti, palyginti skirtingus ūkius (pagal ūkininkavimo kryptį, dydį ir pan.).

Šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indeksas sudaromas ekonominio efektyvumo ir mokumo rodiklių pagrindu.

Ekonominio efektyvumo keturi atskiri rodikliai ir mokumo du atskiri rodikliai sujungiami į bendrus ekonominio efektyvumo ir mokumo rodiklius, kurie išreiškiami formulėmis (J. Savickienė (2016)

$$EE = \frac{BP}{TARP_{VART+N} + IŠOR_{IŠK} + ŪŠD} \quad (1)$$

$$MOK = \frac{T_{TR} + T_{IL}}{I_{TR} + I_{IL}} \quad (2)$$

Čia Čia

EE – ekonominis efektyvumas MOK – mokumas

BP – bendroji produkcija T_{TR} – trumpalaikis turtas

$TARP_{VART}$ – tarpinės vartojimo sąnaudos T_{IL} – ilgalaikis turtas

N – nusidėvėjimas I_{TR} – trumpalaikis įsiskolinimas
IŠORİŠ.K – išorės išteklių sąnaudos I_{IL} – ilgalaikis įsiskolinimas
ŪŠD – ūkininko ir šeimos darbo sąnaudos

Ekonominio efektyvumo ir mokumo rodikliai yra asimetriški, todėl tyrimo metu jie buvo normalizuoti. Savickienė (2016) savo darbe šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo rodikliams remdamasi faktorine analize suteikė svorius. Šie svoriai buvo naudojami ir šiame darbe. Galutinė šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indekso (ŠŪEGI), suteikus svorius, matematinė išraiška yra tokia (Savickienė, (2016)):

$$\text{ŠŪEGI} = 0,8x I_{\text{sub, EE}} + 0,2x I_{\text{sub, MOK}} \quad (3)$$

Čia

ŠŪEGI – šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indeksas

$I_{\text{sub, EE}}$ – ekonominio efektyvumo subindeksas

$I_{\text{sub, mok}}$ – mokumo subindeksas

Pritaikius šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo kompleksinį indeksą gali būti įvertinami silpno, vidutinio, stipraus ekonominio gyvybingumo ūkiai pagal nustatytas ribas. Indeksas kinta intervale nuo 0 iki 1. Kuo apskaičiuotas indeksas arčiau 1, tuo aukštesnis yra šeimos gyvybingumo indeksas.

Pagal aukščiau pateiktą metodiką apskaičiuoti ekonominio gyvybingumo indeksai Europos Sąjungos šalių ūkiuose. Ūkiai suskirstomi pagal veiklos kryptys, kurios yra augalininkystės, sodininkystės, vynininkystės, kitų daugiamečių augalų, pienininkystės, kitų ganomų gyvulių, kiaulininkystės, paukštininkystės ir mišrūs ūkiai. Apskaičiavus šių ūkių ekonominio gyvybingumo indeksą Europos Sąjungos šalys lyginamos tarpusavyje 2015 – 2019 metų laikotarpiu.

Apskaičiuotas šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indeksas suteikia galimybę analizuoti veiksnius, darančius šeimos ūkio ekonominiam gyvybingumui įtaką. Šiame darbe siekiama išsiaiškinti kokią įtaką akcizo mokestis degalams, naudojamiems žemės ūkio produktų gamybai, daro ūkių ekonominiam gyvybingumui. Tam atvejui bus sumodeliuota situacija, kurios pagalba bus galima nustatyti kiek akcizo mokestis degalams, naudojamiems žemės ūkio produktų gamybai, veikia ūkių ekonominį gyvybingumą.

Siekiant sužinoti kokią įtaką darytų akcizo mokesčio degalams, naudojamiems žemės ūkio produktų gamybai, lengvatų panaikinimas buvo pateikta koreguoto ekonominio gyvybingumo indekso skaičiavimo alternatyva, taikant prielaidą kad visi degalai, naudojami žemės ūkio produktų gamybai, yra apmokestinami standartiniu tarifu taikomu gazoliams kitoms sąlygoms nekintant. Standartinis tarifas taikomas pagal laikotarpį nuo 2015 iki 2019 metų Europos Sąjungos šalyse taikytus standartinius akcizo mokesčio tarifus gazoliams.

Įvertinus ekonominio gyvybingumo indekso sudarymo metodiką nustatyta, kad koreguotas akcizo mokesčio tarifas turės įtakos tarpinio vartojimo sąnaudoms, kurios įeina skaičiuojant ekonominio efektyvumo rodiklį. Mokumo rodikliams įtakos akcizo mokesčio tarifas neturi.

Pagal koreguotą šeimos ūkio ekonominio indekso formulę apskaičiavus ekonominį ūkių gyvybingumą Europos Sąjungos šalyse pagal ūkininkavimo veiklos kryptis rezultatai lyginami su apskaičiuoti ekonominiu gyvybingumu taikant akcizo lengvatas degalams, naudojamiems žemės ūkio produktų gamybai.

Degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio įtakos ūkių ekonominiam gyvybingumui Europos Sąjungos šalyse empirinio tyrimo rezultatai

Pirmiausiai buvo nagrinėjamas ūkių ekonominis gyvybingumas šalyse, kurios netaiko akcizo lengvatų gazoliams, naudojamiems žemės ūkio produktų gamybai. Šioms šalims priskiriama Austrija, Bulgarija, Graikija, Lenkija, Malta, Nyderlandai ir Slovakija. Tyrimo metu nustatyta, kad vidutiniškai stipriausi tiriamuoju laikotarpiu buvo augalininkystės ūkiai Austrijoje. Taip pat ekonomiškai

gyvybingesni buvo gyvulių ūkiai. Išanalizavus nurodytų šalių ekonominio gyvybingumo rodiklius, nustatyta, kad labiausiai ekonomiškai gyvybingi buvo Bulgarijos ūkiai, o mažiausiai ekonomiškai gyvybingi – Slovakijos ūkiai. Viena iš to priežasčių galėjo būti tai, kad Bulgarijoje ūkiai yra labiausiai diferencijuoti, o Slovakijoje vyrauja tik keturios ūkio sritys.

Ne mažiau buvo svarbu išanalizuoti ūkių ekonominį gyvybingumą šalyse, kurios akcizo mokesčio degalams, skirtiems naudoti žemės ūkio produktų gamybai, netaiko. Šioms šalims priskiriama Belgija, Kroatija ir Liuksemburgas. Apibendrinus Belgijos, Kroatijos ir Liuksemburgo ekonominio gyvybingumo indekso rodiklius nustatyta, kad visose šalyse vyravo labai skirtingi ūkininkavimo modeliai. Nuo plačiai diferencijuotos ūkio veiklos Kroatijoje iki žymiai mažesnio ūkininkavimo krypčių plėtojimo Liuksemburge. Taip pat nustatyta, kad Kroatijoje ir Belgijoje vyrauja vidutinio gyvybingumo ūkiai, o Liuksemburge labiau yra išvystyta viena ūkininkavimo kryptis. To priežastis galėjo būti gamtinių ūkininkavimo sąlygų skirtumai.

Empirinio tyrimo metu nustatyta, kad daugiausiai Europos Sąjungos šalys taiko lengvatinius akcizo mokesčio tarifus gazoliui, naudojamam žemės ūkio produktų gamybai. Šioms šalims priskiriama Airija, Čekija, Danija, Estija, Ispanija, Italija, Kipras, Latvija, Lietuva, Prancūzija, Portugalija, Rumunija, Slovėnija, Suomija, Švedija, Vengrija ir Vokietija. Šiose šalyse vyrauja įvairaus ekonominio gyvybingumo ūkiai.

Išanalizavus empirinio tyrimo rezultatus nustatyta, kad Europos Sąjungos šalyse, plėtojami ūkiai nuo silpno iki stipraus ekonominio gyvybingumo. Pastebima tendencija, kad dažniau silpno ekonominio gyvybingumo ūkiai dominuoja šalyse, kurios tiriamuoju laikotarpiu buvo mažiau išsivysčiusios, jose mažesnis pragyvenimo lygis bei taikoma vienas iš žemiausių valandinių darbo užmokesčių. Tokioms šalims galima priskirti Čekiją, Estiją, Rumuniją, Lietuvą. Daugiausiai stipraus gyvybingumo ūkių dominuoja tokiose šalyse Austrija, Bulgarija, Liuksemburgas, Ispanija, Latvija bei Prancūzija. Tyrimo metu nustatyta, kad tik Latvijoje bei Liuksemburge vyravo 4-5 žemės ūkio kryptys, o kitose šalyse buvo didesnis veiklų diferencijavimas – buvo plėtojamos visos aštuonios žemės ūkio kryptys. Toks diferencijavimas galėjo įtakoti stipresnį ekonominį gyvybingumą. Taip pat tyrimo metu buvo nustatyta, kad šalių, kurios taiko degalų, kurie skirti naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio tarifo lengvatas dažniausiai silpnosio gyvybingumo buvo mišrūs ūkiai, jų vidurkis tesiekė tik 0,33 punkto. Todėl galima teigti, kad veiklų diversifikavimas ūkio viduje nėra gera alternatyva, siekiant, kad ūkis būtų gyvybingas.

Norint išsiaiškinti, kokią įtaką sumokėtas gazolio akcizo mokestis daro ūkių ekonominiam gyvybingumui, buvo sumodeliuota alternatyva, pagal kurią visose Europos Sąjungos šalyse nebūtų taikomos jokios degalų, skirtų naudoti žemės ūkio produktų gamybai akcizo mokesčio tarifo lengvatos. Buvo daroma prielaida, kad gazoliui, naudojamam žemės ūkio produktų gamybai, yra taikomas akcizo mokestis, kuris tuo metu galiojo šalyje. Išanalizavus visų Europos Sąjungos šalių duomenis, nustatyta, kad akcizo mokesčio padidėjimas jas veikia skirtingai. Nuo minimalaus rodiklių pasikeitimo Čekijoje ir Kipre iki didelės įtakos Latvijoje, Suomijoje bei Italijoje. Nors rezultatai yra skirtingi, tačiau pastebima tendencija, kad labiausiai veikiami yra sodininkystės bei augalininkystės ūkiai. Juose ekonominio gyvybingumo sumažėjimas yra didžiausias, pavyzdžiui Kroatija, Danija, Ispanija. Nors yra daug diskutuojama ar akcizo lengvatos gazoliams yra tikslingos, išanalizavus įvairių šalių duomenis galima teigti, kad šios lengvatos turi nemažą įtaką ūkių ekonominiam gyvybingumui palaikyti bei išsaugoti. Rekomendacijos dėl akcizo mokesčio didinimo:

- Išanalizavus gautus duomenis galima teigti, kad gazolio akcizo mokesčio tarifo lengvata yra svarbi žemės ūkio sektoriui Europoje, todėl keičiant tarifus būtina atlikti kiekvienos šalies analizę. Tyrimo metu nustatyta, kad akcizo mokesčio didinimas mažiausiai paveiktų Kipro bei Čekijos ūkių ekonominį gyvybingumą. Kadangi šiose šalyse lengvatinis gazolio akcizo mokesčio tarifas buvo įvestas ne visu tiriamuoju laikotarpiu, prieš keičiant tarifus, būtina išanalizuoti vėlesnių metų duomenis;

- Latvijoje, Italijoje bei Suomijoje gazolio akcizo mokesčio tarifo didinimas nerekomenduojamas, nebent būtų numatytos kitos priemonės (subsidijos ar kt.) padedančios amortizuoti būsimus nuostolius. To nepadarius gali žymiai pablogėti šių šalių ekonominis gyvybingumas, kas sąlygotų ūkių bankrotus;
- Kitose šalyse akcizo mokesčio tarifą rekomenduojama kelti etapais. Nors šiose šalyse akcizo mokesčio įtaka yra vidutinė, tačiau iš karto panaikinus gazolio akcizo mokesčio lengvatas gali būti stipriau paveiktos tam tikros ūkininkavimo sritys bei stipriai sumažėtų jų ekonominis gyvybingumas.

Išvados

1. Pagrindiniai akcizo mokesčio bruožai: akcizo mokestis taikomas dažniausiai prekėms ar paslaugoms, kurios turi nelanksčią paklausą bei dažnu atveju - prekėms, kurių vartojimą norima apriboti; pajamos iš šio mokesčio reikšmingos valstybių biudžetuose, įtaka produktų kainoms ir vaidmuo ekonomikai yra reikšmingas.

2. Ūkių ekonominį gyvybingumą įvairūs autoriai nagrinėja keliais aspektais: per ūkių tvarumo, augimo perspektyvas arba ekonominis gyvybingumas analizuojamas kaip indikatorius, parodantis galimybę investuoti ir vykdyti finansinius įsipareigojimus.

3. Skirtingų autorių nuomonės apie ekonominio gyvybingumo vertinimui naudojamus rodiklius parodo būtinybę sudaryti ūkio ekonominio gyvybingumo kompleksinį indeksą, kuris būtų naudojamas įvertinti ūkio ekonominę būklę

4. Naudotas kompleksinis šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo indeksas apima ekonominio efektyvumo ir mokumo rodiklius, kurio pagalba apskaičiuotas Europos Sąjungos šalių ūkių ekonominis gyvybingumas ir buvo vertinama akcizo mokesčio degalams, skirtiems naudoti žemės ūkio produktų gamybai, įtakos Europos Sąjungos ūkių ekonominiam gyvybingumui vertinimas

5. Atlikus empirinį akcizo degalams, skirtiems naudoti žemės ūkio produktų gamybai, įtakos ūkių ekonominiam gyvybingumui vertinimo tyrimą nustatyta, kad Europos Sąjungos šalyse, plėtojami ūkiai nuo silpno iki stipraus ekonominio gyvybingumo. Pastebima tendencija, kad dažniau silpno ekonominio gyvybingumo ūkiai dominuoja šalyse, kurios tiriamuoju laikotarpiu buvo mažiau išsivysčiusios, jose mažesnis pragyvenimo lygis bei taikoma vienas iš žemiausių valandinių darbo užmokesčių. Daugiausiai stipraus gyvybingumo ūkių dominuoja tokiose šalyse Austrija, Bulgarija, Liuksemburgas, Ispanija, Latvija bei Prancūzija. Taip pat tyrimo metu buvo nustatyta, kad šalių, kurios taiko degalų, kurie skirti naudoti žemės ūkio produktų gamybai, akcizo mokesčio tarifo lengvatas dažniausiai silpnosio gyvybingumo buvo mišrūs ūkiai. Todėl galima teigti, kad veiklų diversifikavimas ūkio viduje nėra gera alternatyva, siekiant, kad ūkis būtų gyvybingas.

6. Išanalizavus visų Europos Sąjungos šalių duomenis, nustatyta, kad akcizo mokesčio padidėjimas jas veikia skirtingai. Nuo minimalaus rodiklių pasikeitimo Čekijoje ir Kipre iki didelės įtakos Latvijoje, Suomijoje bei Italijoje. Nors yra daug diskutuojama ar akcizo lengvatos gazoliams yra tikslingos, išanalizavus įvairių šalių duomenis galima teigti, kad šios lengvatos turi nemažą įtaką ūkių ekonominiam gyvybingumui palaikyti bei išsaugoti.

Literatūra

1. Adelaja, A., Sullivan, K., ir Lake, M. B. (2005). Agricultural viability at the urban fringe. In *International Conference on Emerging Issues Along Urban/ Rural Interfaces: Linking Science and Society*, Atlanta, GA. Retrieved from <http://emergingissues.interfacesouth.org/pastconferences/2005proceedings.pdf>.
2. Van den Berg, P. (2021). The Role of Excise Duties on Fuel in Reducing CO2 Emission Levels from Road Transport: A Dutch Case Study.

3. Bîgioi, A. D. (2015). *Study on the Evaluation of the Contestation Degree of Excise Duty Rules, by Domanian Companies. Audit financiar, 13(123).*
4. Besusparienė, E., ir Miceikienė, A. (2020). The influence of subsidies and taxes on economic viability of family farms in Lithuania. *Bulgarian Journal of Agricultural Science, 26(1), 3-15.*
5. Connolly, L. (2009). *Changing Structures and Production Patterns in Irish Agriculture: Trends and Prospects. In Proceedings of the 17th International Farm Management Congress, Illinois.*
6. Coppola, A., Scardera, A., Amato, M., ir Verneau, F. (2020). *Income levels and farm economic viability in Italian farms: An analysis of FADN data. Sustainability, 12(12), 4898.*
7. Dubauskas, G. (2011). *Finansų valdymo teorijos. Vilnius: KA.*
8. Gaikwad, M. (2018). *Excise duty.*
9. Hill, B., & Blandford, D. (2007). *Taxation concessions as instruments of agricultural policy (No. 349-2016-17918).*
10. Hlavsa, T., Spicka, J., Stolbova, M., & Hlouskova, Z. (2020). Statistical analysis of economic viability of farms operating in Czech areas facing natural constraints. *Agricultural Economics, 66(5), 193-202.*
11. Jurkėnaitė, N. (2015). Support and viability issues: Lithuanian farmers' verdict. *Research for Rural Development, 191-196.*
12. Juškevičienė, D. (2012). Žemės ūkio veiklą vykdančių gyventojų tiesioginės mokesčių naštos diferencijavimo vertinimas. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development, 31(2).*
13. Koleda, N. Ir Lace, N. (2010). Dynamic factor analysis of financial viability of Latvian service sector companies. *Economics and Management, 15(2010), 620.*
14. Koloszytz, E. (2020). Economic viability of dairy farms in selected European Union countries. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agrobusiness Economists, 22(3).*
15. Lizunov, D. E. (2021). ANALYSIS AND COMPARISON OF EXCISE TAX RATES IN THE EAEU. *Аллея науки, 1(6), 3-10.*
16. Loughrey, J., O'Donoghue, C., ir Conneely, R. (2022). Alternative measures of Family Farm Viability—Incorporating gap measures. *Journal of Rural Studies, 89, 257-274.*
17. Miceikienė, A., Nausėdienė, A. (2019). Akcizų lengvatos Lietuvoje: mitai ir tikrovė. *Agroeta. It: agroverslo naujienos [elektroninis išteklius] Kaunas: Lietuvos ūkininkų sąjunga, 2019 12 02.*
18. Miceikienė, A., ir Savickienė, J. (2014). Ūkių ekonominį gyvybingumą lemiantys verslumo veiksniai. *Apskaitos ir finansų mokslas ir studijos: problemos ir perspektyvos, (1), 146-153.*
19. Nurmet, M., ir Omel, R. (2020). Economic Viability by farm size of Estonian family farms. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej/ Problems of Agricultural Economics, (1).*
20. O'Donoghue, C., Devisme, S., Ryan, M., Conneely, R., Gillespie, P., ir Vrolijk, H. (2016). Farm economic sustainability in the European Union: A pilot study. *Studies in Agricultural Economics, 118(3), 163-171.*
21. Poczta-Wajda, A. (2020). Economic viability of family farms in Europe - a literature review. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agrobusiness Economists, 22(4).*
22. Saravia Matus, S. L., ir Gomez y Paloma, S. (2014). Farm viability of (semi) subsistence small holders in Sierra Leone. *African Journal of Agricultural and Resource Economics, 9(311-2016-5606), 165-182.*
23. Savickienė, J. (2016). Šeimos ūkių ekonominio gyvybingumo vertinimas.
24. Savickienė, J., ir Miceikienė, A. (2016). Šeimos ūkio ekonominio gyvybingumo kompleksinio vertinimo metodika. *Apskaitos ir finansų mokslas ir studijos: problemos ir perspektyvos= Science and studies of accounting and finances: problems and perspectives: mokslo žurnalas. Akademija, 2016, vol. 10, N 1.*
25. Savickienė, J., ir Slavickienė, A. (2012). Ūkių ekonominį gyvybingumą lemiančių veiksnių vertinimas Lietuvos ūkininkų ūkių pavyzdžiu. *Žemės ūkio mokslai, 19(1).*
26. Scott, J. (2001). *The Nova Scotia Genuine Progress Index Soils and Agriculture Accounts: Part 1: Farm Viability and Economic Capacity in Nova Scotia. GPI Atlantic.*
27. Scott, J., Johnston, W., Lapp, R., MacKay, L., Morgan, F. C., ir Weeks, M. (2005). *Farm and Community Viability. NS: GPI Atlantic.*

28. Spicka, J., Hlavsa, T., Soukupova, K., & Stolbova, M. (2019). Approaches to estimation the farm-level economic viability and sustainability in agriculture: A literature review. *Agricultural Economics*, 65(6), 289-297.
29. Singh, M., Bhullar, A. S., ir Joshi, A. S. (2009). Factors influencing economic viability of marginal and small farmers in Punjab. *Agricultural Economics Research Review*, 22(347-2016-16856), 269-280.
30. Spiridonova, M., & Gelman, V. (2021). EXCISE TAXATION IN THE EARLY TWENTIETH CENTURY.
31. Špička, J., ir Dereník, P. (2021). How opportunity costs change the view on the viability of farms? Empirical evidence from the EU. *Agricultural Economics*, 67(2), 41-50.
32. Vrolijk, H. C., De Bont, C. J. A. M., Blokland, P. W., & Soboh, R. A. M. E. (2010). *Farm viability in the European Union: assessment of the impact of changes in farm payment*. LEI Wageningen UR.
33. Zeman, M. (2021). Excise Duty on Ethanol in Czech Republic in 2020 and Its Impact on Country's Fiscal Stability. *Listy Cukrovarnické a Reparské*, 137(4), 165.

THE IMPACT OF EXCISE DUTY ON THE USE OF AGRICULTURAL PRODUCTS FOR ECONOMIC VIABILITY OF FARMS

Summary

Increasing excise duty and reducing preferences for fuel used in the production of agricultural products is widely discussed in Lithuania and other countries. However, an examination of the various scientific literature lacks the impact of excise duty on fuel used in the production of agricultural products on the activities of farms themselves. Therefore, it was chosen to examine the impact of excise duty on fuel used for the production of agricultural products on the economic viability of farms in the countries of the European Union. For this purpose, a complex index of economic viability of the family farm was used, which includes indicators of economic efficiency and solvency. An empirical study assessing the impact of excise duties on fuels for agricultural production on the economic viability of farms has shown that farms in the European Union are developing from weak to strong economic viability. There is a tendency for farms with low economic viability to dominate in countries that were less developed during the study period, have lower living standards and one of the lowest hourly wages. Austria, Bulgaria, Luxembourg, Spain, Latvia and France dominate the most viable farms. An analysis of data from all European Union countries has shown that increases in excise duty affect them differently. From a minimal change in the Czech Republic and Cyprus to a significant impact in Latvia, Finland and Italy. Although there is much debate as to whether excise duty exemptions for gas oils are appropriate, an analysis of data from various countries suggests that these exemptions have a significant impact on maintaining and preserving the economic viability of farms.

GEOPOLITINĖS SITUACIJOS (KARO UKRAINOJE) POVEIKIS BALTIJOS ŠALIŲ EKSPORTUI IR PLĖTRAI

Judita Pilipauskaitė

Mokslinė vadovė – doc. dr. Rozita Susnienė

Kauno technologijos universitetas

Ivadas

Šiomis dienomis susidariusi sudėtinga geopolitinė situacija skatina domėtis įvairiais ekonominiais įvykiais. Pastebėjus, kad tokie įvykiai turi įtakos ne tik tiesiogiai susijusioms šalims, bet ir kitoms valstybėms, kyla poreikis išsiaiškinti, kaip tai paveiks Baltijos šalis, kurios kariniame konflikte tiesiogiai nedalyvauja. Klestinčios tarptautinės prekybos kontekste, kai daugelis šalių yra viena su kita glaudžiai susijusios, yra akivaizdu, kad susidariusios situacijos poveikis pasijaus ir kitose šalyse per pokyčius prekyboje. Kadangi Baltijos šalys iki šiol aktyviai bendradarbiavo tiek su Rusija, tiek su Ukraina, yra aktualu sužinoti, kas galėtų laukti trijų Baltijos valstybių ateityje.

Straipsnio tikslas – išsiaiškinti Ukrainoje vykstančio karo galimą poveikį Baltijos valstybių eksportui ir plėtrai.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išanalizuoti dėl karo vykstančius pokyčius ekonomikoje;
2. Išnagrinėti Baltijos šalių eksporto tendencijas naujos geopolitinės situacijos kontekste.

Karo poveikis tarptautinės prekybos srautams

Baltijos šalys – tai trys kaimyninės valstybės, kurias sieja bendra istorija ir panaši ekonomikos raida. Baltijos šalių pavadinimas naudojamas apibrėžiant bendrą situaciją Lietuvos, Latvijos ir Estijos valstybėse, kurių teritorijos ribojasi su Baltijos jūra (Kasekamp, 2018). Dėl šalių dydžių ir geografinės padėties, galima pastebėti bendras ekonomines tendencijas šiame regione. Āboliņš (2021) teigia, kad Baltijos valstybių ekonomika iki šiol bendrai pasižymėjo augimu ir stabilumu. Taip pat pažymėtina, kad šios valstybės užsiima ir panašia ekonomine veikla: visos trys šalys plėtoja žemės ūkio ir miškininkystės sektorius, visos yra tranzitinės šalys su išvystytu logistikos sektoriumi. Luminor (2019) duomenimis, Baltijos šalių ekonominį augimą palaiko privatus vartojimas, investicijos ir eksporto augimas. Tačiau pastebėtina, kad eksportu grįstas ekonomikos augimas didina Baltijos šalių priklausomybę nuo išorinių eksporto rinkų augimo ir jų pasiekiamumo, kas reiškia, jog Baltijos šalių ekonominės veiklos rezultatai didžia dalimi priklauso ir nuo kitų valstybių ekonominės gerovės.

Priklausomybė nuo kitų šalių ekonominės būklės reiškia tai, kad Baltijos šalių ekonomikos gali būti ypač jautrios pokyčiams, įvykusiems kitose valstybėse. Šiai dienai ypač aktuali yra geopolitinė situacija pasaulyje, kuri gali iš esmės keisti valstybių ekonominį stabilumą. Castree, Kitchin, Rogers (2013) pateikia geopolitikos apibrėžimą kaip mokslą, kuris tiria politinių procesų geografinius aspektus ir tarpvalstybinius santykius, kuriuose daugiausia dėmesio yra skiriama geografiniams veiksniams, tokiems kaip vieta, išteklių ir prieinamumas. Susidariusi įtampa dėl Ukrainoje vykstančio karo yra pasaulinio masto įvykis, kurio poveikis atsispindi ir šalių ekonominiuose pokyčiuose. Pettinger (2022) pabrėžia, kad bendras karo poveikis valstybėse atsispindi kaip normalios ekonominės veiklos sutrikimas ir smarkus ekonominės gerovės sumažėjimas. Jau anksčiau yra pastebėta, jog karas turi ir didelių ekonominių išlaidų, t. y., žalą infrastruktūrai, dirbančių gyventojų skaičiaus mažėjimą, infliaciją, trūkumą, netikrumą, skolų augimą, kas ir sukelia neigiamą poveikį šalių ekonomikai. Thompson ir Zuk (1982) pabrėžia, kad didelio masto karai skatina kainų kilimą, t. y., infliacijos augimą, kuris, nors yra staigus ir laikinas, tačiau jo sukeltas poveikis išlieka ilgiau nei faktinė

karo trukmė. Tuo tarpu Okpe ir Ikpesu (2021) tyrimų metu išsiaiškino, kad didelė infliacija neigiamai veikia šalies eksportą, nes turi tiesioginės įtakos medžiagų ir darbo sąnaudoms.

Susidariusi sudėtinga geopolitinė situacija pasižymi tuo, kad Vakarų valstybės stengiasi padėti Ukrainai ir vykdyti sankcijas prieš ją karinį konfliktą pradėjusiai Rusijai. Tačiau, kaip teigia Holland ir kt. (2022), Vakarų vyriausybės, siekdamos pristabdyti Rusiją, imasi veiksmų, kurie sulėtintų jos ekonominį vystymąsi, tuo pat metu suvokdamos, kad taip gali sustiprinti neigiamą konflikto poveikį savo pačių ekonomikoms. Čiuplys (2022) pabrėžia, kad Vakarams pritaikius „beprecedentes“ sankcijas Rusijai, šios priemonės turėtų reikšmingai paveikti pasaulio ekonomiką ir finansų rinką, ir pasekmės bus aiškiai juntamos ir kitose šalyse. Šimonytės (2022) teigimu, kol kas yra sunku pasakyti, kokios bus tikrosios karo Ukrainoje pasekmės, o tuo pat metu ir sankcijų, įvestų Vakarų valstybių Rusijai ir jos sąjungininkei Baltarusijai, pasekmės Vakarų valstybių ekonomikai.

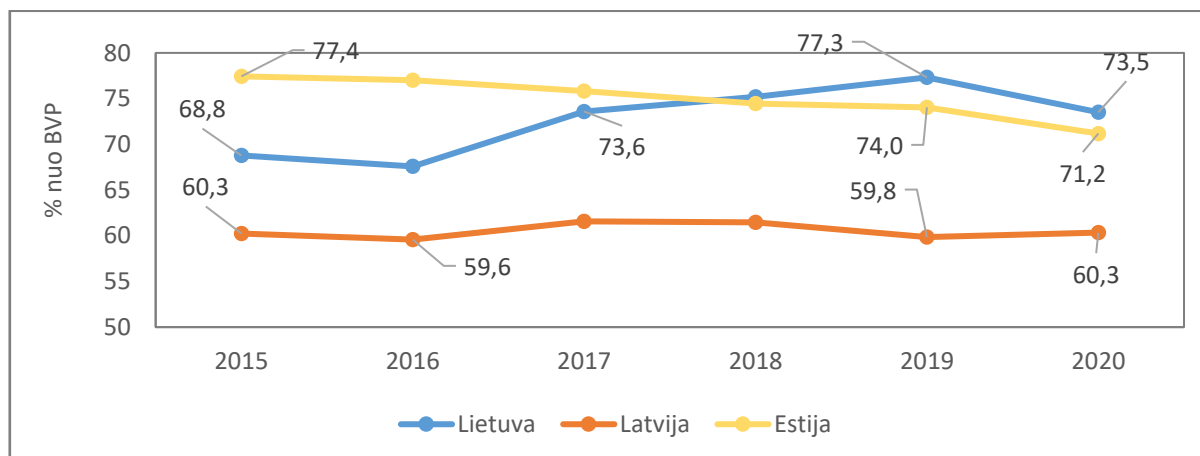
Anderton, Carter (2001) tyrimo duomenimis, vykstantis didelio masto karas yra susijęs su prekybos nuosmikiu. Tai patvirtina ir šių dienų įvykiai, kai vienas iš svarbiausių įvestų sankcijų galimų poveikių kitų šalių ekonomikoms yra prekybos su Rusija ir Baltarusija ribojimas. Naujienu agentūros BNS (2022) duomenimis, ES jau uždraudė Baltarusijos kai kurių produktų, pvz., medienos produktų, cemento, geležies, plieno, gumos, kalio trąšų, eksportą į Europos Sąjungos šalis. Tuo tarpu Rusija yra viena didžiausių žaliavų ir energijos tiekėjų pasaulinei rinkai, todėl su tuo ribojimai susiję gali paveikti ir kitų šalių prekybinius ryšius. Snieška (2022) teigia, kad ES sankcijų paketas, kuris skirtas dalies Rusijos bankų atjungimui nuo SWIFT (pasaulinės tarpbankinių atsiskaitymų sistemos) turės neigiamos įtakos Rusijos importui ir eksportui. Tokios priemonės turėtų sutrikdyti prekių pirkimą iš užsienio šalių, žaliavų pardavimą tarptautinėje rinkoje, nes pervedimo operacijos gali užtrukti ilgiau nei įprasta. Visgi, svarbu paminėti, kad Rusija galės eksportuoti į daugelį Vakarų valstybių tik tas žaliavas, kurios ypatingai reikalingos tų šalių ekonomikai (pvz., dujos), tačiau visas kitas eksportas turėtų būti griežtai ribojamas. Snieška (2022) taip pat pastebi, kad galima sulaukti ir Rusijos energetinių išteklių eksporto ribojimo, siekiant atkeršyti Vakarų šalims, kas taip pat galėtų dar labiau padidinti žaliavų kainas. Naujienu agentūra BNS (2022) pabrėžia, kad jeigu Europa dabar uždraustų naftos tiekimą iš Rusijos, tai nuvestų prie neprognozuojamo kainų kilimo, tikėtina, kad naftos kainos gali pakilti apie 300 dolerių už barelį ir daugiau, todėl ES dar nėra pasiruošusi įvesti sankcijų Rusijos naftai.

Aleksashenko (2022) teigia, kad Rusija yra reikšminga plataus vartojimo prekių, technologijų ir investicinės įrangos importuotoja, todėl atjungus didžiausius bankus nuo SWIFT sistemos, sutriktų klientų atsiskaitymai, būtų sutrikdyti prekių srautai, kauptųsi vartojimo prekių deficitas ir spartėtų infliacija. Kai kurios įmonės, kurių veikla susijusi su prekių importu į Rusiją arba importuojamų prekių pardavimu Rusijoje, gali bankrotuoti. Tad sudėtingos geopolitinės situacijos galimas poveikis tarptautinei prekybai atspindi jau anksčiau mokslininkų Glick ir Taylor (2005) suformuotą išvadą, kad karo poveikis prekybai yra neigiamas, t. y., dėl nutrūkusių prekybinių ryšių atsiranda daug netiesioginių išlaidų, kurias patiria ne tik kariaujančios šalys, bet ir neutralios šalys, kurioms pasireiškia neigiamas išorinis poveikis. Nutraukti prekybiniai ryšiai neatsistato netgi pasibaigus konfliktams, prekyba tarp šalių daugelį metų negrįžta į prieškarinį lygį, o tai dar labiau stabdo šalių ekonominio augimo spartą.

Vykstantis karas paveikia tiek tiesiogiai kariaujančias, tiek neutralias valstybes, o tai labiausiai pastebima per bendrą ekonominės gerovės sumažėjimą. Rusijos karo Ukrainoje atveju, Vakarų valstybės įvedė sankcijas Rusijai ir Baltarusijai, dėl ko gali sumažėti tarptautinės prekybos srautai, o tai galėtų turėti neigiamos įtakos ne tik minėtų šalių, bet ir pačių Vakarų valstybių ekonominiam stabilumui.

Karo Ukrainoje poveikis Baltijos valstybių eksportui

Nors dar sunku tiksliai pasakyti, koks yra Ukrainoje vykstančio karo poveikis kitų šalių ekonomikoms, tačiau pirmieji pokyčiai jau yra matomi Baltijos šalyse, kurių ekonomikos augimas reikšmingai priklauso nuo jų eksporto apimčių.



1 pav. Baltijos šalių prekių ir paslaugų eksportas, % nuo BVP 2015 -2020 metų laikotarpiu. Sudaryta pagal World Bank, 2021.

1 paveiksle parodyta Baltijos šalių prekių ir paslaugų eksporto dalis nuo BVP kintant metams. 2015 – 2020 metų laikotarpiu prekių ir paslaugų eksportas Lietuvoje vidutiniškai sudarė 72,7 proc. nuo BVP, Latvijoje – 60,5 proc. nuo BVP ir Estijoje – 75,0 proc. nuo BVP, kas reiškia, kad analizuotų šalių ekonominis aktyvumas yra labai priklausomas nuo eksporto veiklos.

Baltijos šalys ne tik aktyviai prekiauja viena su kita, kas padidina jų tarpusavio priklausomumą, bet iki šiol palaikė prekybinius ryšius su Rusija, kuri yra viena iš didžiausių Baltijos šalių prekybos partnerių. Iš 1 lentelės duomenų galima matyti, kad 2021 metais Rusija buvo svarbiausia Lietuvos eksporto kryptis, eksportas į Rusiją sudarė 10,8 proc., viso šalies eksporto. Statistics Estonia (2022) ir Central Statistical Bureau of Latvia (2021) duomenimis Estijoje eksportas į Rusiją sudarė 6,5 %, o Latvijoje – 7,3 %. 2021 m., kas reiškia, kad Rusija buvo penkta didžiausia eksporto kryptis aptartose šalyse. Importo iš Rusijos srautai taip pat sudarė reikšmingą Baltijos šalių importo dalį. 2021 metais importo prekės iš Rusijos buvo antros pagal svarbumą Lietuvai, kurios importas tais metais sudarė 12 % viso šalies importo, o Estijos – 13 %, kas reiškė, kad Rusija buvo pagrindinė Estijos importo partnerė, Latvijai ji buvo ketvirta pagal svarbumą. Todėl nenuostabu, kad, Vakarų valstybėms susitarus dėl sankcijų Rusijai, Baltijos šalys turėjo apriboti prekybinius ryšius su šia šalimi ir dėl to patirti ekonominių sunkumų.

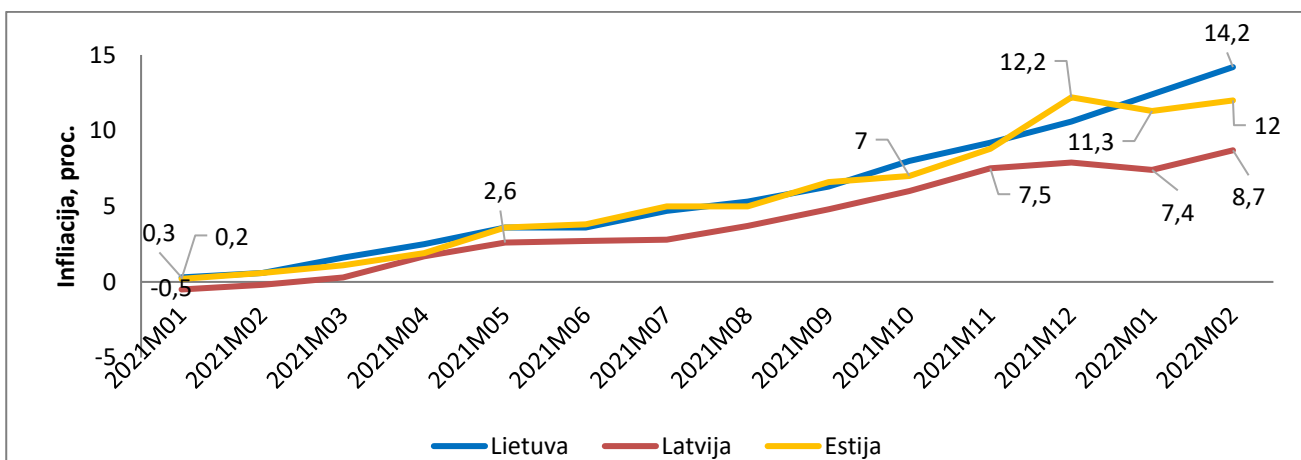
1 lentelė. Svarbiausios Baltijos šalių prekybos partnerės 2021 metais, proc., nuo viso eksporto ir importo

	1 vieta	2 vieta	3 vieta	4 vieta	5 vieta
Lietuva	Eksportas – Rusija 10,8% Importas – Vokietija 13%	Eksportas – Latvija 9,4% Importas – Rusija 12%	Eksportas – Vokietija 8,2% Importas – Lenkija 12%	Eksportas – Lenkija 7,9% Importas – Latvija 7,7%	Eksportas – JAV 6,3% Importas – Olandija 5,3%
Latvija	Eksportas – Lietuva 18% Importas – Lietuva 17%	Eksportas – Estija 11% Importas – Vokietija 11%	Eksportas – Anglija 7,6% Importas – Lenkija 9,6%	Eksportas – Vokietija 7,3% Importas – Rusija 9,2%	Eksportas – Rusija 7,3% Importas – Estija 8,9%

	1 vieta	2 vieta	3 vieta	4 vieta	5 vieta
Estija	Eksportas – Suomija 14% Importas – Rusija 13%	Eksportas – Latvija 9,8% Importas – Vokietija 10%	Eksportas – JAV 9,1% Importas – Kinija 9,4%	Eksportas – Švedija 8,9% Importas – Suomija 9,2%	Eksportas – Rusija 6,5% Importas – Lietuva 6,0%

Sudaryta pagal Trading Economics, 2022.

Prasidėjus karo veiksams Ukrainoje, paspartėjo jau ir iki tol didėjęs infliacijos tempas (žr. 2 pav.). Metinė infliacija sparčiai augo ir iki karinių veiksų Ukrainoje, tačiau karas dar labiau paspartino infliacijos augimą, o ypač tai pastebima Latvijos ir Estijos atveju. 2022 m. sausio mėn. infliacija šiose šalyse jau buvo pradėjusi mažėti, tačiau vasario mėn. ji vėl išaugo. Pryšmantas ir Alonderytė (2022) pažymi, kad pasikeitusios geopolitinės situacijos poveikis jau yra jaučiamas, nes fiksuojamas energijos ir žaliavų kainų smarkus išaugimas, o tai didina spaudimą kainoms, kurį taip pat didina ir tiekimo grandinių sutrikimai dėl Covid-19 pandemijos.

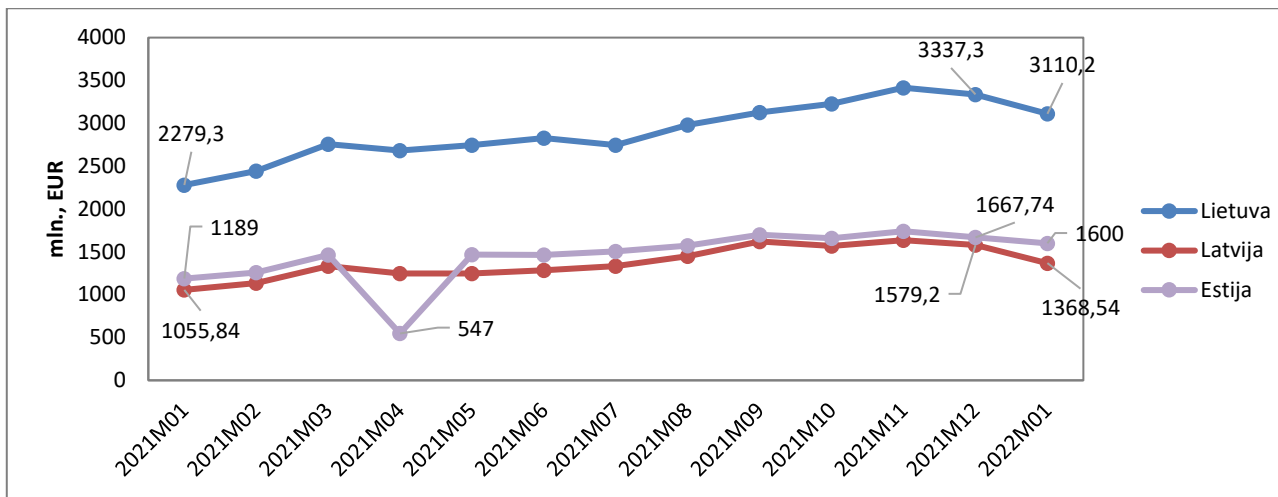


2 pav. Baltijos šalių metinė infliacija, proc.

Sudaryta pagal Statistics Estonia, 2022; Central Statistical Bureau of Latvia, 2022; Lietuvos Statistikos departamentas, 2022.

Pryšmanto ir Alonderytės (2022) teigimu, sankcijų poveikis ir prekybos su Rusija ribojimas labiausiai paveikė įmones, kurios gamyboje naudoja metalus, medieną, grūdus ar kurą, nes tai yra pagrindiniai iš Rusijos importuojami produktai. Pastebėtina, kad metalo kainos išaugo 15 proc., kviečių – 30 proc., reikšmingai išaugo ir bendras kainų lygis. Dabušinskas (2022) pabrėžia, kad kyla ne tik energetikos produktų kainos, bet ir žemės ūkio produkcijos bei maisto produktų kainos. Deveikis (2022) pažymi, kad, trūkstant žaliavų, auga ne tik jų kainos, bet ir grėsmė neįvykdyti su užsienio šalimis sudarytų užsakymų.

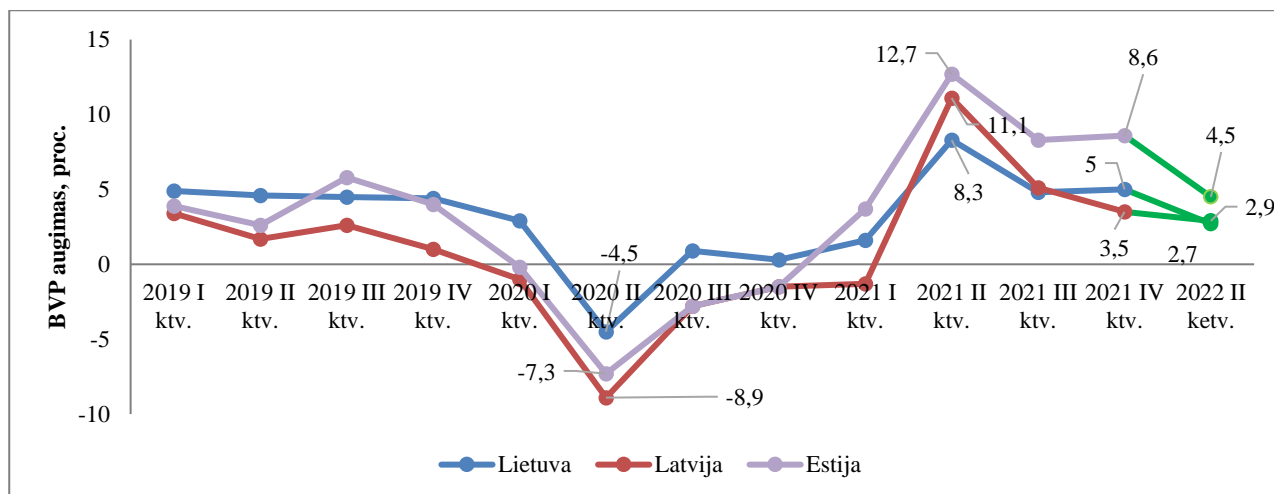
Aukšta infliacija neigiamai veikia eksporto apimtį. Dėl padidėjusių gamybos kaštų, gaminama produkcija gali tapti nebe konkurencinga tarptautiniu mastu, ir tai gali turėti reikšmingą neigiamą poveikį šalių eksporto apimtims. Kalendienės (2022) teigimu, daugiausia įtakos eksporto vertės augimui turi kylančios kainos. Jei kiltų tik kainos, tai verslai pagamintų prekių eksportuotų beveik tiek pat, kiek ir praėjusiais metais, tačiau aukštesnėmis kainomis, o tai paveiktų eksportuojančios šalies konkurencingumą tarptautinėse rinkose. Analizuojant Baltijos šalių eksporto rodiklius (žr. 3 pav.), pastebimas visų trijų šalių eksporto apimčių mažėjimas 2021 gruodžio ir 2022 m. sausio mėn. t. y., kai infliacija šalyse buvo viena iš didžiausių analizuotu laikotarpiu. Estijoje 2022 metų sausį, lyginant su 2021 metų gruodžio mėn., eksportas sumažėjo 67,74 mln. eurų (4,06 proc.), Latvijoje – 210,66 mln., eurų (13,33 proc.), o Lietuvoje – 227,1 mln., eurų (6,8 proc.).



3 pav. Baltijos šalių eksporto apimtys, mln., EUR. 2021-2022 metų laikotarpiu. Sudaryta pagal Statistics Estonia, 2022; Central Statistical Bureau of Latvia, 2022; Lietuvos Statistikos departamentas, 2022.

Kalendienės (2022) nuomone, eksporto apimčių kitimui įtakos turi ne tik kainų kilimas, bet ir tiesioginis prekybinių ryšių praradimas. Ji pažymi, kad Ukraina yra viena iš svarbiausių lietuviškos kilmės prekių importuotojų, todėl tikėtina, kad tiesioginis prarastų Rusijos, Baltarusijos ir Ukrainos rinkų poveikis lietuviškų prekių eksportui gali sudaryti apie 590 mln. eurų nuostolių. Tuo tarpu paslaugų eksporto apimtys dėl Rusijai ir Baltarusijai pritaikytų sankcijų gali mažėti apie 240 mln. – dėl Rusijos, 140 mln. eurų dėl Baltarusijos ir apie 50 mln. eurų – dėl Ukrainos. „Verslios Lietuvos“ Tyrimų ir analizės skyriaus vadovė Kalendienė (2022) pabrėžia, kad dėl karo Ukrainoje buvo pakoreguotos 2022 m. eksporto apimčių prognozės: lietuviškos kilmės prekių eksporto augimas buvo mažinamas nuo 14,6 proc. iki 11,1 proc., o paslaugų – nuo 8,5 proc. iki 3,8 proc. Tai reiškia, jog eksportas 2022 metais turėtų augti lėčiau nei tikėtasi. Kadangi Latvijos ir Estijos ekonomikose eksportas taip pat sudaro reikšmingą dalį, tikėtina, kad panašios tendencijos pasireikš ir šiose šalyse.

Kaip prognozuoja Lietuvos Finansų ministerija (2022), vidutinė metinė infliacija 2022 metais bus didesnė nei tikėtasi 2021 metais sudarytoje prognozėje, t. y., buvo projektuota, kad ji sieks 4%, o pagal šiais metais pakoreguotas prognozes – 9,8%. Koreguotos ir prekių bei paslaugų eksporto apimčių prognozės: Lietuvos prekių ir paslaugų eksportas, pagal 2021 metų gruodžio mėn. prognozę 2022 metais turėjo augti 5,3%, o dabar planuojamas 6% mažėjimas. Bendrai tikimasi, kad 2022 metais Lietuvos ekonomikos augimas tęsis, tačiau dėl Rusijos karo Ukrainoje bendrojo vidaus produkto augimas bus lėtesnis nei projektuota 2021 metų pabaigoje ir sieks 1,6%, kai pernai buvo laukta 3,7%. Situacija kitose Baltijos šalyse panaši: European Bank (2022) duomenimis, Estijos BVP augimas 2022 metais turėtų sulėtėti iki 2 proc., o Latvijos iki 1,8 proc., kai pernai buvo tikėtasi 4,2% augimo (Latvian information agency, 2022). Baltijos šalių realiųjų BVP kitimą analizuoja ir statistikos portalas Trading Economics (2022), kuris kartu pateikia ir realiojo bendrojo vidaus produkto prognozes artimiausiam ketvirčiui (4 pav.).



4 pav. Baltijos šalių realiojo BVP augimo tempai ir 2022 II ketvirčio prognozė, procentais. Sudaryta pagal Trading Economics, 2022.

Iš paveiklo matosi, kad Baltijos šalių bendrojo vidaus produkto augimo tempai jau anksčiau buvo pradėję mažėti, tačiau prognozuojamas 2022 II ketvirčio BVP augimo tempo sulėtėjimas (žr. žalią liniją 4 pav.) jau bus paveiktas Ukrainoje vykstančio karo, dėl ko dar labiau spartės infliacijos augimas ir eksporto mažėjimas.

Karo pasekmės jaučiamos ne tik tarp kariaujančių šalių, bet ir visame pasaulyje, nes valstybės viena su kita yra susietos prekybos ryšiais. Tokiais atvejais labiausiai nuo išorinio neigiamo poveikio nukenčia valstybės, kurių ekonomikos augimas yra paremtas eksportu. Būtent dėl to sudėtinga geopolitinė situacija turės neigiamą poveikį Baltijos šalims, kurios aktyviai prekiaavo su šiuo metu kariaujančiomis šalimis. Didėjantys infliacijos tempai, žaliavų trūkumas gali pristabdyti eksportą, o tai įtakos ir bendrą ekonominės gerovės sulėtėjimą.

Išvados

1. Moksliniuose tyrimuose atskleista, kad vykstant karui šalyse padidėja infliacija, sumažėja eksportas, padidėja netikrumas, skolų augimas, pasikeičia santykiai tarp valstybių ir bendrai ekonominė gerovė mažėja. Galima teigti, kad ir Rusijos karo Ukrainoje atveju poveikis bus panašus, nes Vakarų valstybių pritaikytos sankcijos Rusijai ir Baltarusijai sukelia žaliavų trūkumą, įvairių produktų kainų kilimą šalyse ir trūkinėjančius prekybinius ryšius.

2. Empirinis Baltijos šalių makroekonominių rodiklių tendencijų tyrimas parodė, kad kaimyninių šalių ekonomikos augimas dėl geopolitinės situacijos 2022 metais turėtų sulėtėti, nes yra prognozuojama, kad infliacija ateityje tik dar labiau kils, o eksporto apimtys mažės, o tai turės įtakos bendram ekonominiam aktyvumui šalyse, kurių ekonomikos augimas yra grįstas eksporto plėtra.

Literatūra

1. Ąboliš, M. (2021). Baltijos šalių ekonomika ir toliau auga, tačiau nuotaikos prastėja. Prieiga per internetą: <https://www.citadele.lt/lt/actualities/2020/growth/>
2. Aleksashenko, S. (2022). *How much damage will sanctions do to Russia?*. Prieiga per internetą: <https://www.aljazeera.com/opinions/2022/3/3/how-much-damage-will-sanctions-do-to-russia>
3. Anderton, C., Carter, J. (2001). The Impact of War on Trade: An Interrupted Times-Series Study. *Journal of Peace Research*. Prieiga per internetą: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022343301038004003>

4. BNS. (2022). ES sugriežtino sankcijas Baltarusijai: tarp jų – kalio trąšų eksporto draudimas. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/verslo-aplinka/2022/03/02/es-paskelbe-sankcijas-22-baltarusijos-kariskiams-del-minsko-vaidsmens-kare-pries-ukraina>
5. BNS. (2022). *Žiniasklaida: Bideno administracija gali be europiečių įvesti embargą Rusijos naftai*. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/pasaulyje/6/1637787/ziniasklaida-bideno-administracija-gali-be-europieciu-ivesti-embarga-rusijos-naftai>
6. Castree, N., Kitchin, R., & Rogers, A. (2013). *Geopolitics. A Dictionary of Human Geography*. Oxford University. Prieiga per internetą: https://researchguides.dartmouth.edu/human_geography/geopolitics
7. Central Statistical Bureau of Latvia. (2021). Prieiga per internetą: <https://www.csp.gov.lv/lv>
8. Čiuplys, R. (2022). *TVF: karo Ukrainoje eskalacija sukeltų griauinančią ekonominę žalą*. Prieiga per internetą: <https://kauno.diena.lt/naujienos/pasaulis/ekonomika-ir-politika/tvf-karo-ukrainoje-eskalacija-sukeltu-griaunancia-ekonomine-zala-1067163>
9. Dabušinskas, A. (2022). *Lietuvos ekonomika šoką patirs per tris kanalus*. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1645689/karo-ukrainoje-poveikis-lietuvos-ekonomikai-truks-vairuotoju-kurie-isejo-ginti-tevynes-rusiskus-metalus-siulo-keisti-braziliskais>
10. Deveikis, J. (2022). *Karo Ukrainoje poveikis Lietuvos ekonomikai: trūks vairuotojų, kurie išėjo ginti tėvynės, rusiškus metalus siūlo keisti braziliskais*. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1645689/karo-ukrainoje-poveikis-lietuvos-ekonomikai-truks-vairuotoju-kurie-isejo-ginti-tevynes-rusiskus-metalus-siulo-keisti-braziliskais>
11. European Bank. (2022). *EBRD sees war on Ukraine causing major growth slowdown*. Prieiga per internetą: <https://www.ebrd.com/news/2022/ebrd-sees-war-on-ukraine-causing-major-growth-slowdown.html>
12. Finansų ministerija. (2022). *Lietuvos ekonomika šiemet augs 1,6%, kainos kils 9,8%*. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/03/31/finansu-ministerija-lietuvos-ekonomika-siemet-aug-16-kainos-kils-98>
13. Glick, R., Taylor, A. (2005). *Collateral Damage: Trade Disruption and the Economic Impact of War*. Prieiga per internetą: <https://www.frbsf.org/economic-research/wp-content/uploads/sites/4/wp05-11bk.pdf>
14. Holland, B. ir kiti. (2022). *Trys scenarijai: kokia grėsmė dėl karo Ukrainoje kyla pasaulio ekonomikai*. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/verslas/bloomberg/trys-scenarijai-kokia-gresme-del-karo-ukrainoje-kyla-pasaulio-ekonomikai.d?id=89560051>
15. Kalendienė, J. (2022). *Karas Ukrainoje koreguoja eksporto prognozes: labiausiai kentės reeksportu užsiimantis verslas*. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/karas-ukrainoje-koreguoja-eksporto-prognozes-labiausiai-kentes-reeksportu-uzsiimantis-verslas.d?id=89848327>
16. Kasekamp, A. (2018). *History of the Baltic States. Palgrave essential histories*. Prieiga per internetą: https://books.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=QDA5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=baltic+states&ots=XWl3M90d52&sig=mn_l14QKN5gQ6Jsk8EgUT90WDi0&redir_esc=y#v=onepage&q=baltic%20states&f=false
17. Latvian information agency. (2022). *Central bank cuts Latvia's GDP forecast for this year to 1.8%*. Prieiga per internetą: Latvian information agency. (2022). <https://www.leta.lv/eng/home/important/A6F70C61-71D9-4FC9-BE63-3EED89D7F2B/>
18. Lietuvos statistikos departamentas. (2022). Prieiga per internetą: <https://www.stat.gov.lt/>
19. Luminor. (2019). *Baltijos šalių ekonomikos perspektyvos*. Prieiga per internetą: <https://www.luminor.lt/lt/analitiku-prognozes/baltijos-saliu-ekonomikos-perspektyvos-2019-m-pavasaris>
20. Okpe, A., Ikpesu, F. (2021). Effect of Inflation on Food Imports and Exports. *The Journal of Developing Areas*, 4 (55), 1-10. Prieiga per internetą: <https://muse.jhu.edu/article/794033/pdf>
21. Pettinger, T. (2022). *Economic impact of war*. Prieiga per internetą: <https://www.economicshelp.org/blog/2180/economics/economic-impact-of-war/>
22. Pryšmantas, V., Alonderytė, E. (2022). *Metalu ir mediena su Rusija prekiaujančios įmonės: prekyba stoja, kainos auga*. Prieiga per internetą: (<https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1632630/metalu-ir-mediena-su-rusija-prekiaujancios-imones-prekyba-stoja-kainos-auga>)

23. Snieška, V. (2022). *Rusijos ekonomikos griūties slenkstis – čia pat*. Prieiga per internetą: <https://kauno.diena.lt/naujienos/nuomones/nuomones/rusijos-ekonomikos-griuties-slenkstis-cia-pat-1067054>
24. Statistics Estonia. (2021). Prieiga per internetą: <https://data.stat.ee/profile/partner/ru/?locale=en>
25. Statistics Estonia. (2022). Prieiga per internetą: <https://andmed.stat.ee/et/stat>
26. Šimonytė, I. (2022). *Apie karo Ukrainoje įtaką globaliai ekonomikai: Vyriausybė situaciją akylai stebi*. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1633776/simonyte-apie-karo-ukrainoje-itaka-globaliai-ekonomikai-vyriausybe-situacija-akylai-stebi>
27. The World Bank. 2021. Prieiga per internetą: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?end=2020&locations=LT-LV-EE&start=1995&view=chart>
28. Thompson, W., Zuk, G. (1982). *War, Inflation, and the Kondratieff Long Wave*. Prieiga per internetą: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022002782026004003>
29. Trading Economics. (2022). Prieiga per internetą: <https://tradingeconomics.com/lithuania/imports-by-country>

IMPACT OF THE GEOPOLITICAL SITUATION (WAR IN UKRAINE) ON BALTIC EXPORTS

Summary

The resulting difficult geopolitical situation has sparked interest in what lies ahead. Present events in Ukraine are affecting other countries through Western sanctions restricting trade with Russia and Belarus. This situation is particularly acute in countries whose economic growth is heavily dependent on exports. Therefore, the article analyzes the situation of the Baltic States, whose economy is driven by exports, and the warring countries were one of the main trading partners of the Baltic States. At the end of the article, it was found that the current situation increases inflation and reduces exports, as a result of which the economic activity of the studied countries will soon start to slow down.

BRITISH PETROLEUM NUOSAVO IR SKOLINTO KAPITALO BEI DIVIDENDŲ POLITIKOS ANALIZĖ

Gabrielė Ližaitytė

Mokslinis vadovas(ė) –doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

Kauno technologijos universitetas

Ivadas

Šiais nuolat besikeičiančios ekonomikos laikais pastebimi dideli naftos kainų pokyčiai, kurie daro įtaką viso pasaulio ekonomikai, o kokią įtaką daro naftos įmonių nuosavo kapitalo, skolinto kapitalo politikoms ir dividendų politikai? Pokyčiai naftos rinkoje prasidėjo kartu su pasauline pandemija, 2020 metų kovo mėnesį, kai buvo pradėtos sankcijos pandemijai valdyti, šios priemonės paveikė ir sumažino ekonominį aktyvumą, dėl to krito naftos paklausa visame pasaulyje. Nors tai reikšmingai paveikė naftos kainas, joms dar didesnę smūgį sudavė nepavykęs OPEC+ šalių susitarimas sumažinti naftos gavybos apimtį. Tai lėmė daugiau nei perpus atpigusią naftą. Kritus naftos kainoms, reikšmingai atpigo ir naftai imli produkcija: degalai ir tepalai. Nors gegužės mėn. galiausiai buvo priimtas OPEC+ šalių susitarimas sumažinti naftos gavybos apimtį ir tai padėjo kilstelėti naftos kainas, jos tebėra maždaug trečdaliu mažesnės nei metų pradžioje.

Analizuojama įmonė British Petroleum yra tarptautinė, kuri užsiima nafta ir dujomis. 2020-aisiais metais „Forbes Global 2000“ British Petroleum įmonė buvo įvardyta, kaip 35-oji įmonė pagal dydį visame pasaulyje. Siekiant patikrinti įmonės finansinius rodiklius, reikia pasitelkti bendrovėje skelbamas finansines ataskaitas, tokias kaip balansas, pelno nuostolio ataskaitos ir kt. (Almansoori et al. 2021). Tik atlikus įmonės finansinių ataskaitų analizę bei plačiau paanalizavus nuosavo bei skolinto kapitalo politiką reikalingas vertinimas, kuris galėtų palyginti skirtingų įmonių finansinius rezultatus ir galėtų padėti investuotojams ir analitikams (Myškova ir Harek, 2017). Svarbiausias investuotojams aspektas yra dividendai. Atsižvelginat į tai, jog dividendų mokėjimas tiesiogiai veikia kompanijos padėtį, dividendų politikos sprendimai yra ypač svarbūs įmonės veiklos rezultatams ateityje. Finansų valdymo tikslas yra maksimizuoti akcininkų turtą, tai yra maksimizuoti įmonės vertę, kuri matuojama paprastosios akcijos kaina. Šio tikslo siekiama, norint pasiekti investuotojams teisingą jų investicijų grąžą. Todėl valdymo tikslas turėtų būti optimalios dividendų politikos atradimas, kuri didindų bendrovės vertę (Suwanna, 2012). Šią įmonę tikslinga vertinti su kitomis tos pačios pramonės šakos gigantėmis, tokiomis kaip Rusijos naftos įmonė „Lukoil“ bei JAV naftos produktų platintoja „Royal Dutch Shell“. Tiksliam įvertinimui reikalinga žinoti dabartinę padėtį. Finansiniai rodikliai, atspindintys skirtingus verslo aspektus, gali būti tinkamiausi finansiniams rezultatams vertinti. Finansiniai rezultatai gali parodyti stipriausią ir silpniausią įmonės finansinio aspekto pusę (Omondi-Ochieng, 2018). Svyravimų įmonės finansinėse ataskaitose tikrai galima pastebėti, kadangi, tyrimas vykdomas 2018 – 2020 metais, dėl to galima pastebėti ir pasaulinės pandemijos metu įvykusių pasikeitimų įmonės finansinėse ataskaitose. Nepaisant patirtų sunkumų įmonė siekia viešinti įvairias perspektyvas, kuriomis galėtų gauti papildomą finansavimą British Petroleum platina akcijas rinkoje. Analizuojant pagrindinius investicinius ir finansavimo galimybių bruožus. Finansinių rodiklių analizė yra ne kokybinis, o kiekybinis, dėl to kyla sunkumų analizuojant valdymo kokybę. Tačiau ar tai gali būti naudinga, jei finansinė analizė parodo tik dalį visos istorijos (Linares-Mustarós 2018). Naftos produktus parduodančių įmonių analizė yra naudinga norint nustatyti metinę infliaciją, kadangi, beveik visų produktų kaina priklauso nuo naftos 345 rtf b produktų kainos, naftos kainoms kylant, kyla transportavimo kaštai, o dėl šių kyla maisto produktų, namų apyvokos prekių kainos. Stebint kainų augimą, jei naftos kainos auga sparčiai, galime pastebėti didelę infliaciją, dėl to gali pasikeisti ir vartotojų elgsena, žmonės pradės mažiau keliauti, kadangi

kuro kainos bus didesnės, rečiau rinksis prabangos prekes, nes privalės išleisti daugiau pragyvenimui, kurui, maisto produktams ir t.t.

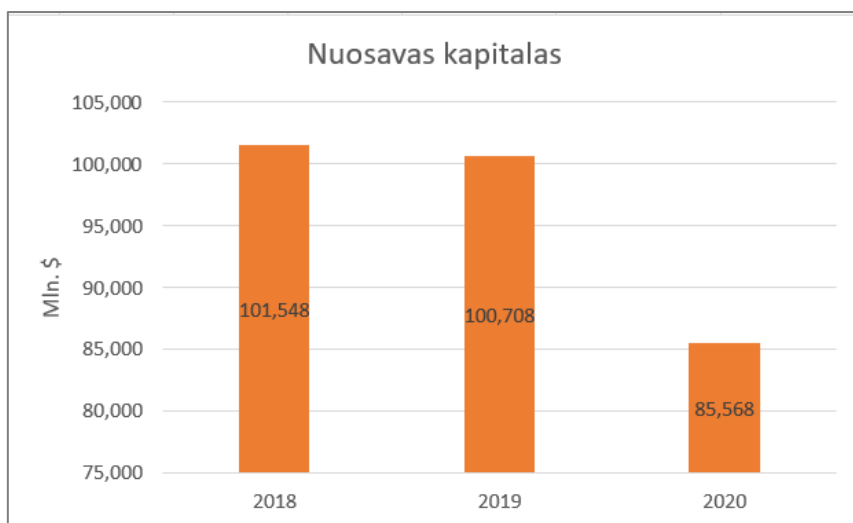
Straipsnio tikslas – Išanalizuoti naftos kompanijos nuosavą ir skolintą kapitalą bei dividendų politiką.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išanalizuoti „British Petroleum“ nuosavą kapitalą.
2. Išanalizuoti „British Petroleum“ skolintą kapitalą
3. Palyginti „British Petroleum“ skolintą kapitalą su kitomis, tos pačios pramonės šakos įmonėmis.
4. Išanalizuoti „British Petroleum“ dividendų politiką.

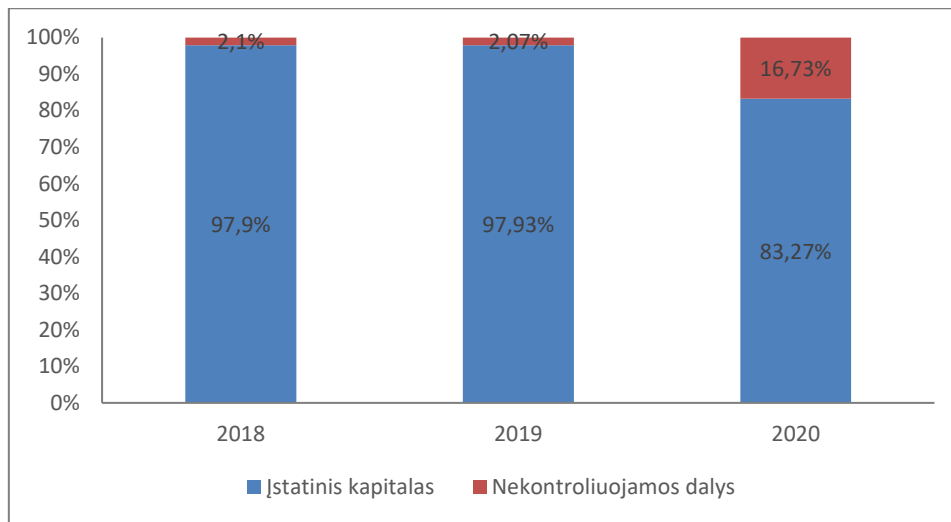
British Petroleum nuosavo kapitalo analizė

British Petroleum yra tarptautinė naftos ir dujų gavybos bendrovė. Pagal 2020 metų pajamas yra ketvirta pagal dydį naftos bendrovė pasaulyje. Kitų įmonių toje pačioje pramonės šakoje nuosavo kapitalo mastas panašus, į British Petroleum kapitalą. Atlikus nuosavo kapitalo tendencijų analizę pastebima, jog 2019 metais metais nuosavas kapitalas sumažėjo 0,8 proc. (0,840 mln. Dolerių) dėl įstatinio kapitalo mažėjimo (mažėjo 1 proc.). 2020 metais taip pat pastebimas nuosavo kapitalo mažėjimas apie 15 proc. (15,140 mln. Dolerių). Šio mažėjimo priežastis taip pat būtų įstatinio kapitalo mažėjimas, kuris siekė 27,6 proc. (27,162 mln. Dolerių).



1 pav. „British Petroleum“ nuosavo kapitalo vertė analizuojamu 2018 – 2020 metų laikotarpiu

Atlikus struktūros analizę 2 pav. dėka, kuris parodo British Petroleum nuosavo kapitalo pagrindinių dalių pokytį struktūroje analizuojamu laikotarpiu galime įvertinti, koku procentu kiekviena dalis sudaro nuosavo kapitalo 2018 – 2020 metais. Matyti, kad 2018 – 2020 metų laikotarpiu didžiausią dalį sudaro įstatinis kapitalas: 2018 – 97,9 proc., 2019 – 97,7 proc. ir 2020 – 83,3 proc. 2020 metais įstatinio kapitalo mažėjimą lėmė pasaulinė pandemija, kadangi, įmonė laikosi stabilios dividendų politikos, British Petroleum grynasis pelnas buvo 35% mažesnis palyginus su 2019 metais, o dividendų išmokėjimo koeficientas nesikeitė, dėl pasirinktos dividendų mokėjimo politikos. Tuo tarpu 2020 metais nekontroliuojamoji dalis paaugo net 14,66%, palyginus su 2019 metais. British Petroleum 2020 metais įsigijo dukterinių įmonių, kurios padidino šią nuosavo kapitalo dalį.



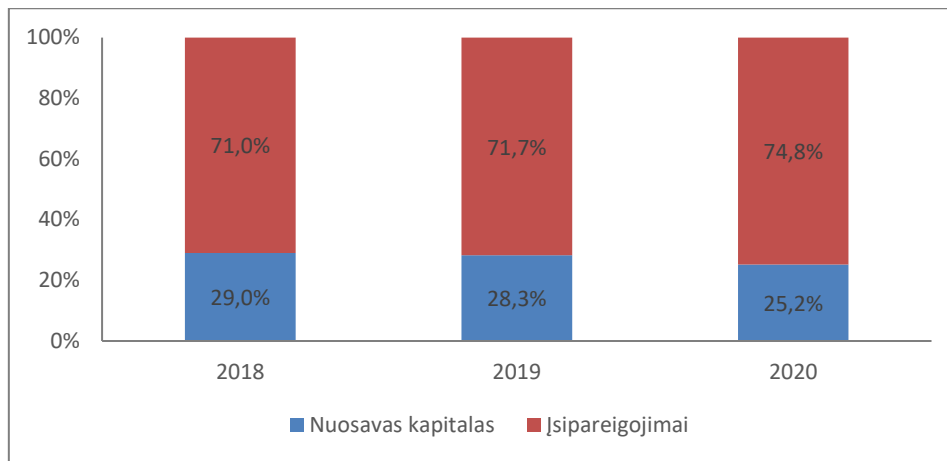
2 pav. „British Petroleum“ nuosavą kapitalą sudarančios dalys 2018 – 2020 metų laikotarpiu

Didžiulį naujų investuotojų skaičiaus augimą buvo galima pastebėti 2020 metų pavasarį, prasidėjus COVID – 19, kai žmonėms teko užsidaryti savo namuose ir atsirado daugiau laiko domėtis finansais ir investicijomis, taip teigia Marčiulaitis (2020). Tačiau, British Petroleum įmonės atveju investicijos sumažėjo, šiam nuosavo kapitalo sumažėjimui darė įtakos tai, jog nekontroliuojama dalis yra dukterinių įmonių įmonių įstatinio kapitalo dalis, o British Petroleum didžioji akcijų dalis priklauso investavimo institucijoms, o šios atsižvelgė į ekonominę ir politinę situaciją bei valdydamos profesionaliai riziką sumažino investicijų sumas. Vos 9,17% akcijų priklauso valstybinėms institucijoms, dėl to tarptautinės įmonės tokios kaip, „State Street Corporation“, „BlackRock, Inc.“, „Dimensional Fund Advisors, Inc.“, „Fisher Investments“, „Menora Mivtachim Holdings Ltd.“, profesionaliai valdo didžiąją dalį įmonės išleistų paprastųjų akcijų dalį bei mažindamos riziką, jos akcijas pradėjo pardavinėti.

Sumažėjęs pasaulio ekonomikos aktyvumas bei suprastėję ateities lūkesčiai sumažino naftos paklausą ir reikšmingai prisidėjo prie naftos kainų kritimo, ko pasekoje investavimo įmonės norėdamos apsaugoti savo investicijas, pardavinėjo savo akcijas, dėl nestabilios ekonominės padėties bei taikomų pandemijos apribojimų. British Petroleum įmonės nekontroliuojamajai daliai padidėjus, dėl įsigytų daugiau dukterinių įmonių, didžiausi pasaulio investuotojai susidomėjo šiuo British Petroleum įmonės strateginiu žingsniu. Įsigijusi dukterinių įmonių skatina, pritraukti daugiau investicijų.

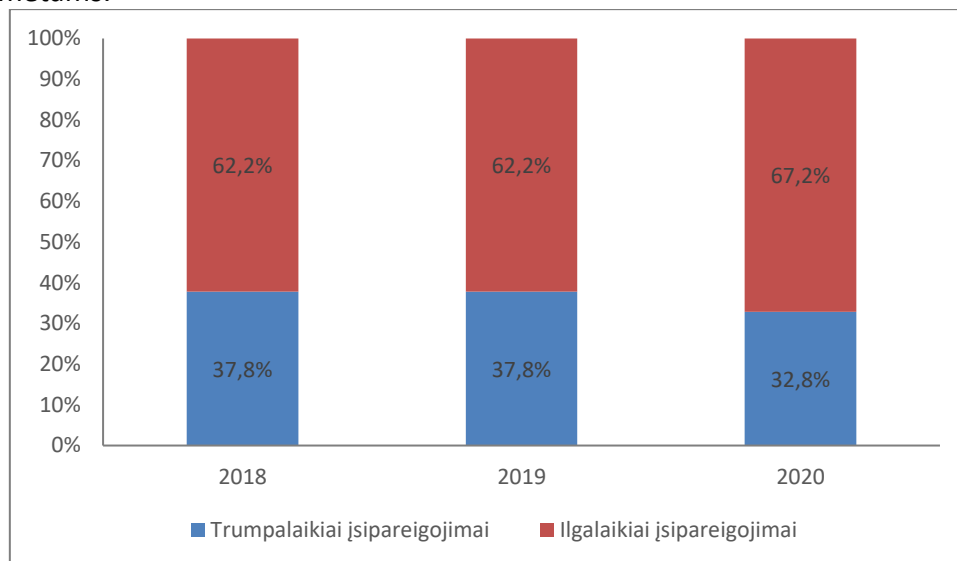
British Petroleum skolinto kapitalo analizė

Atlikus struktūros analizę tiriant, kokią dalį visoje nuosavo kapitalo ir įsipareigojimų struktūroje užima skolintas kapitalas, matome (3pav.), jog skolintas kapitalas užima didesnę dalį visu analizuojamu laikotarpiu 2018 m. – 71%, 2019 m. – 71,7%, 2020 m. – 74,8%, tuo tarpu nuosavas kapitalas užima 2018 m. – 29%, 2019 m. – 28,3%, 2020 m. – 25,2% visoje struktūroje. Tai parodo, jog įmonė didesnę dalį lėšų skolinasi nei yra nuosavame kapitale. Šis įmonės bruožas gali nepatikti kreditoriams.



3 pav. Nuosavo kapitalo ir įsipareigojimų struktūra analizuojamu 2018-2020 metų laikotarpiu

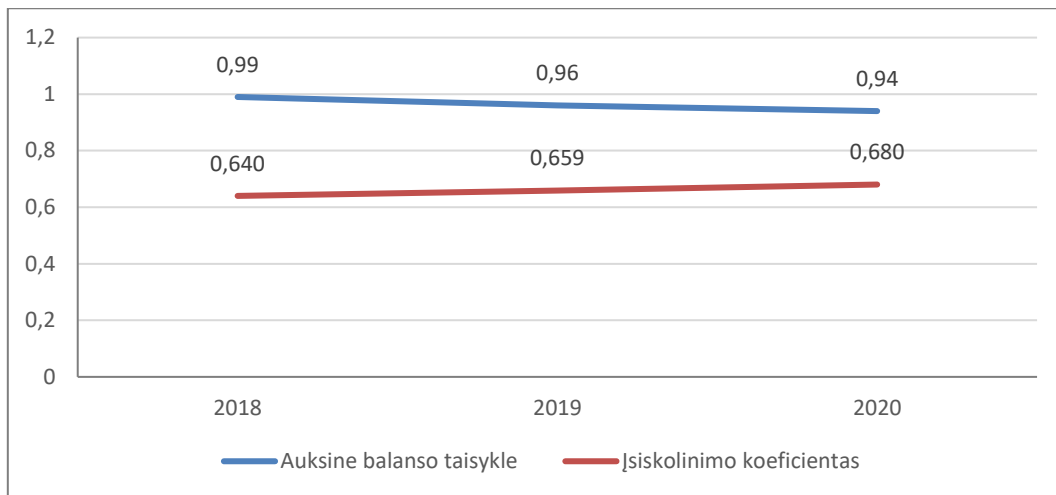
Tęsiant skolinto kapitalo analizę pagal (4 pav.) pastebime, jog British Petroleum įmonės skolinto kapitalo didžiąją dalį sudaro ilgalaikis skolintas kapitalas (55 803 mln. Dolerių arba 62,2 % visų finansinių įsipareigojimų). 2019 metai Trumpalaikių ir ilgalaikių įsipareigojimų struktūra nesikeitė, kadangi, tiek ilgalaikiai, tiek trumpalaikiai įsipareigojimai augo vienodu tempu, tačiau 2020 metais ilgalaikiai įsipareigojimai padidėjo 6,07 mln. Dolerių bei trumpalaikių ir ilgalaikių įsipareigojimų struktūroje padidėjo 5 %. Struktūroje šis augimas matomas ryškiau, kadangi, trumpalaikiai įsipareigojimai 2020 metais sumažėjo 1,13 mln. Dolerių. Ilgalaikiai įsipareigojimai 2020 metais paaugo, dėl to jog įmonė įsigijo dukterinių įmonių, kurios įsigyti skolinosi daugiau nei vieneriems metams.



4 pav. Trumpalaikių ir ilgalaikių įsipareigojimų struktūra analizuojamu laikotarpiu

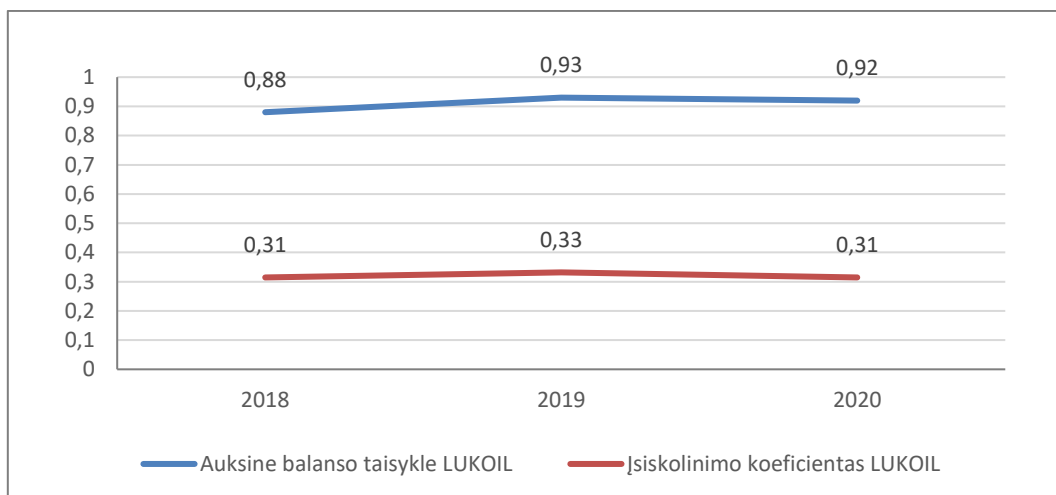
Tiksliau iširti skolinto kapitalo struktūrą padeda rodikliai susiję su įsipareigojimais. Auksinės balanso taisyklės koeficientas mažėjo nuo 0,99 2018 metais iki 0,94, šis pokytis yra siejamas su 2018-2020 metų laikotarpyje augo ilgalaikiai įsipareigojimai bei mažėjo savininkų nuosavybė. Kadangi rodiklis išliko mažesnis nei 1, galima teigt, jog ilgalaikis turtas buvo finansuotas iš pastovių finansavimo šaltinių.

Įsiskolinimo koeficientas parodo įmonės finansines skolas santykinai su jos visu turto. Analizuojamu laikotarpiu įsiskolinimo koeficientas buvo aukštesnis, nei rekomenduojamos ribos, tai reiškia, jog British Petroleum įmonė nuo 0,64 vienam turto vienetui skola paaugo iki 0,68 vienam turto vienetui. Jei šis rodiklis ir toliau kils, įmonei gali kilti mokumo problemų.

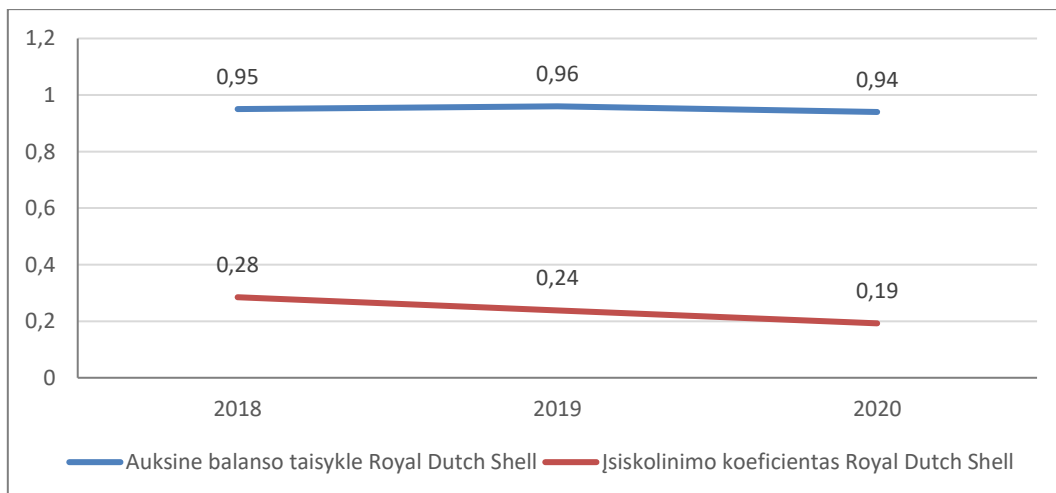


5 pav. Auksinės balanso taisyklės ir įsiskolinimo koeficiento dinamika analizuojamu laikotarpiu

Kaip Myškova ir Harek (2017 m.), teigia, jog reikalingas vertinimas, kad galėtų palyginti skirtingų įmonių finansinius rezultatus ir padėtų investuotojams ir analitikams padaryti geresnius sprendimus. Norint matyti tikslesnį naftos pramonės šaką, reikia lyginti su panašia veikla užsieninėmis įmonėmis, tokiomis kaip Rusijos naftos įmonė „Lukoil“ bei JAV naftos produktų platintoja „Royal Dutch Shell“.



4 pav. „Lukoil“ su skolomis susijusių rodiklių dinamika



5 pav. „Royal Dutch Shell“ su skolomis susijusių rodiklių dinamika

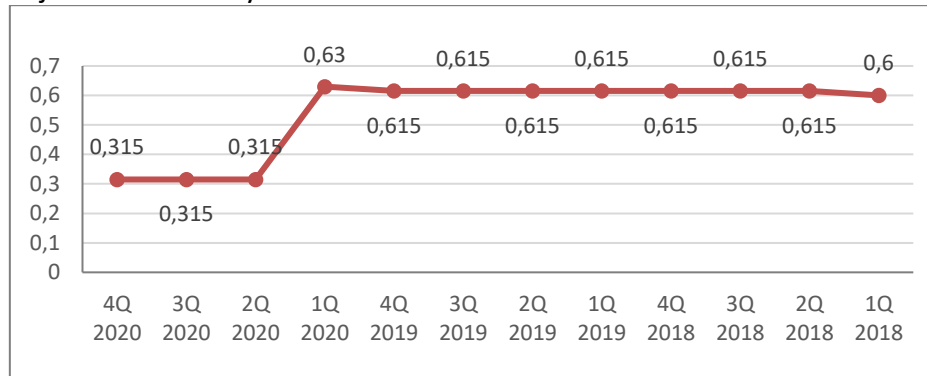
Įmonėje „Lukoil“ auksinė kapitalo taisyklės koeficiento reikšmė augo analizuojamu laikotarpiu nuo 0,88 iki 0,92, šiam koeficiento augimui turėjo įtakos augančios padidėjusios trumpalaikės skolos bei sumažėjęs ilgalaikis turtas. Ši įmonė ilgalaikį turtą finansuoja iš pastovių finansavimo šaltinių, kadangi, rodiklis neviršijo 1. Rusiško kapitalo įmonės „Lukoil“ įsiskolinimo koeficientas svyruoja, tačiau atitinka rekomenduojamas rodiklio ribas (0,2 – 0,5), jis parodo jog įmonė turi daugiau turto nei įsipareigojimų.

O JAV kapitalo gigantės „Royal Dutch Shell“ auksinės balanso taisyklės svyravimai buvo nežymūs, dėl minimaliai svyravusių ilgalaikių įsipareigojimų svyravimų. Šios įmonės ilgalaikis turtas, taip pat kaip kitų pramonės šakų analizuotų įmonių „British Petroleum“ ir „Lukoil“ finansuojamas iš pastovių finansavimo šaltinių. Tačiau įsiskolinimo koeficientas lyginant su kitomis analizuotomis įmonėmis, yra geriausias, tai reiškia, jog įmonė turi mažai įsiskolinimo ir yra patikima kreditoriams.

Taigi, tiek Rusijos naftos įmonės „Lukoil“, tiek JAV „Royal Dutch Shell“ nuosavo kapitalo yra daugiau, nei įsipareigojimų, palyginus su British Petroleum įmone, dėl to galime teigti, jog British Petroleum elgiasi agresyviai skolinimosi politikoje.

British Petroleum dividendų politikos analizė

British Petroleum įmonė laikosi stabilios dividendų mokėjimo politikos (6 pav.) matosi, jog nuo 2018 metų 2 ketvirčio iki 2019 metų 4 ketvirčio, mokėjo visiškai stabiliai 0,6150 GBP/pap.akcijai, vėliau analizuojamu laikotarpiu sumažėjo dividendų suma tenkanti vienai paprastajai akcijai. Sumažėjo, dėl pasaulyje paskelbtos COVID-19 pandemijos, būtent nuo 2020 metų 2 ketvirčio buvo sumažinta dividendų dalis vienai akcijai. British Petroleum dividendus moka kas ketvirtį, t. y. ketvirčio pabaigoje yra skaičiuojamas pelnas, pažiūri kokią dalį gali skirti dividendams ir po sprendimo praėjus 8 savaitėms yra išmokami dividendai.



6 pav. Pastovioji dividendų dalis tenkanti vienai akcijai analizuojamu laikotarpiu

Taigi, stebint (6pav.) grafiką matomas, aiškus dividendų pastoviosios dalies sumažėjimas, kuris įvyko, kai pasaulyje prasidėjo pasaulinė pandemija COVID – 19. Nepaisant, nestabilios ekonominės padėties rinkoje, British Petroleum išlaiko pastovią dividendų politiką.

Išvados

1. Naftos gigantės „British Petroleum“ nuosavas kapitalas sumažėjo 2020 metais, šiam pasikeitimui darė įtaką pasaulinė pandemija, kurios metu naftos produktų kaina smarkiai smuko žemyn, ko pasekoje krito ir įmonių akcijos. Stambūs investuotojai matydami visą situaciją profesionaliai įvertino riziką ir sustabdė investicinius projektus.

2. Analizuojamos įmonės „British Petroleum“ ilgalaikiai įsipareigojimai analizuojamu laikotarpiu, 2018-2020 metais, augo. Didėjimui įtakos darė sustabdyti investuotojų projektai.

Įmonės įsiskolinimo koeficientas buvo aukštesnis nei rekomenduojama, tačiau dėl ilgalaikių įsipareigojimų augimo ir šis minimaliai paaugo.

3. Kitose naftos įmonėse 2018-2020 metais situacija su skolintu kapitalo buvo geresnė, nei „British Petroleum“. Jų kapitalas pakito nežymiai prasidėjus pasaulinei pandemijai, tačiau tiek Rusijos kapitalo įmonės „Lukoil“, tiek JAV „Royal Dutch Shell“ turi daugiau nuosavo turto nei skolinto.

4. British Petroleum naftos ir dujų įmonė laikosi pastovios dividendų mokėjimo politikos. Dividendų mokėjimui turėjo įtakos pasaulinė pandemija. Dividendų mokama pastovioji dalis akcijai sumažėjo beveik 50 %.

Literatūra

1. Almansoori, Maitha Sultan ir Almansoori, Mouza Hadeef ir Almansoori, Mouza Mohamed Ir Almansoori, Afra Rashed ir Alhammadi, Ayesha Abdulla ir Alnuaimi, Shaikha Mubarak ir Nobanee, Haitham ir Nobanee, Haitham, Financial Analysis of Adnoc (July 28, 2021). Pieiga per internetą: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3895246>
2. Finansinės ataskaitos. Prieiga per internetą: <https://finance.yahoo.com/quote/BP/balance-sheet?p=BP>
3. Linares-Mustarós, S., Coenders, G. and Vives-Mestres, M. (2018). Financial performance and distress profiles. From classification according to financial ratios to compositional classification.1-10. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2017.10.003>
4. Marčiulaitis T. (2020 metai). Kaip pradėti investuoti. Prieiga per internetą: <https://letaspelnas.lt/2020/02/04/kaip-pradeti-investuoti/#more-124>
5. Myšková, R. and Hájek, P. (2017). *Comprehensive assessment of firm financial performance using financial ratios and linguistic analysis of annual reports*. Journal of International Studies: Fundacja Centrum Badań Socjologicznych., 96 – 108. . doi:10.14254/2071-8330.2017/10-4/7
6. Omondi-Ochieng, P. (2018). *US table tennis association: a case study of financial performance using effectiveness indicators and efficiency ratios*. Managerial Finance: Emerald Publishing Limited., 189 – 206. Doi: <https://doi.org/10.1108/MF-10-2017-0393>
7. Suwanna, T. (2012). Impacts of Dividend Announcement on Stock Return. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 40, 721 – 725. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.03.255

ANALYSIS OF BRITISH PETROLEUM'S EQUITY AND BORROWED CAPITAL AND DIVIDEND POLICY

Summary

The analysis of companies selling petroleum products is useful in order to determine annual inflation, since the price of almost all products depends on the price of oil products, as oil prices rise, transportation costs increase, and these lead to higher prices of food and household goods. Observing the price increase, if oil prices are rising rapidly, we can see high inflation, which can also lead to a change in consumer behavior, people will start to travel less (because fuel prices will be higher, they will choose prebang goods less often, because they will have to spend more on living, fuel, food, etc.)

British Petroleum's equity fell in 2020, weighed down by a global pandemic in which the price of oil products plunged sharply, leading to a fall in the company's shares. Large investors, seeing the situation, professionally assessed the risks and suspended investment projects.

British Petroleum's long-term liabilities grew during the analysis period, 2018-2020. The increase was influenced by the suspension of investor projects. The company's debt ratio was higher than recommended, but due to the growth of long-term liabilities and this has increased significantly.

In other oil companies, the situation with borrowed capital in 2018-2020 was better than that of British Petroleum. Their capital has changed slightly since the global pandemic began, but both Russian capital firms Lukoil and U.S. royal Dutch Shell have more equity assets than borrowed ones.

LIETUVOS IR ŠVEDIJOS KULTŪRŲ SKIRTUMAI PAGAL INGLEHART-WELZEL KULTŪRŲ ŽEMĖLAPĮ

Kornelija Andrijauskaitė ir Iveta Babenskaitė
Mokslinė vadovė – lektorė Monika Budrikaitė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Kiekvienos visuomenės vertybės ir prioritetai yra skirtingi, bet tai yra labai svarbi kultūros dalis, tyrinėjant kiekvienos valstybės vertybes galima rasti įdomių paralelių su demokratizacija ar net technologijų pažanga. Organizacija, kuri renka duomenis apie visų šalių vertybes yra *World Value Survey*. Šioje organizacijoje yra susibūręs pasaulinis mokslininkų tinklas, kuris stebi ir tyrinėja vertybes visame pasaulyje ir vertybių poveikį politikai bei socialiniam gyvenimui. *World Value Survey* duomenys taip pat buvo naudojami Ingleharto kultūros matmenims, iliustruotiems kultūros žemėlapyje. *Kultūrų žemėlapis* teorija yra ta, kad daugumą verčių skirtumų yra įmanoma paaiškinti dviem aspektais, X ir Y ašimis, o tai, pasak Ingleharto, sudaro net 70 proc. skirtumų įvairiose šalyse (*World Values Survey*, (n.d.)). *Kultūrų žemėlapis* svarbu nagrinėti, kadangi galima analizuoti šalių vertybes ir stebėti kaip bėgant laikui jos kinta, susidaryti nuomones apie šalių vertybių kismą bei prioritetus.

Sociologijos ir politikos mokslų darbuose apie kultūros pokyčius dominuoja modernizacijos teorija, kuri teigia, kad nuolatinis ekonomikos vystymasis eina kartu su nuspėjamais normų, vertybių ir įsitikinimų pokyčiais. Perėjimas nuo industrinės prie postindustrinės visuomenės sukelia esminius kasdienės žmonių patirties pokyčius, kurie atsispindi besikeičiančioje pasaulėžiūroje. Individualaus apsisprendimo akcentavimas eina kartu su lygių galimybių akcentavimu, todėl atsiranda emancipacinės vertybės, palaikančios visuotines laisves (Beugelsdijk & Welzel, 2018).

Tikslas – išnagrinėti lietuvių ir švedų kultūrų skirtumus pagal 1996-2020 metų Inglehart – Welzel *Kultūrų žemėlapis*.

Uždaviniai:

1. Pateikti lietuvių ir švedų vertybes teoriniu aspektu.
2. Aptarti lietuvių ir švedų vertybes pagal Inglehart-Welzel pasaulio *Kultūrų žemėlapis*.

Lietuvių ir švedų vertybės teoriniu aspektu

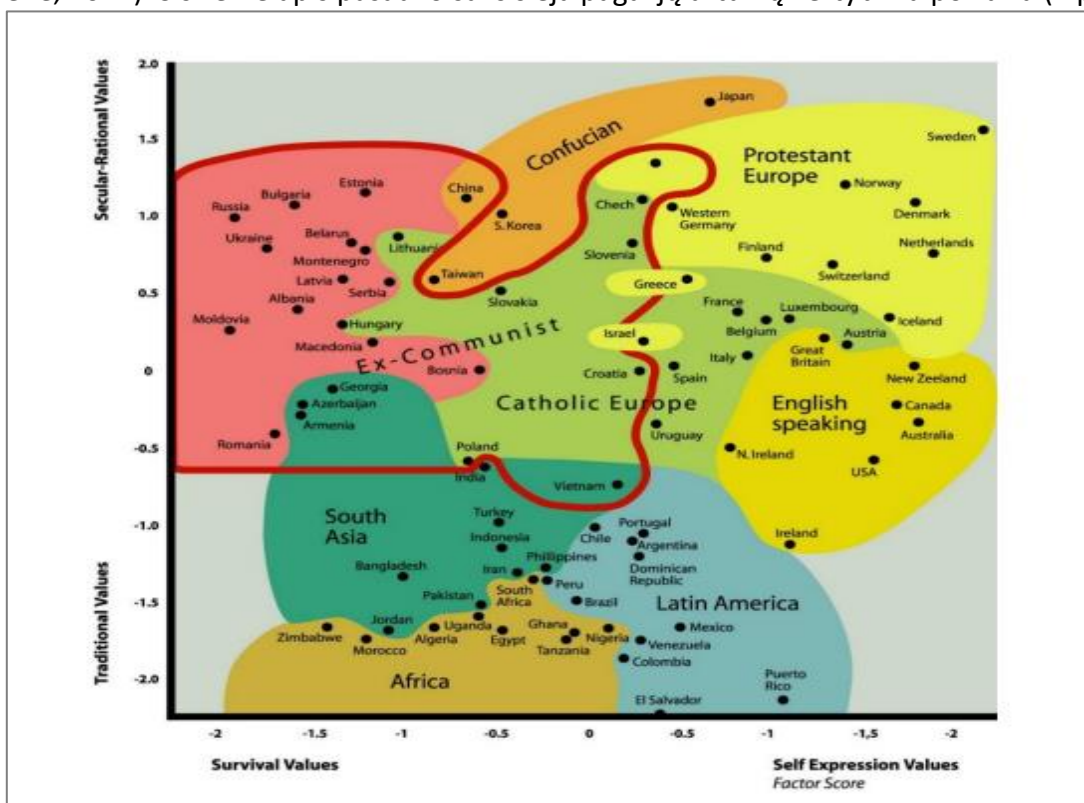
Lietuvos vertybės dar šiais laikais išlieka tradicinėje pusėje, kai Vakarų Europos šalys jau senokai atitolę nuo jų. Lietuvoje iki šiol vyrauja branduolinės šeimos modelis, akcentuojama santuokos svarba. Lietuviams būdingas jaunas pirmosios santuokos sudarymo amžius, palyginus su kitomis Europos valstybėmis. Lietuvoje santykinai labai mažas nesutuoktinių vaikų skaičius. Lieka svarbios nuo komunistinės Lietuvos užsilikusios materialiosios vertybės, kurios dabar labai lengvai atpažįstamos darbo rinkoje (Žiliukaitė, Poviliūnas ir Savicka, 2016). Vakarų Europos šalyse, įskaitant ir Švediją, mažėjant darbo, kaip gyvenimo veiklos, tiek gero atlyginimo už darbą svarba, išryškėja požiūris į darbą, kaip į asmeninį tobulėjimą bei saviraiškos galimybę, tačiau kol kas Lietuvos visuomenei tai dar yra nebūdinga. Lietuvoje taip pat klesti stipri religinė tapatybė. Šis aspektas gali sietis su tuo, kad Lietuvoje, palyginus su Švedija, tokie klausimai, kaip abortai, skrybos, homoseksualumas, svetimavimas, prostitucija yra visiškai nepateisinami, nes Lietuvos visuomenė yra konservatiškesnė (daugiausiai dėl religingumo), o tuo tarpu Švedija yra labai tolerantiška viskam, kas susiję su asmenine ir seksualine morale (Žiliukaitė, Poviliūnas ir Savicka, 2016). Švedija garsėja lygiateisiškumu ir individualizmu, tačiau vaikų ugdyme pirmenybė teikiama tokioms svarbioms visuomenės vertybėms, kaip tarpasmeninis bendravimas ir bendradarbiavimas (Piero S. Colla,

2018). Tuo tarpu Lietuvos vaikų ugdyme tokioms vertybėms pirmenybė nėra teikiama (Žiliukaitė, Poviliūnas ir Savicka, 2016).

Taigi, apibendrinant aptartus aspektus galime teigti, kad Lietuva yra daug religingesnė ir konservatiškesnė už Švediją, todėl tarp šių šalių yra didelis tolerancijos, asmeninės ir seksualinės moralės aspektu, skirtumas. Taip pat Lietuvoje, labiau nei Švedijoje, yra įprastesnis branduolinis šeimos modelis. Ugdymo procese Švedijoje labiau skatinamas bendradarbiavimas, nei mūsų šalyje. Darbo sferoje Lietuvos visuomenė dar laikosi materialumo vertybių, kai norima kuo didesnio atlygio už darbą, o Švedijoje, kaip ir kitose Europos valstybėse, populiarėja požiūris į darbą, kaip saviraiškos ir tobulėjimo galimybę ir atlygis už jį nėra pirmenybė.

Lietuvių ir švedų vertybių lyginimas pagal Inglehart-Welzel pasaulio kultūros žemėlapi

Kultūrų žemėlapis yra sudaromas lyginant du pagrindinius matmenis: tradicines vertybes prieš pasaulietines – racionaliąsias vertybes bei išgyvenimo vertybes prieš savirealizacijos vertybes (Liubinienė, 2021). Šis žemėlapis pasaulio šalis sieja pagal jų artumą vertybiniu požiūriu (1 pav.).



1 pav. Ronaldo Ingleharto ir Christiano Welzelio Kultūrų žemėlapis, (1996).

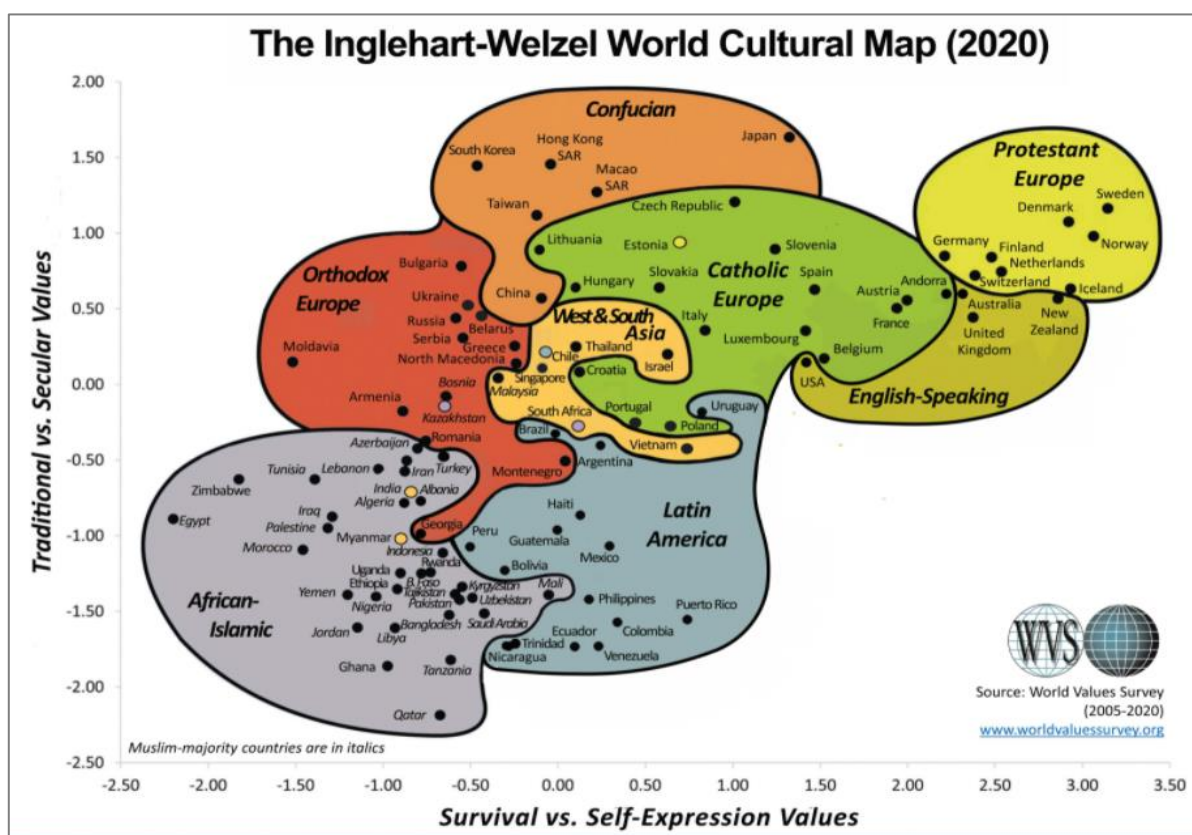
Šaltinis sudarytas: *World Values Survey*, wave 4

Kiekvienais metais šis žemėlapis yra peržiūrimas ir koreguojamas, kadangi šalys gali judėti ir keisti savo poziciją jame. Šalies pasikeitimą žemėlapyje gali lemti socialiniai ar ekonominiai pokyčiai, pavyzdžiui, šalys, kurios tampa turtingesnės, tai keičiasi jų gyvenimo kokybė bei prioritetai (Bureau works, (n.d.)). Šiame žemėlapyje (žr. 1-ąjį pav.) viena ašis (Y) atspindi tradicinių religinių vertybių ašį prieš pasaulietines racionaliąsias vertybes, o antroji ašis (X) yra išgyvenimo vertybės, palyginamos su postmaterialistinėmis saviraiškos reikmėmis (Korotayev, Slinko, Meshcherina & Zinkina, 2020).

Tradicinės vertybės yra suvokiamos kaip: religija, šeimos vertinimas, tradicinės socialinės vertybės, pasitikėjimas valdžia. O pasaulietinės – racionaliosios vertybės turi priešpriešą tradicinėms vertybėms, taigi tokios visuomenės žmonės mažiau akcentuoja tradicinę šeimą, o skyrybos, abortai yra laikomi gan priimtinais dalykais (World Values Survey, (n.d.)). Modernizacija pasauliniu mastu išlieka vienas ir pagrindinių veiksnių, turinčių įtakos įvairių šalių vertybiniams modeliams (Korotayev,

Slinko, Meshcherina & Zinkina, 2020). Išgyvenimo vertybės yra vertinamos atsižvelgiant į ekonominį ir fizinį saugumą šalyje, tai gali būti siejama su etnocentrinio požiūriu bei žemu pasitikėjimo bei tolerancijos lygiu. Tuo tarpu saviraiškos vertybės, priešingai - yra susijusios su gerove bei geresne gyvenimo kokybe šalyje. To pavyzdžiai galėtų būti aplinkos apsauga, tarptautinė bei seksualinė tolerancija, lyčių lygybė, visuomenės noras dalyvauti sprendimų priėmimo, ekonominiame ir politiniame gyvenime. Judėjimas aukštyn šiame žemėlapyje atspindi poslinkį nuo tradicinių vertybių prie pasaulietinio racionalumo, o judėjimas į dešinę pusę atspindi nuo išgyvenimo vertybių prie saviraiškos vertybių, žr. 1 – aji paveikslą (World Values Survey, (n.d.)).

Pagal 1996 m. Ronaldo Ingleharto ir Christiano Welzelio *Kultūrų žemėlapis*, Lietuva yra priskiriama postkomunistinių šalių grupei. Skirtingai nuo kitų Baltijos valstybių, Lietuva priklauso katalikiškajai šalių grupei. Lietuva šiuo laikotarpiu vaizduojama, kaip šalis turinti pasaulietines – racionalias vertybes, tačiau išlikimo vertybės taip pat vyraujančios. Lietuva yra išsidėsčiusi šalia kitų Baltijos šalių, kas yra tikėtina, turint omenyje istorines aplinkybes dėl sovietinės okupacijos bei siekio išsivaduoti. Ryšiai tarp Baltijos šalių išlieka glaudūs ir po sovietinių represijų pabaigos.



2 pav. Ronaldo Ingleharto ir Christiano Welzelio *Kultūrų žemėlapis*, (2020).

Šaltinis sudarytas: World Values Survey, wave 7

Lietuva pagal dabartinį 2020 metų Inglehart – Welzel *Kultūrų žemėlapi* (2 pav.), kaip ir ankstesniame žemėlapio variante, vaizduojama prie katalikiškųjų Europos šalių. Šiai grupei yra būdingas atotrūkis nuo tradicinių vertybių ir vienas iš prioritetų yra materialiosios vertybės. Lietuva išsiskiria tuo, kad labiau vertinamos yra materialiosios vertybės, todėl kad, kai katalikiškosios Vakarų Europos šalys greitai vystėsi, Lietuva neturėjo tokios galimybės, nes katalikų tikėjimas turi įtakos tradicinių vertybių išlaikymui (Liubinienė, 2021). Taip pat galime paminėti, kad Lietuva nuo 1996 metų gan stipriai pasistūmėjo prie saviraiškos vertybių bei pasaulietinio racionalumo (1, 2 pav.).

Švedija pagal 1996 metų Ronaldo Ingleharto ir Christiano Welzelio kultūros žemėlapi (1 pav.) priklauso protestantiškųjų Europos šalių grupei, kuriai dar priklauso tokios šalys, kaip Norvegija,

Nyderlandai, Danija, Suomija *etc.* Tačiau, matyti, kad žemėlapyje išsiskiria Švedija iš visų lyginamųjų valstybių, tai rodo, kad Švedijoje yra labai stipriai išreikštos pasaulietinės – racionalios ir saviraiškos vertybės, tai yra labai ekonomiškai stabilios, saugios, laisvos ir klestinčios šalies rodiklis. Lyginant su 2020 metų kultūrų žemėlapiu (2 pav.) Švedija yra pasislinkusi vienu balu dar daugiau į dešinę pusę, tai reiškia, kad per analizuojamą laikotarpį nuo 1996 m. iki 2020 m. Švedijos visuomenėje saviraiškos vertybė dar labiau sustiprėjo. Tačiau ir kitos šalys, esančios kartu su Švedija protestantinės Europos grupėje, pasistūmėjo jos link. Situacija *Kultūrų žemėlapyje* keičiasi su kiekvienais metais, tačiau kol kas Švedija vertybių kaitoje lieka nepralenkiamą.

Lyginant Lietuvą ir Švediją pagal šiuos 1996 m. ir 2020 m. *Kultūrų žemėlapius* galime drąsiai teigti, kad Lietuvai pasiekti Švedijos net ir 1996 m. lygį, pagal saviraiškos ir pasaulietines – racionalias vertybes, dar prireiks nemažai laiko. Labiausiai Lietuvą nuo Švedijos visu analizuojamu laikotarpiu skyrė tai, kad Lietuvoje labai paplitusios išlikimo vertybės ir net žiūrint į analizuojamojo laikotarpio pabaigos žemėlapi matome, kad Lietuva dar vis nėra saviraiškos vertybių pusėje, tam įtakos gali turėti tai, mūsų visuomenės konservatyvumas. Tačiau pasaulietinių – racionalių vertybių atotrūkis gana menkas, todėl galime daryti prielaidą, kad Lietuva gali pasistūmėti *Kultūrų žemėlapyje* link Švedijos ir kitų klestinčių valstybių.

Išvados

1. Švedų ir lietuvių vertybės labai skirtingos. Lietuvoje vyrauja religingumas ir konservatyvumas, labiau vertinamas įprastas branduolinis šeimos modelis, todėl mūsų tauta dar nėra labai tolerantiška asmeniniu ir seksualiniu moralės aspektu, priešingai nei švedai. Švedijoje visuomenė tolerantiškesnė ir pasaulietiškesnė. Švedai į darbą žiūri kaip į saviraiškos, asmeninio tobulėjimo galimybę, o Lietuvoje darbas dar vis vertinamas pagal uždirbamą atlygį. Švedijos vaikų švietime teikiama pirmenybė bendradarbiavimo ugdymui, o Lietuvoje bendradarbiavimas nėra pirmoje vietoje.

2. Išanalizavus Inglehart-Welzel pasaulio *Kultūrų žemėlapi* galime teigti, jog Lietuva priklauso katalikiškosioms Europos šalims, šiai grupei yra būdinga maža vertė tradicinėms vertybėms, o labiau vertinama materialiosios vertybės. Palyginus 1996 metų žemėlapi su 2020 metų matoma, kad Lietuvoje yra vertinamos vis labiau saviraiškos vertybės bei pasaulietinis racionalumas. Švedija priklauso protestantiškų Europos šalių grupei, tai Švedija labiausiai išsiskiria tuo, kad Švedijoje labai vertinamos pasaulietinės – racionaliosios vertybės bei saviraiškos vertybės. Palyginus Švediją ir Lietuvą akivaizdžiai matomas skirtumas tarp saviraiškos ir pasaulietinių vertybių.

Literatūra

1. Beugelsdijk, S., & Welzel, C. (2018). Dimensions and Dynamics of National Culture: Synthesizing Hofstede With Inglehart. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49(10), 1469–1505. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.1177/0022022118798505>
2. Bureau works (n.d.) Prieiga per internet: <https://www.bureauworks.com/blog/world-cultural-map/>
3. Colla, P. S. (2018). Teaching “fundamental values” in the Swedish education system: Towards an anti-authoritarian Regime of Truth. *Clientelismo e privatizzazione del pubblico*, 78, 101-124. Prieiga per internetą <https://journals.openedition.org/qds/2187>
4. Korotayev, A., Slinko, E., Meshcherina, K., & Zinkina, J. (2020). Variation of Human Values and Modernization: Preliminary Results. *Cross-Cultural Research*, 54(2/3), 238–272. Prieiga per internetą: <https://doi-org.libproxy.viko.lt/10.1177/1069397119874781>
5. Liubinienė, V. (2021). Kultūrinis vertybinis iššūkis: Ar gebame adaptuotis? Prieiga per internetą: http://www.litlogos.eu/L107/Logos_107_083_089_Liubiniene.pdf

6. World values survey (n.d.) Prieiga per internetą:
<https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp?CMSID=Findings>
7. Žiliukaitė, R., Poviliūnas, A. ir Savicka, A. (2016). *Lietuvos visuomenės vertybių kaita per dvidešimt nepriklausomybės metų*. Vilniaus universitetas. Prieiga per internetą:
https://www.fsf.vu.lt/dokumentai/Naujienos_Mokslo_pasiekimai/2016/lietuvos_visuomenes_vertybiu_kaita.pdf

Differences between Lithuanian and Swedish cultures according to the Inglehart-Welzel cultural map Summary

There is a big difference between Swedish and Lithuanian cultures. Lithuanians are more conservative and religious. In Lithuania society values more usual family model, as in the Swedish culture people are more open to different family models, more tolerant in personal and sexual moral aspect. We can face difference in education where in Sweden priority is given to cooperation between children, on the other hand in our country this is not a priority. In work environment Lithuanians often look at their job just as a source of income, but in Sweden people look at their jobs like a self-expression and self-improvement opportunity. After analysing Inglehart-Welzel's world culture map, we can say that Lithuania belongs to the Catholic countries of Europe, this group is characterized by low value of traditional values, and more value of material values. Comparing the 1996 map with 2020, it can be seen that the values of self-expression and secular rationality are increasingly valued in Lithuania. Sweden belongs to the group of Protestant European countries. Sweden is most distinguished by the fact that secular - rational values and values of self - expression are highly valued in Sweden. Comparing Sweden and Lithuania, the difference between self-expression and secular values is obvious.

COVID-19 POVEIKIS LIETUVOS VERSLO FINANSINIAMS REZULTATAMS

Kornelija Andrijauskaitė
Mokslinė vadovė – lektorė Jūratė Zakarienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Prasidėjusi Covid – 19 pandemija padarė didžiulę įtaką daugumai verslų ir jų finansiniams rodikliams. Turizmas, pramonė, kelionių agentūros ir dar daugelis kitų verslų buvo net uždaryti dėl ribojimų, paklausos sumažėjimų ar kitų veiksnių. Daugelis uždarymų gali būti ir visam laikui, kadangi įmonių savininkai neturi galimybių apmokėti nuolatinių išlaidų ir išlaikyti verslo, kai jo veikla yra ribojama. Tikėtina, kad poveikis mažosioms įmonėms visame pasaulyje yra labai didelis ir rimtas (Fairlie, 2020). Ši pandemija sukėlė didelius ekonominius bei socialinius sunkumus įmonėms, kurie turėjo net pertvarkyti darbo organizavimą ar įmonių veiklą, bei sukėlė mikro ir makro pokyčius darbo srityje (Kramer & Kramer, 2020). Dėl ekonominių sunkumų įmonėse, atsirado darbo užmokesčio, nedarbo lygio, atlyginimų sumažėjimo problemos, ekonomikos nuosmukio bei skolų didėjimo tikimybės visame pasaulyje (Syed, Gupta & Rai, 2021).

Straipsnio tikslas – išanalizuoti Covid – 19 poveikį verslo finansiniams rodikliams.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti paramos priemonės Lietuvoje nuo Covid – 19 nukentėjusiems verslams.
2. Išnagrinėti įmonių pelningumo vertinimo kriterijus teoriniu aspektu.
3. Ištirinėti Covid – 19 įtaką verslo įmonių pelningumui.

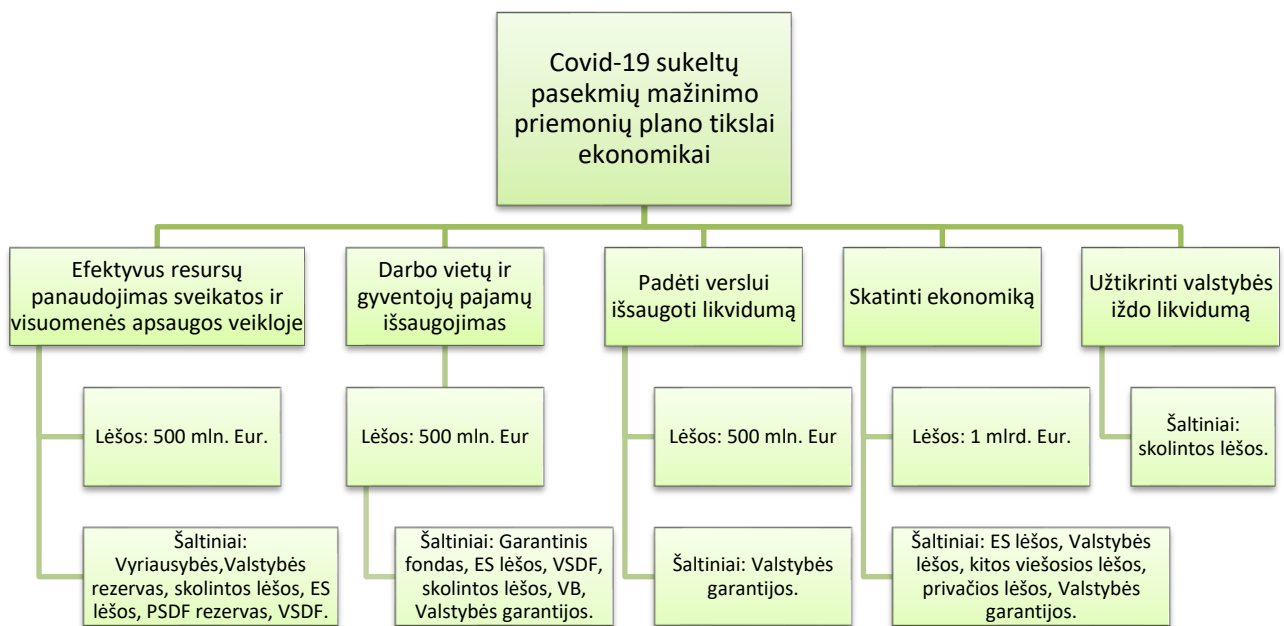
Tiriamoji visuma – visos ataskaitiniu laikotarpiu šalyje veikusios akcinės ir uždarnosios akcinės bendrovės, valstybės ir savivaldybės įmonės, užsienio įmonių filialai, žemės ūkio ir kooperatinės bendrovės, mažosios bendrijos ir viešosios įstaigos, ir kurių pagrindinė ekonominė veikla yra EVRK B-J, L-N ir P-R sekcijas bei A02, A03, S95 ir S96 skyrius.

Tyrimo metodai: mokslinės, teorinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė, apibendrinimas, grafinis duomenų atvaizdavimas.

Paramos priemonės Lietuvoje nuo Covid – 19 nukentėjusiems verslams

2020 metų pradžia visiškai pakeitė visą pasaulį bei žmonių kasdienybę, kadangi visame pasaulyje išplito Covid – 19 virusas, kuris neigiamai paveikė šalių ekonomiką, žmonių socialinį ar net psichologinį gyvenimą. Dauguma šalių, kad įveiktų šią pandemiją ėmėsi drastiškų priemonių, ribojo socialinį atstumą tarp žmonių, uždarinėjo sienas, prievolė izoliuotis, draudimai apsipirkinėti ar net keliauti. Visi draudimai turėjo neigiamą įtaką verslui, verslai užsidarinėjo, atleidinėjo darbuotojus, kad įmonė patirtų kiek įmanoma mažesnę nuostolį. Visame pasaulyje valstybės koregavo metinius valstybių biudžetus bei investavo daugiau į medicinos sritį, kad kuo greičiau būtų sustabdytas viruso plitimas ir atsigauntų šalies ekonomika. Ekonominių priemonių ekonomikai atgaivinti turi būti imtasi anksti bei įgyvendinamos globaliai, kad krizės padariniai dėl Covid – 19 nebūtų jaučiami ilgalaikėje perspektyvoje (Balan, 2020).

Lietuvoje buvo išskirti 5 tikslai, kurie padėtų skatinti ekonomiką bei sumažinti koronaviruso sukeltas pasekmes žr. 1-ąjį paveikslą.



1 pav. Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (covid-19) sukeltų pasekmių mažinimo priemonių plano tikslai

Šaltinis: sudarytas autorės remiantis: Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (n.d.). Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso sukeltų pasekmių mažinimo priemonių planas.

Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso sukeltų pasekmių mažinimo priemonės numatytos šiems tikslams:

- Užtikrinti reikiamus resursus efektyviai sveikatos ir visuomenės apsaugos sistemų veiklai Kad šis tikslas būtų įgyvendintas buvo imtasi priemonių: užtikrinti papildomų sveikatos priežiūros išlaidų, įskaitant sveikatos priežiūros darbuotojų atlyginimų priedų, finansavimą, nustatyti, kad viešiesiems pirkimams, kurie ekstremalios situacijos metu būtini užtikrinti visuomenės sveikatos apsaugą, gali būti taikomos ypatingos skubos aplinkybės neskelbiamoms deryboms atlikti (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, (n.d.)).

- Padėti išsaugoti darbo vietas ir gyventojų pajamas. Priemonės šiam tikslui įvykdyti, tai Valstybės lėšomis iki trijų mėnesių prisidėti prie darbdavių pastangų išsaugoti darbo vietas; Darbuotojui užtikrinti išmoką, kuri turi būti ne mažesnė nei minimali mėnesinė alga; Užtikrinti ligos išmokas prižiūrintiems vaikus ir neįgaluosius kai švietimo įstaigose ar socialinės priežiūros ir užimtumo centruose nustatomas infekcijų plitimą ribojantis režimas; Iki trijų mėnesių mokėti savarankiškai dirbantiems, kurie mokėjo socialinio draudimo įmokas, fiksuotą 257 Eur. dydžio išmoką per mėnesį (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, (n.d.)).

- Padėti verslui, kad būtų išsaugomas verslo likvidumas. Priemonės, kurių imtasi likvidumui išsaugoti, tai kuo skubiau suteikti mokesčines paskolas atidedant arba išdėstant mokesčius sutartu grafiku; Atleisti mokesčių mokėtojus nuo baudų, delspinigių už mokesčių prievolių neįvykdymą laiku; Sudaryti galimybę atidėti arba išdėstyti išskaičiuoto GPM mokesčines nepriemokos sumokėjimą; Mažoms ir vidutinėms įmonėms kompensuoti nuo 50 iki 100 proc. faktiškai sumokėtų palūkanų sumos (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, (n.d.)).

- Skatinti ekonomiką šalyje. Ketvirtojo tikslo priemonės: spartinti investicijų programas (1,2 mlrd. Eurų) greitinant mokėjimus ir didinant skiriamo finansavimo intensyvumą, persikirstyti ES investicijų lėšas sveikatos, užimtumo ir verslo sritims; Spartinti valstybės biudžeto asignavimų

einamosioms išlaidoms naudojimui; Įsteigti COVID -19 pasekmių mažinimo fondą ir sudaryti galimybes juridiniams ir fiziniams asmenims aukoti lėšas; Nustatyti papildomą valstybės garantijų limitą, siekiant sukurti arba papildyti esamas finansines priemones, valstybei prisiimant pirminę riziką (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, (n.d.)).

- Užtikrinti valstybės išdo likvidumą, šios tikslo vienintelė priemonė yra suteikti teisę Vyriausybei skolintis papildomai 5 mlrd. Eurų (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, (n.d.)).

Lietuvoje parama nuo Covid – 19 pasinaudojo maždaug apie 30 proc. įmonių. Parama skiriama ne visiems verslams, o nukentėjusiems nuo Covid – 19 sektoriams bei verslams. Dauguma verslų, nors ir nukentėjo nuo pandemijos, tačiau abejojo ar parama jiems priklauso ir nesikreipė dėl paramos gavimo. Taigi, galima daryti prielaidą, jog verslams trūko struktūrizuotos ir aiškiai pateikiamos informacijos apie paramą nuo pandemijos (Invega, (n.d.)).

Įmonių pelningumo vertinimo kriterijai teoriniu aspektu

Pelningumo rodikliai yra labai aktualūs, kadangi jai domisi ir vidaus (įmonių vadovai, akcininkai, darbuotojai), ir išorės (kreditoriai, tiekėjai, investuotojai, bankai, visuomenė, finansų institucijos) informacijos ieškotojai. Jais domisi todėl, kad turi tikslų ar kitaip yra suinteresuoti tam tikra įmone, tai ir analizuoja skirtingus pelningumo rodiklius (Mackevičius, Molienė ir Poškaitė, 2008). Norint analizuoti ir suvokti verslo įmonių finansinius rodiklius, tai yra būtina suvokti pagrindines sąvokas. 1 – oje lentelėje pateikti pagrindiniai sąvokų apibrėžimai.

1 lentelė. Pagrindinių sąvokų apibrėžimai

Rodiklis	Rodiklio turinys	Autorius, metai
Pelnas	Ūkio subjekto per ataskaitinį laikotarpį pripažintos ar gautos pajamos (be PVM ir akcizų) pardavus prekes ir (arba) suteikus paslaugas, iš kurių atimtos grąžintų prekių pardavimo, nukainojimo, nuolaidų sumos	Lietuvos statistikos departamentas, 2021.
Pelningumas	Pelno ar nuostolių prieš mokesčius bei pajamų gautų pardavus prekes arba suteiktas paslaugas, santykis, kuris parodo, kiek pelno ar nuostolių prieš mokesčius centų tenka vienam pajamų eurui.	Lietuvos statistikos departamentas, 2021.
Pelnas	Pelnas yra ūkio subjekto uždirbtų pajamų ir patirtų išlaidų skirtumas.	Daunytė, 2018.
Pelningumas	Pelningumas gali būti vertinamas kaip bendras įmonės finansinės būklės matas per tam tikrą laikotarpį.	Amnim, Aipma & Obiora, 2021.

Šaltinis sudarytas autorės pagal: Lietuvos statistikos departamentą, 2021; Daunytę, 2018; Amnim, Aipma & Obiora, 2021.

Pelnas abiejuose šaltiniuose yra labai panašiai aiškinamas, kad pelnas yra ūkio subjekto uždirbtos ar pripažintos pajamos pardavus prekes ar suteikus paslaugas ir patirtų sąnaudų skirtumas. O pelningumo sąvoka aiškinama, kad pelningumas yra pelno ar nuostolių bei gautų pajamų santykis, kuris parodo, kiek pelno/nuostolių centų tenka vienam pajamų eurui, dar pelningumas gali būti vertinamas kaip bendras įmonės finansinės būklės matas tam tikru laikotarpiu.

Pelnas yra labai svarbus įmonėms, kadangi reikia palaikyti veiklos plėtrą, įmonės finansinį pajėgumą bei užtikrinti įmonės veiklos tęstinumą. Pelno rodiklis negali parodyti įmonės veiklos efektyvumo, kelios įmonės nors ir gauna vienodą pelną, tačiau vertinant jas finansinės, gamybinės veiklos požiūriu jos gali būti visiškai skirtingos. Dėl šios priežasties, norint analizuoti detaliau įmones yra būtina skaičiuoti įvairius pelningumo rodiklius (Mackevičius, Molienė ir Poškaitė, 2008).

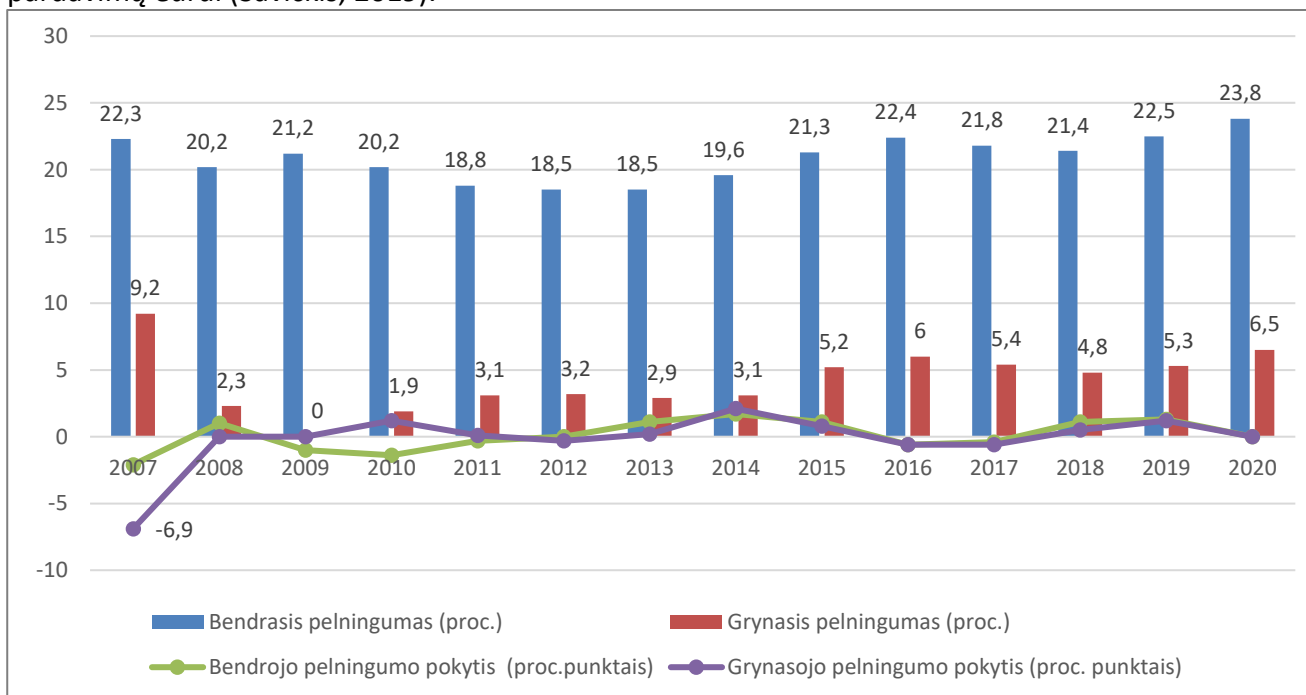
Lietuvos statistikos departamentas pateikia įmonių bendrąjį pelningumą, grynąjį pelningumą, nuosavo kapitalo pelningumą bei turto pelningumą (Lietuvos statistikos departamentas, (n.d.)).

Vien bendrojo pelningumą skaičiuoti ir juo pasikliauti įmonėms nėra racionalu, kadangi bendrojo pelno dydis tiesiogiai neigiamai veikiantis jų savikainos dydis gali būti įmonių apskaičiuojamas skirtingai. O grynojo pelningumo rodiklį vien skaičiuoti ir lyginti įmones taip pat nėra racionalu, todėl kad šiam rodikliui įtakos turi ir nacionaliniai apskaitos standartai, tai grynojo pelno skirtumai gali atsirasti dėl skirtingų apskaitų metodikų, todėl įmones tinkamai vien pagal šį rodiklį palyginti yra sudėtinga. Turto pelningumo rodikliai yra aktualūs verslininkams, kadangi pagal juos galima vertinti gamybos ar kitos veiklos arba atskirų jų segmentų pelningumą, taip pat šis rodiklis gali būti aktualus ir investuotojams, todėl kad šiuo rodikliu galima analizuoti ar turtas naudojamas efektyviai, ar tinkamai sandėliuojamas. Nuosavo kapitalo pelningumo rodikliais domisi kapitalo savininkai, investuotojai ar kreditoriai, kadangi iš šio rodiklio galima spręsti apie investicijų pelningumą, jų panaudojimo efektyvumo ir galimybes dividendų išmokėjimui. Kuo pelningumas analizuojamųjų įmonių yra didesnis, tai tuo geresnė įmonės valdoma veikla (Savickas, 2019).

Verslo įmonių pelningumo vertinimas

Pelningumas taipogi yra labai svarbus verslo tvarumui, kadangi jis parodo, ar verslas turi palankias ateities galimybes bei perspektyvumą rinkoje (Zainol, & Salleh, 2021).

2 paveiksle yra pateikta bendrojo ir grynojo pelningumo rodiklių dinamika bei pokyčiai nuo 2007 metų iki 2020 metų. Bendrojo pelningumo rodiklis parodo, kiek bendrojo pelno tenka vienam pardavimų eurui (Savickis, 2019).



2 pav. Bendrojo ir grynojo pelningumo rodikliai bei pokyčiai 2007-2020 metų (proc.)

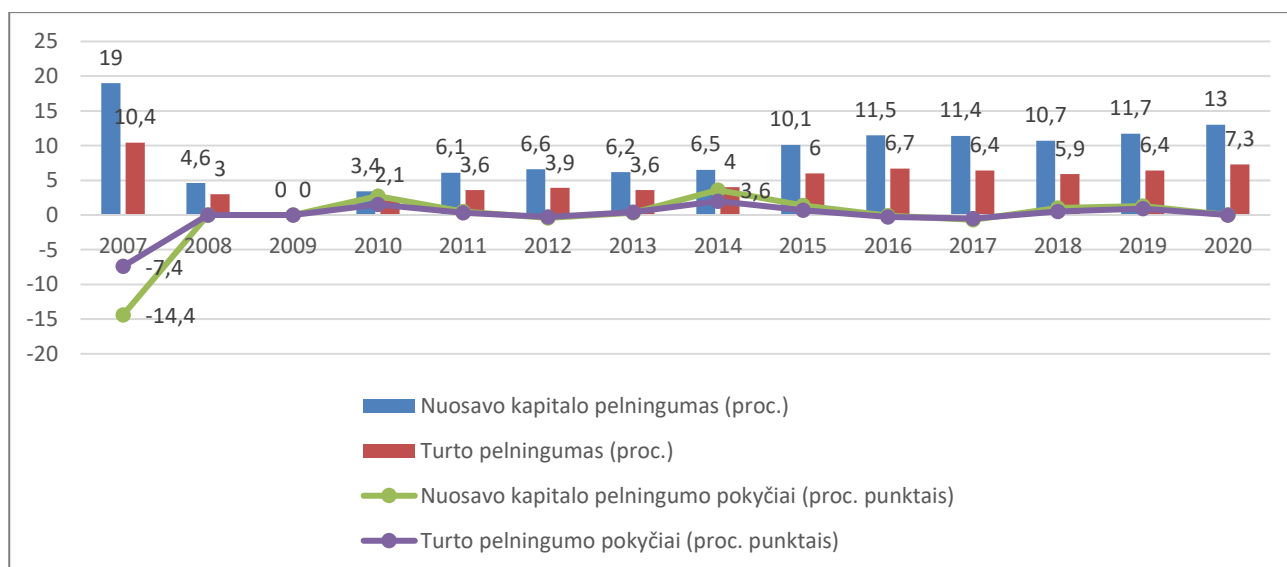
Šaltinis: sudarytas autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis.

2007-2020 metais bendrasis pelningumas ir grynas pelningumas kito netolygiai. Didžiausias bendrojo pelningumo rodiklis buvo 2020 metais, kai vienas pardavimų euras uždirbo 24 centus bendrojo pelno, mažiausias bendrasis pelningumas buvo 2012 ir 2013 metais, tai vienas pardavimų euras uždirbo 18,5 cento bendrojo pelno. Aiškus bendrojo pelningumo padidėjimas matomas nuo 2012 metų iki 2016 metų, bendrasis pelningumas didėjo nuo 18,5 proc. iki 22,4 proc., o 2017 metai ir 2018 metais bendrasis pelningumas mažėjo. Tačiau nuo 2019 metų iki 2020 metų bendrasis

pelningumas tik didėjo, verslų bendrajam pelningumui nepadarė įtakos net Covid – 19, kadangi matome, jog per visą analizuojamąjį laikotarpį didžiausias pelningumas yra 2020 metais 23,8 proc. Visu analizuojamuoju laikotarpiu bendrasis pelningumas yra pakankamai geras, tačiau iš pokyčių ir svyravimų galime teigti, jog jis nėra visiškai pastovus. Reikšmingi rodiklių pokyčiai analizuojamuoju laikotarpiu yra matomi 2008 metus lyginant su 2007 metais, kadangi bendrasis pelningumas sumažėjo 2,1 proc. punkto, bei 2011 metus lyginant su 2010 metais, bendrasis pelningumas mažėjo 1,4 proc. punkto. Reikšmingi rodiklių pokyčiai teigiami įvyko 2015 metus lyginant su 2014 metais, šiuo laikotarpiu bendrasis pelningumas išaugo net 1,7 proc. punkto, tai pat teigiami pokyčiai pastebėti ir 2019 metus lyginant su 2018 metais, kadangi bendrasis pelningumas padidėjo 1,3 proc. punkto.

Grynojo pelningumo rodikliai parodo, kiek grynojo pelno tenka vienam gautų pajamų eurui. Nagrinėjamu laikotarpiu šis rodiklis svyruoja nuo 1,9 proc. iki 9,2 proc. 2007, 2015, 2016, 2017, 2019, 2020 metai pagal orientacines grynojo pelningumo reikšmes yra vertinami patenkinamai, kadangi rodiklis yra mažesnis už 10 proc., bet didesnis už 5 proc. 2008, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2018 metais yra vertinami nepatenkinamai, kadangi bendrasis pelningumas yra mažesnis už 5 proc. Didžiausias grynasis pelningumas buvo 2007, 2020 metais, tai kiekvienas įmonės pardavimų euras atnešė 9 ir 7 centus grynojo pelno. O mažiausias grynasis pelningumas buvo 2010, 2013 metais, kai vienas įmonės pardavimų euras atnešė 2 ir 3 centus grynojo pelno įmonėms. Didžiausias grynojo pelningumo kritimas yra matomas 2008 metus lyginant su 2007 metais, tai grynasis pelningumas 2008 metais sumažėjo net 6,9 proc. punkto.

3 paveiksle yra pavaizduota nuosavo kapitalo pelningumo bei turto pelningumo rodiklių dinamika bei pokyčiai nuo 2007 metų iki 2020 metų. Nuosavo kapitalo pelningumo rodiklis padeda suprasti ir parodo kiek efektyviai yra naudojamas įmonės nuosavas kapitalas.



3 pav. Nuosavo kapitalo ir turto pelningumo rodikliai bei pokyčiai 2007-2020 metų (proc.)

Šaltinis sudarytas autorės pagal: Lietuvos statistikos departamento duomenis.

Analizuojamuoju laikotarpiu nuosavo kapitalo pelningumo rodikliai svyruoja nuo 3,4 proc. iki 19 proc. Pagal orientacines nuosavo kapitalo pelningumo reikšmes 2007, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 metai yra vertinami patenkinamai, todėl kad pelningumai yra didesni nei 10 proc., o 2008, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 metai yra vertinami nepatenkinamai, kadangi pelningumai yra mažesni nei 10 proc. Nuo 2007 metų šis rodiklis kito netolygiai. Didžiausias nuosavo kapitalo pelningumas buvo 2007 metais kai vienas kapitalo euras atnešė 19 centų grynojo pelno, 2007 metai buvo prieš pasaulinę ekonominę, finansinę krizę. Mažiausias nuosavo kapitalo pelningumas buvo 2010 metais, vienas kapitalo euras uždirbo 3 centus grynojo pelno. Didžiausias neigiamas šio rodiklio

pokytis yra pastebimas 2008 metus lyginant su 2007 metais, kadangi nuosavo kapitalo pelningumas 2008 metais sumažėjo net 14,4 proc. punkto. Teigiamas didžiausias pokytis yra 2015 metus lyginant su 2014 metais, nuosavo kapitalo pelningumas padidėjo 3,6 proc. punkto. Nuo 2018 metų iki 2020 metų nuosavo kapitalo pelningumas didėjo nuo 10,7 proc. iki 13 proc., tai galime daryti išvadą, jog pandemija įmonių nuosavo kapitalo pelningumui nepadarė labai didelio poveikio.

Turto pelningumo rodiklis parodo kiek efektyviai yra valdomas įmonės turtas. Analizuojamuoju laikotarpiu turto pelningumo rodikliai svyruoja nuo 2,1 proc. iki 10,4 proc. Kuo didesnis šio rodiklio pelningumas, tai tuo efektyviau yra valdomas įmonės turtas. Didžiausias turto pelningumas buvo 2007 metais, kai vienas investuotas įmonės turto euras, atnešė 10 centų grynojo pelno. Mažiausias turto pelningumas buvo 2014 metais, tai vienas įmonės turto euras, atnešė 2 centus grynojo pelno. Didžiausias neigiamas turto pelningumo pokytis buvo 2008 metus lyginant su 2007 metais, tai turto pelningumas sumažėjo 7,4 proc. punkto, o didžiausias teigiamas pokytis buvo 2015 metus lyginant su 2014 metais, tai 2015 metais turto pelningumas išaugo 2 proc. punktais. 2019 metus lyginant su 2020 metais, turto pelningumas padidėjo 0,9 proc., tai galime teigti, kad turto pelningumui pandemija neturėjo didžiulės įtakos, kadangi turto pelningumas nesumažėjo, o dar ir padidėjo.

Išvados

1. Covid – 19 pandemija paveikė nemažą dalį verslų ir jų finansinius rodiklius. Lietuvoje, kad būtų skatinamas ekonomikos atsigavimas nuo pandemijos sukeltų pasekmių buvo iškeliami 5 tikslai. Efektyvus resursų panaudojimas sveikatos ir visuomenės apsaugos veikloje, darbo vietų ir gyventojų pajamų išsaugojimas, pagalba verslui išsaugoti likvidumą, ekonomikos skatinimas, Valstybės išdo likvidumas. Šiems tikslams įgyvendinti buvo skiriama 2,5 mln. Eur. parama. Lietuvoje parama pasinaudojo tik apie 30 proc. verslų, kadangi kiti verslai nebuvo užtikrinti ar jiems tikrai priklauso parama ir nesikreipė.

2. Pelnas yra svarbus kiekvienai pelno siekiančiai įmonei, todėl kad reikia palaikyti veiklos plėtrą įmonės finansinį pajėgumą bei užtikrinti įmonės veiklos tęstinumą. Pelnas negali parodyti įmonės veiklos efektyvumo, tai todėl yra racionalu skaičiuoti ir analizuoti įvairus pelningumo rodiklius. Lietuvos statistiko departamente pelningumas yra apibūdinamas kaip pelno/nuostolių bei gautų pajamų už suteiktas paslaugas ar parduotas prekes santykis. Įmonės pelningumu domisi tiek išorės, tiek vidaus informacijos ieškotojai. Norint kuo tiksliau ir detaliau išanalizuoti įmonę, tai tuo geriau įmonėms skaičiuoti net keletą pelningumų rodiklių.

3. Išanalizavus ir apibendrinus Lietuvos statistikos departamento duomenis didžiausias bendrojo pelningumo rodiklis buvo 2020 metais, kai vienas pardavimų euras uždirbo 24 centus bendrojo pelno, mažiausias bendrasis pelningumas buvo 2012 ir 2013 metais, tai vienas pardavimų euras uždirbo 18,5 cento bendrojo pelno. Bendrasis įmonių pelningumas nebuvo labai įtakotas pandemijos, kadangi nuo 2019 metų iki 2020 metų bendrasis pelningumas padidėjo 1,3 proc. Bendrasis pelningumas pandeminiu laikotarpiu, 2020 metais viršijo net 2007 metų bendrąjį pelningumą, kuris buvo prieš pasaulinę, ekonominę krizę. Grynas pelningumas 2020 metų nepasiekė 2007 metų laikotarpio lygio. Didžiausias grynas pelningumas buvo 2007, 2020 metais, tai kiekvienas įmonės pardavimų euras atnešė 9 ir 7 centus grynojo pelno, tai iš šių duomenų analizės galime daryti prielaidą, jog koronavirusas žymiai nepaveikė ir įmonių grynojo pelningumo rodiklių. Nuo 2018 metų iki 2020 metų nuosavo kapitalo pelningumas didėjo nuo 10,7 proc. iki 13 proc., kadangi rodikliai tik didėjo, tai pandemija įmonių nuosavo kapitalo pelningumui nepadarė ryškaus neigiamo poveikio. Turto pelningumas nuo 2019 metų iki 2020 metų padidėjo 0,9 proc., tai rodo jog koronavirusas, neturėjo neigiamos įtakos ir įmonės pakankamai efektyviai galėjo valdyti savo turtą.

LITERATŪRA

1. Amnim, O. E. L., Aipma, O. P. C., & Obiora, C. F. (2021). Impact of covid-19 pandemic on liquidity and profitability of firms in Nigeria. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(3), 1331-1344. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/profile/Omaliko-Emeka-Leonard/publication/350750726_Impact_of_Covid-19_Pandemic_on_Liquidity_and_Profitability_of_Firms_in_Nigeria/links/606fd687a6fdcc5f77908f8d/Impact-of-Covid-19-Pandemic-on-Liquidity-and-Profitability-of-Firms-in-Nigeria.pdf
2. Balan, I. M. (2020). The New Global Economic Crisis and Economic Measures Adopted. *USV Annals of economics & Public Administration*, 20(2), 53-56.
3. Daunytė, E. (2018). Pajamų, sąnaudų, pelno analizė ir prognozavimas: integruotas požiūris. VU EVAF studentų mokslinės draugijos konferencijos straipsnių rinkinys, 2017, 117-125. Prieiga per internetą: <http://epublications.vu.lt/object/elaba:29802457/index.html>
4. Díaz, A., & Escribano, A. (2019). Measuring the multi-faceted dimension of liquidity in financial markets: A literature review. *Research in International Business and Finance*, 101079. Prieiga per internetą: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0275531918311024>
5. Fairlie, R. (2020). The impact of COVID – 19 on small business owners: Evidence from the first three months after widespread social-distancing restrictions. *Journal of Economics & Management Strategy*, 29(4), 727-740. Prieiga per internetą: <https://doi-org.libproxy.viko.lt/10.1111/jems.12400>
6. Kramer, Amit, & Kramer, Karen Z. (2020). The potential impact of the Covid-19 pandemic on occupational status, work from home, and occupational mobility. *Journal of Vocational Behavior*, 119, 103442. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103442>
7. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (n.d.). Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso sukeltų pasekmių mažinimo priemonių planas. Prieiga per internetą: <https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/Priemoni%C5%B3%20planas%20d%C4%97%20COVID-19.pdf>
8. Lietuvos statistikos departamentas. (n.d.). Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S8R728#/>
9. Mackevičius, J., Molienė, O., & Poškaitė, D. O. (2008). Bendrojo pardavimo pelningumo kompleksinės analizės metodika. *Ekonomika*, 81, 74-90. Prieiga per internetą: <https://epublications.vu.lt/object/elaba:3954616/>
10. Savickas, V. (2019). Pelningumo rodiklių įmonių veiklos finansiniams rezultatams vertinti pasirinkimo problematika. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, (20), 1-13. Prieiga per internetą: <https://epublications.vu.lt/object/elaba:52282528/>
11. Syed, A. A., Gupta, S., & Rai, D. (2021). Psychological, social, and economic impact of COVID 19 on the working population of India: *Exploratory factor analysis approach*. *International Journal of Disaster Risk Reduction: IJDRR*, 66, 102617. Prieiga per internetą: <https://doi-org.libproxy.viko.lt/10.1016/j.ijdr.2021.102617>
12. Zainol, Z., & Salleh, Z. (2021). The Impact of COVID-19 Pandemic on Firms' Profitability and Leverage: Evidence from Malaysian Public Listed Companies. *Global Business & Management Research*, 13. Prieiga per internetą: <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=d8a718ee-e9f8-43bf-baa0-c78f54518e15%40redis>

IMPACT OF COVID-19 ON THE FINANCIAL RESULTS OF LITHUANIAN BUSINESS

Summary

The Covid - 19 pandemic has had a major impact on most businesses and their financial performance. This pandemic has caused great hardship to businesses and their profits. Profit is important for every company, because it is necessary to support the development of the company's financial capacity and ensure the company's business continuity. Profit cannot show the efficiency of the company's operations, so it is rational to calculate and analyse various profitability indicators. The overall profitability of companies was not significantly affected by the pandemic, as the gross profit increased by 1.3 percent between 2019 and 2020. Gross profitability in the pandemic period, in 2020, even exceeded the gross profit of 2007, which was before the global, economic crisis. Net profitability in 2020 did not reach the level of the 2007 period. From 2018 to 2020, the return on equity increased from 10.7 percent. to 13%, as the indicators only increased, the pandemic did not have a significant negative impact on the return on equity of companies. Return on assets increased by 0.9% from 2019 to 2020, indicating that the coronavirus did not have a negative impact and allowed companies to manage their assets efficiently enough.

RUSIJOS IR UKRAINOS KONFLIKTO ĮTAKA KRIPTO VALIUTŲ RINKOS POKYČIAMS

Vakarė Marcinkevičiūtė

Mokslinė vadovė – lekt. Gitana Mečėjienė

Vilniaus kolegija

Įvadas

Kripto valiutos – tai skaitmeniniai ir tik virtualioje erdvėje egzistuojantys valiutos tipai, kurie yra paremti blokų grandinės technologija ir leidžiantys anonimiškai atlikti įvairius internetinius mokėjimus be trečiųjų šalių tarpininkavimo. Ši valiuta yra decentralizuota ir neprižiūrima jokių finansinių institucijų, todėl dėl šios priežasties kripto valiutos nėra pripažįstamos vyriausybių, centrinių bankų ar daugumos kitų finansinių institucijų. Kripto valiuta yra nusakoma pagal paklausos-pasiūlos principą (kuo daugiau žmonių nori įsigyti, tuo labiau kyla kaina), todėl kaina yra ypač nepastovi ir linkusi greitai augti ar kristi. Dėl decentralizacijos ir blokų grandinės technologijos, kripto valiutos vienetų savininkai dažniausiai saugo jas savo įrenginiuose, naudodami įvairias virtualias pinigines. Kai savininkas neturi centrinio registro, praradus ar sugadinus įrenginį su kripto valiutomis jų atkurti yra neįmanoma. Taip pat, kripto valiutų vienetų kiekis yra ribotas, o jų pasiūlą reguliuoja tinklas. Pati valiuta yra išgaunama „kasimo“ būdu: specialios kompiuterinės programos atlieka matematinius skaičiavimus ir taip yra sukuriama nauji kripto valiutos vienetai. Pastaruoju metu rinkoje galima rasti įvairių kripto valiutos rūšių, tačiau dvi iš jų populiariausios yra Bitcoin (BTC) ir Eteris (ETH).

Straipsnio tikslas – pateikti informaciją apie Rusijos ir Ukrainos konflikto įtaką kripto valiutų rinkos pokyčiams.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti Bitcoin (BTC) ir Ethereum (ETH) kripto valiutas
2. Įvardinti kas įtakoja kripto valiutos rinkos pokyčius

Bitcoin (BTC) ir Ethereum (ETH) kripto valiutos

Pirmoji kripto valiuta yra Bitcoin (BTC). Tai skaitmeninė pinigų forma (įkurta 2008 m., o pirmą kartą įsiliesi į rinką 2013 m.), kuri yra naudojama šifravimo metodu, siekiant užtikrinti sandorius ir kontroliuoti naujų vienetų kūrimus. Jungtinėse Amerikos Valstijose bitkoinas teisiškai priskiriamas pinigams, o Europos Teisingumo Teismas priskiria kaip virtualią valiutą. Kuriant bitkoiną buvo numatyta sukurti tokią skaitmeninę valiutą, kurios nekontroliuotų jokios vyriausybės institucijos. O tai suteikia galimybę prekiauti ir pirkti pasauliniu mastu, nesudarant jokių papildomų išlaidų ir nenurodant savo tapatybės. Vykdydami bitkoino sandorius, kalnakasiai nurodo išlaidas, patirtas kasant naują bloką, o gavėjas (arba pirkėjas), gali sutikti (arba ne) sumokėti šį mokestį. Vidutiniškai šios kripto valiutos operacijų išlaidos yra 2% mažesnės nei įprastai konversijų rodikliai. O visos patvirtintos operacijos yra saugomos skaitmeniniu būdu ir įrašomos į viešą „blokų grandinę“, kuri yra laikoma kaip apskaitos sistema. Šią kripto valiutą įkūrė paslaptingas kūrėjas, kurio slapyvardis – Satoshi Nakamoto. Įkūrėjas teigė, jog Bitcoin (BTC) naudoja kripto grafinį įrodymą, o ne pasitikėjimą, leidžiantį bet kurioms dviem norinčioms šalims tiesiogiai tarpusavyje sudaryti sandorius be patikimos trečios šalies. Bitkoinų, kaip ir kitų daugumos dalykų vertė priklauso nuo pasiūlos ir paklausos. Naujos bitcoin 25 monetos yra išleidžiamos maždaug per 10 min. O šią kripto valiutą galima gauti priimant mokesčius už prekes ar paslaugas bei tiesiogiai nusipirkti iš privačių asmenų arba specialių tinklapių, vadinamų „mainais“, kurie pakeis įprastą valiutą bitkoinais. Ši kripto valiuta gali būti naudojama pinigine (specialiai suprojektuotos programos, kuriose yra saugomi kliento bitkoinai) stacionariame kompiuteryje, išmaniajame telefone ar žiniatinklyje. Vartotojai už suvestas

įmokas į bloko grandis yra apdovanojami naujai sugeneruotais bitkoinais. (Prekyba Kripto valiuta „Kas yra bitcoinas“). Šios kriptovaliutos privalumus ir trūkumus apibūdina dvi grupės, kurios taip pat teikia alternatyvius protokolus, kad pagerintų bei padidintų sandorius ir netgi siūlo naujas kriptovaliutas, kad įveiktų dabartinių algoritmų saugumo, energijos suvartojimo ir operacijų greičio apribojimus (Kher, Terjesen & Liu, 2020).

Antroji kriptovaliuta yra Eterio (ETH). Tai decentralizuota skaičiavimo platforma, apimanti daugybę decentralizuotų finansų programų ir paslaugų. Eterio kriptovaliuta veikia pagal pagrindinę naujovę – „išmaniąsias sutartis“. Šios sutartis, kaip ir įprastos popierinės, nustato šalių susitarimo sąlygas. Tačiau, skirtingai negu senesnio tipo sutartys, išmaniosios yra vykdomos automatiškai, iš karto po to, kai yra įvykdomos sąlygos ir nė vienai dalyvaujančiai šaliai nereikia žinoti, kas yra kita sandorio pusė bei nereikia jokio tarpininko. Ethereum kriptovaliuta buvo įkurta 2013 metais, 19-mečio kompiuterio programuotojo ir („Bitcoin Magazine“ įkūrėjo) vardu Vitalikas Buterinas. Jis išleido dokumentą, siūlantį itin lanksčią blokų grandinę, kuri galėtų palaikyti praktiškai bet kurį sandorį. 2014 m. šis jaunuolis kartu su įkūrėjų komanda, įskaitant Gaviną Woodą, bendrai finansavo Ethereum protokolo kūrimą ir pardavė 18 mln. USD žetonų prieš paleidimą. 2015 m. liepos mėn. buvo išleista pirmoji vieša Ethereum blokų grandinės versija. Šios kriptovaliutos galima įsigyti susikūrus paskyrą Conbaise arba iš kitų patikimų finansinių technologijų įmonių. Ethereum kainą gali būti nepastovi, kadangi paklausa viršija pasiūlą ir atvirkščiai. Tačiau ilgalaikėje perspektyvoje Ethereum (ETH) kaina istoriškai lenkė daugelį tradicinių investicijų, tokių kaip pagrindiniai akcijų ir obligacijų indeksai. Tarp Bitkoino ir Eterio kriptovaliutų galima išvystyti du pagrindinius skirtumus. Pirmas skirtumas - Eteris skiriasi nuo Bitkoino tuo, kad sugeba sudaryti ir vykdyti išmaniąsias sutartis. Šios sutartys įgalina didžiulę „Ethereum“ programų ekosistemą, kaip pvz.: stabilias monetas. Antras skirtumas – skirtingai nei Bitkoinas, Eteris planuoja visiškai nutraukti kasybą ir galiausiai pereiti prie mechanizmo, vadinamo „akcijų įrodymu“ („Ethereum price“, 2015).

1 lentelė. Bitkoino ir Eterio kriptovaliutu teorinių žinių palyginimas

	Bitkoinas	Eteris
Vertė priklauso nuo:	Paklausos ir pasiūlos	Paklausos ir pasiūlos
Veikia pagal „išmaniąsias sutartis“	Ne	Taip
Naudoju blokų grandinę	Taip	Taip
Sudarant sutarti nereikia tarpininko:	Taip	Taip
Sudarant sutarti nereikia nurodyti asmens tapatybės:	Taip	Taip
Įsigyti kriptovaliutą galima:	Priimant mokesčius už prekes ar paslaugas bei tiesiogiai nusipirkti iš privačių asmenų arba specialių tinklapių, vadinamų „mainais“.	Susikūrus paskyrą Conbaise arba iš kitų patikimų finansinių technologijų įmonių.
Nėra kontroliuojama jokios vyriausybės institucijos:	Taip	Taip

Apibendrinant pateiktą teoriją apie Bitkoiną ir Eterį, galima teigti, jog šios abi kriptovaliutos naudoja blokų grandinę, sudarant sutartį nereikalauja tarpininko bei nereikia nurodyti asmens tapatybės ir nėra kontroliuojamos jokios vyriausybės institucijos. Taip pat galima išvystyti, kad Bitkoino galima įsigyti priimant mokesčius už prekes ar paslaugas bei tiesiogiai nusipirkti iš privačių asmenų arba specialių tinklapių, vadinamų „mainais“, o tuo tarpu Eterio galima įsigyti tik susikūrus paskyrą Conbaise arba iš kitų patikimų finansinių technologijų įmonių.

Įtaka kriptovaliutų rinkos pokyčiams

Viena iš priežasčių daranti įtaką kriptovaliutų rinkos pokyčiams – įvairūs valstybiniai sprendimai, kaip pvz. 2021 m. rugsėjo mėn. Kinija paskelbė totalinį karą kriptovaliutoms. Buvo uždrausta ne tik kasti, tačiau ir jomis prekiauti. Uždrausdama kasti kriptovaliutas, šalis sumažino bitkoino bei kitų kriptovaliutų pasiūlą, kadangi šioje šalyje yra iškasamas didžiausias jų kiekis. Dėl šios priežasties kilo kriptovaliutų vertė. Taip pat dėl šios priežasties Kinija sumažino kriptovaliutų paklausą. Kita priežastis – sleidžiama informacija, reklama. BBC praneša, jog naujųjų kriptovaliutų kūrėjai vis dažniau bando išgarsėti, pasinaudodami žinomais prekės ženklais.

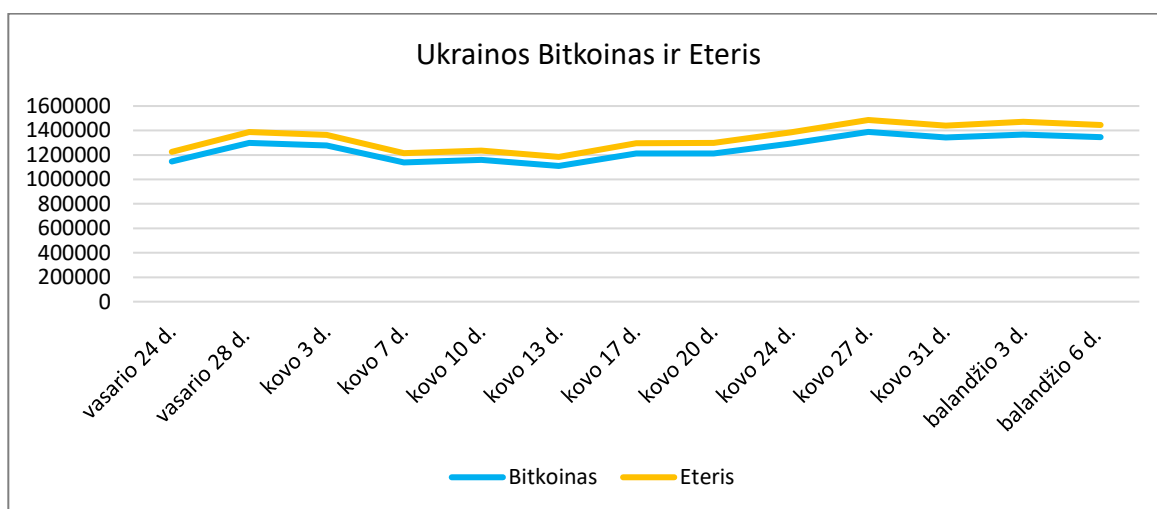
Kaip pvz. 2021 m. apgavikai nusprendė užsipulti ant milžiniškos sėkmės susilaukusio pietų korėjiečių serialo, pavadinimu „Kalmaro žaidimas“ (angl. „Squid Game“) populiarumo bangos. „Squid“ save pristatė kaip „play-to-earn“ žaidimų modelio kriptovaliuta. Kitas pvz: „JRR Token“ kriptovaliuta. Šios kriptovaliutos tikslas buvo, jog „JRR Token“ taptų „vienu žetonu valdyti visus“. Ši frazė buvo panaudotą iš „Žiedų valdovo“ knygos. Be to, sukčiai panaudojo ir simboliką reklamuojant kriptovaliutą – jos puslapiuose buvo galima pastebėti žiedus ir burtininką, kuris panašus į J. R. R. Tolkieno knygų veikėją „Gandalfą“. (Viluckas, 2021) Dar kelios priežastys - stiprėjantis neigiamas reguliacinis fonas, socialinių platformų „Facebook“, „Twitter“, „Snapchat“ atsiribojimas ir „MT Gox“ nebeveikiančios Japonijos kriptovaliutų keityklos. Dėl šių priežasčių 2018 m. kovo 30 d. pastebimai pigo 93 iš 100 didžiausių pagal kapitalizaciją kriptovaliutų, įskaitant „ripple“, „ethereum“, „bitcoin cash“, „litecoin“. (Gapšys, 2018). Tačiau šiuo metu didžiausią įtaką kriptovaliutos pokyčiams daro Rusijos ir Ukrainos konfliktas. Vienas iš veiksnių, galintis kelti kriptovaliutų kainas - didėjantis kai kurių jaunesnių investuotųjų nerimas dėl vyriausybės veiksmų, turinčių įtakos valiutų kainoms, įskaitant ekonomines sankcijas Rusijai. Bankless Times atlikta analizė rodo, kad dienos prekybos apimtys tarp Bitcoin ir Ukrainos grivinos vasario 24 d., pirmąją Rusijos invazijos į šalį dieną, išaugo 270 procentų. Taip pat ši analizė parodė, kad tą pačią dieną Bitcoin ir rublio prekybos apimtys išaugo 271 proc. „Coinmarketcap“ duomenimis, bitkoino kursas 2022 m. vasario 24 d. 15 val. Lietuvos laiku buvo 35,24 tūkst. JAV dolerių, eterio – 2362 doleriai. Per pastarąsias 24 valandas bitkoinas nuvertėjo 9,1 proc., eteris – 12,7 proc., o visa tarptautinė kriptovaliutų rinka susitraukė daugiau kaip 150 mlrd. dolerių. („Įvykiai Ukrainoje sudavė smūgį bitkoinui“, 2022). Kituose duomenyse yra teigiama, jog kriptovaliutų prekybos apimtys tarp rublių ir dviejų likvidžiausių kriptovaliutų – bitkoino ir tether nuo vasario 24 d. išaugo daugiau nei dvigubai. Tačiau šių operacijų vertė išlieka dešimtimis milijonų dolerių per dieną. Taip pat, pasak Vijay Aiyaras (kriptovaliutos biržos „Luno“ viceprezidento) bitkoino kaina gali ir toliau mažėti bei pasiekti 30 tūkst. dolerių žymą. Vasario 28d. prekybos tarp rublio ir kriptovaliutų apimtys pasiekė 15,3 mlrd. rublių (140,7 mln. JAV dolerių), tai yra net tris kartus daugiau nei prieš savaitę, teigia tyrėjas „CryptoCompare“. Bitkoino bei kitų kriptavliutų kainos šoktelėjo, kai prasidėjo Rusijos valiutos (rublio) vertės nuosmukis. Kovo 2 d. (trečiadienį) bitkoinas išaugo iki 44,188 tūkst. dolerių po to, kai buvo nukritęs iki 36,370 tūkst. dolerių. O tuo tarpu kitos pirmaujančios kriptovaliutos, įskaitant ethereum, ripple ir solana, buvo vienodos arba padidėjo bent 2% („Crypto prices jump“, 2022). Nuo kovo 4 d., suintensyvėjęs karui Ukrainoje, bitkoinas pasiekė žemiausią lygį, virš 44 000 USD. („The Russia-Ukraine conflict“, 2022).

2 lentelė. Vieno bitkoino ir eterio vertė Ukrainos grivinais konflikto metu

	Vieno bitkoino vertė grivinai	Vieno eterio vertė grivinai
Vasario 24 d.	1 146 807,83	77 601,44
Vasario 28 d.	1 298 717,09	87 879,10
Kovo 3 d.	1 278 425,58	85 306,05
Kovo 7 d.	1 139 740,89	74 737,04
Kovo 10 d.	1 158 947,37	76 654,69

	Vieno bitkoino vertė grivina	Vieno eterio vertė grivina
Kovo 13 d.	1 109 997,24	73 933,00
Kovo 17 d.	1 213 232,90	83 390,12
Kovo 20 d.	1 213 298,98	84 129,07
Kovo 24 d.	1 294 285,79	91 550,55
Kovo 27 d.	1 388 407,96	97 526,41
Kovo 31 d.	1 342 983,54	96 843,34
Balandžio 3 d.	1 367 315,33	1 037 71,27
Balandžio 6 d.	1 346 421,24	99 717,96

Šioje lentelėje yra pateikti vieno bitkoino ir eterio vertė Ukrainos grivina konflikto metu. Taip pat, galima įžvelgti, kad Bitkoino vertė didesnė nei Eterio.

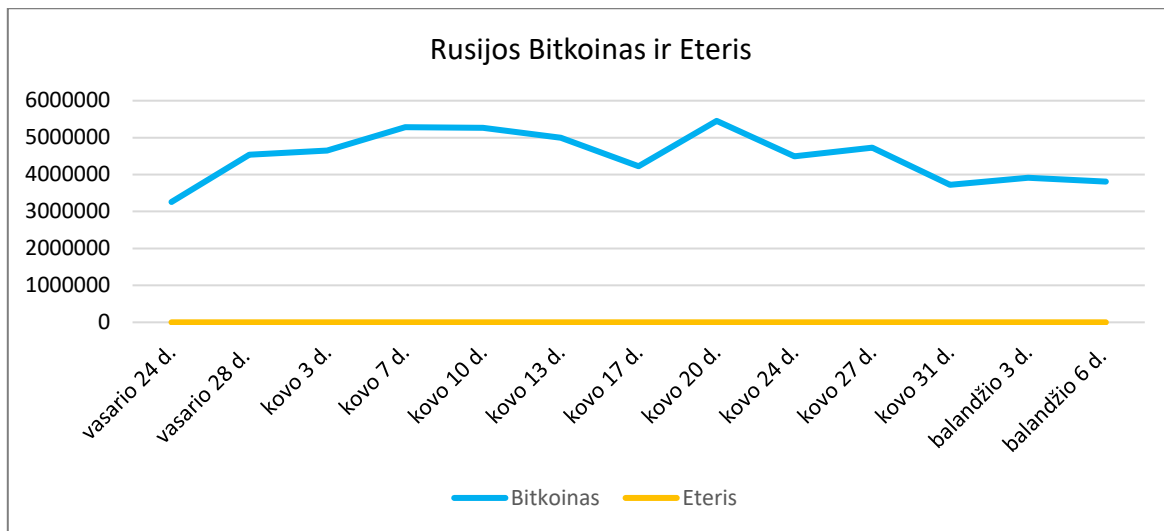


2 pav. Bitkoino ir Eterio vertė vienai Ukrainos grivina konflikto metu

3 lentelė. Vieno bitkoino ir eterio vertė Rusijos rubliui konflikto metu

	Vieno bitkoino vertė rubliui	Vieno eterio vertė rubliui
Vasario 24 d.	3257603,14	0,0000045
Vasario 28 d.	4536220,19	0,0000032
Kovo 3 d.	4649851,80	0,0000033
Kovo 7 d.	5281725,80	0,0000029
Kovo 10 d.	5264398,95	0,0000029
Kovo 13 d.	4996365,46	0,0000030
Kovo 17 d.	4222999,69	0,0000035
Kovo 20 d.	5453338,99	0,0000026
Kovo 24 d.	4497967,28	0,0000031
Kovo 27 d.	4729181,40	0,0000030
Kovo 31 d.	3721946,70	0,0000037
Balandžio 3 d.	3911120,90	0,0000034
Balandžio 6 d.	3810060,10	0,0000035

Šioje lentelėje yra pateikti vieno bitkoino ir eterio vertė Rusijos rubliui konflikto metu. Taip pat, galima įžvelgti, kad vieno Eterio vertė yra labai maža.



3 pav. Bitkoino ir Eterio vertė vienam Rusijos rubliui konflikto metu

Išvados

1. Apibūdinus Bitcoin ir Ethereum kriptovaliutas, galima daryti išvadas, kad šios abi kriptovaliutos yra skaitmeninė pinigų forma, kuri yra naudojama šifravimo metodu, siekiant užtikrinti sandorius ir kontroliuoti naujų vienetų kūrimus. Taip pat šios dvi kriptovaliutos priklauso nuo paklausos ir pasiūlos. O pagrindinis skirtumas tarp Bitcoin ir Ethereum yra toks, jog Ethereum naudoja „išmaniąsias sutartis“.

2. Įvardijus įvairius įtaką darančius veiksnius kriptovaliutoms, galima daryti išvadą, jog reguliavimai, draudimai, reklamavimai, naujų kriptovaliutų atsiradimas daro pagrindinę įtaką. Taip pat iš galima įžvelgti, kad dabartiniu metu didžiausią įtaką kriptovaliutos pokyčiams padarė Rusijos ir Ukrainos karinis konfliktas. Konflikto pradžioje bitkoino kursas buvo 35,24 tūkst. JAV dolerių, eterio – 2362 doleriai. O per pastarąsias 24 valandas nuo konflikto pradžios bitkoinas nuvertėjo 9,1 proc., eteris – 12,7 proc. Šių kriptovaliutų vertė nukrito dėl nerimo ir panikos.

Literatūra

1. Prekyba kriptovaliuta. (n. d.) Kas yra Bitcoinas? Viskas, ką reikia žinoti apie šią sparčiai augančią kriptovaliutą. Prieiga per internetą: <https://www.prekybakriptovaliuta.lt/kriptovaliutos/kas-yra-bitcoinas-viskas-ka-reikia-zinoti-apie-si%C4%85-sparciai-augancia-kriptovaliuta>
2. Coinbase. (2015) Ethereum price. Prieiga per internetą: <https://www.coinbase.com/price/ethereum>
3. CSIS|Center for strategic & International Studies (n. d.) Cryptocurrency's Role in the Russia – Ukraine Crisis. Prieiga per internetą: <https://www.csis.org/analysis/cryptocurrencys-role-russia-ukraine-crisis>
4. CBS NEWS. (2022) Crypto prices jump as the Russia – Ukraine war escalates. Prieiga per internetą: <https://www.cbsnews.com/news/bitcoin-ukraine-cryptocurrency-prices-russia-donation/>
5. Irytas.lt (2022) Įvykiai Ukrainoje sudavė smūgį bitkoinui ir kitoms kriptovaliutoms. Prieiga prie interneto: <https://www.irytas.lt/verslas/rinkos-pulsas/2022/02/24/news/ivykiai-ukrainoje-sudave-smugi-bitkoinui-ir-kitoms-kriptovaliutoms-22491607>
6. Google Finansai. (2022) Bitkoinas – Rusijos rublis. Prieiga prie interneto: <https://www.google.com/finance/quote/BTC-RUB?comparison=ETH-RUB&window=6M>
7. Google Finansai. (2022) Bitkoinas – Grivina. Prieiga prie interneto: https://www.google.com/finance/quote/BTCUAH?sa=X&ved=2ahUKEwim8ZPCov_2AhXCI1wKHUV_gBMcQ-fUHegQICRAX&comparison=ETH-UAH&window=6M

8. Viluckas, P. (2021) Iš Kinijos išspirti kriptovaliutų kasėjai ieško naujų namų. Prieiga prie interneto: <https://www.vz.lt/inovacijos/2021/12/12/is-kinijos-isspirti-kriptovaliutu-kasejai-iesko-nauju-namu>
9. Viluckas, P. (2021) J.R.R. Tolkieno atstovai užblokavo kriptovaliutą „JRR Token“. Prieiga prie interneto: <https://www.vz.lt/inovacijos/2021/11/27/j-r-r-tolkieno-atstovai-uzblokavo-kriptovaliuta-jrr-token>
10. Gapšys, J. (2018) Bitkoinas bando išsilaikyti ant 7.000 USD atbrailos. Prieiga prie interneto: <https://www.vz.lt/rinkos/2018/03/30/bitkoinas-bando-issilaikyti-ant-7000-usd-atbrailos>
11. Kher, R., Terjesen S., & Liu, C. (2021). Blockchain, Bitcoin, and ICOs: a review and reaserch agenda. Prieiga per SpringerLink: Small Business Economics 56, 1699-1720 (2021)

Russian and Ukraine conflict impact for cryptocurrencies Summary

In this article was talking about Russian and Ukraine conflict impact for cryptocurrencies. Main two cryptocurrencies been talking about Bitcoin and Ethereum. Bitcoin is the biggest and most popular cryptocurrency in all world and Ethereum is the second one.

GYVENIMO CIKLO FONDAI LIETUVOS PENSIJŲ KAUPIMO SISTEMOJE

Kotryna Trišauskaitė

Mokslinė vadovė – lekt. Daiva Malakaitė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Kaupimas pensijai ir rūpinimasis ateitimi – viena svarbesnių užduočių, kurias reikėtų padaryti, norint senatvėje gyventi pasiturinčiai. Sparčiai besivystančių technologijų laikotarpiu yra begalė finansinių instrumentų bei galimybių kryptingai didinti savo kapitalą. Dalis asmenų savo pinigines lėšas investuoja savarankiškai, kiti – patiki savo lėšas pensijų kaupimo bendrovėms. Remiantis 2021 metų „Sodros“ duomenimis, virš 90 proc. kaupiančiųjų renkasi antrosios pakopos pensijų kaupimo fondus, kaupiančiųjų lėšas investuojančius gyvenimo ciklo principu: jauname kaupiančiojo amžiuje renkama investuoti į rizikingus finansinius instrumentus, o trumpėjant laikotarpiui iki pensijos, mažinamas akcijų bei kitų rizikingų finansinių priemonių kiekis investiciniame portfelyje, tokiu būdu apsaugant pensijų kaupimo dalyvių lėšas.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti gyvenimo ciklo fondų veiklą Lietuvos pensijų kaupimo sistemoje.

Straipsnio uždaviniai:

1. Pateikti gyvenimo ciklo fondų sampratą ir veikimo principą.
2. Išnagrinėti gyvenimo ciklo fondų privalumus ir trūkumus.
3. Išnagrinėti gyvenimo ciklo fondų veiklos Lietuvos pensijų kaupimo sistemoje rodiklius.

Gyvenimo ciklo fondų samprata ir veikimo principas

Remiantis investicijų fondų pramonės istorija, ilgą laiką gyvavę gyvenimo būdo fondai turi ilgas tradicijas ir yra paremti „Rizika pagrįsto investavimo“ idėja, teigiančia, jog asmuo turi pasirinkti investiciją pagal savo rizikos tolerancijos lygį, amžių bei investavimo tikslus. Tačiau viskam pasaulyje keičiantis ir tobulėjant, finansų rinkose pradėjo populiarėti gyvenimo ciklo fondai. Gyvenimo ciklo samprata yra palyginti nauja visoje fondų bei investavimo industrijoje, o gyvenimo ciklo fondai yra gyvenimo būdo fondų variantas, sukurtas remiantis idėja „Investavimas pagal amžių“. Tai reiškia, jog investuotojai turėtų skirti didesnę dalį savo ilgalaikių santaupų akcijoms ar kitiems rizikingesniems aktyvams jaunystėje, norint pasiekti didesnę pelną, o artėjant pensiniam amžiui, investicinio portfelio turinį keisti į primityvesnį ir mažiau rizikingą, siekiant pinigų išsaugoti. (L. M Viceira, 4 p.). Lietuvoje antroje privataus pensijų kaupimo sistemos pakopoje gyvenimo ciklo fondai buvo įvesti 2019 metais. „Šioje sistemoje pensijų fondų valdymo bendrovė rūpinasi klientų investavimo poreikiais per visą gyvavimo laiką ir automatiškai atlieka būtinus investavimo strategijos pakeitimus, dalį investicijų nukreipiant iš rizikingų investicijų (pvz. įmonių akcijų) į mažiau rizikingus (vyriausybės obligacijos, indėliai ir pan.) artėjant išėjimo į pensiją laikotarpiui.“ (T. Gudaitis, 116 p). Gyvenimo ciklo fondų tikslas - apsaugoti būsimus pensinio amžiaus žmones nuo galimų klaidų, atsirandančių dėl ribotų finansinių žinių bei pasiekti tinkamesnę prisiimamos rizikos ir grąžos santykį skirtinguose gyvenimo etapuose, neįdedant per daug pastangų. Gyvenimo ciklo fondai yra gana teigiamai vertinami, nes jie yra lankstūs ir pritaikyti plačiai visuomenei bei atsako į daugelio kaupimo dalyvių norą nededant per daug pastangų, kaupiti savo ateičiai pasikliaujant savo srities profesionalų sprendimais. Tačiau rizika yra neatsiejama investavimo dalis ir, esant sudėtingai ir nenuspėjamai ekonominei situacijai, asmuo gali prarasti dalį pinigų bei neatgauti savo įdėtos sumos. Dėl to svarbu įsivertinti savo lūkesčius ir apmąstyti kaip reikėtų elgtis netekus dalies savų lėšų, nes

gyvenimo ciklo investiciniai fondai vis dar nėra priemonė, galinti išspręsti visas senatvės pensijų sistemos problemas.

Gyvenimo ciklo fondų privalumai ir trūkumai

Kiekvienas iš finansavimo ir išmokų mokėjimo būdų turi tiek privalumų, tiek ir trūkumų, tad priimant svarbesnius investicinius sprendimus, būtina išanalizuoti abi sritis. Palyginti su tradiciniais investiciniais fondais, gyvenimo ciklo fondai turi nemažai privalumų:

- Pačiam dalyviui praktiškai nereikia rūpintis nei fondo keitimu, nei investavimo rizika pagal turto klasę, nes ji automatiškai sumažinama artėjant senatvei.
- Užtikrina didesnę investavimo riziką ir didesnę tikėtiną investicinę grąžą, kuomet pensijų fondų dalyvis yra jaunesnio amžiaus.
- Prieš pensinį amžių apsaugo sukauptą turtą nuo galimų nuostolių, investuojama į mažo rizikingumo finansines priemones.
- Lėšos į skirtingas klases investuojamos disciplinuotai, o tai, tikėtina, uždirbs didesnę ilgalaikę grąžą. (T. Gudaitis, 123 p)
- Pasiekiami geresni investavimo rezultatai.

Tačiau yra išskiriama ir nemažai gyvenimo ciklo fondų trūkumų:

- Gyvenimo ciklo investiciniai fondai yra sąlyginai brangūs, t.y. dažnai šio tipo fondai investuoja į kitus investicinius fondus, kurie jau taiko atskaitymus. Taip pat atskaitymus taiko ir patys gyvenimo ciklo investiciniai fondai, todėl šio tipo bendrosios išlaidos yra didesnės nei paprastų investicinių fondų. (T. Gudaitis, 122 p).
- Gyvenimo ciklo investicinių fondų investavimo strategija neleidžia šiems fondams būti lankstiems bei atsižvelgti į pasikeitimus pasaulio finansų rinkose. Tarkime, jeigu fondo strategijoje numatyta, jog fondas 100 proc. lėšų investuoja į akcijas 10 metų nuo fondo įsteigimo pradžios, o tuo metu finansų rinkose akcijų vertės mažėja, tokiam fonde investuotų lėšų vertės taip pat neišvengiamai nuolat mažėja.
- Investavimo rizikos tolerancijos nebuvimas: neatsižvelgiama, ar investuotojas linkęs investuoti konservatyviai, neutraliai ar rizikingai.
- „Gyvenimo ciklo fondai“ laikosi universalaus požiūrio į išėjimo į pensiją planavimą, kuris gali būti netinkamas kaupiančiajam. Ne visi, planuojantys išeiti į pensiją tą pačią dieną, turi tokius pačius investavimo poreikius. Dėl savo pobūdžio gyvenimo ciklo fondai nesuteikia individualaus sprendimo, kaip pasiekti konkretaus asmens investavimo į pensiją tikslus. (B. Schutte, 2015).
- Gyvenimo ciklo fondai nėra patys tinkamiausi aukštą finansinį raštingumą turintiems investuotojams, kurie patys gali formuoti savo investicinius portfelius. Gyvenimo ciklo fondų investavimo strategija gali tikti daugeliui, tačiau gerą finansinį supratimą turintis investuotojas gali turėti savo nuomonę, kuri ne visada sutampa su fondo valdytojo nuomone.
- Gyvenimo ciklo fondų valdyme išlieka žmogiškasis faktorius. Fondo valdytojai taip pat gali klysti ir dėl netinkamai pasirinktos investavimo strategijos gali nukentėti investuotojai. Išanalizavus gyvenimo ciklo fondų privalumus ir trūkumus, galima teigti, kad gyvenimo ciklo investavimo strategijos privalumai atsveria jos trūkumus bei generuoja didesnę finansinę naudą pensijų kaupimo dalyviams, ypač tiems dalyviams, kurių finansinio raštingumo lygis nėra aukštas.

Nepaisant visų aukščiau išvardintų gyvenimo ciklo fondų privalumų bei trūkumų, pasak D. Jurevičienės ir A. Klimavičienės (2007), pensijos planavimą ir kaupimą pačiam asmeniui reikia pradėti įvertinus būsimąjį vartojimą ir kitus poreikius, o vėliau nustatant būdus, kaip patenkinti tuos poreikius pensiniame amžiuje bei joku būdu nepaliekant visko socialiniam draudimui ir darbdavio

remiamiems pensijų planams – asmuo visada turėtų turėti papildomų pajamų, kurios be valstybės įsikišimo, užtikrintų patogų gyvenimą pensiniame amžiuje.

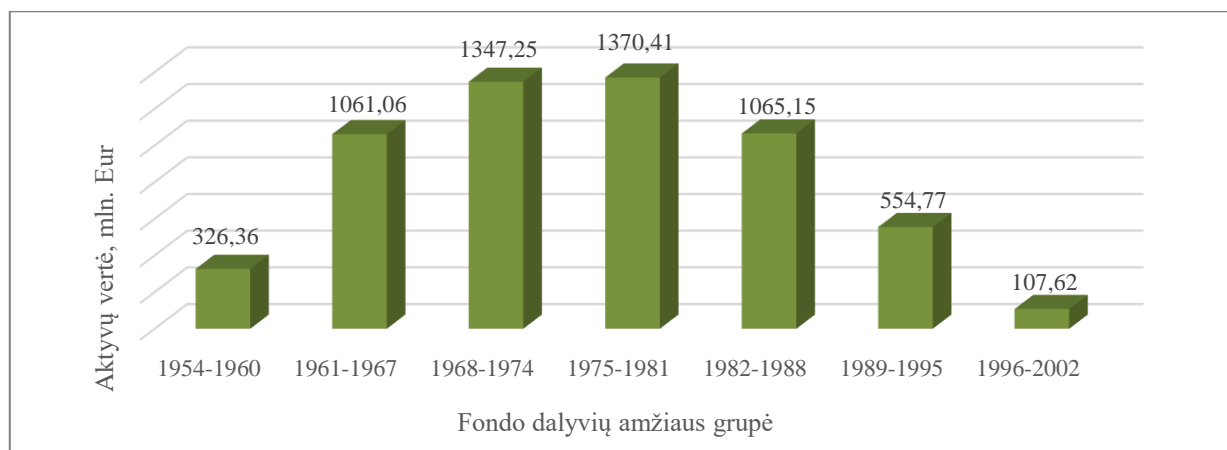
Gyvenimo ciklo fondų veikla Lietuvos pensijų kaupimo sistemoje

Populiarėjant gyvenimo ciklo fondų integracijai į užsienio šalių pensijų fondus, Lietuva 2019 metais taip pat priėmė sprendimą sekti kitų šalių pavyzdžiu ir antroje pensijų kaupimo sistemos pakopoje investicijas valdyti gyvenimo ciklo principu, siekiant kuo geresnių investavimo rezultatų.

Lietuvoje pensijų kaupimo sistemos antroje pakopoje gyvenimo ciklo fondus valdo penkios pensijų kaupimo bendrovės:

1. UAB SEB investicijų valdymas,
2. UAGDPB "Aviva Lietuva",
3. UAB „INVL Asset Management",
4. UAB Luminor investicijų valdymas,
5. UAB Swedbank investicijų valdymas.

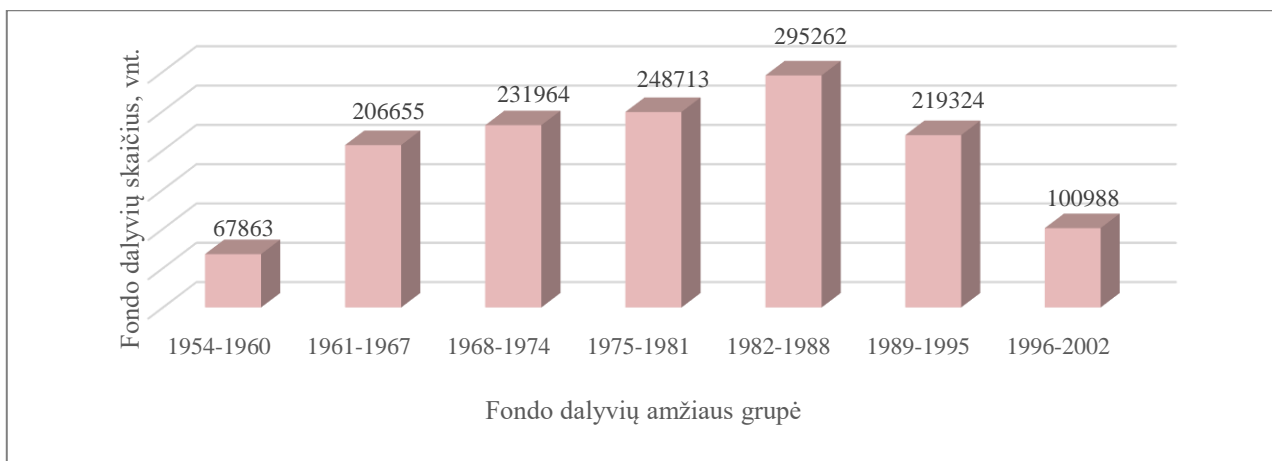
Lietuvoje antros pakopos pensijų fondų dalyvių lėšos investuojamos pagal gyvenimo ciklo principą. Kiekviena pensijų valdymo įmonė turi po 7 tikslinės grupės pensijų fondus (1954–1960, 1961–1967, 1968–1974, 1975–1981, 1982–1988, 1989–1995 ir 1996–2002 gimimo metų dalyvių grupėms) ir po pensijų turto išsaugojimo fondą. Pastarasis dar vadinamas „fonde, apsaugančiu nuo infliacijos“. Į gyvenimo ciklo fondų antros pakopos pensijų fondų kaupime dalyvaujantys gyventojai yra priskiriami automatiškai pagal savo gimimo metus, o pensijų fondas „sensta“ drauge su savo dalyviais – fondo dalyviams artėjant prie pensinio amžiaus, pensijų fondo investavimo rizika automatiškai keičiama į konservatyvesnę. Analizuojant gyvenimo ciklo pensijų fondų veiklą, galima pastebėti, kad yra keletas rodiklių, į kuriuos svarbu atsižvelgti, vienas jų - tai grynujų aktyvų vertė kiekviename amžiaus grupės fonde.



1 pav. Grynujų aktyvų vertė kiekviename gyvenimo ciklo fonde Lietuvoje pagal dalyvių amžiaus grupes, mln. Eur

Lietuvoje didžiausią gyvenimo ciklo fonduose kaupiančiųjų dalį sudaro asmenys, gimę 1968 - 1974 ir 1975 – 1981 metais. Šių amžiaus grupių investuotojų aktyvų vertė apytiksliai sudaro po 1,4 mlrd. Eur. 1961-1967 ir 1982-1988 metais gimusių asmenų antros pakopos pensijų dalyvių sukauptas turtas gyvenimo ciklo fonduose taip pat kiek viršija 1 mlrd. Eur. Gyvenimo ciklo fonduose Lietuvoje daugiausia turto yra sukauptę 41- 47 metų pensijų kaupimo dalyviai, nes paprastai tai asmenys, kurie jau yra pasiekę profesinę sėkmę, uždirbantys didelius atlyginimus bei nemažą laiko tarpą kaupę antroje pensijų kaupimo pakopoje.

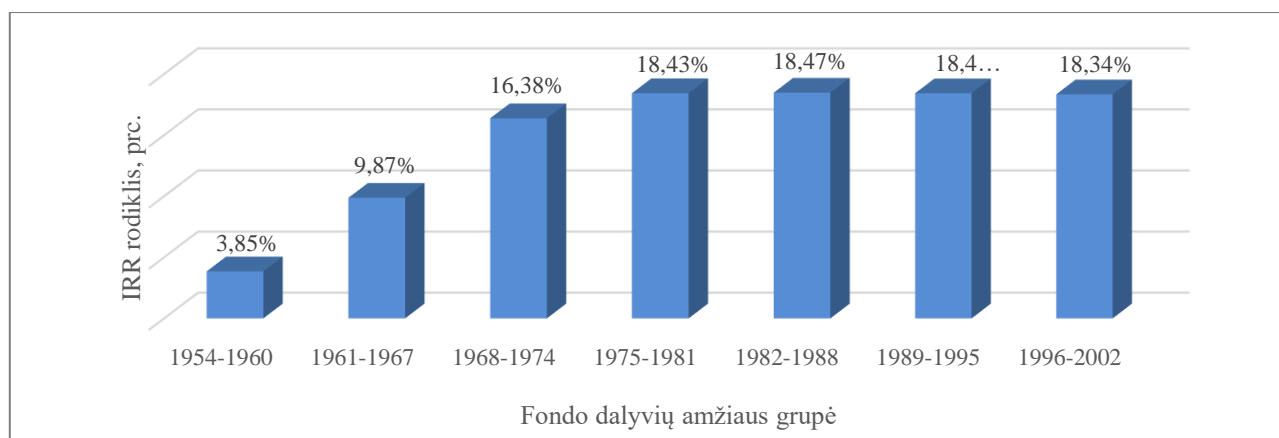
Kitas svarbus rodiklis – tai gyvenimo ciklo fondų dalyvių skaičius pagal amžiaus grupę.



2 pav. Gyvenimo ciklo fondų dalyvių skaičius Lietuvoje pagal dalyvių amžiaus grupes

Nuo 2019 metų Lietuvoje gyvenimo ciklo kaupime aktyviausiai dalyvauja 1982 - 1988 metais gimę asmenys. Tai beveik 300 tūkst. kaupiančiųjų iš 1,371 mln. visų gyvenimo ciklo fonduose kaupiančių asmenų.

Vienas svarbiausių rodiklių, kuriuo pensijų kaupimo dalyviai remiasi rinkdamiesi fondo valdytoją yra IRR rodiklis. IRR rodiklis – vidinė grąžos norma, parodanti, kiek per metus vidutiniškai paauga kiekvienas iš atliktų „Sodros“ pervedimų (investicijų) į pensijų fondus. IRR rodiklis taip pat atsižvelgia į visus pensijų fondų atskaitymus..



3 pav. Gyvenimo ciklo fondų Lietuvoje IRR rodiklis pagal dalyvių amžiaus grupes, proc.

Visų gyvenimo ciklo fondų, kuriuose pensiją kaupia dalyviai gimę nuo 1975 metų, IRR rodikliai yra apytiksliai 18,5 proc. Šių amžiaus grupių investicinį portfelį iš esmės sudaro rizikingesni aktyvai, generuojantys didesnę pelną bei panaši investavimo strategija. Tuo tarpu konservatyvią investavimo strategiją turinčių gyvenimo ciklo fondų, kuriuose pensiją kaupia 62 – 68 metų dalyviai, vidinė grąžos norma tesiekia 3,85 proc. Šie asmenys jau yra beveik arba pensinio amžiaus todėl fondų valdytojas stengiasi investuoti į mažiausiai rizikingus ir tuo pačiu nešančius mažiausią pelną aktyvus, norint išsaugoti sukauptą dalyvių turtą.

Išvados

1. Gyvenimo ciklo fondai – tai naujovė, kuri nuo 2019 metų buvo integruota į Lietuvos antrosios pakopos pensijų kaupimo sistemą. Gyvenimo ciklo fondų tikslas - apsaugoti pensijų kaupimo sistemos dalyvius nuo galimų klaidų, kaupiant netinkamos investavimo strategijos fonde. Pagal gyvenimo ciklo fondų strategiją jauname asmens amžiuje investuojamos lėšos į rizikingus ir

potencialiai daug pelno nešančius aktyvus (pvz. akcijas), o artėjant pensiniam amžiui pereinama į mažiau rizikingas finansines priemones, siekiant išsaugoti asmens sukauptą turtą.

2. Finansavimo ir išmokų mokėjimo sistema turi tiek privalumų, tiek trūkumų. Vienas didesnių gyvenimo ciklo fondų privalumų – investicijomis nesidominčiam asmeniui nereikia skirti laiko savarankiškam investavimo žinių kaupimui. Lėšos gyvenimo ciklo fonduose investuojamos protingai, keičiant investavimo strategiją pagal dalyvio amžių, todėl atsiranda galimybė uždirbti didesnę grąžą. Vienas žymesnių gyvenimo fondų trūkumų – šie fondai yra gana brangūs. Dažnai šio tipo fondai investuoja į kitus investicinius fondus, kurie jau taiko atskaitymus, todėl šio tipo bendrosios išlaidos yra didesnės nei paprasto investicinio fondo.

3. Lietuvoje veikia penkios pensijų kaupimo bendrovės, kurios investicijas valdo Gyvenimo ciklo principu. Kiekviena pensijų valdymo įmonė turi po 7 tikslinės grupės pensijų fondus (1954–1960, 1961–1967, 1968–1974, 1975–1981, 1982–1988, 1989–1995 ir 1996–2002 gimimo metų dalyvių grupėms) o pats pensijų fondas „sensta“ drauge su savo dalyviais. Jaunų pensijų kaupimo dalyvių fondų valdytojai renkasi rizikingesnes investicines priemones, o vėliau, fondo dalyviams artėjant prie pensinio amžiaus, pensijų fondo investavimo rizika yra automatiškai keičiama į konservatyvesnę. Lietuvoje didžiausią gyvenimo ciklo fonduose kaupiančiųjų dalį sudaro asmenys, gimę 1968–1974 ir 1975–1981 metais. Šių amžiaus grupių investuotojų aktyvų vertė apytiksliai sudaro po 1,4 mlrd. Eur. Lietuvoje gyvenimo ciklo kaupime aktyviausiai dalyvauja 1982–1988 metais gimę asmenys. Tai beveik 300 tūkst. kaupiančiųjų iš 1,371 mln. visų gyvenimo ciklo fonduose kaupiančių asmenų. Didžiausią vidinės grąžos normą, kuri viršijo 18 proc., sugeneravo visi gyvenimo ciklo fondai, kuriuose pensiją kaupia dalyviai ne vyresni kaip 1975 metų amžiaus.

Literatūra

1. Gudaitis, T. (2010). *Pensijų sistemos reformos rezultatų vertinimas (Lietuvos atvejis)* 121 p. Vilnius: VU.
2. Viceira, L. M. (2007). *Life-Cycle Funds* 4 p.
3. *Gyvenimo ciklo fondai (GCF)*. Prieiga per internetą: <https://blog.swedbank.lt/zodynelis/gyvenimo-ciklo-fondai-gcf>
4. *Pensijų kaupimo sistema*. (2021). Prieiga per internetą: <https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/socialinis-draudimas/pensiju-kaupimo-sistema>
5. *Gyvenimo ciklo fondų veiklos rodikliai*. (2021). Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/pf-veiklos-rodikliai#ex-1-3>
6. *Vidinė grąžos norma (IRR)*. Prieiga per internetą: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/internal-rate-return-irr/>
7. Schutte B. (2015) The Pros And Cons Of Target-Date Funds. Prieiga per internetą: <https://www.forbes.com/sites/northwesternmutual/2015/11/24/the-pros-and-cons-of-target-date-funds/?sh=2c4447596d7d>
8. D. Jurevičienė ir A. Klimavičienė (2007). Asmeninių finansų valdymo teoriniai aspektai Gyvenimo ciklo požiūriu, 25 p. Prieiga per internetą: <https://journals.vgtu.lt/index.php/BTP/article/download/9169/8013>

LIFE CYCLE FUNDS IN THE LITHUANIAN PENSION ACCUMULATION SYSTEM

Summary

Life cycle funds were integrated into the Lithuanian pension accumulation system in 2019. The purpose of life cycle funds is to protect participants in the pension accumulation system from possible mistakes because of financial illiteracy. The funds of the participants of the 2nd pillar pension funds are invested according to the life cycle principle. Each pension management company has 7 target group pension funds where different investment risks are taken. Fund managers reduce the amount of equities and other risky financial instruments in the investment portfolio and strive

to manage and protect the accumulated funds as prudently as possible. When choosing a fund, it is important to take into account certain financial indicators, some of which are: The value of net assets in each age group fund, which allow you to see which age group has accumulated the most funds, pension funds, and the IRR indicator shows the internal rate of return and the average annual increase in each of SODRA's transfers to pension funds.

KAIMO TURIZMO SKATINIMO PRIEMONĖS, VIENIJANT BENDRUOMENES PAGAL ŽALIOSIOS LIETUVOS VIZIJĄ

Raminta Vingienė, Aurelija Lukoševičienė, Kęsminta Bakšinskaitė

Mokslinis vadovas – Jūratė Kuklytė

Šv. Ignaco Lojolos kolegija. Kaunas

Įvadas

Pasaulis nestovi vietoje, nuolatos kinta dėl išorės aplinkos veiksnių. Lietuva yra atvira naujovėms ir bando taikyti išsivysčiusių šalių gerąsias praktikas. Yra labai svarbu nuolat ieškoti kelio, kuris padėtų atrasti galimybes, siekiant tarpusavyje derinti gamtos bei žmonių poreikius. Tačiau nėra vieno bendrojo rodiklio, kuris būtų tinkamas socialiniam bendrumui, žmogiškajam pasitenkinimui bei ekosistemų integralumui. Todėl yra labai reikšminga, išsiaiškinti, kokia Lietuvos gamta ir turizmo kultūra turi būti palikta ateities kartoms, kad kryptingai eitų mokymo, modernėjimo ir inovacijų keliu, tausojant gamtą.

Turizmas nėra atsiejama gyvenimo būdo dalis. Šis sektorius skatina tarpkultūrinę komunikaciją, socialinę integraciją, naujų darbo vietų sukūrimą, turi įtakos bendruomenių gyvenimo kokybei, kadangi yra ugdomos pilietinės vertybės, tolerancija tiek miestuose, tiek kaimuose. Šiandiena ypatingai didelę reikšmę turi kultūrinis turizmas, kurio pagalba tiek užsienio ir vietiniai turistai yra supažindinami su kultūriniu produktu - paveldu, įvairiais objektais, architektūra. Verslo plėtros požiūriu prioritetinis yra atvykstamasis, išvyksimasis, vietinis ir vystomas turizmas, kadangi Lietuva yra tokia šalis, kuri pasižymi švairiu oru, gamtiniais išteklių. Kas suteikia tinkamų galimybių, siekiant užtikrinti produktyvų poilsį ir pasiekti optimaliausių rezultatus t.y. tvaraus turizmo koncepcija. Tai nėra nauja, tokios koncepcijos pradžia buvo XX a. pabaigoje, kada buvo pripažinta, kad ekonominė, socialinė ir aplinkosauginė sferos privalo vystytis darniai. Tokiu būdu yra siekiama, jog žmogus ir aplinka patirtų kuo mažesnę žalą. Kada kyla ekonominės problemos, veikiant socialinių grupių interesams, didėjant aplinkosauginiams reikalavimams, formuojantis pasauliniams instituciniams tinklams, darnus vystymasis tampa neatsiejamu šiuolaikinės demokratinės visuomenės atributu ir itin svarbiu mokslinių tyrimų objektu (Domarkas ir kt., 2012). Plėtojant darnųjį turizmą esminiu tikslu yra visą turizmo sektorių paversti aplinkai draugišku sektoriumi. Turizmą, kaip ekonominę veiklą, daug valstybių skatina ir plėtoja, tačiau tam yra reikalingos ilgalaikės ir didesnės investicijos, todėl valstybės, kurių biudžetai yra mažesni, negali įgyvendinti darnios plėtros politikos (Jagminas, Paulauskienė 2012). Todėl skatinant turizmo sektorių labai didelę reikšmę turi bendruomenės, kurios prisideda prie žaliosios Lietuvos vizijos įgyvendinimo.

Straipsnio tikslas – išskirti kaimo turizmo skatinimo priemones, vienijant bendruomenes pagal žaliosios Lietuvos viziją.

Straipsnio uždaviniai:

1. Atskleisti kaimo turizmo skatinimo priemones Lietuvoje.
2. Išskirti turizmo skatinimo priemones žaliosios Lietuvos aspektu.
3. Atskleisti bendruomenių svarbą žaliosios Lietuvos vizijoje.

Turizmo skatinimo priemonės žaliosios Lietuvos aspektu

„Žalioji Lietuva“ iniciatyva skatina ekologišką, darnų ir tvarų veikimą ir gyvenimą bei ekologinių, tvarios gyvenimo ir aplinkosauginių, biologinės įvairovės išsaugojimo idėjų plėtrą.

Plėtrai skatinti visuose sektoriuose pasirašyta „Žaliosios Lietuvos“ deklaracija. Ši deklaracija – tai įsipareigojimas prisidėti prie Lietuvos žalinimo, kovos su klimato kaita, švaresnės ir sveikesnės aplinkos kūrimo. <https://www.lrp.lt/lt/prezidento-veikla/zalios-lietuvos-deklaracija/35831>

Simanavičius (2019) nurodo, jog viena iš aktyviojo poilsio rūšių yra laisvalaikio kelionės iš įprastos gyvenamosios vietos įvairiais tikslais, pavyzdžiui, poilsiniais, pažintiniais, pramoginiais, sveikatinimo, sporto, religiniais ir t.t. Tai yra pats veiksmingiausias įvairių žmonių rekreacinių poreikių patenkinimo būdas, kuris stiprina sveikatą, pagerina darbingumą, padeda pažinti pasaulį, praplėsti akiratį.

Turizmo versle kaip ir kiekviename kitame yra reikalinga nepamiršti kliento. Nuo jo priklausys verslo sėkmingumas ir ateities planai. Tačiau turizmo versle dar didelę reikšmę turi gamta, kuri yra ilgalaikis raktas sėkmei. Anot Štreimikienės (2015), verslo idėja yra bet kokio verslo pradžių pradžia. Kada nėra jokios idėjos verslininkystės proceso pradžia nėra įmanoma. Taip pat, bet kuris veikiantis verslininkas savo veikloje negali išvengti verslo idėjų paieškos, kaupimo, vertinimo, lyginimo ir atrinkimo veiksmų. Verslą sudaro vertės sukūrimas ir vertės pardavimas. Kokybiškų santykių palaikymas su klientais taip pat padeda kurti vertę, todėl organizacijoms reikia stengtis palaikyti ilgalaikius santykius su klientais. Klientai dažniau pasirenka įmones, su kuriomis palaiko nuolatinį ryšį.

Jasinskas (2018) nurodo, jog yra itin reikšminga suvokti kiekvieno kliento poreikius, norus, stebėti ir suprasti jo elgseną rinkoje. Taip pat yra naudinga stebėti aplinką, pastebėti, įsiklausyti ir išgirsti, su kokiomis problemomis bei rūpesčiais susiduria žmonės. Išsiaiškinus problemas, svarbu surinkti informaciją, koku būdu problemos gali būti sprendžiamos. Todėl turizmo verslo idėjos pagrindą sudaro gebėjimas surasti reikšmingiausią problemą ir pateikti jos sprendimą, t. y. pateikti sau atsakymą į klausimą: kokia vertė bus sukurta. Verslas, kuris veikia, sprendžia kokią nors reikšmingą problemą, pavyzdžiui, kaimo turizmo sodybos įrengimas, kurioje žmonės galės pailsėti nuo miesto šurmulio ir triukšmo, atsipalaiduoti nuo nuolatinio skubėjimo kasdienėje rutinoje, gerai pasijausti emociškai, susipažinti su nauja vietoje, atrasti naujus pomėgius bei kitokius dalykus. Didelė dalis žmonių keliauja į įvairias šalis, kurortus ir ten praleidžia savo atostogas, bet dažnu atveju tai nėra efektyvus ir produktyvus poilsis, taip pat nėra patenkinami visų šeimos narių poreikiai. Todėl kaimo turizmo sodybos gali padėti išspręsti skirtingų poreikių problemas, atsižvelgiant į kliento poilsinius tikslus.

Gartner (2015) pažymi, jog kaimo turizmo sodybos suteikia įvairias paslaugas, todėl gali patenkinti įvairių klientų poreikius. Tokios sodybos suteikia pažintinį turizmą, kuriame siūlomas gamtinis, ornitologinis turizmas bei ekoturizmas, poilsinį ir pramoginį turizmą t.y. agroturizmą, poilsį verslo partnerių sodybose, specialųjį turizmą, tokį kaip, jodinėjimas, buriavimas, irklavimas ir kitas aktyvias pramogas.

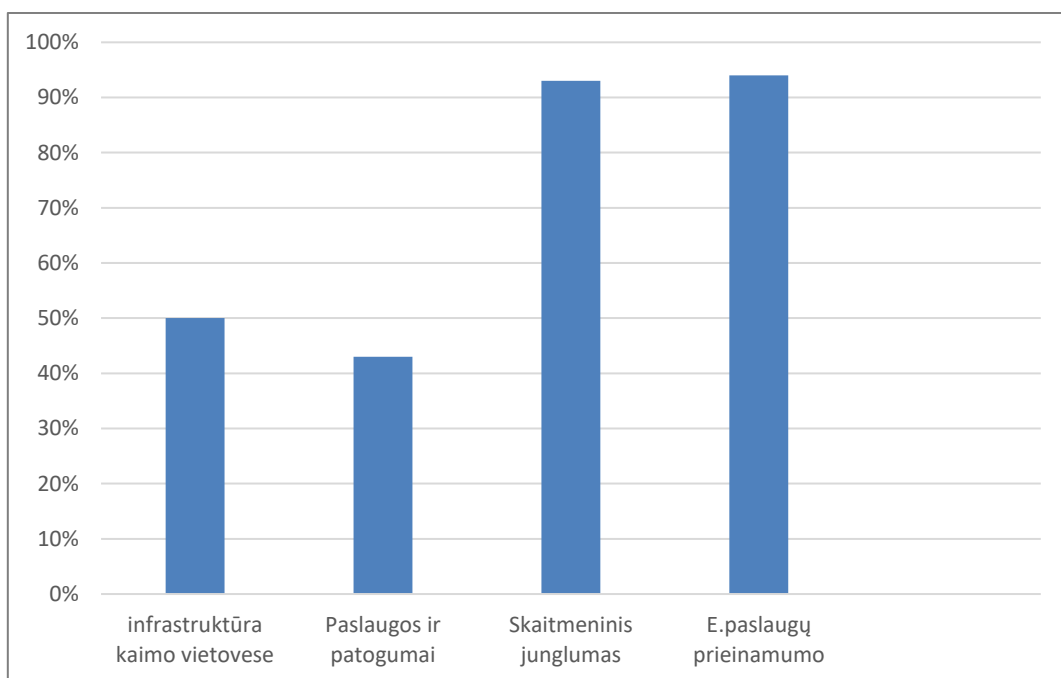
Dažnu atveju nėra paprasta suvokti, ko klientas nori ir jų nuomonės bei norai nuolat kinta, todėl šioje vietoje yra reikalingos inovacijos, kurios vis padėtų patenkinti kiekvieno kliento šeimos nario ar kiekvieno skirtingo amžiaus kliento norus bei poreikius, siekiant praleisti turiningai laiką ir pailsėti.

21 amžiuje įmonės, kurios siekia stabiliai tęsti savo veiklą, turi būti lanksčios, prisitaikyti prie vykstančių pokyčių. Įvairūs pokyčiai suteikia unikalias galimybes mažesnio masto įmonėms, kurios neturi užtektinai išteklių konkuruoti pagal nusistovėjusias rinkos taisykles. Todėl yra rekomenduojama, ypatingai mažesnėms įmonėms, pritaikyti žydrųjų vandenų strategiją, kuri gali pakeisti esamas rinkos ribas, pritraukiant naujų vartotojų. Globalizacijos ir naujų technologinių pokyčių dėka, pasinaudojus tokia strategija įmonės atranda naujus būdus, kaip sukurti vertę, kuri didintų inovacijas (Sheehan, Vaidyanathan, 2009). Inovacijos padeda dėka keičiasi ekonominė padėtis. Kada yra taikomos nusistovėjusios praktikos daugelis įmonių praranda savo stabilumą, nebeišgali išlaikyti turimų rinkos pozicijų. Todėl norint turėti sėkmingą verslą, reikia nuolatos tobulinti esamą verslo modelį, ieškant unikalių inovacijų. Šiandien įmonės inovacijoms paskiria vis daugiau savo laiko, nes jų vadovai suvokia, jog siekiant pranašumo prieš savo konkurentus, reikia kurti didesnę vertę klientui. Rinkose, kurios yra konkurencingas, požiūris į inovacijas taip pat palaipsniui kinta, įmonės suvokia, kad nebepakanka keisti siūlomo produkto arba paslaugos, siekiant

sėkmės. Tiekimo kanalai, strateginių partnerių paieška bei klientų aptarnavimas yra esminės sėkmingo verslo modelio sudedamosios dalys, kurias reikia nuolat patobulinti.

Pažvelgus į situaciją per problemos prizmę, lengviau suvokti, ko klientai nori ir kaip išspręsti jų problemą pateikus tam tikrą idėją. Kada yra ieškoma idėjos, yra labai reikšminga ne tik suprasti, kokią problemą reikės spręsti ir ar ji sukuria vertę, tačiau taip pat atkreipti dėmesį į kitą reikšmingą kriterijų t.y. už kokios problemos išsprendimą klientai gali mokėti pinigus. Itin svarbu, jog klientai būtų linkę mokėti pinigus už problemos išsprendimą bei už kuriamą vertę, t.y. bendrakūra. Anot Ind, Coates (2013) bendrakūros sąvoka yra naudojama, kada yra norima pabrėžti mąstymo pokytį nuo organizacijos, kaip vertės kūrėjos link labiau įsitraukimo proceso, kur klientai ir įmonės kartu sukuria vertę. Šiuo klausimu 2014 m. buvo atliktas tyrimas, kuris atskleidė, kad 73,1 % respondentų rinktųsi tokią turizmo formą, kurios pelno siekimas yra derinamas su aplinkos saugojimu ir socialinės gerovės didinimu. Tai įrodo vartotojų pasiryžimą prisidėti prie darnumo idėjų įgyvendinimo ir jų sklaidos turizmo sektoriuje, o esant tokiai paklausai turėtume sudaryti galimybę vartotojui rinktis. Čia svarbus vaidmuo atitektų turizmo informacijos centrums, agentūroms bei organizacijoms vykdant sklaidą apie siūlomas paslaugas ir prekes remiantis žaliosios Lietuvos bei žaliosios Europos vizija. Tokiu būdu išsivaduosime iš vartotojiškos visuomenės gniaužtų, o tvarumas ir judumas taptų gyvenamosios įpročiu. Todėl siekiant skatinti turizmą yra reikalingos priemonės, kurios didintų patrauklumą tiek kaimo turizmo verslo plėtrai tiek turistui.

Pagal ES duomenis priemonės skatinantys kaimo turizmo plėtra kaimo vietovėse yra šios; infrastruktūra kaimo vietovėse 50 %, paslaugos ir patogumai 43 %, skaitmeninis junglumas 93 %, e. paslaugų prieinamumas 94 %.



1 pav. Priemonių svarba kaimo turizmo plėtrai.

Diagrama sudaryta pagal ES konsultacijų duomenis <https://ec.europa.eu/>

Atsižvelgus į ES komisijos duomenis 2020 m. galima teigti, kad viena iš kaimo turizmo sektoriaus skatinimo priemonių yra skaitmeninis junglumas, kurio principai yra šie:

- Skatinama dalyvauti skaitmeninėje viešojoje erdvėje;
- Didesnė duomenų apsauga;
- Didesnės galimybės pritaikyti inovacijas.

Taip pat didelę reikšmę turizmo sektoriui turi e. paslaugų prieinamumas, kuris yra neatsiejamas poreikis bet kuriai verslo organizacijai bei šiuolaikiniam žmogui. Na, o mažesnė dalis

sudaro infrastruktūros bei patogumų poreikis kaimo vietovėse, kuris atitinkamai didės plėtojant kaimo turizmo verslą provincijose. Remiantis šiais ES duomenimis, galime daryti prielaidą, jog pakankamai tikslinga būtų siūlyti kaimo turizmo sodybose įdiegti QR kodus ir išmaniasias programėles. Tai greitojo atsakymo kodas, kuris buvo 1994 m. sukurtas korporacijos „Denso-Wave“ Japonijos automobilių pramonei. QR kodas yra optinė etiketė, kuri sukurta, siekiant išsifrazuoti dideliu greičiu. QR kodas naudoja keturis standartinius režimus (skaitmeninį, raidinis skaitmeninį, baitų / dvejetainį ir kandži).

Kada prisilietimai prie paviršių sukėlė pavojų sveikatai, buvo vėl pradėti naudoti seniai pamiršti QR kodai. Pateko keleto pandemijos mėnesių, jog QR kodai vėl būtų pradėti naudoti įvairių įmonių, pavyzdžiui, kavinių, pervežimo įmonių, apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų. Jų pagalba galima patogiu būdu gauti informaciją tik liečiant savo telefoną. Tokie kodai yra naudojami klientų registracijai – apsilankius konkrečioje lokacijoje, žmonėms reikia nuskačiuoti QR kodą ir galima patekti į puslapį palikti savo kontaktus (QR kodai niekam nebuvo įdomūs, o tada atėjo pandemija, 2020). Taigi, viena iš priemonių- QR kodus pritaikyti ir kaimo turizmo sodyboje (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. QR kodo pritaikymo kaimo turizmo sodyboje galimybės

Verslo idėja	Tikslas	Rezultatas
QR kodas	Kaimo turizmo svečių registracija	Turistų srautų stebėjimas statistiniais bei rinkodaros plėtros tikslais.
QR kodas – žaidimas „nuskačiuok ir ieskok sekancios sodybos“	Motyvuoti įvairaus amžiaus svečius poilsiauti aktyviai	Geros emocijos svečiui/laimėtoju. Darniojo turizmo populiarinimas
QR kodas – išsami informacija	Suteikti informacija apie sodybos teikiamas paslaugas bei edukacijas.	Kaimo turizmo pridėtinė vertė, nauja komunikacinė priemonė,

Lentelė sudaryta pagal straipsnio autorių.

QR kodo pritaikymas kaimo turizmo sodybose, leistų stebėti turistinius srautus, motyvuotų keliauti įvairaus amžiaus turistus, kurtų pridėtinę vertę, suteiktų geras emocijas, populiarintų darnųjį turizmą. Galima teigti, jog turizmo versle, kaip ir kiekviename versle yra labai reikšmingos inovacijos, kurios leistų patenkinti kiekvieno kliento poreikius ir lūkesčius. Todėl QR kodo pritaikymo galimybės kaimo turizme atvertų naujas galimybes ir padėtų užtikrinti klientų pasitenkinimą tausojant gamtą. **Skaitmeninės ateities formavimas** - perėjimas prie skaitmeninių technologijų turėtų būti naudingas visiems, visų pirma orientuojantis į žmones ir atveriant naujų galimybių verslui. Skaitmeniniai sprendimai taip pat nepaprastai svarbūs kovojant su klimato kaita ir pereinant prie žaliosios Lietuvos tikslų įgyvendinimo. Be to taikant ES skaitmeninę strategiją sudaromos palankios sąlygos novatoriškų ir sparčiai augančių startuolių ir mažųjų įmonių bendruomenei gauti finansavimą ir plėsti veiklą. Planuojant ES fondų investicijas po 2021 buvo įvertinti Nacionalinio energetikos ir klimato srities veiksmų plano iššūkiai ir tikslai, investicijų į žaliąsias technologijas ir darnius sprendimus poreikis ir siekiant bendrų ES tikslų, klimato srities tikslams įgyvendinti yra numatyta skirti 25 proc. ES fondų išlaidų, kuriomis galėtų pasinaudoti turizmo sektoriaus organizacijos, kuriu vienas iš svarbiausių prioritetų būtų „Žalioji Lietuva“

Bendruomenės žaliosios Lietuvos vizijoje

Turizmas turi įvairių įtaką žmonėms, bendruomenėms, regionams ir valstybėms. Tiek vietos, tiek užsienio turistai gali ne tik teigiamai, tačiau ir neigiamai paveikti vietinę bendruomenę, gamtą ir kraštovaizdį, todėl siekiant sėkmingos turizmo plėtros reikia nuolatinės analizės.

Kada yra plėtojamas turizmas svarbu suderinti ekonomikos augimą, darnų vystymąsi ir etinius aspektus. Kaip nurodo Kriščiūnaitė, Navickienė (2021) turizmas apima žmonių elgseną, gamtos ir kultūros išteklius, transporto tiekėjus, apgyvendinimo ir kitas paslaugas, vyriausybės politiką ir reguliacinę sistemą, jų tarpusavio bendradarbiavimą, todėl turizmo plėtojimas taip pat gali būti suprantama įvairiais pjūviais. Bendruomenės turinčios bendrus tikslus ir poreikius turi daug įtakos turizmo verslo plėtrai regionuose.

Vietos bendruomenės įsitraukimas į turizmo sektorių ir dalyvavimas jame yra esminis veiksnys, kada yra darniai plėtojamas turizmo sektorius bei vienas iš būtinųjų vietos poreikių tenkinimo veiksnys, kada yra siekiama pagerinti gyvenimo kokybę. Kada bendruomenė įsitraukia į turizmo sektoriaus veiklą jis tampa darnesniu, padeda sugeneruoti pajamas, tačiau taip pat ir padidina atsakomybę už turizmo sektoriaus plėtrą. Jeigu bendruomenės supratimas apie darnią turizmo plėtrą yra didžiulis, tada darnios strategijos įgyvendinimas bus sėkmingas (Narkūnienė, 2022).

Taigi, siekiant plėtoti turizmą yra labai svarbu, jog bendruomenė būtų organizuotesnė, išmokyta geranoriškumo ir ieškotų susitarimo, kuris vestų bendruomeniškumo ir pasitikėjimo kultūros link. Tik tokiu atveju galima prisiiinti atsakomybę ne tik už save, bet ir už visuomenę, jaustis atsakingais valstybės šeiminkais. Kiekvienam žmogui turi būti svarbu saugoti aplinką, išmintingai naudoti gamtinius išteklius. Turizmas Lietuvai yra labai reikšmingas. Turistus vilioja nuostabi gamta, įvairūs gamtiniai ištekliai, lankytinos vietos, pramogos, išskirtinumas. Ir šiandien vis didesnę reikšmę turi kaimo turizmas. Šiandien Lietuvoje vis daugiau dėmesio yra skiriama turizmo vystymui, kuris suteiktų naudą vietos bendruomenėms, organizacijoms, darbuotojams, aplinkai bei turistams. Turizmo paslaugas teikiančios įmonės siekia pateikti sukurti paslaugas kuo platesniam klientų ratui – tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu mastu (Lietuvos pažangos strategija, 2020).

Turizmo sektoriaus plėtojimas atveria naujas galimybes, tačiau tuo pačiu ir iššūkius. Narkūnienė (2022) pažymi, jog siekiant įgyvendinti turizmo sektoriaus sėkmingą plėtrą, yra reikšmingas bendradarbiavimas tarp įvairių šalių t.y. turizmo paslaugas teikiančių įmonių, valdžios atstovų ir vietos bendruomenės. Taip pat, yra labai reikšmingas aspektas t.y. turizmo sektoriaus augimas turi būti ne tik pelningas, tačiau ir darnus. Darnaus turizmo vystymo strategijomis turi remtis ne tik valdžios įstaigos, kurios parengia konkrečius turizmo vystymo veiksmų planus arba projektus. Tačiau tokias strategijas turi suprasti ir turizmo paslaugas teikiančios įmonės. Todėl yra reikalinga laiku formuoti tiek valdžios institucijų, tiek verslininkų, tiek bendruomenės bei turistų sąmoningumą ir suvokimą, kodėl yra reikalinga siekti bendrųjų turizmo vystymo tikslų, kaip juos reikia įgyvendinti, kuo tokių dalyvių bendradarbiavimas yra naudingas. Turizmo sektoriaus kompleksiskumas skatina turizmo valdyme dalyvaujančių institucijų gausą, kurių veiklos efektyvumas gali būti užtikrintas tik gerų tarpinstitucinių koordinavimo ryšių realizavimu. Turizmo sektoriaus koordinavimas, kurio pagrindu atliekamos kitos funkcijos. Suderinus pasiekiamumo įvairiomis transporto rūšimis plėtros kryptis, radus kompromisą tarp turizmo skatinimo saugomose teritorijose ir darnios plėtros, laikantis į turizmą orientuotos viešosios infrastruktūros investicijų politikos, sudaromos prielaidos didinti finansavimą, koncentruoti rinkodaros priemonių įgyvendinimą tikslinėse rinkose ar užtikrinti turizmo plėtrai palankios teisinės bazės kūrimą. Siekiant kurti visapusiškas turizmo paslaugas, kurios apimtų kultūrą, istoriją, tradicinį maistą, gamtą ir įvairią veiklą, kokybiškas apgyvendinimo ir kitokias paslaugas, turizmo sektorius turi suvokti bendradarbiavimo tarp suinteresuotų šalių naudą. Kada vyksta turizmo plėtra, kuri nėra numatyta, ji gali naikinti išteklius, kurių pagrindu jis ir yra sukurtas, todėl planuojant tokius procesus reikia suderinti ekonominius, socialinius ir aplinkosauginius požiūrius.

Apibendrinant galima teigti, jog yra labai reikšmingas vietos bendruomenių įtraukimas į turizmo vystymą, įvertinus ir perimus vietos žinias bei prioritetus ir panaudojus juos priimant sprendimus. Kaimo turizmo perspektyvos- Stipresnės kaimo vietovės kuriose dominuoja bendruomenės.

Atlikus mokslinės literatūros analizę ir sintezę, suformuluotos rekomendacijos:

1. Kaimo vietovėse turėtų kurtis įgalintos ir gyvybingos vietos bendruomenės.
2. Suteikti galimybę moterims ir vyrams aktyviai dalyvauti politikos ir sprendimų priėmimo procesuose, įtraukiant platų suinteresuotųjų šalių ratą ir tinklus bei visus valdymo lygius, labai svarbu kuriant individualiems poreikiams pritaikytus, vietos ir integruotus politikos sprendimus ir investicijas.
3. Reikėtų plėtoti inovatyvius paslaugų teikimo sprendimus, maksimaliai išnaudojant skaitmeninių priemonių teikiamas galimybes ir stipriai skatinant socialines inovacijas.
4. „Žalioji Lietuva“ – tai galėtų būti pagrindinė šalies vystymosi kryptis apimanti visas sritis. Didžioji dalis Vakarų civilizacijų yra negrįžtamai praradę savo miškus, upes, ežerus arba gyvybę juose. Šiais laikais finansinę gerovę galima pasiekti neiekvojant vietos resursų. Žaliojo turizmas – vienas iš labiausiai draugiškų visomis prasmėmis aplinkai. Galvojant apie ateities kartas tikrai norėtųsi palikti nesuniokotą, o atgaivintą kraštą.

Išvados

1. Kaimo turizmas Lietuvoje pasižymi vienu iš labiausiai draugiškų visomis prasmėmis aplinkai sektorių. Pagrindinės kaimo turizmą skatinančios priemonės: infrastruktūros kūrimas, paslaugų ir patogumų vystymas, skaitmeninio junglumo skatinimas, elektroninių paslaugų prieinamumo skatinimas. Visi šie aspektai akumuliuojami spartaus technologinio progreso, inovacijų kūrimo ir atsižvelgiant į gerąsias pasaulio praktikas bei atliktus tyrimus, kad būtų kuriama tvari ir darni skaitmeninės ateities vizija, taip pat pagrįsta duomenų saugumu ir pridėtinės vertės kūrimu.
2. Technologinis progresas ir sparčiai kuriamos inovacijos, įgalina susitelkti į socialinius, ekologinius ir darnaus turizmo vystymo aspektus, atliepiančius specifinius kliento poreikius ir lūkesčius. Tikslinga taikyti QR kodą kaip efektyvią rinkodaros priemonę kaimo turizme atvertų naujas galimybes ir padėtų užtikrinti klientų pasitenkinimą. Taip pat reikalinga generuoti inovacijas, kurios būtų susijusios ne tik su vartotojų pasitenkinimu, bet ir Lietuvos žaliosios vizijos įgyvendinimu.
3. Žaliosios vizijos įgyvendinime yra labai svarbios bendruomenės. Kai bendruomenė įsitraukia į kaimo turizmo veiklą, tai skatina ne tik socialinį poveikį, bet ir turizmo darnumą, padeda sugeneruoti pajamas, tačiau taip pat ir padidina atsakomybę už turizmo sektoriaus plėtrą. Atsiranda bendrakūra, kai verslo subjektai, bendruomenės, vyriausybės institucijos susivienija dėl bendro tikslo realizuoti žaliąją viziją skatinant kaimo turizmo plėtrą, tokiu būdu būtų kuriamas sinergijos efektas.

Literatūra

1. Domarkas, V., Juknevičienė, V., Kareivaitė, R. (2012). *Institucinės dimensijos vaidmuo darnaus vystymosi koncepcijoje*. Viešoji politika ir administravimas. 1, Nr. 3 /, Vol. 11, No 3, p. 461–472.
2. Jagminas, J., Paulauskienė, L. (2012). *Turizmo valdymo funkcijos ir jų subalansuotumas Lietuvoje*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. Vol. 3. No. 23.
3. Jasinskas, E. (2018). *Visuomenės saugumas ir darni plėtra: visuomenės saugumo aktualijos ir probleminiai klausimai*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
4. Gartner, C. W., (2015). *A Perspective on Rural Tourism Development*. The journal of regional analysis & policy, 35 (1).
5. Ind, N., Coates, N. (2013). *The meanings of co-creation*. European Business Review, 25(1), 86-95.
6. Kriščiūnaitė, V., Navickienė, R. (2021). *Įsimintinų turizmo patirčių formulavimas teoriniu aspektu*. Iššūkiai ir socialinė atsakomybė versle.
7. Narkūnienė, R. (2022). *Lietuvos turizmo sektoriaus plėtros tendencijų modeliavimas didinant turistinių regionų konkurencingumą darnios plėtros kontekste*. Daktaro disertacija.
8. Renata Dagiliūtė, Žydrūnė Bartkutė (2014) *Kas yra darnus turizmas? Žinių ir nuostatų tyrimas*. Vytauto Didžiojo universitetas

9. Sheehan, T. N., GVaidyanathan, G.. (2009). *Using a value creation compass to discover Blue Oceans*.
10. Simanavičius, A. (2019). *Turizmo rizikos suvokimas*. Visuomenės saugumas ir darni plėtra.
11. Straipsnis. *QR kodai niekam nebuvo įdomūs, o tada atėjo pandemija*. (2020). Prieiga per internetą: [QR kodai niekam nebuvo įdomūs, o tada atėjo pandemija: kaip sena technologija imta naudoti visur? - LRT](#).
12. Lietuvos pažangos strategija (2020). Prieiga internetu: [1 \(1\).pdf](#).
13. Žaliosios Lietuvos deklaracija (2021). Prieiga per internetą: <https://www.lietuvosgalia.lt/iniciatyvos/zalia-lietuva/>

MEASURES TO PROMOTE THE TOURISM SECTOR UNITING COMMUNITIES BY THE VISION OF GREEN LITHUANIA Summary

The world does not stand still, it is constantly changing, as is Lithuania. It is open to innovations that are dictated by experience developed countries. It is very important to constantly look for a way to discover opportunities to reach out to each other, to reconcile the needs of nature and people. Tourism has a diverse impact on people, communities, regions and states. Both local and foreign tourists can not only positively but also negatively affect the local community, nature and landscape, so the successful development of tourism requires constant analysis. When tourism is developing is important reconciling economic growth, sustainable development and ethical aspects. Involvement of the local community in the tourism sector and participation in it is a key factor in the sustainable development of the tourism sector and one of a factor in meeting needs when it comes to improving the quality of life.

ŪKIO SEKTORIŲ ANALIZĖ

LIETUVOS SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO FINANSINIŲ RODIKLIŲ POKYČIAI 2007-2020 METAIS

Viltenis Vakarīs Daugirdas, Auksė Ivinskaitė

Mokslinė vadovė – lektorė Jūratė Zakarienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Ivadas

Šiuolaikinėje ekonomikoje smulkus ir vidutinis verslas (toliau – SVV) yra reikšminga ekonomikos dalis. Remiantis išsivysčiusių šalių praktika, matoma, kad smulkaus ir vidutinio verslo įmonės yra nacionalinės ekonomikos gyvybingumo ir konkurencingumo esminis bruožas bei užtikrina socialinį stabilumą, taip pat padeda kurti naujas darbo vietas esant dideliame nedarbo lygiui valstybėje. Tačiau, tokio dydžio verslai susiduria su tam tikromis problemomis, tokiomis kaip: didelė konkurencija su didelėmis įmonėmis, nemaža mokestinė našta, netolygios sąlygos skirtinguose valstybės regionuose. Kadangi SVV susiduria su nemenkomis problemomis, daugelis šalių teikia paramą – neišimtis ir Lietuva. Tai suteikia galimybes užtikrinčiau ir sėkmingiau plėtoti verslą.

Straipsnio tikslas – palyginti SVV finansinių rodiklių pokyčius 2007-2020 metais.

Straipsnio uždaviniai:

1. Atskleisti SVV sampratą ir reikšmę.
2. Apibūdinti SVV finansinius rodiklius ir jų tyrimų metodologiją.
3. Išanalizuoti smulkaus ir vidutinio verslo finansinių rodiklių dinamiką.

Darbo metodika: mokslinių literatūros šaltinių analizė, oficialių statistinių duomenų analizė, grafinis duomenų vaizdavimas.

SVV samprata ir reikšmė

Europos Sąjungos pirmasis vieningas standartas, kuris 1996 metais tapo Europos Komisijos Rekomendacija dėl mažų ir vidutinių verslų įmonių apibrėžimo, nurodo, jog SVV įmonės yra tos, kuriose dirba mažiau nei 250 darbuotojų ir kurių metinės pajamos neviršija 50 mln. eurų arba kurių balansinė turto vertė yra ne didesnė nei 43 mln. eurų. Smulkiojo verslo įmonės apibrėžiamos kaip įmonės, turinčios mažiau kaip 50 darbuotojų ir mikroįmonės, kurios turi mažiau kaip 10 darbuotojų. Smulkiojo verslo įmonėms yra nustatytos mažesnės pajamų ir turto maksimalios ribos, kurias sudaro 10 mln. eurų metinių pajamų arba turto balansinė vertė, kurie siekia 10 mln. eurų. Mikroįmonėmis laikomi verslai yra tie, kurių metinės pajamos yra iki 2 mln. eurų arba turto balansinė vertė yra iki 2 mln. eurų. Taip pat, įmonė nelaikoma smulkiuoju arba vidutiniu verslu, jei daugiau kaip 25 proc. jos akcijų ar kitokias kapitalo dalis valdo valstybė arba savivaldybė (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2022).

SVV yra neatsiejama kiekvienos valstybės ekonomikos dalis, nes jų veikla yra labai reikšminga šalies ekonominiams plėtimuisi.

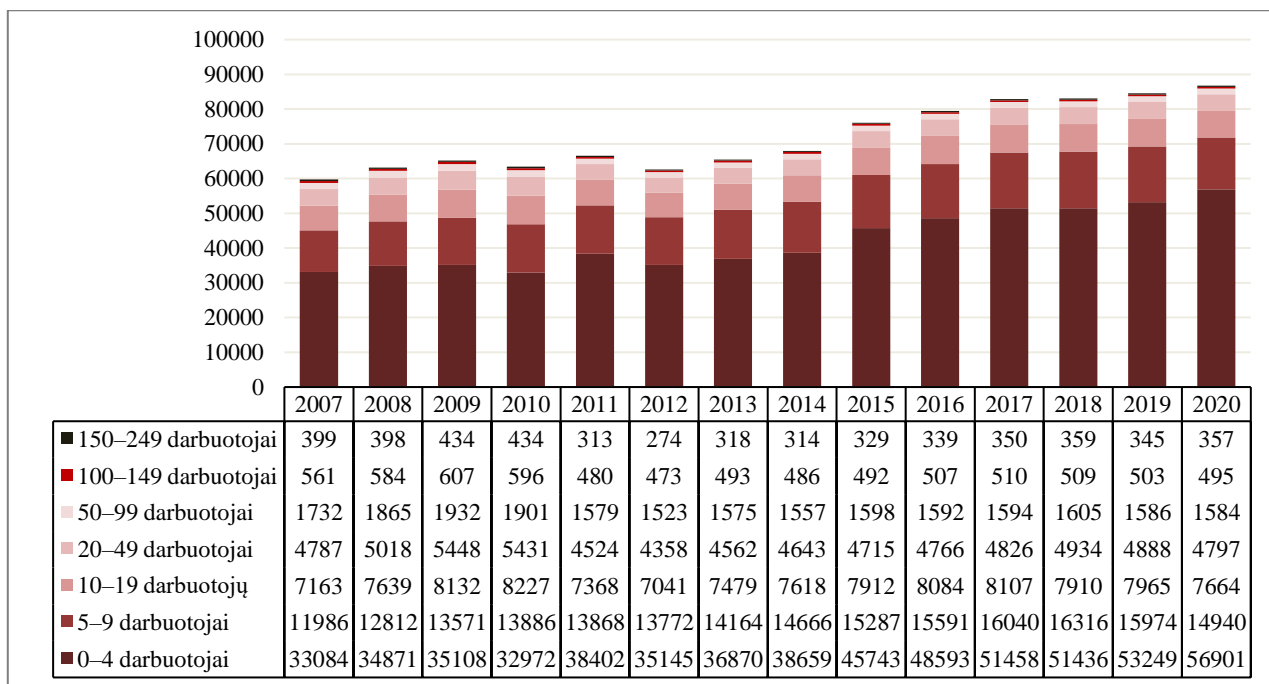
Pagal Lietuvos statistikos departamente pateiktus duomenis (2020), „Lietuvoje daugiausia veikia mažos, iki 9 dirbančiųjų turinčios, įmonės. Jos įdarbina 41 proc. dirbančiųjų versle. Didžioji dauguma įmonių užsiima prekyba. Šalies verslas per 2019 metus sukūrė 74 proc. visos šalies bendrosios pridėtinės vertės. Didžiausią dalį sukūrė apdirbamosios gamybos, didmeninės ir mažmeninės prekybos sektoriai. Sparčiai augo statybos, transporto ir saugojimo, informacijos ir ryšių bei administracinės ir aptarnavimo veiklos įmonių sukurta pridėtinė vertė“. Nors ekonominė

krizė nuo 2009 metų sumažino SVV įmonių skaičiaus augimą, tačiau remiantis Lietuvos departamento duomenimis, kad MVĮ skaičius greičiau atsigavo nei stambios įmonės. 2008-2010 metų krizė parodė, kad MVĮ turi didesnę gebėjimą prisitaikyti prie rinkos pokyčių nei stambūs verslai. Būtent SVV padeda kurti naujas darbo vietas, kas yra itin svarbu, esant dideliame nedarbo lygiui šalyje. Svarbu yra tai, kad MVĮ užpildo tas ekonomines nišas, kurių stambios įmonės negalėtų vien dėl savo mastų (Davulis, 2013). Dauguma smulkiojo verslo subjektų teikia mažmeninės prekybos, informacinių technologijų, viešojo maitinimo, medicinos, kirpyklų, automobilio remonto ir kitas paslaugas. Vidutinio verslo įmonės teikia didmeninės prekybos, statybos, finansines, transporto paslaugas. Vidutinis verslas turi didesnę prekių ir paslaugų asortimentą, pažangesnes technologijas bei yra mažiau pažeidžiami rinkos svyravimų (Lietuvos statistikos departamentas, 2022). Pagrindiniai aspektai, žlugdantys SVV įmones, ypač veiklos pradžioje ar ekonominės krizės metu, yra kapitalo, patirties ar patikimų verslo partnerių trūkumas, taip pat nesugebėjimas įvertinti išorinės aplinkos bei konkurencija (Stripeikis, Žukauskas, 2004). Remiantis lietuvių vadybos specialisto Edvardo Vaclovo Bartkaus atlikta apklausa, kurioje buvo siekiama išsiaiškinti su kokiomis problemomis susidūrė SVV įmonės po kriziniu laikotarpiu, buvo išsiaiškinta, kad pagrindiniai SVV plėtrą Lietuvoje stabdantys veiksniai yra „dideli mokesčiai, apyvartinių lėšų stoka, nuolat kintantys įstatymai, korupcija valdžios institucijose. Dalis verslininkų taip pat pažymėjo pradinio kapitalo stokos problemą, institucijų teikiančių paramą verslui trūkumą“ (2010, p. 393).

Žvelgiant į COVID-19 pandemijos laikotarpį, karantinas ir jo apribojimai stipriai smogė SVV, kurios nesugebėjo prisitaikyti prie jų, tačiau tos, kurios sugebėjo pritaikyti inovatyvius sprendimus, tokius kaip nuotolinis darbas, bendradarbiavimas su maisto išvežiojimo paslaugomis, nepatyrė didžiulių nuostolių, bet dar ir sugebėjo pasiekti geresnių rezultatų nei anksčiau. Dar vienas svarbus faktorius, kuri padėjo įvairiems verslams – valstybės paramos. Visame pasaulyje, įskaitant ir Lietuvą, buvo pastebėtos tokios pačios tendencijos, siekiant išlaikyti stabilumą COVID-19 laikotarpiu (Asad, Kashif, 2021).

Skaitmeninė transformacija yra procesas, kuriame įmonė bando pritaikyti skaitmenines priemones savo veikloje, kad galėtų pasiekti platesnį klientų ratą, supaprastintų pirkimo ir pardavimo procesus. Vykdoma SVV įmonių skaitmeninė transformacija gali būti veiksmi tik tada, jei yra pasiryžimas iš pačių verslų. Pastarąjį dešimtmetį išpopuliarėjo reklamavimas socialiniuose tinkluose, o tai tapo palankesnis ir pigesnis įrankis SVV įmonėms pritraukti klientus (Winarish, Indriastuti ir Fuad, 2021).

SVV įmonės, Europoje ir JAV, skaitmenizacijos procese lenkia stambiuosius verslus. SVV įmonės tampa pagrindiniu inovacijų šaltiniu ir sugeba jas pritaikyti savo veikloje, konkurencingoje aplinkoje. Būtent dėl savo paprastesnės struktūros ir strateginių veiksmų, smulkieji ir vidutiniai verslai sugeba pritaikyti naujoves lengviau (Grimaldi, Quinto ir Rippa, 2013).



1 pav. Lietuvoje veikiančių mažų ir vidutinių įmonių skaičius metų pradžioje

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Pagal Lietuvos statistikos departamento teikiamus duomenis, Lietuvoje 2020 metų pradžioje veikė 86 738 smulkiojo ir vidutinio verslo įmonių. Beveik 83 proc. SVV įmonių sudarė labai mažos įmonės (0-9 darbuotojai), mažos įmonės sudarė 14 proc. (10-49 darbuotojų), o vidutinės sudarė 3 proc. (50-249 darbuotojų).

Apibendrinant, galime teigti, jog SVV yra vienas iš pagrindinių komponentų šalies ekonomikos lygiui augti, nes SVV sudaro itin didelę dalį verslų ir jie suteikia reikalingiausias, kasdienes paslaugas vartotojams.

SVV finansiniai rodikliai ir jų tyrimų metodologija

Surinktų finansinių rodiklių turinys atitinka balanso, pelno (nuostolio) ataskaitos ir apskaitos registruose esančius rodiklius, yra parengtas pagal Verslo įmonių apskaitos standartų (VAS) reikalavimus. Tyrimo tikslas – analizuoti SVV įmonių finansinius rodiklius, apibūdinti įmonių būklę. Lietuvos statistikos departamento duomenų surinkimui naudojamas mišrus duomenų rinkimo būdas, t. y. respondentų pateiktos statistinės ataskaitos ir administraciniai duomenys. Tyrimo subjektai – SVV akcinės ir privačios akcinės bendrovės, valstybės ir savivaldybių įmonės, užsienio įmonių filialai, žemės ūkio ir kooperatinės įmonės, mažosios ūkinės bendrijos, individualios įmonės, tikrosios ir komanditinės ūkinės bendrijos, viešosios įstaigos, veikiančios šalyje ir kurių pagrindinė ekonominė veikla yra EVRK 2 red. B-J, L-N ir P-R sekcijos bei A02, A03, ir S96 skyriai. (Lietuvos statistikos departamentas, 2020)

Pagrindiniai analizuojami įmonių finansiniai rodikliai (Nasdaq, 2010; Lietuvos statistikos departamentas, 2022):

- Apyvarta – pinigų suma, kuria parodytas įmonės prekių ar vykdomų paslaugų judėjimas. Svarbu tai įvertinti, nes galima pamatyti ar įmonės aktyvumas didėja, ar mažėja.
- Grynas pelnas (nuostolis) – finansinis rodiklis, kuris parodo galutinį rezultatą, iš pajamų atskaičiavus visas sąnaudas ir mokesčius. Šis rodiklis yra svarbus akcininkams, nes ilgainiui stebinti įmonės veiklą, jie gali pamatyti ar ta įmonė veikia pelningai ilguoju laikotarpiu.
- Bendrojo mokumo koeficientas – nuosavo kapitalo ir visų įsipareigojimų santykis, kuris rodo kiek kartų nuosavas kapitalas viršija bendrus įsipareigojimus. Kuo didesnis koeficientas, tuo

geriau, nes tai reiškia mažesnę bankroto grėsmę bei finansinę riziką ir aukštesnį įmonės mokumo lygį (>2 gera, nuo 0,5 iki 2 gera, o bloga <0,5). Šis rodiklis svarbus investitoriams.

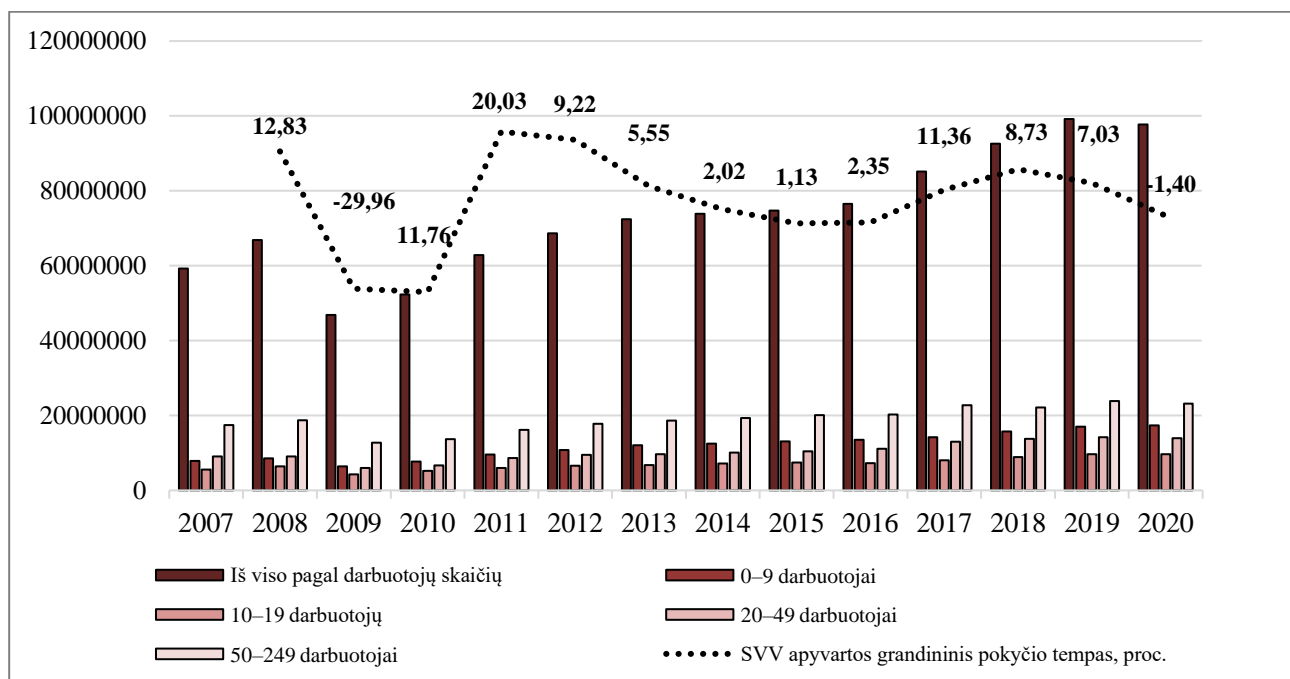
- Grynasis pelningumas – grynojo pelno (nuostolių) ir pajamų santykis, kuris parodo, kiek grynojo pelno (nuostolių) centų tenka vienam pajamų eurui. Tai vienas svarbiausių rodiklių įmonės vadovui, nes šis rodiklis parodo galutinį įmonės veiklos pelningumą. Kai rodiklio reikšmė yra žemiau 10 – gali būti laikomas problematišku, o kai žemiau 5 – blogas.

- Įsiskolinimo koeficientas – visų įsipareigojimų ir turto santykinis dydis. Kuo daugiau skolinto kapitalo, tuo yra didesnė tikimybė įmonei bankrotuoti. Šis rodiklis yra svarbus kreditoriams. Rodiklio reikšmė virš 0.7 yra bloga, o kuomet ji neviršija 0.5 - gera

Galima teigti, kad finansinių ataskaitų pagrindu atliktas SVV įmonių būklės vertinimas suteikia informaciją apie situaciją įmonėje analizuojamo laikotarpio metu, o įvertinus finansinių rodiklių svorį BVP struktūroje – apie šalyje esančių įmonių finansinę būklę.

Lietuvos SVV finansiniai rodikliai

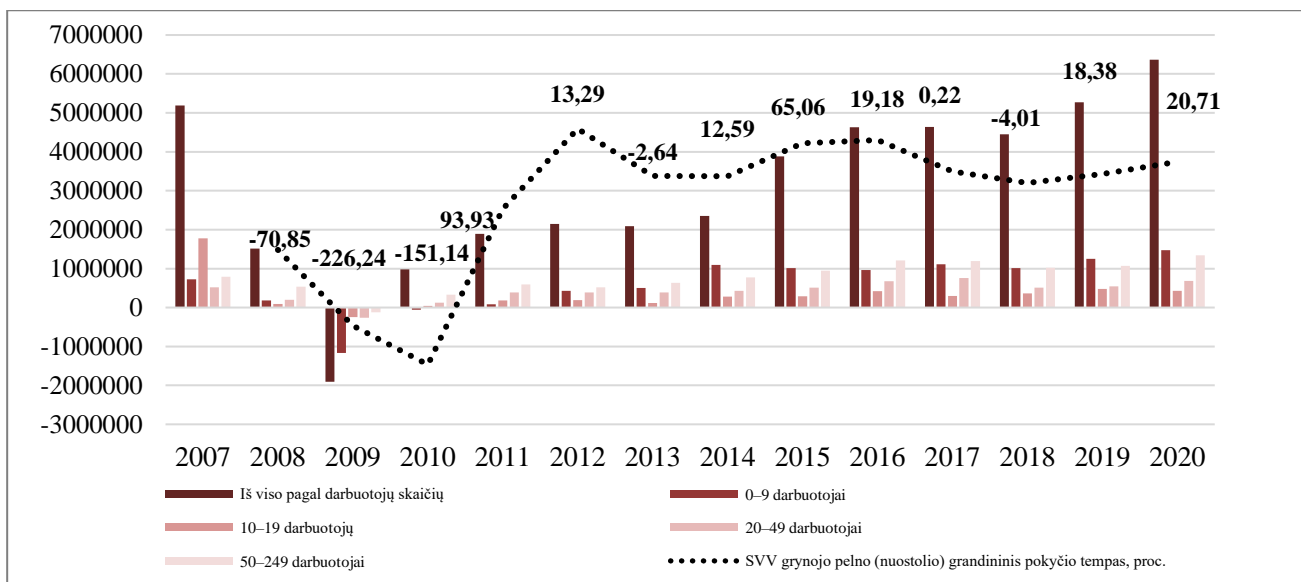
Skyriuje analizuojama 2007-2020 metų laikotarpio SVV finansinių rodiklių dinamika. Pagrindiniai nagrinėjami rodikliai yra: apyvarta, grynasis pelnas (nuostoliai), bendrojo mokumo koeficientas, grynasis pelningumas, įsiskolinimo koeficientas.



2 pav. SVV apyvarta (pagal įmonių dydžių grupes), tūkst. Eur.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

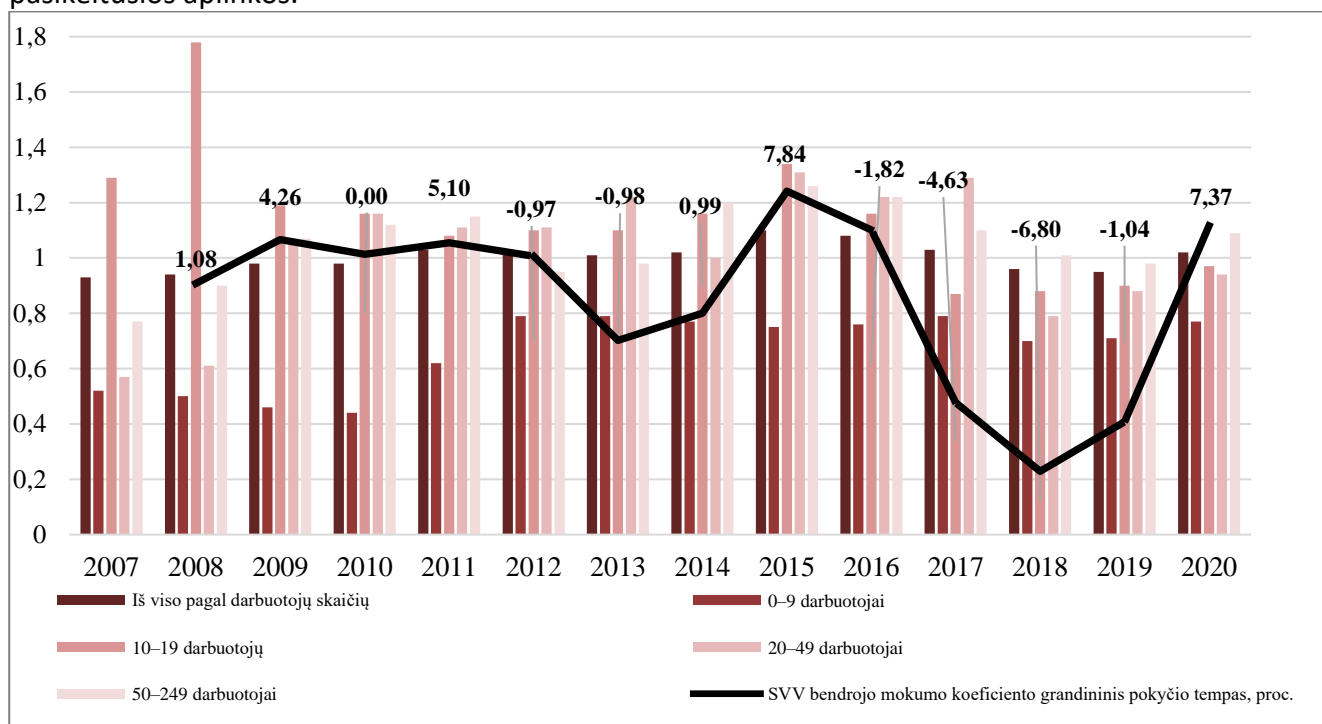
Remiantis 2 pav. matoma, kad didžiąją dalį stebimo laikotarpio SVV apyvarta Lietuvoje augo, tačiau prasidėjusi pasaulinė ekonominė krizė palietė labiausiai Lietuvą 2008-2010 metais. Šiais metais matoma apyvartos mažėjimo tendencija, t. y. 2009 metais mažėjo 29,96 proc., o 2010 metais neženkliai padidėjo 11,76 proc., tačiau nepasiekė prieš 2009 metų buvusio lygio. Po 2010 metų visais metais apyvartos augimo tempas sumažėjo, tačiau jis išliko teigiamas iki 2020 metų. 2019 metais prasidėjus pasaulinei COVID-19 pandemijai, 2020 metais yra minimalus augimo tendencijos sumažėjimas – siekė -1,40 proc. Daugiausiai apyvartos visais metais generavo vidutinio dydžio įmonės. Taip pat, pastebimas ženklus itin mažų įmonių apyvartos didėjimas – nuo 2010 metų itin mažos įmonės buvo antroje vietoje pagal apyvartą.



3 pav. SVV grynasis pelnas (nuostolis) pagal įmonių dydžių grupes, tūkst. eur.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

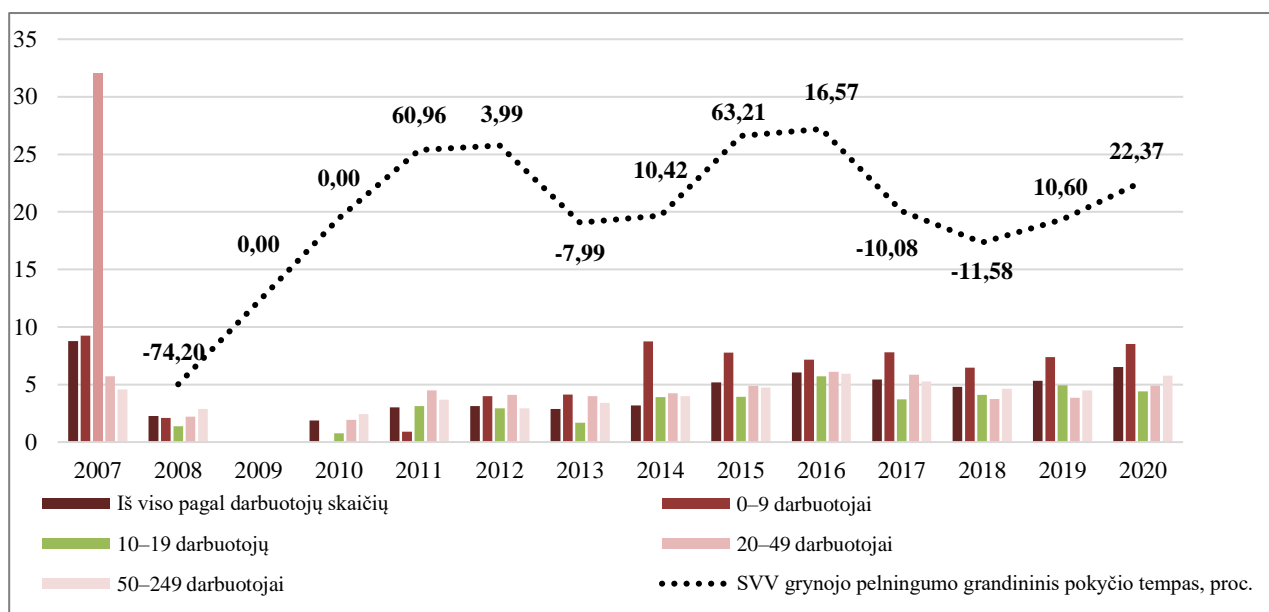
Analizuojant SVV grynąjį pelną (nuostolį) (žr. 3 pav.) matomas aiškus ekonominės krizės poveikis. 2008 metais visos SVV grupės turėjo grynąjį pelną, tačiau jis buvo sumžėjęs 70,85 proc. lyginant su 2007 metais, o 2009 metais visos grupės patyrė nuostolius. 2010 metais matomas minimalus augimas – visos grupės generavo pelną, tačiau itin mažų įmonių grupė patyrė nuostolį. Po 2010 metų iki 2014 metų matomas grynojo pelno augimas, o po 2015 metų pastebimas grynojo pelno augimas, jis sviravo tik 2017 ir 2018 metais. 2015 metų šuolį galima sieti su Lietuvos įėjimu į euro zoną - verslams tapo pigiau vykdyti veiklą, tiek vykdant veiklą su kitomis šalimis, tiek Europos įmonėms, kurios vykdo veiklą Lietuvoje. 2019 ir 2020 (pandeminiu laikotarpiu) matomas staigus augimo tempas, atitinkamai 18,38 proc. ir 20,71 proc. Pasaulinė COVID-19 pandemija neturi ryškių neigiamų poveikių grynajam pelnui 2019-2020 metais, nes verslai sugebėjo adaptuotis prie greitai pasikeitusios aplinkos.



4 pav. SVV įmonių bendrojo mokumo koeficientas 2007-2020 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

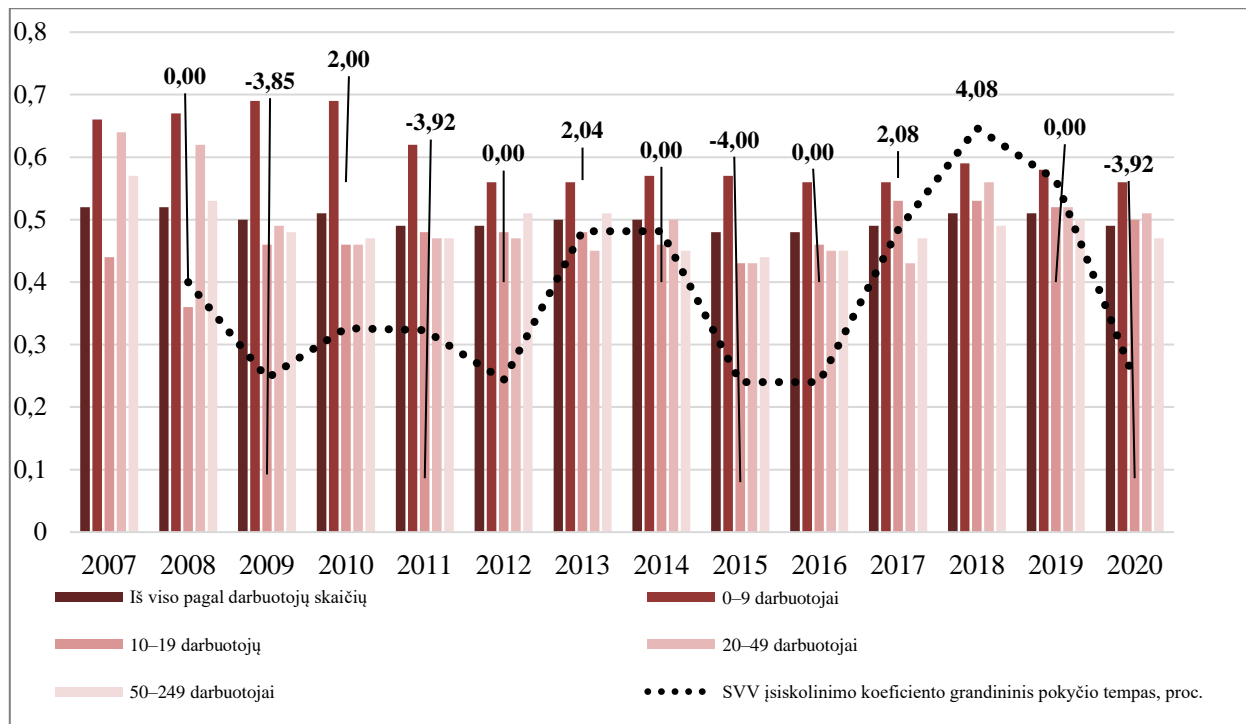
Analizuojant SVV įmonių bendrojo mokumo koeficiento pokytį 2007-2020 metais (žr. 4 pav.) matoma, kad visų SVV įmonių vidurkis visais metais yra arti 1,00, tai reiškia, kad lygis yra normalus. Visais analizuojamo laikotarpio metais vidutiniai verslai sugebėdavo palaikyti geriausią balansą tarp skolintų lėšų ir nuosavų lėšų. Pasaulinės ekonominės krizės laikotarpiu iki 2010 metų smulkiajam verslui sekėsi itin sunkiai, rodiklio reikšmė vos tesiekė 0,5, o tai reiškia, kad smulkusis verslas veikė naudodamas skolintas lėšas. Nuo 2011 metų smulkusis verslas sugebėjo padidinti nuosavas lėšas. Likusios SVV įmonių grupės sugebėjo šio rodiklio reikšmę išlaikyti arčiau 1,00. Grandininis koeficiento pokytis procentaliai visais metais vis kito, tačiau nežymiai.



5 pav. SVV grynasis pelningumas (pagal įmonių dydžių grupes), proc.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Remiantis 5 pav., matoma, kad analizuojamu laikotarpiu visų SVV įmonių turtas buvo naudojamas neefektyviai – rodiklio reikšmė svyravo nuo 5 proc. iki 7 proc. Nuo 2008 iki 2013 metų visų SVV grupių rodikliai buvo žemiau 5 proc. 2008 metais matomas ekonominės krizės poveikis – grynojo pelningumo pokytis sumažėjo 74,20 proc., lyginant su 2007 metais. Pandeminiu laikotarpiu, 2019 ir 2020 metais, grynojo pelningumo koeficientas augo. 2009 metų grynojo pelningumo reikšmių statistikos oficialusis statistikos departamentas nepateikė ir 2010 metais - 0-9 darbuotojus turinčių įmonių duomenų.



6 pav. SVV įsiskolinimo koeficientas (pagal įmonių grupes) 2007-2020 metai

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Visu nagrinėjamu laikotarpiu SVV įmonių įsiskolinimo koeficientas laikosi ties 0,5, kas yra gerai (žr. 6 pav.). Matoma neryški mažėjimo tendencija, o tai reiškia, kad įmonės tampa mažiau įsiskolinusios. Koeficiento mažėjimo tendenciją galima sieti su SVV įmonių grynojo pelno ir apyvartos augimu. Diagramoje matoma, kad itin smulkūs verslai (0-9 darbuotojai) turi daugiau įsipareigojimų nei turto, tačiau nuo 2011 metų iki analizuojamo laikotarpio pabaigos, jų nuosavo turto ir įsipareigojimų santykis gerėjo.

Apibendrinant, Lietuvos smulkieji ir vidutiniai verslai 2007-2020 metais veikė gan stabiliai. Nei vienas analizuojamas rodiklis nebuvo itin geras, tačiau ir nebuvo prastas. Geriausiai sekėsi įmonėms, kuriose dirba nuo 10 iki 19 darbuotojų – jų grynasis pelnas buvo didžiausias iš visų SVV įmonių grupių, apyvarta antra pagal dydį (staigiai vijosi vidutinio dydžio įmonės) bei įsipareigojimų ir nuosavo kapitalo santykis buvo vienas iš geriausių.

Išvados

1. Smulkieji verslai yra tokie verslai, kuriuose dirba iki 50 darbuotojų, o vidutiniai verslai yra tie, kuriuose dirba nuo 50 iki 249 darbuotojų. SVV sukuria 74 proc. visos bendrosios pridėtinės vertės, todėl yra labai svarbi dalis ekonomikos vystymuisi. Mažos ir vidutinės įmonės užpildo tas sritis, kurių negali užpildyti didelės įmonės dėl savo mastų. Dažniausiai SVV įmonės veikia tose srityse, kurios suteikia gyventojams kasdienes paslaugas. Daugiau nei 41 proc. šalies darbo jėgos dirba mažose įmonėse (turinčias iki 9 darbuotojų).

2. Norint vertinti verslo būklę yra būtina atsižvelgti į pelningumo bei mokumo rodiklius. Jie parodo kaip efektyviai įmonė sugeba valdyti savo turtą, įsipareigojimus. Taip pat, rodikliai, kaip bendrojo mokumo koeficientas, yra svarbus investuotojams, o įsiskolinimo koeficientas – kreditoriams.

3. Analizuojant 2007–2020 metų laikotarpį matoma, jog SVV įmonių veikla buvo gan stabili. Pagrindinis reiškinys, kuris neigiamai paveikė įmonių būklę – pasaulinė ekonominė krizė. Pastebima, kad pasaulinė ekonominė krizė turėjo didesnių pasėkmių, analizuojamų rodiklių dinamikai, nei COVID-19 pandemija. Pasaulinės pandemijos metu, 2019 ir 2020 metais, verslų

sugebėjimas adaptuotis buvo priežastis dėl ko SVV įmonių statistika kai kuriose srityse gerėjo. Rodiklių pokyčių analizė tai įrodo. Geriausia dinamika buvo pastebėta smulkiojo verslo įmonėse, kuriose dirba nuo 10 iki 19 darbuotojų.

Literatūra

1. Asad, M., Kashif, M. (2021). Unveiling success factors for small and medium enterprises during COVID-19 pandemic. Arab Journal of Basic and Applied Sciences. Prieiga per internetą: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/25765299.2020.1830514>
2. Bartkus, E. V., (2010). Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros prognozės Lietuvoje ekonominės krizės pradžioje. Kaunas: Kauno technologijos universitetas. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2010~1367177973321/J.04~2010~1367177973321.pdf>
3. Davulis, G. (2013). Smulkusis ir vidutinis verslas Lietuvoje ir jo makroekonominis efektyvumas. Vilnius: Mykolo Riomerio Universitetas. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2013~1477060113775/J.04~2013~1477060113775.pdf>
4. Grimaldi M., Quinto I., Rippa P. (2013). Enabling Open Innovation in Small and Medium Enterprises: A Dynamic Capabilities Approach. Prieiga Willey Online Library: <https://doi-org.libproxy.viko.lt/10.1002/kpm.1423>
5. Nasdaq. (2010). Įmonių finansinė analizė: rodiklių skaičiavimo metodika. Vilnius. Prieiga per internetą: https://www.nasdaqbaltic.com/files/vilnius/leidiniai/Rodikliu_skaiciavimo_metodika-final.pdf
6. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (2020). Smulkiojo ir vidutiniojo verslo politika. Prieiga per internetą: <https://eimin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/verslo-aplinka/smulkiojo-ir-vidutinio-verslo-politika>
7. Lietuvos statistikos departamentas. Oficialiosios statistikos portalas. (2022). Mažų, vidutinių įmonių finansiniai rodikliai. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/imoniu-statistika>
8. Stripeikis, O., Žukauskas, P. (2004). Smulkaus ir vidutinio verslo aplinka Lietuvos ir ES rinkose. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2004~1367184302466/J.04~2004~1367184302466.pdf>
9. Winarish, Indriastuti M., Fuad K. (2021). Impact of Covid-19 on Digital Transformation and Sustainability in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Conceptual Framework. Prieiga per SpringerLink: https://link-springer-com.libproxy.viko.lt/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-50454-0_48.pdf

CHANGES IN FINANCIAL INDICATORS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF LITHUANIA IN 2007-2020

Summary

Small and medium enterprises (-SMEs) is a crucial aspect of economic development of the country. The time period which is analyzed in the article is from 2007 to 2020. In this timestamp the world was affected by financial crisis of 2007-2008 and COVID-19 pandemic, which also affected Lithuania. The negative consequences of financial crisis in Lithuania are most seen in 2009. Surprisingly, COVID-19 pandemic had not only negative print on the economy, but also a very positive.

STATYBŲ SEKTORIAUS VEIKLOS REUZULTATŲ POKYČIAI LIETUVOJE

Justas Petukauskas

Mokslinė vadovė – lektorė Jūratė Zakarienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Ivadas

Statybų sektorius yra svarbus iš dalies dėl to, jog jis yra reikšminga ekonomikos dalis. Šis sektorius apima žemės ūkio, pramonės bei paslaugų ekonominius sektorius, kuria darbo vietas bei generuoja pajamas. Statybų sektorius 2020m. sudarė 7,1% viso šalyje sukuriama bendrojo vidaus produkto (Lietuvos bankas, 2021). Kaip statybų sektorius veikia ekonomiką, taip ekonomika veikia statybų sektorių. Greitas ekonominis augimas didina naujų bei esamų patalpų poreikį. Covid-19 sukelti suvaržymai tik paskatino žmones taupyti, o po to persvarstyti kaip šias naujai sukauptas lėšas apsaugoti nuo infliacijos. Šiame darbe bus nagrinėjami statybų sektoriaus veiklos rezultatai, bei Lietuvos ekonominiai rodikliai. Bus aiškinamasi priežastys veikos rezultatų pokyčiuose, bei kaip konkretūs ekonominiai pakitimai mažina arba didina naujų statybų poreikį.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti Lietuvos statybų sektoriaus veiklos rezultatų pokyčius 2007–2020 m.

Straipsnio uždaviniai:

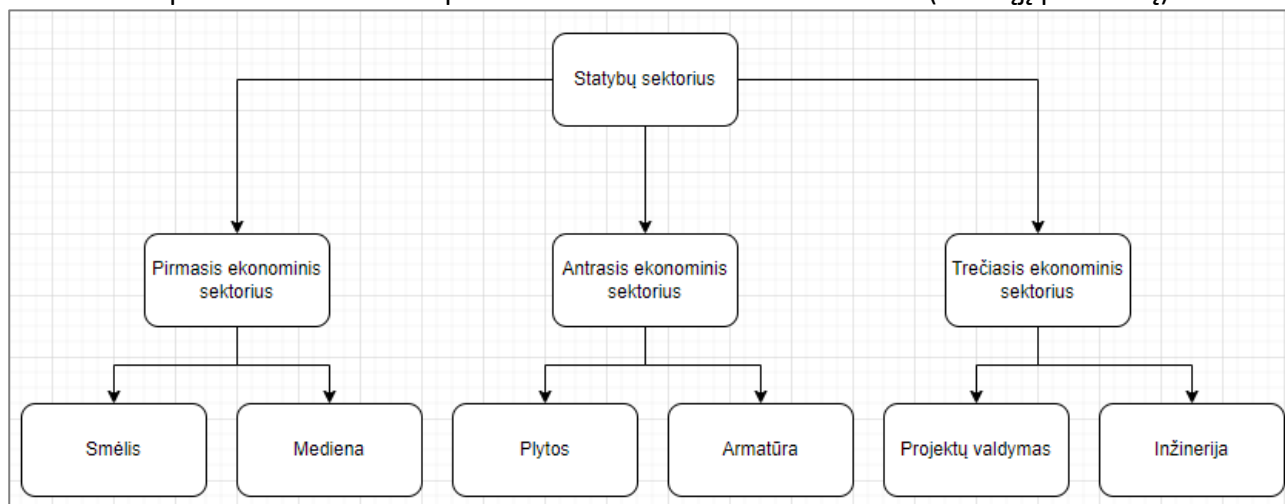
1. Apibūdinti statybų sektoriaus veiklos specifiką ir reikšmę Lietuvos ekonomikoje.
2. Išnagrinėti ekonomikos svyravimų daromą įtaką statybų sektoriaus veiklos rezultatams.

Tiriamoji visuma – visų ataskaitiniu laikotarpiu šalyje veikusių statybų įmonių veiklos rodikliai, Lietuvos bendrieji ekonomikos rodikliai.

Tyrimo metodai: mokslinės, teorinės literatūros, statistikos ir kitų informacijos šaltinių analizė, apibendrinimas, grafinis duomenų atvaizdavimas.

Statybų sektoriaus teoriniai aspektai

Paprastai literatūroje statybų sektorius apibrėžiamas dviem lygiais. Siaurajam statybos sektoriui yra priskiriamos visos F veiklos, pagal NACE 2-osios veiklos klasifikaciją. Platusis apibrėžimas apima visą siaurąjį statybos sektorių bei nekilnojamojo turto veiklą, architektūros ir inžinerijos veiklą ir susijusias technines konsultacijas (Versli Lietuva, 2017). Šiuo požiūriu statybų sektorius kaip ekonominė veikla apima visus tris ekonomikos sektorius (žr. 1-ąjį paveikslą).



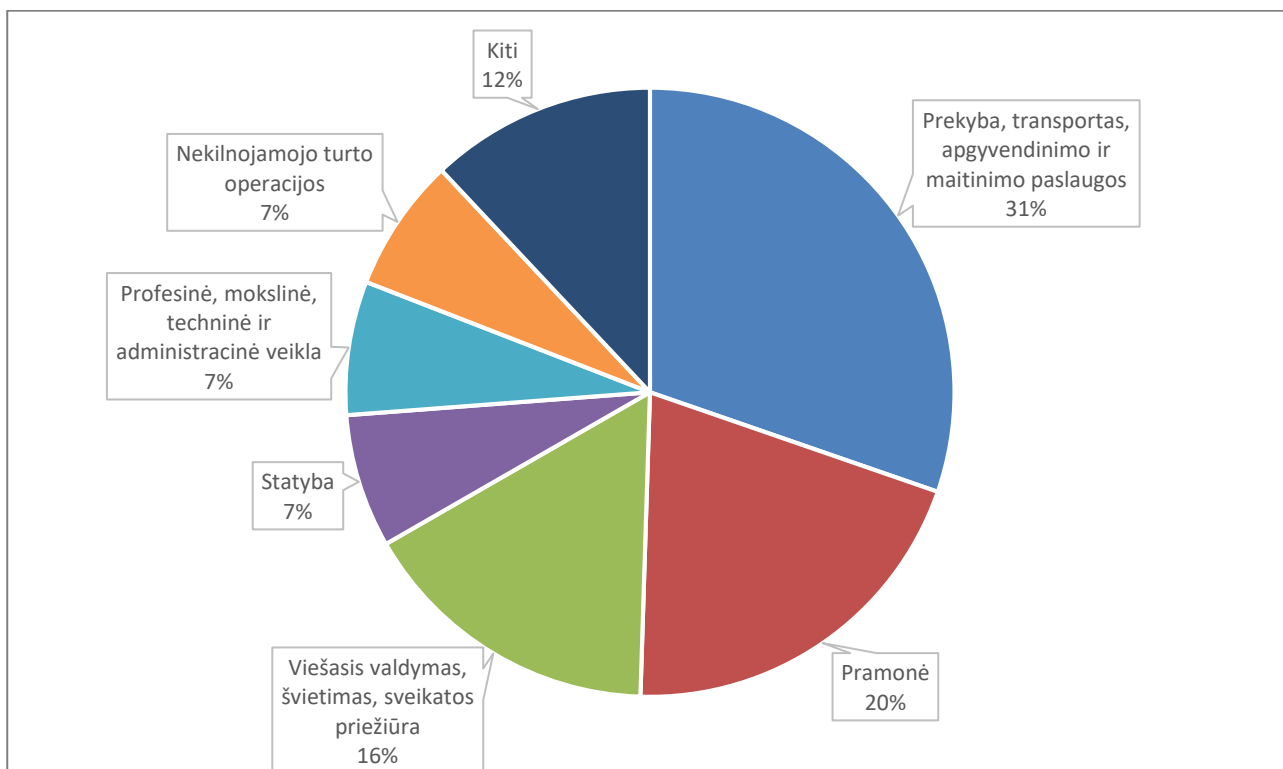
1 pav. Ekonomikos sektorius apimantis statybų sektorius

Šaltinis sudarytas autoriaus pagal: economics.org duomenis

Taip statybų procesas iš tikrųjų prasideda gerokai anksčiau nei fizinis darbas statybvietyje, per kurį statybinės medžiagos ir dizainas paverčiamas galutiniu produktu. Pastatyti objektai pasižymi labai didele įvairove – nuo gyvenamųjų patalpų iki parko takelių ar kitų infrastruktūros objektų.

Statybų paklausa iš prigimties yra nepastovi. Dideli statybos produkcijos svyravimai yra dažni. Šie svyravimai iš dalies atsiranda dėl statybos paklausos pobūdžio ir iš dalies dėl statybos produktų pobūdžio. Statybos produkcijos paklausa laikoma išvestine paklausa iš kitos ekonominės veiklos (Hillebrandt, 2000). Statybos sektoriaus produkcija yra investicinės prekės, kurios gaminamos siekiant palengvinti kitų vartojimo prekių ir paslaugų kūrimą. Kitaip tariant, pati statybų pramonė negali sukurti savo produkcijos paklausos. Todėl statybų paklausa labai priklauso nuo kitų prekių ir paslaugų, kurias padeda sukurti statybos produktai, verslo veiklos. Po ekonomikos pakilimų ir nuosmukių statybų paklausa gali pereiti per verslo ciklą anksčiau ir stipriau nei kituose sektoriuose dėl savo gaminių pobūdžio. Statybos produktas yra nejudantis ir dažnai sukonstruotas tik klientui suvokus poreikį. Dėl tokio statybos produktų pobūdžio pramonė negali sukaupti parduodamų produktų. Taigi staiga padidėjus paklausai, pramonė negali greitai reaguoti į paklausą.

Staigiai išaugus paklausai kyla žaliavų naudojamų statybose kaina, dėl žmogiškųjų išteklių stygiaus išauga ir kiti kaštai, todėl kyla ir galutinio produkto kaina. Dideli statybų paklausos svyravimai daro didelę įtaką ekonomikai (žr. 2-ąjį paveikslą).



2 pav. Bendroji pridėtinė vertė pagal sektorius 2020 m. Lietuvoje

Šaltinis sudaryta autoriaus pagal: Lietuvos banko duomenis

Kaip matome antrame paveiksle statybų sektorius sudaro 7 % visos šalyje sukuriamos bendrosios pridėtinės vertės. Analizuojamu laikotarpiu pagal oficialiosios statistikos portalo duomenis didžiausią dalį BVP statybų sektorius sudarė 2007m. su 11,2%, mažiausią- 2010 su 5,8 %. Tarp 2011 ir 2020 metų statybų sektoriaus dalis BVP žymiai nesikeitė ir buvo tarp 6,3 % ir 7,4 %.

Kylant statybų paklausai daugiau reikia ne tik žaliavų, bet ir žmogiškųjų išteklių. „Statybos veiklą vykdančios įmonės Užimtumo tarnybos informacinėje sistemoje registravo 2,3 tūkst. laisvų darbo vietų. Tai yra 14,2 % daugiau nei sausio mėn.“ (statybininkai, 2021). Žmogiškųjų išteklių poreikį galime patikrinti užimtumo tarnybos paruoštoje ataskaitoje (žr. 1-ąją lentelę).

1 lentelė. Kvalifikuotų darbuotojų poreikis

Profesijų grupės	Per 2021 m. vasarį registruota		Iš viso registruota darbo neturinčių asmenų 2021-02-28
	Darbo neturinčių asmenų	laisvų darbo vietų	
Stogdengiai	46	63	692
Grindų ir plytelių klojėjai	94	112	1138
Darbininkai izoliuotojai	56	91	709
Stikliai	41	215	387
Vandentiekininkai ir vamzdynų montuotojai	2	2	23
Oro kondicionavimo ir šaldymo įrenginių mechanikai	94	226	1165
	3	10	27

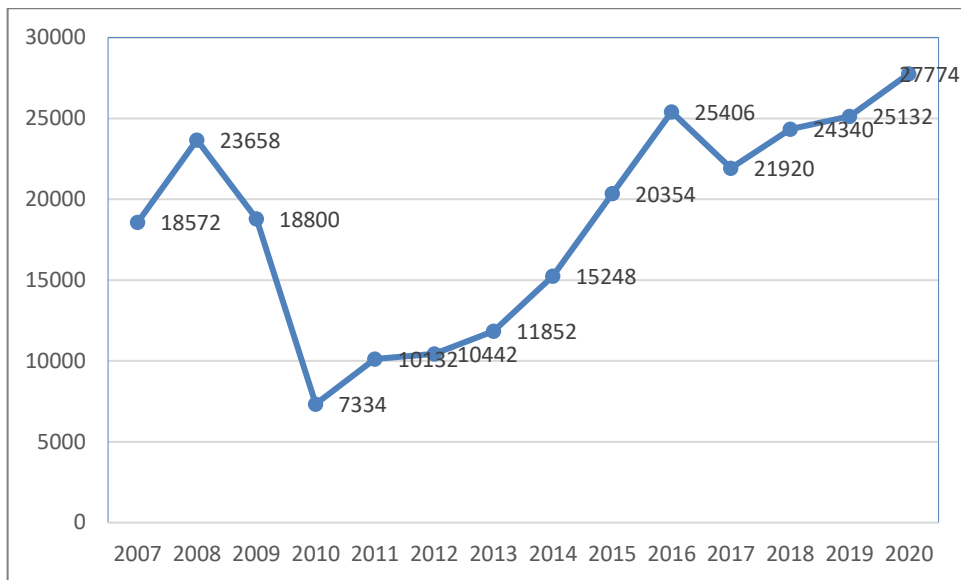
Šaltinis sudarytas autoriaus pagal: užimtumo tarnybos duomenis.

„Vasarį darbo pasiūlymų statybininkų apdailininkų grupėje registruota 2,1 karto daugiau nei per mėnesį įsiregistravo tokio darbo neturinčių asmenų. Statybininkams izoliuotojams skirtų laisvų darbo vietų registruota 5,2 karto daugiau nei naujai registruotų tokio darbo neturinčių asmenų, laisvų darbo vietų vandentiekininkams ir vamzdynų montuotojams – atitinkamai 2,4 karto daugiau“ (užimtumo tarnyba, 2021)

Apibendrinant galime teigti, jog statybų sektorius kaip ekonominė veikla apima visus tris ekonomikos sektorius ir taip visas statybų procesas prasideda daug anksčiau nei fizinis darbas statybvietėje. Statybų paklausa iš prigimties yra nepastovi, nes sukuriamas produktas yra investicinės prekė ir pati industrija nesukuria paklausos sau. Todėl statybų paklausa labai priklauso nuo prekių ir paslaugų kurias padeda sukurti statybos produktai. Svarbu paminėti jog ši industrija sudaro didelę dalį viso šalyje sukuriamo bendrojo produkto.

Ekonomikos svyravimų įtaka statybų sektoriaus veiklos rezultatams

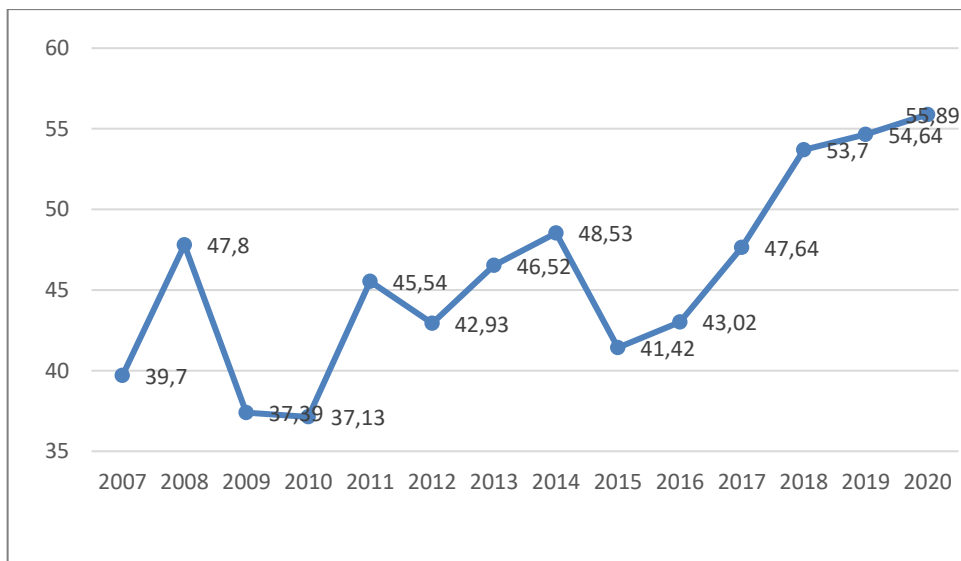
Statybos yra natūraliai nepastovi pramonė, kuri reaguoja į vartotojų ir verslo pasitikėjimo svyravimus. Ilgalaikis lėtas ekonomikos augimas paprastai sukelia statybų nuosmukį, o didelis ekonomikos augimas lemia spartų statybų veiklos pagreitį. Ekonomikoje viskas sukasi aplink pinigus, tačiau reikia neužmiršti ir pasitikėjimo. Kai ekonomika vangi, žmonės nenori skolintis pinigų nekilnojamam turtui įsigyti, o didelės statybų bendrovės taip pat neturi investicijų didelės apimties projektams statyti. Statyba kaip ir ekonomika yra cikliška ir kai klesti ekonomika, statybos sektorius stiprėja ir atvirkščiai. Stipri ekonomika arba ta, kuri laikoma pakilusia, didina pajamas ir skatina verslumą. Didėjančios pajamos sustiprina paklausą. Padidėjus gaunamoms pajamoms, žmonės dažnai nori investuoti į turtą, idealiai tinkantį planuoti ateitį. Tačiau kai ekonomika yra nuosmukyje mažesnės pajamos arba finansinio nestabilumo baimė griaua pasitikėjimą, o tai reiškia, kad žmonės yra daug konservatyvesni išleidžiant pinigus. Didelių paskolų pasiėmimas daugeliui žmonių nėra pirmasis pasirinkimas, kai ekonomika yra sulėtėjusi. Kaip matome trečiame paveiksle baigtų statyti būstų skaičius analizuojamu laikotarpiu drastiškai kinta.



3 pav. Baigtų statyti būstų skaičius 2007-2020 m.

Šaltinis: sudarytas autoriaus pagal: oficialiosios statistikos portalo duomenis

Vos per metus 2009-2010 m. laikotarpiu šis skaičius sumažėja daugiau nei dvigubai, nuo 18800 iki 7334 užbaigtų būstų per metus. Po to seka stabilus augimas iki 2017 metų kai šis skaičius sumažėja 14% palyginus su metais prieš tai. 2019 ir 2020 metais matome aukščiausią užbaigtų pastatytų būstų skaičių per metus per visą analizuojamą laikotarpį. Jei norime suprasti statybų sektoriaus veiklos rezultatų pokyčius galime pažiūrėti į bendrus ekonomikos rodiklius. Ketvirtame paveiksle matome Lietuvoje sukuriamą bendrą vidaus produktą per metus milijardais eurų.



4 pav. Lietuvos BVP (mlrd. Eur.) 2007-2020m.

Šaltinis: sudarytas autoriaus pagal: oficialiosios statistikos portalo duomenis

Palyginus pirmą ir antrą paveikslus galime pastebėti, jog pokyčiai abiejuose rodikliuose yra labai panašūs, tačiau užbaigtų statyti būstų grafikas atsilieka 1-2 metais nuo Lietuvos bendrojo vidaus produkto grafiko. Taip atsitinka todėl, nes ekonomikos pakilimo metu pradėti statyti objektai gali būti užbaigti ir ekonomikai lėtėjant. Žiūrint į ketvirtą paveikslą svarbu pabrėžti tris kritines vietas:

- 2008-2010 m. pasaulinė ekonominė krizė – iki 2008 metų augusi ekonomika susiduria su virtine problemų kurios paveikia statybų sektorių:
 - Kredito sąlygos sugriežtėja ir gauti kreditą darosi vis sunkiau.

- Statybų įmonės susiduria su finansavimo sunkumais, kraštutiniais atvejais, net bankrotu. Vis dažniau įmoka vėluoja iš viešųjų ir iš privačių klientų. (Tudor Nistorescu, 2010).
- Susitraukimas naujų statybų segmente ne tik tęsiasi bet ir stiprėja. Šis segmentas labiausiai kenčia nuo išaugusio nepasitikėjimo ateities rinka. Nauji pirkėjai ir investuotojai susilaiko nuo naujo nekilnojamo turto pirkimo nors ir palūkanų tarifai yra ypač žemi (Tudor Nistorescu, 2010).
- Negyvenamųjų patalpų rinka yra paveikta verslo kuris jaučia vis mažėjančias investicijas (Tudor Nistorescu, 2010).
- Konkrečiai nagrinėjant Lietuvos atvejį, kredito įstaigos sugriežtino paskolų gavimo tvarką, prieš imant paskolą tapo normalu sumokėti 15% pradinį įnašą. Tai galėjo padaryti ne visi norintys įsigyti naują būstą. Pagal oficialiosios statistikos duomenis statybų sektoriuje dirbančių asmenų skaičius sumažėjo apie 35%, šalyje atliktų darbų statybos darbų kainos to meto kainomis sumažėjo nuo 3 616 478 tūkst. Eur. 2008m. iki 1 489 447 tūkst. Eur. 2010m., tai yra 58,8% sumažėjimas.
- Ekonomikos sulėtėjimas 2014-2015 m.- Lietuvos BVP 2015 metais sumažėjo apie 15% arba nuo 48,53 mlrd. Eur. Per metus 2014 metais iki 41,42 mlrd. Eur. Per metus 2015. Tai aišku turėjo įtakos ir statybų sektoriui kuriame užbaigtų pastatų skaičius sulėtėjo 2016 metais ir sumažėjo net keturiolika procentinių punktų 2017 metais.
- 2019-2020 m.- covid-19 pandemija turėjo didžiulę įtaką tiek Lietuvos ekonomikai tiek jos statybų sektoriui. Naujai įvesti suvaržymai ir valstybės skiriamos išmokos padėjo žmonėms sukaupti papildomų lėšų. Rekordiška žemos palūkanų normos, aukštas infliacijos lygis ir nežinomybė dėl ateities paskatino žmones apmastyti galimybes atsinaujinti arba investuoti į nekilnojamąjį turtą. Rezultatą matome antrame paveiksle kur užbaigtų statyti pastatų skaičius 2019-2020 m. yra aukščiausias per visą analizuojamą laikotarpį. Dauguma gyventojų nekilnojamąjį turtą mato kaip saugią ilgalaikę investiciją kuri išlaikys naujai sukauptų lėšų vertę.

Apibendrinant galime teigti, jog statybos yra natūraliai nepastovi ir tiesiogiai su ekonomika surišta pramonė. Ilgalakis lėtas ekonomikos augimas sukelia statybų nuosmukį, o didelis ekonomikos augimas lemia spartų statybų veiklos pagreitį. Įvairūs pokyčiai ekonomikoje lemia statybų veiklą: finansavimo sutrikimai paveikia statybų įmones, palūkanų normų augimas mažina nekilnojamo turto pirkėjų gretas, o esant ekonomikos nuosmukiui traukiasi verslas, kuriam staiga nebereikia negyvenamųjų patalpų.

Išvados

1. Statybų sektorius yra natūraliai nepastovi ekonominė veikla. Iš dalies taip atsitinka dėl statybos paklausos pobūdžio ir iš dalies dėl statybos produktų pobūdžio. Statybų sektoriaus produkcijos paklausa laikoma išvestine paklausa iš kitos ekonominės veiklos. Staigus paklausos padidėjimas kuria darbo vietas visuose ekonomikos sektoriuose ir kelia žaliavų kainas. Statybų sektorius yra svarbi Lietuvos ekonomikos dalis iš dalies dėl to nes jis sukuria apie 7 proc. viso šalyje sukuriama BVP.

2. Išanalizavę baigtų statyti būstų skaičių ir Lietuvos BVP pastebime, jog šie skaičiai koreliuoja. Keičiantis bendrajam vidaus produktui, panašius pokyčius matome ir statybų sektoriuje poros metų bėgyje. Taip atsitinka, nes statybos pramonė reaguoja į vartotojų ir verslo pasitikėjimo svyravimus. Ekonomikai augant atsiranda poreikis negyvenamoms patalpoms verslui. Augant vartotojų pasitikėjimui jie yra labiau linkę prisiimti ilgalaikius įsipareigojimus ir įsigyti nekilnojamąjį turtą. Didžiausius pokyčius statybų sektoriaus veikloje matome: 2008-2010m. atsiradusius dėl

ekonominės krizės, 2015-2016m. dėl ekonomikos susitraukimo, bei 2019-2020m. dėl susiklosčiusių palankių priežasčių statybos sektoriui ir ekonominiam augimui.

LITERATŪRA

1. Hillebrandt, P.M.. (2000). Economic Theory and the Construction Industry. 2nd Edition. *Journal of Building Construction and Planning Research*, 22(4). Prieiga per internetą: [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2521597/](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2521597/)
2. Versli Lietuva. (2017). *Lietuvos statybos sektoriaus analizė*. Prieiga per internetą: https://www.verslilietuva.lt/wp-content/uploads/2018/09/LT_statybu_analize.pdf
3. Tudor N.. (2010). Impact of economic and financial crisis in The construction industry. *university of Craiova*. Prieiga per internetą: <https://www.mnmk.ro/documents/2010/3NistorescuFFF.pdf>
4. Tejvan P. (2019). Sectors of the economy. Prieiga per internetą: <https://www.economicshelp.org/blog/12436/concepts/sectors-economy/>
5. Lietuvos bankas (2021). Bendrasis vidaus produktas 2020. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/bvp>
6. Oficialiosios statistikos portalas (2022). Statybų sektoriaus statistika. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statyba>
7. Statybininkai (2021). Statybų sektoriaus darbo rinkos apžvalga 2021m. vasaris. Prieiga per internetą: <http://www.statybininkai.lt/lt/lsa-aktualijos/960-statybu-sektoriaus-darbo-rinkos-apzvalga-2021-m-vasaris>
8. Užimtumo tarnyba (2021). Darbo rinkos situacija statybos sektoriuje 2021 vasario mėn. Prieiga per internetą: <https://drive.google.com/file/d/1UcYtjZVKvrtn5DIHsnpBORxKiVEwhhdn/view>

Performance result changes in the construction sector in Lithuania Summary

The construction sector is important because it is a significant part of the economy. This sector includes agriculture, industrial and service sectors, which create jobs and generate income. Construction sector in 2020 accounted for 7.1% of the country's gross domestic product (Bank of Lithuania, 2021). Just as the construction sector affects the economy, so does the construction sector to economy. Rapid economic growth is increasing the number of new and existing premises. The constraints caused by Covid-19 only prompted people to save and then reconsider how to protect these newly accumulated funds from inflation. In this paper we will examine , the performance results of the construction sector and Lithuania's economic indicators. The reasons for the changes in performance will be explained, as well as how specific economic changes have reduced or increased the need for new construction.

PIENO PRAMONĖS SEKTORIAUS ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMAS

Edvinas Nedzinskas, Aušra Verseckaitė

Mokslinė vadovė – lekt. Jūratė Zakarienė

Vilniaus Kolegija

Įvadas

Nuolat kintant įmonių veiklos sąlygoms, verslas neretai susiduria su rizika ir nesėkmėmis, o siekiant, kad įmonių veikla vyktų efektyviai ir sklandžiai, įmonės visa turima informacija – ekonominė ir finansinė, turi būti nuolatos vertinama bei analizuojama pagal įvairius metodus. Net jeigu įmonės nemato jokios rizikos verslui ir jo veiklai, kiekvienas subjektas nori didinti konkurencingumą, didinti kapitalą ir kuo ilgiau išsilaikyti rinkoje. Įmonių veiklos efektyvumo vertinimas yra vienas iš nedaugelio geriausių būdų nustatančių verslo veiklos situaciją, padeda nustatyti verslo vystymosi tendencijas ir galimybes, apsispręsti kokius veiksmus įmonė vykdys ateityje ir radus neigiamų požymių, imtis priemonių jiems likviduoti. Taip pat gauta informacija analizuojant įmonės veiklos efektyvumą tam tikram laikotarpiui gali padėti priimti sprendimus dėl investavimo ar įmonės finansavimo. Tačiau netinkamai apdorojus veiklos efektyvumo analizės rodiklius ar neteisingai įvertinus gautą situaciją, negalima priimti tikslių ir teisingų valdymo sprendimų. Teikiant nepakankamai dėmesio esančiai verslo rizikai ar priimant netinkamus sprendimus rizikos valdymui, įmonės finansinė būklė ir organizacinė veikla gali stipriai pablogėti.

Straipsnio tikslas – įvertinti pieno pramonės sektoriaus įmonių veiklos efektyvumą.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išnagrinėti įmonės veiklos efektyvumą ir jo vertinimo kriterijus teoriniu aspektu.
2. Pateikti pieno pramonės sektoriaus įmonių veiklos efektyvumo vertinimą.

Įmonių veiklos efektyvumas ir jų vertinimo kriterijai teoriniu aspektu

Efektyvumas dažniausiai suprantamas kaip įmonės veiklos rezultatyvumas ar veiksmingumas. Be galo greitai vystantis šalies ekonomikai, plečiantis įmonių techniniams bei finansiniams pajėgumams ir galimybėms, aktuali sritis tampa įmonės veiklos efektyvumo vertinimas (Juonytė, Peleckienė, 2019). Veiklos efektyvumo vertinimas teikia ne tik didelį kiekį informacijos apie įmonės veiklos vystymąsi ir tendencijas, bet ir pastumia įmones ieškoti priemonių bei kitų įvairių būdų veiklos efektyvumui gerinti. Efektyvumo siekimas visada buvo svarbus visiems ūkio subjektams, nes nuo gautų rezultatų vertinimo priklausys ar įmonė išliks rinkoje. Nėra tokios verslo sferos, kurios nedomintu veiklos efektyvumo klausimas: išteklių panaudojimo, gamybos proceso, teikiamų paslaugų, darbuotojų veiklos bei vadovavimo sprendimo efektyvumai yra atskiri, tačiau vienas su kitu labai susiję reiškiniai (Radavičiūtė, Danilevičienė 2019). Efektyvumo sąvoka literatūroje pasitaiko labai dažnai, bet visi autoriai, šią sąvoką skirtingai interpretuoja. Pavyzdžiui, kai kuriuose žodynuose sąvokos "efektyvus" ir "ekonomiškai naudingas" suprantamos kaip sinonimai. Kitas tarp ekonomistų dažnai naudojamas terminas - Pareto efektyvumas arba optimalumas, kuriame pabrėžiama, kad sistema tampa efektyvi tik tokiu atveju, kai vieno subjekto gerovė gali būti didinama tik kito subjekto sąskaita (Škėlaitė, Mačiulytė-Šniukienė, 2019). Taip pat daug ekonomistų efektyvumą tapatina ir su kitais sinonimais, tokiais kaip pelningumas, produktyvumas, likvidumas ir tt. Pagal daugelį mokslinės literatūros autorių, mokslinėje literatūroje dažnai veiklos efektyvumas sutapatinamas su gamybos išteklių panaudojimo lygiu, garantuojančiu didžiausią produkcijos apimtį (Škėlaitė, Mačiulytė-Šniukienė, 2019). Veiklos efektyvumas užsienio literatūroje, yra plačiai naudojamas dvejomis sąvokomis, kurios yra neatsiejamos viena nuo kitos: efektyvumas kaip produktyvumas (angl. efficiency) ir efektyvumas kaip veiksmingumas (angl. effectiveness). Užsienio

literatūroje „effectiveness“ reiškia „daryti dalykus teisingai“, o „efficiency“ – „daryti teisingus dalykus“.

Rasti įmonę, kuri nenorėtų didinti efektyvumo savo veikloje, būtų be galo sunku, kadangi visų verslų tikslas - pasiekti kuo geresnių rezultatų savo veiklos srityje. Objektiviai ir teisingai įvertinti įmonės efektyvumui reikia ne tik nustatyti tam tikrus rodiklius, bet ir išsiaiškinti tų rodiklių rezultatą įtakojančius veiksnius, lemiančius įmonių veiklos efektyvumą. Literatūroje vertinant veiklos efektyvumą dažnai susidaromos išvados, kad veiklos efektyvumas yra gausiai susijęs su daugeliu rodiklių ir veiksnių, todėl iš esmės rezultato iš poros rodiklių grupės apskaičiavimo nepakanka nusakyti, kad įmonės veikla užtikrintai efektyvi. Mokslinė literatūra pilna įvairių įmonės veiklos efektyvumo vertinimų metodų, kurių pagalba galima įvertinti įmonės finansinę būklę ir nuspėti ateities planus (Slavinskaitė, 2012). Labiausiai akcentuojama tai, jog geriausias metodas, kuris labiausiai tinka šiandienai turi būti kompleksinis vertinimas, kuris apima kalias rodiklių grupes ir skaičiavimus.

Pagal mokslinių literatūrų autorius (žiūrėti 1 lentelę): Bagdžiūnienę (2005), Gronską (2005), Mackevičių (2007), Antanavičienę ir Šimelytę (2013), finansiniai rodikliai suskirstomi į tam tikras grupes. Visi šie rodikliai santykiniai ir išreiškiami koeficientu arba procentais, pagal juos galima vertinti atitinkamo ataskaitinio laikotarpio situaciją.

1 lentelė. Veiklos efektyvumo vertinimo rodikliai

Rodikliai	Šaltiniai			
	Bagdžiūnienė (2005)	Gronskas (2005)	Mackevičius (2007)	Antanavičienė, Šimelytė (2013)
Pelningumo rodikliai				
Bendrasis pelningumas	+			
Veiklos pelningumas	+			
Grynasis pelningumas	+			
Įprastinės veiklos pelningumas				
Sąnaudų lygio rodikliai				
Pardavimų savikainos lygis	+		+	
Finansinės ir investicinės veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų eurui	+		+	
Veiklos rentabilumas	+			
Veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų eurui			+	
Turto panaudojimo efektyvumo rodikliai				
Turto grąža	+			
Ilgalaikio turto apyvartumas	+	+	+	+
Trumpalaikio turto apyvartumas	+	+	+	+
Nuosavo kapitalo grąža	+			
Atsargų apyvartumas	+	+	+	+
Viso turto apyvartumas	+	+	+	+
Apyvartinio kapitalo apyvartumas	+	+	+	+
Mokumo, likvidumo rodikliai				
Debitorinio įsiskolinimo apyvartumas (dienomis)		+		+

Rodikliai	Šaltiniai			
	Bagdžiūnienė (2005)	Gronskas (2005)	Mackevičius (2007)	Antanavičienė, Šimelytė (2013)
Debitorinio įsiskolinimo apyvartumas (kartais)		+		+
Pirkėjų skolų apmokėjimo laikas				+
Kreditorinio įsiskolinimo apyvartumas (dienomis)		+		
Kreditorinio įsiskolinimo apyvartumas (kartais)		+		

Sudaryta autorių pagal: Bagdžiūnienė (2005); Gronskas (2005); Mackevičius (2007); Antanavičienė ir Šimelytė (2013)

Atliekant efektyvumo rodiklių analizę ir vertinimą reikia surinkti ir susisteminti įmonių veiklos ir finansinius duomenis. Šiuo atveju pagrindinis duomenų šaltinis yra įmonių finansinės ataskaitos: pelno (nuostolio) ataskaita, balansas, kapitalo pokyčių ataskaita, pinigų srautų ataskaita (Mihajlović 2018). Tai pat norint, jog analizė būtų objektyvi, reikėtų, apskaičiuotus rodiklius palyginti su vidutiniais rodikliais visoje Lietuvoje. Šiam lyginimui reikalingos ataskaitos informacijai pateikiamos oficialiuose statistikos duomenų portaluose (Lietuvoje – Lietuvos oficialios statistikos portale).

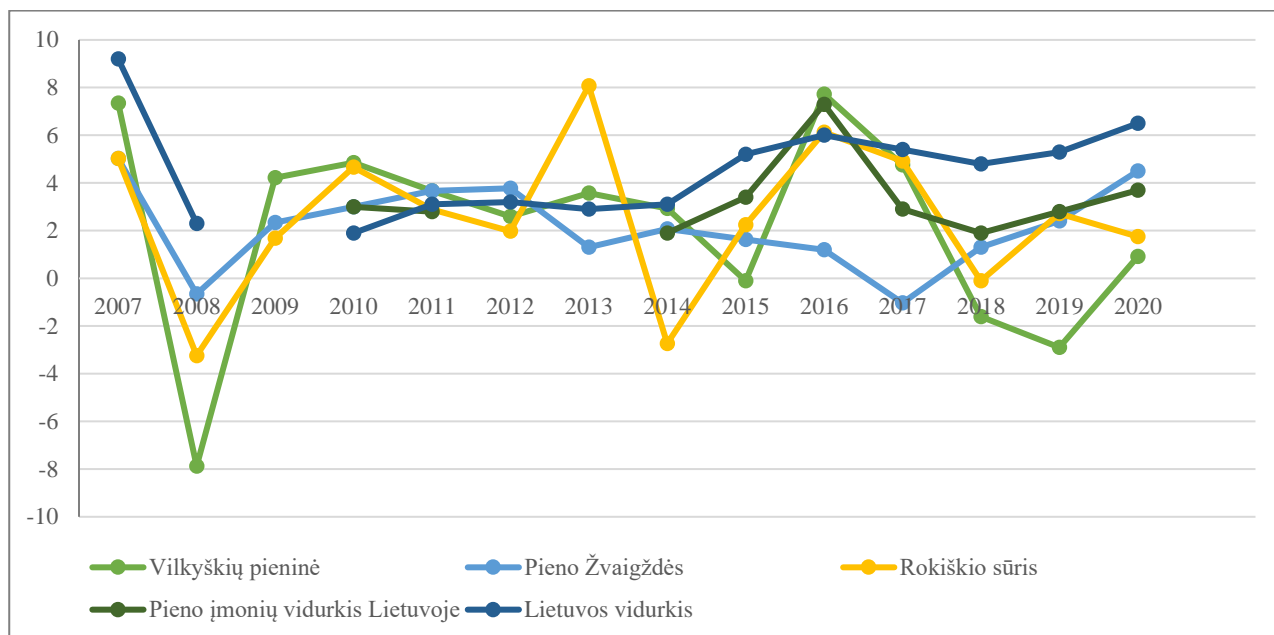
Veiklos efektyvumui vertinti dažniausia pasirenkamos horizontalioji ir vertikalioji analizės. Horizontalioji analizė taikoma siekiant pamatyti rodiklių kaitą per tam tikrą laikotarpį. Rodikliai išreiškiami absoliučiais ir santykiniais dydžiais dažniausiai ir procentais. Horizontalioji analizė puikiai tinka pamatyti ir įvertinti įmonės veiklos būklę ir tikslus tam tikrų laikotarpių rodiklius, taip pat palyginti naujesnių ir senesnių metų skirtumus, bandant pamatyti jų trūkumus. Analizuojant įmonės veiklos efektyvumą vertikaliosios analizės metodu, galima nustatyti pasirinkto rodiklio lyginamąją tam tikros visumos dalį procentais. Vertikali analizė padeda tiksliai apskaičiuoti įmonės finansinę būklę ar įmonė optimaliai naudoja turtą, ar jūda tinkama linkme, prisitaiko prie naujausių tendencijų (Juonytė, Peleckienė 2019).

Apibendrinant galima teigti, jog vertinant įmonės veiklos efektyvumą galima apskaičiuoti daugiau kaip šimtą įvairių reikšmingų santykinų rodiklių, bet nėra jokios prasmės jų apskaičiuoti tiek daug, svarbiausia apskaičiuoti tokius rodiklius, kuriuos būtų galima lengvai suprasti ir susisteminti bei svarbiausia praktiškai pritaikyti. Veiklos efektyvumui vertinti geriausia pasirinkti horizontaliąją ir vertikaliosią analizę, tuo labiau jeigu vertinamas ilgas laikotarpis. Be galo svarbu žinoti kaip teisingai vertinti rodiklius, kadangi jie visi yra labai glaudžiai susiję, tačiau skiriasi savo svarba ir panaudojimo tikslais. Vertinant veiklos efektyvumą teisingiausia pasirinkti tokią rodiklių sistemą ar grupę, kurią pritaikyti būtų galima nuolat kintančiomis ekonominės aplinkos sąlygoms bei suteiktą galimybę lengvai ir tiksliai įvertinti įmonių veiklos efektyvumą, padėtų priimti teisingus sprendimus įmonės veiklai skatinti.

Pieno pramonės sektoriaus įmonių veiklos efektyvumo vertinimas

Vertinant pieno pramonės sektoriaus įmonių veiklos efektyvumą, buvo pasirinkta remtis penkiais pagrindiniais rodikliais, tai – grynojo pelno rodikliais, kurie apibūdina visos tiriamo subjekto veiklos (gamybinės, komercinės, investicinės, finansinės) pelną ir naudą įmonei ir bendrojo pelno rodikliais, nusakančiais pagrindinės veiklos pelningumą, kuris parodo, ar naudinga parduoti prekes. Nuosavo kapitalo pelningumo rodikliais - kiek kiekvienam įmonės nuosavo kapitalo eurui tenka grynojo pelno, turto apyvartumo rodikliais, kurie parodys pardavimų apimtį tenkančiais kiekvienam turto piniginiam vienetui ir taip pat pardavimo savikainos lygio rodiklius, kuriais nusakoma, kokios yra vieno pardavimo pajamų vieneto pagrindinės išlaidos. Šiame skyriuje bus apžvelgiama ir

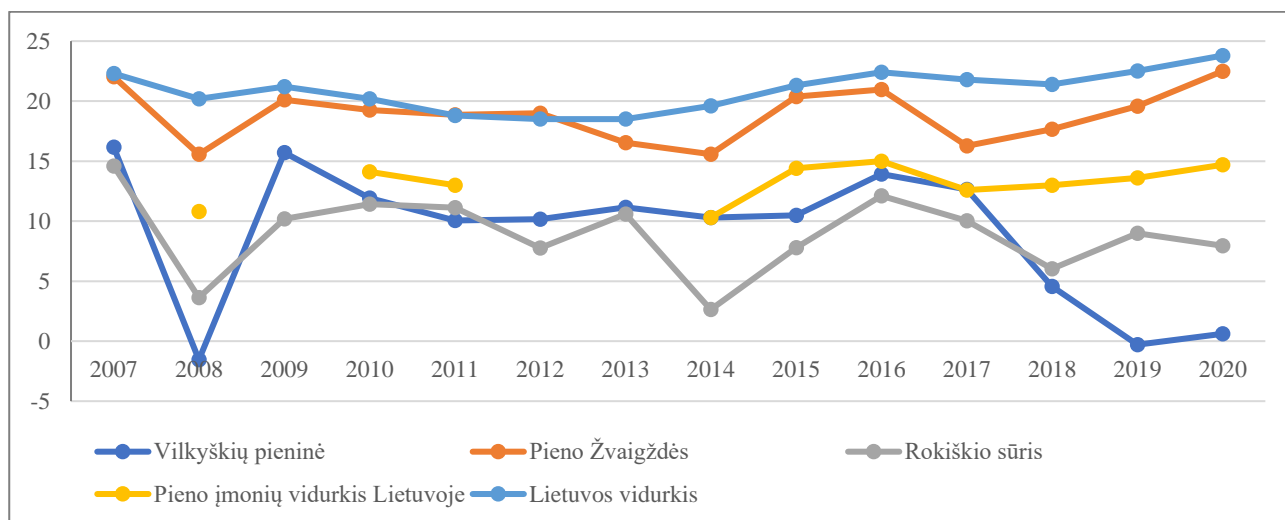
įvertinama pora didžiausių Lietuvos pieno pramonės sektoriaus įmonių veiklos rezultatai, bei palyginama juos su statistikos departamento pateiktais Lietuvos ir Lietuvos pieno įmonių skaičiais. Apžvelgiamos akcinės bendrovės: „Vilkyškių pieninė“, „Pieno žvaigždės“ ir „Rokiškio sūris“.



1 pav. Grynojo pelningumo 2007 m. - 2020 m. rodikliai (proc.)

Šaltinis: sudaryta autorių pagal įmonių ataskaitas ir statistikos departamento duomenis.

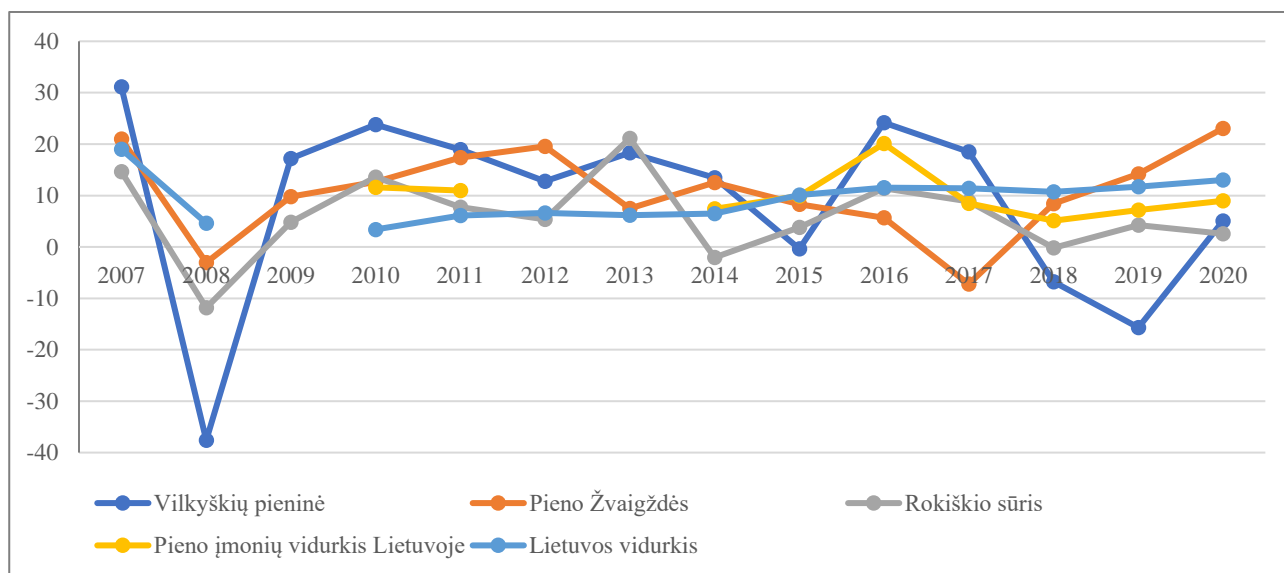
Pirmajame paveiksle yra pateikti grynojo pelningumo rodikliai 2007-2020 metų laikotarpiu. Paveiksle (žr. 1 pav.) matoma, kad 2008 metais visų analizuojamų įmonių, bendrojo pelningumo rodikliai smuko žemyn ir visos įmonės turėjo nuostolį. Lyginant 2008 metus su 2007 metais didžiausias nuosmukis buvo „Vilkyškių pieninės“, grynasis pelningumas per metus sumažėjo 15,22 procentinio punkto ir siekė -7,88 procento. Šį pelningumo nuosmukį labiausiai lemti galėjo 2008 metų ekonominė krizė. Po metų skaičiai stabilizavosi ir iki 2014 metų tiek įmonių rezultatai, tiek Lietuvos bei pieno įmonių vidurkiai svyravo tarp 2 ir 5 procentų. „Rokiškio sūrio“ rezultatai nuo 2013 iki 2014 metų matomas nuosmukis, ir pasiekė 2,7 procento nuostolį. Nuo 2016 iki 2020 metų svyravimas buvo, tačiau skaičiai išliko panašūs į Lietuvos vidurkį ir įmonės didžiąją dalį metų išliko pelningos.



2 pav. Bendrojo pelningumo 2007 m. - 2020 m. rodikliai (proc.)

Šaltinis: sudaryta autorių pagal įmonių ataskaitas ir Statistikos departamento duomenis.

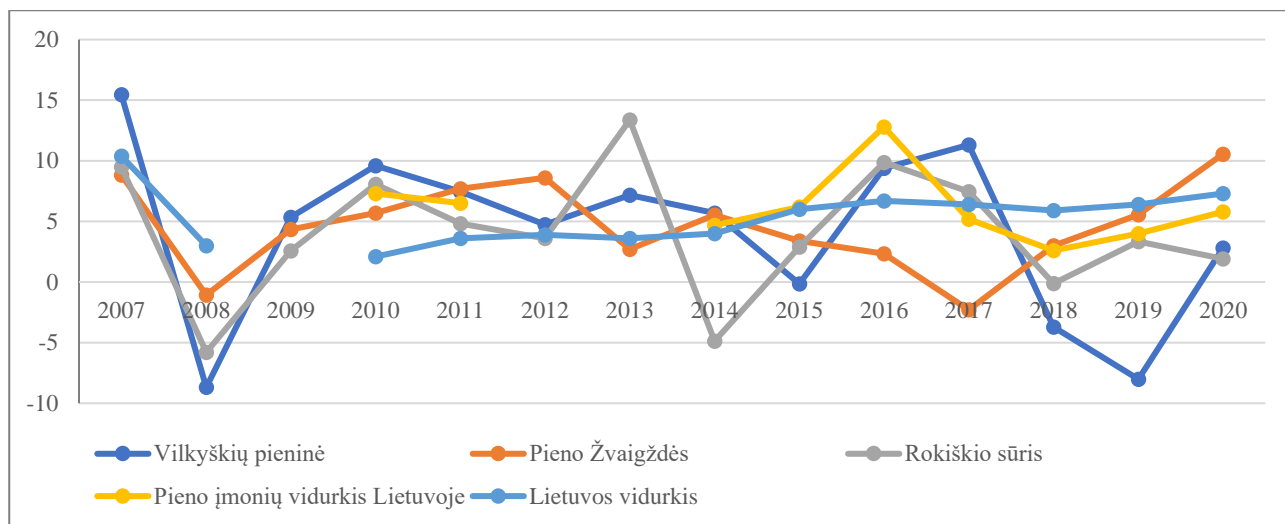
Antrajame paveiksle yra pateikti bendrojo pelningumo rodikliai 2007-2020 metų laikotarpiu. Paveiksle (žr. 2 pav.) matomas taip pat 2008 krizinių metų įmonių nuosmukis, vienintelė „Pieno žvaigždžių“ įmonė turėjo geresnius rezultatus nei pieno įmonių vidurkis Lietuvoje. Vėlesniais metais rezultatai buvo stabilūs ir svyravo tarp 10 ir 22,5 procento, išskirtiniai metai buvo 2014 metai „Rokiškio sūrio“ įmonei ir ji turėjo nuosmukį lyginant su 2013 metais, pelningumas sumažėjo 7,96 procentinio punkto. „Vilkyškių pieninė“ nuo 2017 metų bendrasis pelningumas sumažėjo ir 2020 metais pelningumas siekė 0,61 procento, lyginant su pieno įmonių vidurkiu, tai skirtumas yra daugiau nei 14 procentinių punktų.



3 pav. Nuosavo kapitalo pelningumo 2007 m. - 2020 m. rodikliai (proc.)

Šaltinis: sudaryti autorių pagal įmonių ataskaitas ir statistikos departamento duomenis

Trečiame paveiksle pateikti nuosavo kapitalo pelningumo rodikliai 2007-2020 metų laikotarpiu. Šiam rodikliui taip pat didelę įtaką turėjo 2008 metų krizė. Ir šiais metais visų analizuojamų įmonių pelningumas rodė patirtus įmonės nuostolius, didžiausias nuosmukis lyginant su 2007 metais buvo „Vilkyškių pieninės“, nuosmukis buvo 68,74 procentiniais punktais, o rodiklis siekė -37,6 procentus. Po metų skaičiai stabilizavosi ir skaičiai svyravo tarp 4,5 ir 23 procentų. Išimtis buvo „Rokiškio sūriui“ 2014 metais, ir siekė 2 procentų nuostolį, „Pieno žvaigždėms“ 2017 metais nuostolis siekė 7,2 procento, „Vilkyškių pieninei“ nuostolingi metai buvo 2015, 2018 ir 2019, atitinkamai nuostoliai buvo 0,34 procento, 6,78 procento, 15,70 procento. 2020 metais pandemija turėjo teigiamą įtaką tiek „Vilkyškių pieninei“, kurios pelningumas pakilo nuo -15,70 iki 5,04 procento, tiek „Pieno žvaigždėms“, kurios pelningumas pakilo nuo 14,23 procento iki 23,06 procento. „Rokiškio sūrio“ įmonei 2020 metais pelningumas sumažėjo 2,59 procento. 2020 metų nuosavo kapitalo pelningumas Lietuvoje ir pieno įmonių bendras vidurkis atitinkamai siekė 13 procentų ir 9 procentus.



4 pav. Turto pelningumo 2007 m.- 2020 m. rodikliai (proc.)

Šaltinis: sudaryta autorių pagal įmonių ataskaitas ir statistikos departamento duomenis

Ketvirtame paveiksle matomas turto pelningumo rodikliai 2007-2020 metų laikotarpiu. Kaip ir kitiems rodikliams kriziniai metai turėjo didelę įtaką, ir 2008 metais visos įmonės turėjo nuostolį pagal šį rodiklį. „Pieno žvaigždžių“ po krizės skaičiai stabilizavosi ir nuostolį turėjo tik 2017 metais. „Vilkyškių pieninės“ nuostolis buvo 2015, 2018 bei 2019 metais. „Rokiškio sūrio“ įmonei didelis nuostolis buvo 2014 metais ir lyginant su 2013 metais, nuosmukis siekė 18,24 procentinio punkto. 2020 metais geriausius rezultatus rodė „Pieno žvaigždžių“ įmonė, pelningumas siekė 10,56 procentus. „Rokiškio sūrio“ ir „Vilkyškių pieninės“ pelningumas buvo panašus ir atitinkamai buvo 1,91 procento ir 2,81 procento.

Visų įmonių turto apyvartumas analizuojamu laikotarpiu buvo geresnis už vidurkį Lietuvoje. „Rokiškio sūrio“ turto apyvartumas lyginant su pieno įmonių vidurkiu pagal šį rodiklį buvo visą analizuojamą laikotarpį mažesnis, bei svyravo 1 ir 1,8 apyvartos. „Vilkyškių pieninės“ turto apyvartumas svyravo tarp 1,1 ir 3 apyvartų, nuo 2016 metų apyvartumas įmonėje kilo aukštyr ir 2020 pasiekė geriausią rezultatą, 3,05 apyvartą. „Pieno žvaigždžių“ turto apyvartumas buvo stabilus ir iki 2014 metų buvo panašus į pieno įmonių vidurkį Lietuvoje, 2014 metais įmonės turto apyvartumas siekė 2,67 apyvartos ir vėliau siekė tarp 2 ir 2,3 apyvartų, bei buvo maždaug 0,5 apyvartos didesnis rezultatas už pieno įmonių vidurkį Lietuvoje

Apibendrinant galima teigti, kad visoms įmonėms 2008 metų ekonominė krizė palietė stipriai. Kriziniu laikotarpiu grynasis, nuosavo kapitalo ir turto pelningumai buvo neigiami ir rezultatai buvo žymiai prastesni lyginant su Lietuvos vidurkiu. 2008 metais bendrojo pelningumo rodiklis tik „Pieno žvaigždžių“ buvo aukštesnis už pieno įmonių vidurkį. Iš analizuojamų įmonių labiausiai krizė paveikė „Vilkyškių pieninės“ rezultatus, kadangi įmonės tik grynojo pelningumo rezultatas buvo kartą aukštesnis 2016 metais, už prieš krizę turėtą rezultatą, kiti pelningumai nei karto nebuvo aukštesni nei buvo 2007 metais. „Pieno žvaigždės“ nukentėjo tik per 2008 metus, kitais metais įmonė nors ir neturėjo dažniausiai ttokių gerų skaičių kaip 2007 metais, tačiau skaičiai išliko aukšti ir dažnai aukštesni už vidurkį buvusį Lietuvoje. „Rokiškio sūrio“ įmonė taip pat keletą metų turėjo panašius rezultatus į prieš krizinį laikotarpį, tačiau rezultatai buvo žemesnį už šalies vidurkį.

Išvados

1. Literatūroje efektyvumas yra tam tikrų rezultatų apdorojimas nusakant įmonės ekonominę poziciją rinkoje. Veiklos efektyvumo rezultatai nusako, kaip efektyviai įmonė užsiima savo veikla ir kaip naudingai išnaudoja savo turimus resursus. Atliekant efektyvumo analizę, galima nustatyti ar įmonė dar ilgai išsilaikys rinkoje, ar išliks konkurencinga. Efektyvumas tarp ekonomistų

turi be galo daug sinonimų, dažniausiai lyginimų su žodžiais „produktyvus“, „veiksmingas“ „efektyvus“ ir „ekonomiškai naudingas. Išanalizavus įvairių Lietuvos mokslinę literatūrą, galima teigti, kad veiklos efektyvumo vertinimo sistemų ir metodų esmė – suteikti įmonių vadovams informaciją apie esamas situacijas, galimybes ir ateities perspektyvas, pasiekti užsibrėžtus tikslus bei užtikrinti tinkamą informacijos srautą ir valdymo naudingumą norimiems rezultatams pasiekti. Žvelgiant į mokslinę literatūrą, galima pastebėti, kad efektyvumo vertinimui nėra tikslinga naudoti tik vieną grupę rodiklių, o geriau vertinti net keletą, nes taip gaunama tikslesnė informacija.

2. Atlikus įmonių rezultatų analizę, galima daryti išvadą, kad įmonėms didžiausią efektyvumo sumažėjimą lėmė 2008 metų ekonominė krizė. Visų analizuojamų įmonių rezultatai buvo vieni prasčiausių būtent 2008 metais. „Pieno žvaigždžių“ įmonė veikia tikrai efektyviai, kadangi įmonės pelningumo rezultatai buvo aukšti, ir dažniausiai aukštesni už pieno įmonių Lietuvoje vidurkį. „Vilkyškių pieninė“ nebuvo tokia efektyvi, nes per analizuojamą laikotarpį buvo ne vieni metai kai rezultatai buvo neigiami, taip pat žemesni už vidurkį Lietuvoje. „Rokiškio sūrio“ veiklos efektyvumas vertinamas vidutiniškai, kadangi, 2008, 2014 ir 2018 metais buvo neigiami rezultatai, o 2013 metais rodikliai buvo aukštesni už Lietuvos vidurkį.

Literatūra

1. Bagdžiūnienė V., (2005). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė: esmė ir verslo situacijos*. Vilnius: Conto litera.
2. Gronskas V., (2005). *Ekonominė analizė: mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija.
3. Juonytė I., Peleckienė V., (2019 m. vasario 13 d.), Transporto rinkos paslaugų efektyvumo vertinimas. *Ekonomika ir vadyba / economics and management*, eISSN 2029-7149, Article Number: vvf.2019.040. Prieiga per internetą: <http://jmk.vvf.vgtu.lt/index.php/verslas/2019/paper/viewfile/457/182>
4. Mackevičius J., (2007). *Įmonių veiklos analizė: informacijos rinkimas, sisteminimas ir vertinimas*. Vilnius, TEV.
5. Mačiulytė-Šniukienė A., Škėlaitė B., (2019 m. vasario 13 d.), Gamybinių įmonių veiklos efektyvumo vertinimo teoriniai aspektai ir modelis. *Ekonomika ir vadyba / economics and management*, eISSN 2029-7149, article number: vvf.2019.008. Prieiga per internetą: <http://jmk.vvf.vgtu.lt/index.php/verslas/2019/paper/viewfile/375/151>
6. Mihajlović M., (2018), Methods and techniques of quality process improvement in the milk industry in the republic of serbia. *Economic themes*. 56(2): 221-237. Prieiga per internetą: http://economic-themes.com/pdf/et2018en2_05.pdf
7. Popovas V., (2014), Kelių transporto įmonės veiklos ekonominio efektyvumo kompleksinio vertinimo modelio taikymo galimybės. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. ISSN 1648-9098, 1(33). 7-16. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/Lt-ldb-0001:j.04~2014~1473150816870/j.04~2014~1473150816870.pdf>
8. Radavičiūtė M., Danilevičienė I. (2019 m. vasario 13 d.), Banko sektoriaus veiklos efektyvumo vertinimas. *Ekonomika ir vadyba / economics and management*. Prieiga per internetą: <http://jmk.vvf.vgtu.lt/index.php/verslas/2019/paper/view/394>
9. Slavinskaitė N., (2012), Kompleksinis pieno pramonės įmonių pagrindinės veiklos efektyvumo vertinimas. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, ISSN 1822-8682. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/Lt-ldb-0001:j.04~2012~1367187694816/datastreams/ds.002.0.01.artic/content>
10. Šimelytė A., & Antanavičienė J., (2013). *Verslo įmonės ekonomikos pagrindai: mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija.

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF DAIRY INDUSTRY COMPANIES

Summary

Businesses often face risks and failures due to the constantly changing economic conditions, and for companies to operate efficiently, all available financial information must be constantly evaluated and analyzed. Even if companies do not see any risk to the business, every entity wants to increase its competitiveness, stay in the market for as long as

possible. Evaluating the efficiency of the company is one of the few best ways to determine the situation. It helps to identify business development trends and opportunities, decide what actions the company will take in the future and, if negative signs are found, take measures to eliminate them. The information obtained from the analysis of the company's performance for a certain period can also help to make an investment or financing decisions.

MAŽŲ ĮMONIŲ KAPITALO IR TURTO POKYČIAI 2010-2020 M.

Margarita Gužauskaitė, Erika Sakalnykaitė

Mokslinės vadovės – lekt. Inga Pašiušienė ir lekt. Dalia Prūsaitienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Turtas, įsipareigojimai ir kapitalas yra vienas pagrindinių finansų objektų. „Įmonės finansų vadyba – svarbiausias įmonės valdymo elementas, nes reikia apsispręsti, iš kur priimtinausiomis sąlygomis gauti pinigų, kaip efektyviai valdyti turimus pinigus ir kaip juos tinkamai išleisti. Vienas iš svarbiausių dalykų tiek planuojant naują verslą, tiek plėtojant naujus projektus, svarbu planuoti ir valdyti savo finansus.“ (Ginevičius, Grybaitė, Lapinskienė ir Peleckis, 2016, 116 p.). Kad įmonė galėtų veikti, jai būtini ekonominiai išteklių. Šie išteklių yra vadinami turtu. Įmonių kūrimas nauju pagrindu visada prasideda nuo pinigų. Sakoma, kad naujai įmonei kurti reikia turėti kapitalo. Verslas siekia kurti pridėtinę vertę, tam jis pasitelkia kapitalą, tuo pačiu kapitalas yra investuojamas į tam tikrus išteklius. Kapitalas – finansinių ir fizinių fondų, kurie gali būti naudojami prekėms gaminti ir paslaugoms kurti, vertė. Kapitalas yra pagamintos gamybos priemonės, kilusios iš žemės ir darbo. Kapitalas gali didėti arba mažėti, priklausomai nuo įmonės veiklos. Įmonės turtas ir pačios įmonės vertė yra kriterijus, kuris lemia įmonės patikimumą. Kiekvienos įmonės kapitalas glaudžiai susijęs su jos turtu.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti Lietuvos mažų įmonių turto ir kapitalo pokyčius.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti mažų įmonių sampratą.
2. Aprašyti įmonių turto ir kapitalo turinį.
3. Įvertinti mažų įmonių turto ir kapitalo pokyčius.

Darbo metodai: mokslinės, literatūros, kitų informacijos šaltinių ir antrinių duomenų analizė.

Mažos ir labai mažos įmonės Lietuvoje

Smulkusis verslas apibrėžiamas kaip privati bendrija ar individuali įmonė, kurioje dirba mažiau darbuotojų ir yra mažesnės metinės pajamos nei įprasto dydžio versle. Lietuvoje įmonės skirstomos į labai mažas, mažas, vidutines ir stambias. Mažos ir labai mažos įmonės skiriasi nuo stambių įmonių, kultūra, dydžiu ir vadovavimo ar valdymo būdais. Jos yra pagrindas darbo vietų kūrimui ir ekonomikos augimui (Andrade, Franco, Mendes, 2022). Mažos ir labai mažos įmonės, turi galimybę kreiptis dėl vyriausybės paramos ir lengvatinės mokesčių politikos kurios skiriasi priklausomai nuo šalies ir pramonės šakos. Labai mažų ir mažų įmonių augimas yra esminis besivystančių ekonomikų tvaraus vystymosi komponentas. Mažų įmonių pridėtinė vertė 2019 m. didėjo visose ES valstybėse (European commission, 2021).

„Maža įmonė – įmonė, kurioje dirba mažiau kaip 50 darbuotojų ir kurios finansiniai duomenys atitinka bent vieną iš šių sąlygų:

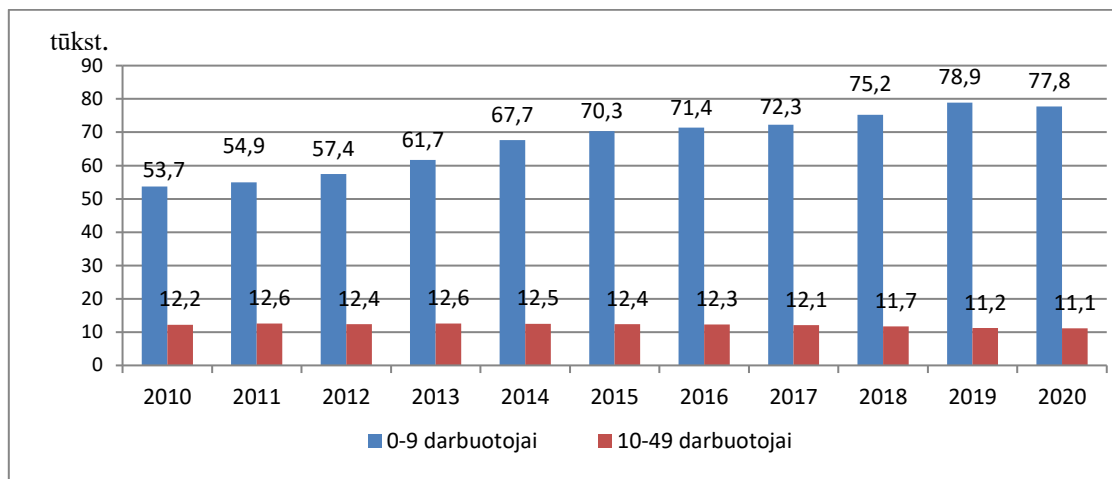
- 1) įmonės metinės pajamos neviršija 10 mln. eurų;
- 2) įmonės balanse nurodyto turto vertė neviršija 10 mln. eurų.

Labai maža įmonė – įmonė, kurioje dirba mažiau kaip 10 darbuotojų ir kurios finansiniai duomenys atitinka bent vieną iš šių sąlygų:

- 1) įmonės metinės pajamos neviršija 2 mln. eurų;

2) įmonės balanse nurodyto turto vertė neviršija 2 mln. Eurų“ (Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymas, 2017).

2020 m. pabaigoje, Lietuvoje, labai mažų įmonių veikė 77,8 tūkst., ir jos sudarė 83 proc. visų Lietuvoje esančių įmonių. Tais pačiais metais mažų įmonių veikė 11,1 tūkst., ir jos sudarė 16 proc. visų Lietuvos įmonių. Labai mažos įmonės sudaro didžiąją dalį Lietuvos įmonių populiacijoje, tuo tarpu mažų įmonių skaičius per pastaruosius dešimt metų palaipsniui mažėja (1 pav.). Nuo 2010 iki 2020 m. labai mažų įmonių skaičius padidėjo 44 proc. (24 tūkst.), o mažų įmonių sumažėjo 10 proc. (1,16 tūkst.).



1 pav. Lietuvoje veikiančių mažų įmonių skaičius, tūkst.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas. (n.d.)

Nuo 2010 iki 2019 metų Lietuvos labai mažų įmonių skaičius padidėjo 46 proc. (25,160 tūkst.), o 2020 metais sumažėjo 2 proc. (1,132 tūkst.). Mažų įmonių skaičius nuo 2013 iki 2020 metų, sumažėjo 12 proc. (1,481 tūkst.). Labai mažų įmonių skaičiaus didėjimas nurodo potencialiai didėjančią jų ekonominę, socialinę ir politinę reikšmę. „Augantis labai mažų įmonių skaičius gali skatinti Lietuvos gyventojų verslumą ir gerėjančią verslo aplinką, didėjančių tokių įmonių indėlį į bendrąjį vidaus produktą, užimtumą ir gyventojų pajamas“ (Kalanta ir Pesliakaitė, 2018).

Įmonių turto ir kapitalo samprata

Nuosavas kapitalas sudaromas iš savininko lėšų, kasmetinių atskaitymų iš pelno, kitų pajamų. Pastatai, įrenginiai, mašinos, medžiagos, žaliavos – tai realusis, arba fizinis, kapitalas. Be realiojo, gamybos procese svarbų vaidmenį atlieka finansinis kapitalas, kuriam priskiriami grynieji pinigai, vertybiniai popieriai, indėliai bankuose.

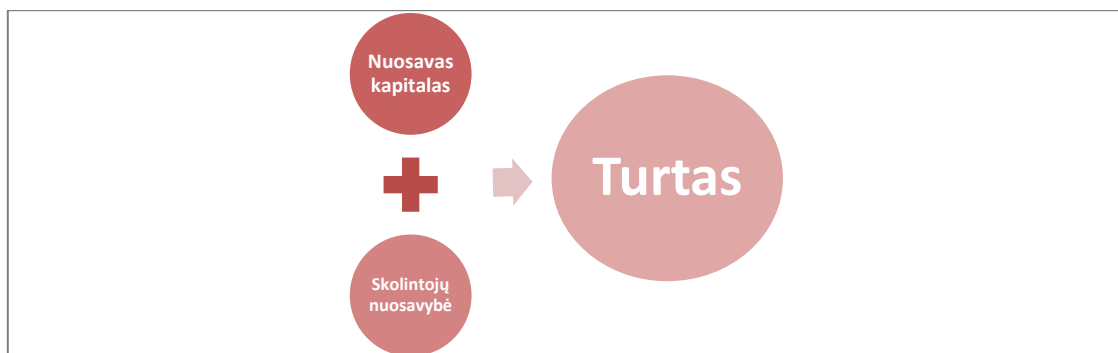
Paprastai kiekviena įmonė pradeda funkcionuoti nuo pradinių įnašų, kurie gali būti padaryti ir pinigų, ir turto pavidalu. Kadangi šis turtas priklauso savininkams, įmonės kapitalas padidėja. Pradėjusi veikti įmonė pradeda kurti veiklos rezultatą ir vėliau šį rezultatą kaupti. Nuosavas įmonės kapitalas didėja arba mažėja – tai priklauso nuo to, ar įmonės veikla yra pelninga, ar nuostolinga. Nuosavo kapitalo didėjimas rodo, kad didėja įmonės savininkų nuosavybė, arba kitaip – įmonės savininkų pretenzijų į įmonės turtą vertė. Jei įmonė veikia nuostolingai, mažėja įmonės nuosavas kapitalas. Jei nuostolinga įmonės veikla trunka keletą laikotarpių iš eilės, gali susidaryti tokia padėtis, kai nuosavas įmonės kapitalas priartėja prie nulio ar netgi tampa neigiamas.

„Kapitalas yra įvairiausių formų ir pagal tai gali būti skirstomas į: realų – gamybiniai pastatai, įrenginiai, įrankiai ir kitkas; finansinį – finansiniai aktyvai; žmogiškąjį – žmonių sugebėjimai ir žinios bei įgūdžiai, padedantys didinti produkciją ir pajamas“ (Ginevičius ir kt., 2016). Kapitalas gali apimti visas turto rūšis, turinčias ilgalaikę vertę bei galinčias prisidėti prie pinigų uždirbimo. Akcijos, obligacijos ir panašios investicijos grąžą gali atnešti tiesiogiai per dividendus, palūkanas ar vertės

prieaugį. Tuo tarpu, kad grąžą sukurtų prekės ar gamyboje naudojamos atsargos, dar reikalingas ir darbas, verslo modelis, kiti elementai.

„Turtas – iš esmės bet koks resursas, turintis vertę. Tai nekilnojamas turtas, pinigai, vertybiniai popieriai, įranga ir bet koks kitoks turtas, turintis tam tikrą vertę rinkoje“ (Lukošius, 2016). Verslo turtas – tai materialios, nematerialios ir finansinės vertybės, kurias valdo ir naudoja ūkio subjektas, kurias naudojant tikimasi gauti ekonominės naudos.

Turtas dalinamas į ilgalaikį ir trumpalaikį turtą. Ilgalaikis turtas pasižymi ilgesniu jo naudojimu (ilgiau kaip vienerius metus), turi didesnę vertę nei nustatyta minimali ilgalaikio turto vertė. Trumpalaikio turto vertė į naująjį produktą perkeliama iš karto bei toks turtas sunaudojamas per vieną gamybos ciklą. „Labai svarbu nuolat analizuoti nuosavo kapitalo sudėtį, struktūrą, pelningumą, jo pokyčius lemiančius veiksnius.“ (Mackevičius, Molienė ir Poškaitė, 2007) (2 pav.).



2 pav. Kapitalo ir turto pusiausvyrą

Sudaryta autorių pagal: Žvinklys ir Vabalas, 2006.

Ilgalaikio materialaus turto grupė gamybos įmonėse paprastai būna pagrindinė ir yra reikalinga efektyviam gamybos procesui. Šią turto grupę sudaro nekilnojamas turtas, gamybinė įranga, transportas, administracinė įranga. Būtent ilgalaikiu materialiu turtu įmonė gali garantuoti skolų bankui ar tiekėjams grąžinimą. Į šį turtą paprastai orientuojasi akcininkai, nes jis yra vienas svarbiausių nuosavybės garantų.

Nematerialusis turtas – tai nepiniginis turtas, neturintis išraiškos. Paprastai daugiau šio tipo turto turi tik didesnės ar nestandartinės įmonės, kurių verslas remiasi „know-how“ ar patentais. Toks turtas atneša ekonominės naudos šio turto savininkui, suteikia savininkui teisių ir privilegijų. Šią turto grupę sudaro turimi patentai, licencijos, prestižas, investicijos į asocijuotas įmones.

Ilgalaikis finansinis turtas – likvidžiausias įmonės turtas, kas daugeliu atveju yra piniginiai aktyvai. Šią turto grupę sudaro pinigai, pinigų ekvivalentai, indėliai, trumpalaikės investicijos į vertybinius popierius. Ši turto grupė dažniausiai būna susijusi su gerokai didesne rizika nei materialusis ilgalaikis turtas. Įvertinant riziką, reikia išnagrinėti įmonių, į kurias šis turtas investuojamas, jo būklę.

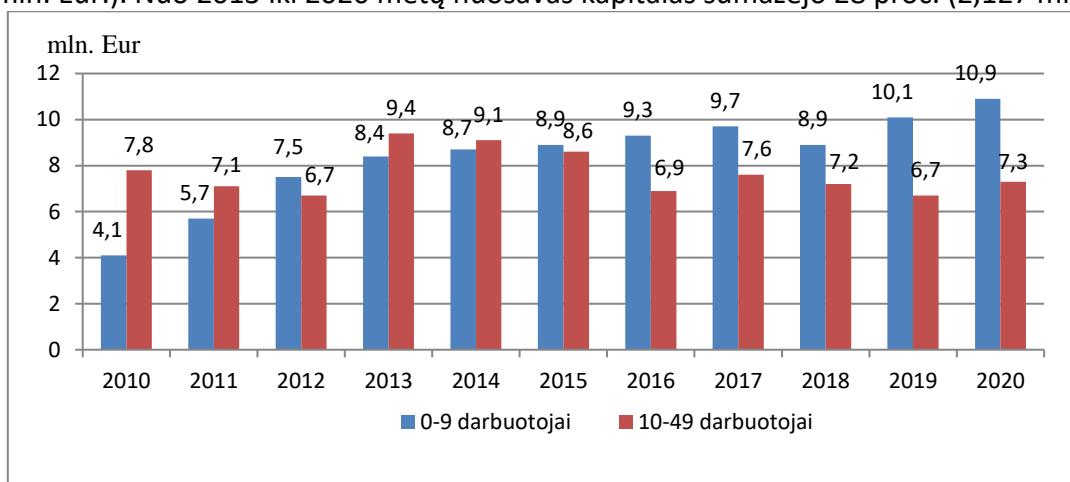
Ilgalaikis turtas pasižymi ilgesniu jo naudojimu (ilgiau kaip vienerius metus), turi didesnę vertę nei nustatyta minimali ilgalaikio turto vertė, bei naujo produkto vertė perkeliama dalimis. Su trumpalaikiu turtu paprasčiau, jo vertė į naująjį produktą perkeliama iš karto bei toks turtas sunaudojamas per vieną gamybos ciklą (vienkartinis).

„Turto be savininko nebūna, kaip ir nebūna ir nuosavybės be turto“ (Burkšaitienė, 2012). Turtas nėra pastovus, jis nuolat kinta. Tuo metu, kai kinta turtas, tuo pačiu keičiasi ir turto priklausomybė. Nuosavas kapitalas – tai įmonių turto dalis, likusi iš viso turto atėmus įsipareigojimus. Nuo nuosavo kapitalo dydžio ir jo sudėties priklauso įmonės verslo plėtra, konkurencingumas ir vieta rinkoje. Į pastovų kapitalą įtraukiamas nematerialus turtas, ilgalaikis materialus turtas ir ilgalaikis finansinis turtas. Apyvartiniam kapitalui priskiriamos atsargos, pirkėjų skolos, trumpalaikis finansinis turtas bei pinigai ir jų ekvivalentai.

Be savininkų įdėto turto įmonė gali laikinai disponuoti ir pasiskolintų kitų įmonių turtais, kurių vėliau reikės grąžinti savininkams. Tokiu principu nuosavybė tampa skolinta arba kitaip – „skolintojų nuosavybė“. Skolintojų nuosavybė suvokiama kaip paskolintas tiek materialusis (skola bankui ar tiekėjams, kurią reikės grąžinti pinigais), tiek nematerialusis (įsipareigojimas išnuomoti pastatą ar suteikti kitas paslaugas – šiuo atveju skola grąžinama nepiniginiu turtais). (Burkšaitienė, 2012).

Mažų įmonių turto ir kapitalo pokyčiai

Nuo 2010 iki 2017 m. Lietuvoje labai mažų įmonių nuosavas kapitalas padidėjo 59 proc. (5,719 mln. Eur.), o 2018 metais sumažėjo 9 proc. (785,485 tūkst. Eur.) (3 pav.). Nuo 2018 iki 2020 metų labai mažų įmonių nuosavas kapitalas padidėjo 20 proc. (2,008 mln. Eur.). Nuo 2010 iki 2012 metų Lietuvos mažų įmonių kapitalas sumažėjo 15 proc. (1,153 mln. Eur.), 2013 metais padidėjo 41 proc. (2,782 mln. Eur.). Nuo 2013 iki 2020 metų nuosavas kapitalas sumažėjo 28 proc. (2,127 mln. Eur.)

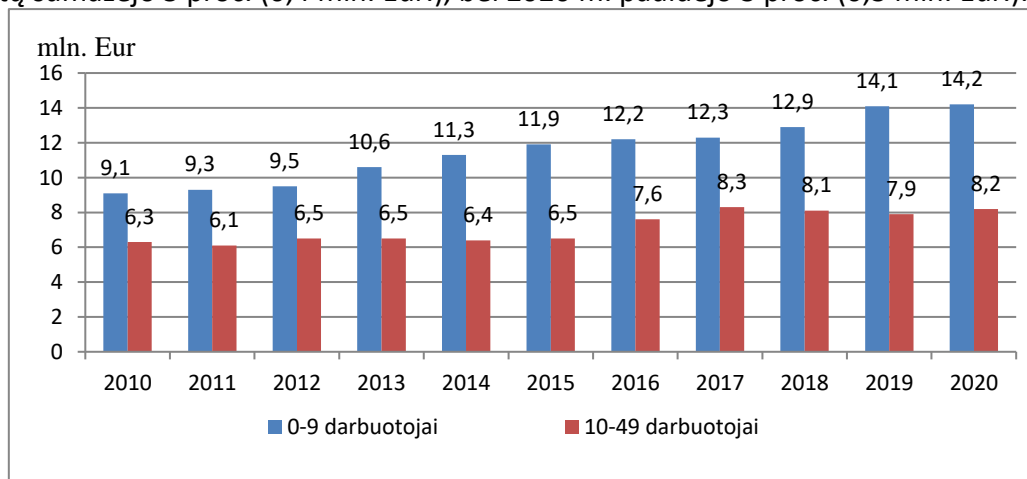


3 pav. Lietuvos mažų įmonių nuosavo kapitalo pokyčiai 2010-2020 m., mln. Eur

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas. (n.d.)

Nuo 2013 metų Lietuvoje mažų įmonių kapitalas mažėjo, o labai mažų įmonių nuosavas kapitalas iki 2017 metų padidėjo daugiau nei 50 proc., 2018 metais buvo šiek tiek sumažėjęs ir iki 2020 metų padidėjo penktadaliu.

Labai mažų įmonių skolintas kapitalas didėjo kiekvienais metais, tuo tarpu mažų įmonių per pastaruosius dešimt metų svyravo (4 pav.). 2010 metais mažų įmonių įsipareigojimai sumažėjo 3 proc. (0,2 mln. Eur.), o nuo 2011 iki 2013 metų padidėjo 6 proc. (0,4 mln. Eur.). 2014 metais sumažėjo 1 proc. (0,1 mln. Eur.) ir nuo 2014 iki 2017 padidėjo 18 proc. (1,9 mln. Eur.). Nuo 2017 iki 2019 metų sumažėjo 5 proc. (0,4 mln. Eur.), bei 2020 m. padidėjo 3 proc. (0,3 mln. Eur.).

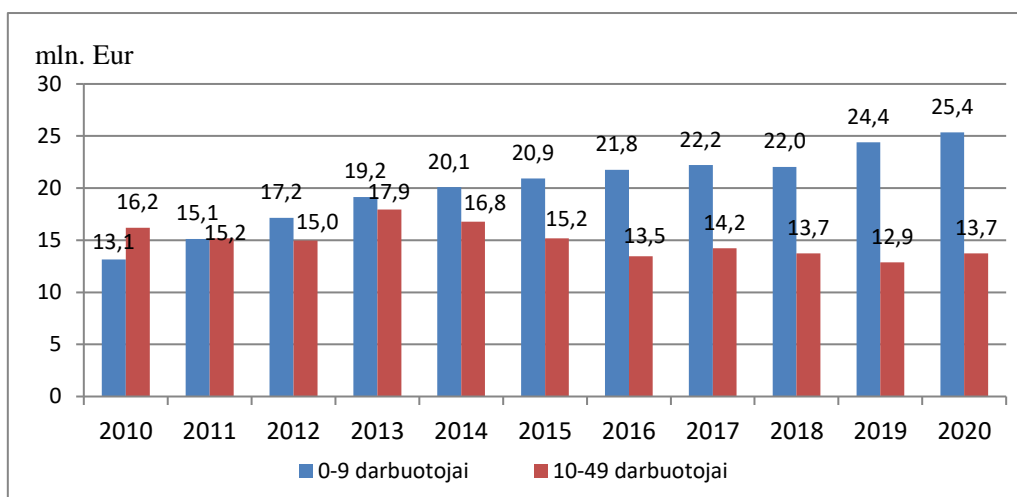


4 pav. Lietuvos mažų įmonių įsipareigojimai 2010-2020 m. mln. Eur.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas. (n.d.)

Nuo 2010 iki 2020 metų labai mažų įmonių įsiskolinimas padidėjo 56 proc. (5,1 mln. Eur.) ir mažų įmonių įsiskolinimas padidėjo 30 proc. (1,9 mln. Eur.). Labai mažų įmonių ir mažų įmonių skolintas kapitalas yra didesnis nei nuosavas.

Labai mažų įmonių turtas nuo 2010 iki 2017 metų padidėjo 68 proc. (9,065 mln. Eur.). 2018 metais sumažėjo 1 proc. (0,2 mln. Eur.) ir iki 2020 vėl padidėjo 15 proc. (3,319 mln. Eur.) (5 pav.). Mažų įmonių turtas nuo 2010 iki 2012 sumažėjo 8 proc. (1,260 mln. Eur.). 2013 metais padidėjo 20 proc. (2,992 mln. Eur.). Nuo 2013 iki 2020 metų mažų įmonių turtas su tam tikrais svyravimais sumažėjo 30 proc. (4,221 mln. Eur.).



5 pav. Lietuvos mažų įmonių turtas 2010-2020 m., mln. Eur.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas. (n.d.)

Lietuvoje nuo 2010 iki 2020 metų labai mažų įmonių nuosavas kapitalas padidėjo 65 proc. (6,8 mln. Eur.), o mažų įmonių nuosavas kapitalas sumažėjo 6 proc. (0,5 mln. Eur.). Labai mažų įmonių skolintas kapitalas yra didesnis nei nuosavas kapitalas. Per pastaruosius dešimt metų labai mažų įmonių skolintas kapitalas padidėjo 56 proc. (5,1 mln. Eur.), o mažų įmonių padidėjo 30 proc. (1,9 mln. Eur.).

Išvados

1. Į smulkaus verslo sąvoką įeina mažos ir labai mažos įmonės. Lietuvoje smulkieji verslai, įskaitant mažas ir labai mažas įmones, yra labai palaikomi ir skatinami veikti. Labai mažų ir mažų įmonių augimas yra esminis besivystančių ekonomikų tvaraus vystymosi komponentas. Labai mažų įmonių skaičius Lietuvoje didėja, o mažų įmonių įsteigimo skaičius mažėja.

2. Nuosavas kapitalas yra vienas svarbiausių įmonių finansinę būklę apibūdinančių rodiklių. Pradėjusi veikti įmonė pradeda kurti veiklos rezultata, nuo to priklauso nuosavas įmonės kapitalas, jis gali didėti arba mažėti priklausomai ar pelningai ar nuostolingai veikia įmonė. Kapitalas gali apimti visas turto rūšis, turinčias ilgalaikę vertę bei galinčias prisidėti prie pinigų uždirbimo. Turtas dalinamas į materialų ir nematerialų, aktyvų ir pasyvų, kilnojamą ir nekilnojamą, gamybinį ir negamybinį.

3. Lietuvoje nuo 2010 iki 2020 metų labai mažų įmonių nuosavas, skolintas kapitalas bei turtas didėjo. Nuosavo kapitalo didėjimo tempai buvo spartesni nei skolinto kapitalo. Mažų įmonių turtas bei nuosavas kapitalas mažėjo, o skolintas kapitalas didėjo.

Literatūra

1. Andrade J., Franco M., Mendes L. (2022). *Facilitating and Inhibiting Effects of Organisational Ambidexterity in SME: an Analysis Centred on SME Characteristics*. Prieiga per internetą <https://link-springer-com.libproxy.viko.lt/article/10.1007/s13132-021-00831-9#Sec10>
2. Burkštaitė, D. (2012). *Nuosavas kapitalas, pajamos ir sąnaudos finansinėse ataskaitose*. Vilnius: Technika.
3. Černius, G. (2014). *Įmonės finansų valdymo pagrindai*. Vilnius. Prieiga per internetą https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/16806/21130_Imones_finansu_valdymas.pdf?sequence=1
4. European commission. (2021). Annual Report on European SMEs 2020/2021. Prieiga per internetą <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/46062>;
5. Ginevičius, R., Grybaitė, V., Lapinskienė, G. ir Peleckis, K. (2016). *Verslo kūrimo ir plėtros projektavimas: teorija ir praktika*. Vilnius: VGTU leidykla.
6. Kalanta, M. ir Pesliakaitė, J. (2018). Labai mažos įmonės Lietuvoje: ekonominė reikšmė ir augimas. *Versli Lietuva*. Prieiga per internetą <https://www.verslilietuva.lt/wp-content/uploads/2020/01/2018.12.31-LM%C4%AE-Lietuvoje-reik%C5%A1m%C4%97-ir-augimas.pdf>
7. Kušner, M. (n. d.). Trumpalaikis turtas. *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga per internetą <https://www.vle.lt/straipsnis/trumpalaikis-turtas/>
8. Lietuvos Respublikos smulčiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymo Nr. VIII – 935 pakeitimo įstatymas 2017 m. sausio 12 d. Nr. XIII-192. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/468c37b3dd5211e6be918a531b2126ab>
9. Lietuvos statistikos departamentas. (n. d.). Statistinių rodiklių analizė. Prieiga per internetą <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>
10. Mackevičius, J., Molienė, O. ir Poškienė, D. (2007). *Nuosavo kapitalo kompleksinės analizės metodika*. Vilnius. Prieiga per EBSCOhost <https://web-s-ebscohost-com.libproxy.viko.lt/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=ae639bcd-51d7-4dde-97e6-b11c6187dd39%40redis>
11. Martinkus, B., Žičkienė, S. ir Žilinskas, V. (2002). *Įmonės ekonomika*. Vilnius: Šiaulių universiteto leidykla.
12. Žvinklys, J. ir Vabalas, E. (2006). *Įmonės ekonomika*. Vilnius: Vilniaus vadybos aukštoji mokykla.

CHANGES IN THE CAPITAL AND ASSETS OF SMALL BUSINESS

Summary

This article describes the concept of small businesses, their assets, capital and evaluates any changes in them of a small business. A detailed analysis of the capital and assets of companies allows us to understand the benefits and meaning of them, why each of the companies must have their own capital and what assets it has and is acquiring during their operational period. Every business strives to increase its net worth for which it uses their capital which is being invested in certain resources. Business assets are tangible, intangible and financial assets that are owned and operated by an entity and are expected to provide economic benefits. In Lithuania, the majority of companies are very small businesses. Their capital is increasing each year, and the amount of assets of very small companies exceeds the amount of assets of small companies. The equity of very small businesses increased by 59% between 2010 and 2020, while that of small businesses decreased by 6%. Their borrowed capital has been higher than equity over the past ten years.

PREKYBOS VERSLO KAITOS ANALIZĖ LIETUVOJE 2010-2020 M.

Kristė Žilionytė

Mokslinė vadovė – lektorė Dalia Prūsaitienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Prekyba – tai yra savanoriški prekių arba paslaugų mainai tarp dviejų, trijų, kelių ar dar daugiau objektų, tarp prekybininkų. Prekybos sąvoka pasitaiko visų žmonių gyvenime kiekvieną dieną, kadangi ji yra labai svarbi daugumai gyvenimo sričių ir daro didelę įtaką ekonomikos plėtrai. Žmonės perka ir parduoda kasdien, tai yra esminis gyvenimo dėsnis, kuris tęsiasi metai iš metų ir negriūna.

Lyginant dabartinę Lietuvos prekybos verslų situaciją ir buvusią prieš dešimtmetį matomi pokyčiai. Visa prekybos sistema keitėsi, tai paskatino kurtis naujas įmones. Didelei daliai susikūrusių įmonių vėliau teko nutraukti veiklą dėl vis didėjančios konkurencijos, negebėjimo išsilaikyti rinkoje. Kita dalis įmonių, šiandien sėkmingai tebevysto savo veiklą, kai kurios iš jų kuria prekybos įmonių tinklą visoje šalyje. Prekybos sektoriuje sukuriama daug naujų įmonių bei darbo vietų. Prekyba buvo ir išlieka viena iš paprasčiausių galimybių pradėti savo verslą. Visgi netikėtai visus užklupusi koronaviruso pandemija iš pamatų pakeitė ne tik Lietuvos gyventojų kasdienę rutiną, bet ir apsipirkimo įpročius. Dar iki 2020 metų pavasario didėję elektroninės prekybos mastai dėl karantino apribojimų įgavo pagreitį – augo tiek internetu siūlomų prekių pasiūla, tiek jų paklausa. Temos svarba dar labiau išauga konkurencijos intensyvėjimo pasekoje, kai kiekvieno rinkos subjekto veikla priklauso nuo sugebėjimo atrasti, pritraukti ir išlaikyti vartotoją.

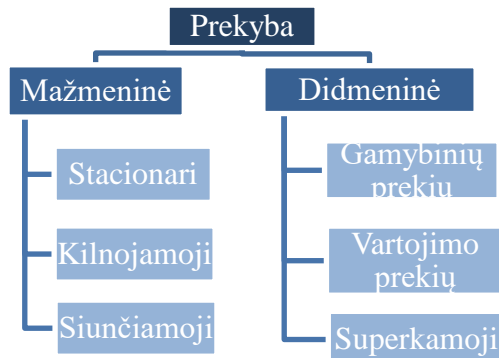
Straipsnio tikslas - išanalizuoti prekybos verslo svarbą Lietuvoje.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti didmeninės ir mažmeninės prekybos Lietuvoje aspektus.
2. Išanalizuoti prekybos verslo Lietuvoje tendencijas.

Didmeninės ir mažmeninės prekybos Lietuvoje aspektai

„Prekyba yra viena iš svarbiausių sričių, darančių didelę įtaką ekonomikos plėtrai. Prekyba sukuria 18 proc. bendrosios pridėtosios vertės ir pagal šį rodiklį užima 2 vietą, po apdirbamosios pramonės šalies ekonomikoje“ (Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerija, n.d.). Prekyba pagal vietą prekių paskirstymo procese skirstoma į mažmeninę ir didmeninę (1 pav.). Mažmeninė prekyba dar skirstoma į stacionarią, kilnojamąją ir siunčiamąją. Didmeninė prekyba skirstoma į gamybinių prekių, vartojimo prekių ir superkamąją.



1 pav. Prekybos rūšys

Šaltinis: Žutautienė, J. (2012). Pardavimų organizavimas.

Mažmeninė prekyba – tai veikla kuomet nedidelės įmonės prekiauja mažais prekių kiekiais (Concise dictionary of commerce, 2015). Dažniausiai tai yra asmeninio arba namų ūkio vartojimo prekės. Mažmeninę prekybą galima apibūdinti kaip mainus, kurie yra palankūs tiek pirkėjams tiek ir pardavėjams. Pirkėjai siekia ne tik įsigyti tam tikrą prekę, bet ir pageidauja tam tikrų paslaugų, o pardavėjai siekia kuo geriau patenkinti vartotojų poreikius ir gauti kuo didesnę pelną. „Mažmeninės prekybos sukuriama pridėtinės vertės dalis šalies ekonomikoje yra viena didžiausių visame Baltijos regione ir didesnė už Europos Sąjungos vidurkį“ (Lietuvos prekybos įmonių asociacija, 2021). Mažmeninei prekybai tenka svarbiausias vaidmuo prekių paskirstymo kanale. Mažmenininkas yra tarpininkas tarp gamintojo, didmenininko ir galutinio vartotojo.

Dažniausiai mažmenininkai prekes perka iš didmenininkų, o šie iš gamintojų. Tačiau mažmenininkai prekes gali pirkti ir tiesiai iš gamintojų. Tuomet didmenininkas prekių paskirstymo grandinėje nedalyvauja. Tai, ar mažmenininkas prekes perka iš didmenininko ar tiesiai iš gamintojo, daugiausiai priklauso nuo prekių pobūdžio bei mažmeninės prekybos įmonės dydžio.

Didmeninė prekyba – tai prekyba dideliais kiekiais. Šie kiekiai yra parduodami parduotuvėms, kurios prekiauja mažais prekių kiekiais – didmeninė prekyba parduoda mažmeninei prekybai (Concise dictionary of commerce, 2015). Didmenininkai, siekdami būti naudingi mažmeninėms prekybos įmonėms, turi siūlyti kuo patrauklesnį ir didesnę prekių krepšelį. Didmenininkams reikia užmegsti darbinis santykius su didelę paklausą turinčių prekių gamintojais ir gauti išskirtines teises produkcijos platinimui. Gamintojai, turėdami tikslą pasiekti kuo daugiau vartotojų, renkasi tuos didmenininkus, kurie turi geriausiai išvystytą paskirstymo tinklą bei stipriausią pardavimų komandą. Todėl galima teigti, kad paskirstymo sprendimai ir pardavimų komandos subūrimas turi didžiausią reikšmę didmeninei prekybai užsiimančių įmonių veikloje.

Jog prekybos procesai vyktų tinkamai ir tikslingai turi būti vykdomas prekybos organizavimas susijęs su įmonės pardavimais, apimtėmis, pelnu ir sąnaudomis. Prekybos organizavimas nėra tik įmonės vidiniai duomenys, tai komercinė veikla ir jos operacijos nukreiptos daugiau į žmonių tarpusavio santykius, susijusius su prekių ir paslaugų poreikių tenkinimu, o ne į patį produktą ar gamybos technologiją. Žinios apie rinką, paklausą, pirkimus ir pardavimus, asortimento formavimą, kainodaros politiką, tinkamų strategijų pasirinkimas, nuoširdus, kvalifikuotas ir informatyvus darbas su klientais gali padėti daryti tikslesnes prielaidas ir priimti sprendimus, kurie padidintų pelną ir kurtų įmonės įvaizdį. Jei prekybos sektoriuje dirbantys asmenys sugeba nustatyti ir suprasti svarbiausią poreikį rinkoje, tinkamai pasirenka strategiją ir taktiką, suformuoja verslo politiką, tai gali atnešti teigiamus veiklos rezultatus. Rinka visada aktyviai reaguoja į geriausią problemos sprendimą.

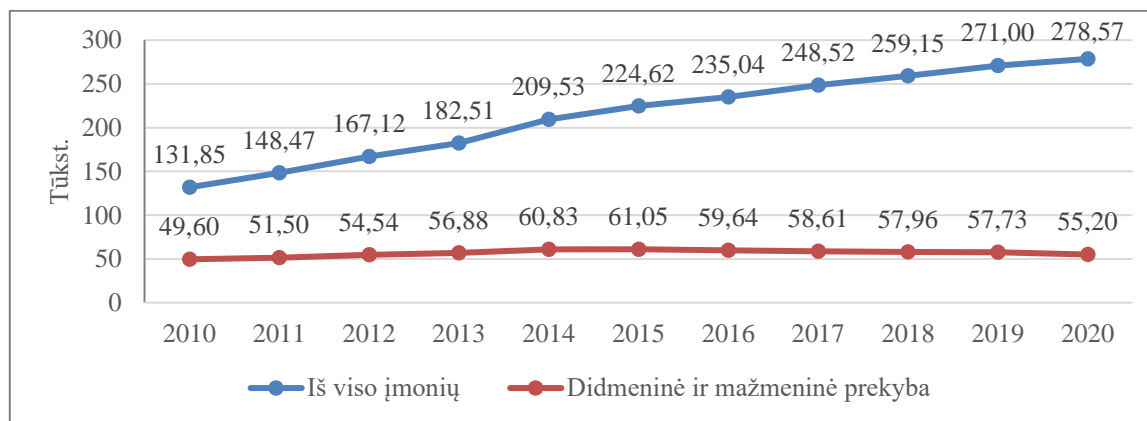
Per pastaruosius keletą metų išmanieji įrenginiai neabejotinai pakeitė bendravimo, naudojimosi įvairiomis elektroninėmis paslaugomis bei dalijimosi informacija būdus. Laikui bėgant keitėsi ir vartotojų pirkimo įpročiai. Šiuolaikinių technologijų tobulėjimas paskatino vis didesnę internetinių parduotuvių atsiradimą. Pandemijos krizė paspartino elektroninės prekybos plėtrą įsitraukiant naujoms įmonėms, vartotojams ir produktų tipams. „Elektroninė prekyba toliau sparčiai populiarėja Lietuvoje, gyventojai vis daugiau atsiskaito mokėjimo kortelėmis ir apsiperka internetu. SEB bankas skaičiuoja, kad per praėjusius metus verslo klientai pasiekė daugiau negu 1,5 karto didesnę elektroninės prekybos apyvartą, palyginti su 2020 m., o įvairiais elektroninio mokėjimo būdais buvo atsiskaitoma 46% dažniau“ (Balčiūnienė, 2022). Elektroninė prekyba dažniausiai naudojama perkant brangius elektronikos, buitines elektronikos, batus, drabužius, kvepalus ir kosmetikos prekes dėl galimybės pasirinkti geresnę kainą ir greitesnio jų pristatymo (Rossolov, Rossolova, Holguin-Veras, 2021). Nemaža dalis prekybos procesų tapo automatizuoti, todėl jiems atlikti nebėra didelio poreikio samdyti daugiau darbuotojų. Elektroninė prekyba pandemijos metu suteikė vartotojams galimybę įsigyti daug įvairių produktų, nes tai padaryti namuose kur kas patogiau ir saugiau, tuo pačiu suteikė įmonėms galimybę tęsti veiklą, nepaisant kontaktų apribojimų

ir karantino. Pandemijos krizė išplėtė elektroninės prekybos rinką įskaitant naujas įmones, vartotojų segmentus (pvz., pagyvenusius žmones) ir produktus (pvz., maisto produktus).

Prekybos verslo Lietuvoje tendencijos

„ES mažmeninės ir didmeninės prekybos sektoriuose veikia beveik 5,5 mln. įmonių (2014 m. duomenimis 3,6 mln. įmonių veikia mažmeninės prekybos sektoriuje ir 1,8 mln. – didmeninės prekybos sektoriuje; t. y. 23 % viso nefinansinio verslo ekonomikos sektoriaus)“ (Europos komisijos portalas, 2017). Per kelis metus labai sparčiai išsivystė elektroninė prekyba, o tai lemia ne tik vartotojų apsipirkimo įpročių pokyčius (galimybė internetu apsipirkti bet kada, naudojantis toli nuo gyvenamosios vietos esančiomis interneto svetainėmis), bet ir prekybos sektoriaus aplinkos kaitą. Itin greitą ir didelį elektroninės prekybos šuolį Lietuvoje paspartino ir netikėtai susiklosčiusi Covid-19 pandemija visame pasaulyje, kuomet prekyba gyvai nebegalėjo vykti ir reikėjo priprasti prie apsipirkinėjimo nuotoliniu būdu. Elektroninė prekyba suteikia naujų galimybių. Mažoms įmonėms dabar lengviau pasiekti vartotojus kitose valstybėse. Prekyba internetu gali būti vykdoma tarptautiniu mastu ir neinvestuojant į fizines patalpas.

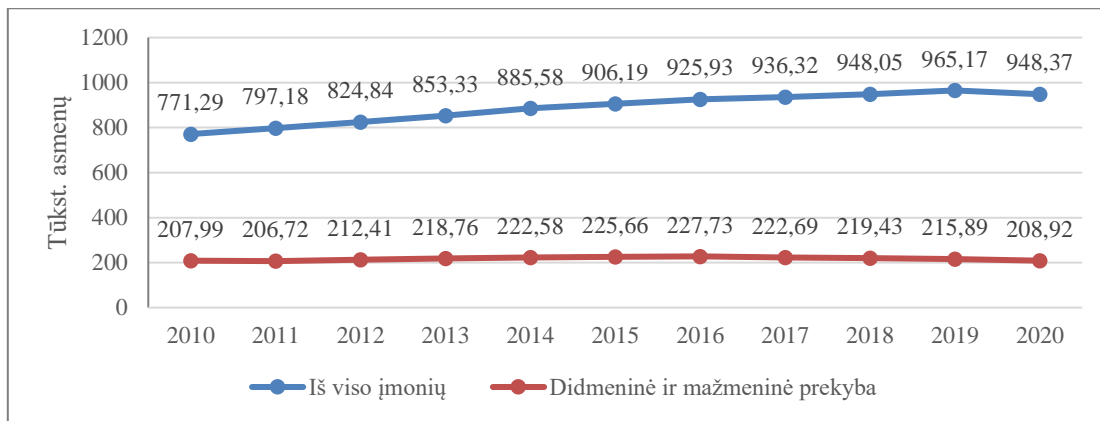
„Veikianti įmonė – įmonė, kuri ataskaitiniais metais vykdė veiklą bent dalį metų, t. y. turėjo ir (arba) darbuotojų ir (arba) gavo pajamų. Veikiančių įmonių sąrašas – įmonių sąrašas, parengiamas statistinio Ūkio subjektų registro pagrindu ataskaitinių metų pabaigoje. Į sąrašą įtraukiamos visos įmonės, kurios sąrašo sudarymo metu buvo veikiančios“ (Valiulienė, 2014). Bendrai Lietuvoje veikiančių įmonių skaičius kiekvienais metais didėja (3 pav.). Per dešimtmetį veikiančių įmonių skaičius padidėjo 52,67 proc. Didmeninė ir mažmeninės prekybos įmonių: nuo 2010 m. iki 2015 m. veikiančių įmonių skaičius padidėjo 18,76 proc.. Nuo 2015 m. didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonių skaičius sumažėjo 9,58 proc. 2010 m. didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonės sudarė 37,61 proc. visų įmonių, o 2020 m. santykinė dalis sumažėjo iki 19,82 proc.



2 pav. Veikiančių įmonių Lietuvoje skaičius 2010-2020 m., tūkst.

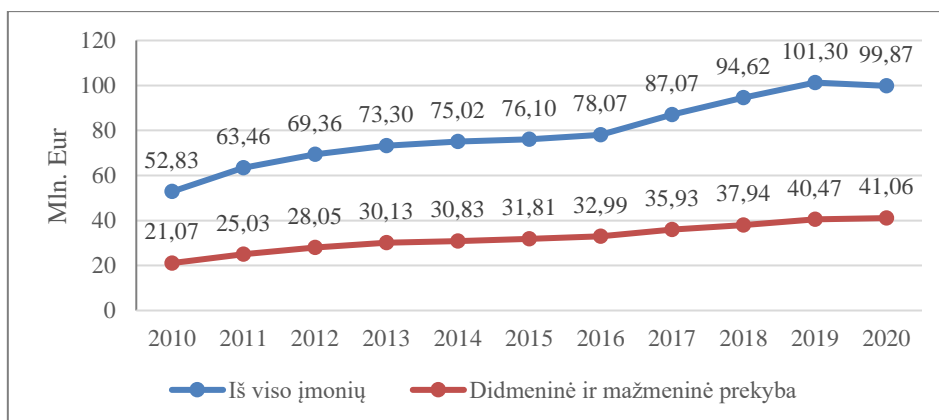
Šaltinis: Lietuvos oficialiosios statistikos portalas (n.d.)

Lietuvoje veikiančių įmonių samdomų darbuotojų skaičius nuo 2010 m. iki 2019 m. padidėjo 18,67 procentais (4 pav.). Per 2020 m. visų veikiančių įmonių samdomų darbuotojų sumažėjo 1,74 proc. Nuo 2010 iki 2016 metų didmeninėje ir mažmeninėje prekyboje dirbančiųjų padidėjo 8,67 proc. punktais. Nuo 2016 m. samdomų darbuotojų skaičius sumažėjo 8,26 proc. punktais. Didelė tikimybė, kad to priežastimi galėjo būti darbuotojų skaičiaus mažinimas dėl susidariusios pandeminės situacijos arba elektroninės prekybos išpopuliarėjimo. 2010 m. Lietuvos didmeninėse ir mažmeninėse įmonėse dirbantys asmenys sudarė 26,97 proc. visų įmonių samdomų darbuotojų, o 2020 m. samdomų darbuotojų santykinė dalis šiek tiek sumažėjo ir sudarė 22,03 proc.



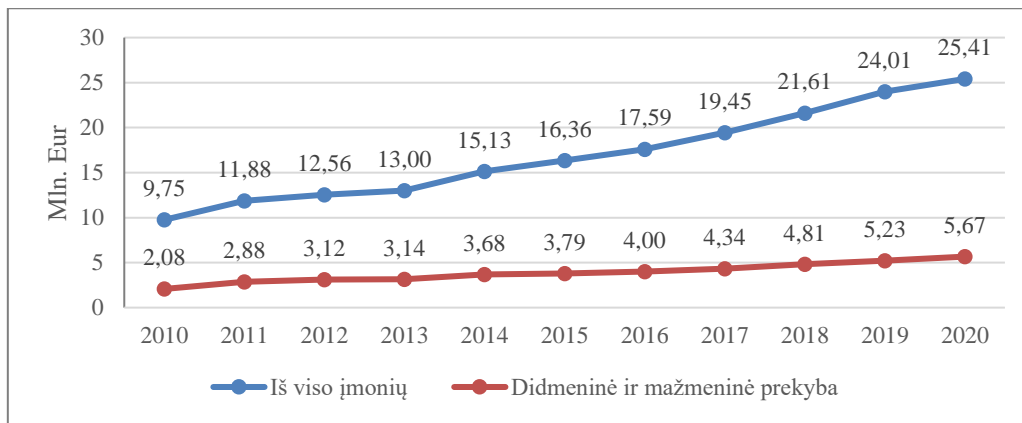
3 pav. Lietuvoje nefinansinių įmonių samdomų darbuotojų skaičius 2010-2020 m., tūkst. asmenų
Šaltinis: Lietuvos oficialiosios statistikos portalas (n.d.)

„Apyvarta - ūkio subjekto per ataskaitinį laikotarpį pripažintos arba gautos pajamos pardavus prekes ir (arba) suteikus paslaugas, iš kurių atimtos grąžintų prekių pardavimo, nukainojimo, nuolaidų sumos“ (Valiulienė, 2014). Lietuvos verslo nefinansinių įmonių generuojama apyvarta per 2017-2021 m. padidėjo 47,1 proc. (5 pav.), 2020 m. matomas 1,42 proc. sumažėjimas. 2010-2020 m. didmeninės ir mažmeninės prekybos generuojama apyvarta padidėjo 48,7 proc. 2010 m. didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonių apyvarta sudarė 39,87 proc. visų įmonių apyvartos, o 2020 m. santykinė dalis šiek tiek padidėjo ir sudarė 41,12 proc.



4 pav. Lietuvos nefinansinių įmonių apyvarta 2010-2020 m., mln. Eur.
Šaltinis: Lietuvos oficialiosios statistikos portalas (n.d.)

„Pridėtinė vertė gamybos sąnaudomis – tai produkcijos vertės ir tarpinio vartojimo skirtumas, pridėjus subsidijas ir atėmus gamybos mokesčius. Pridėtinė vertė (gamybos sąnaudomis) apskaičiuojama taip: pardavimų pajamos, pridėjus kitos veiklos pajamas (atėmus ilgalaikio turto pardavimo pajamas), pridėjus kapitalizuotą produkciją, pridėjus atsargų pasikeitimą per metus, atėmus prekių ir paslaugų pirkimą, pridėjus subsidijas bei atėmus mokesčius gaminiams ir gamybai.“ (Valiulienė, E., 2014) Per 10 metų Lietuvos nefinansinėse įmonėse pridėtinė vertė gamybos sąnaudomis išaugo 2,6 karto, o didmeninėje ir mažmeninėje prekyboje 2,7 karto (6 pav.). 2010 m. Lietuvos didmeninių ir mažmeninių įmonių pridėtinė vertė sudarė 21,28 proc. visų įmonių pridėtinės vertės, 2020 m. sudarė 22,31 proc.



5 pav. Lietuvos įmonių pridėtinė vertė gamybos sąnaudomis 2010-2020 m., mln. Eur.
Šaltinis: Lietuvos oficialiosios statistikos portalas (n.d.)

2010-2020 m. didmeninių ir mažmeninių prekybos įmonių skaičius Lietuvoje padidėjo 10,14 proc. 2010 m. didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonės sudarė daugiau nei trečdalį visų įmonių, o 2020 m. jų skaičius sumažėjo ir nesiekė nei penktadalio. Didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonėse dirbančiųjų asmenų skaičius 2010-2020 m. nežymiai padidėjo 0,45 proc. punktais. Jei 2010 m. santykinė įmonėse dirbančiųjų asmenų dalis buvo didesnė nei ketvirtadalis, tai 2020 m. santykinė dalis sumažėjo ir buvo tik šiek tiek didesnė nei penktadalio. 2010-2020 m. didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonių generuojama apyvarta padidėjo 48,7 proc. Didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonių apyvartos santykinė dalis 2010 m. sudarė daugiau nei trečdalį, o 2020 m. sudarė daugiau nei du penktadalius. 2010-2020 m. Lietuvos didmeninių ir mažmeninių įmonių pridėtinė vertė padidėjo 63,32 proc. Didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonių pridėtinė vertė 2010 m. sudarė šiek tiek daugiau nei penktadalį (21,28 proc.), o 2020 m. sudarė dar šiek tiek daugiau nei penktadalį (22,31 proc.).

Išvados

1. Prekyba yra viena iš svarbiausių sričių, darančių didelę įtaką ekonomikos plėtrai. Mažmeninės prekybos sukuriama pridėtinė vertė šalies ekonomikoje yra viena didžiausių visame Baltijos regione ir didesnė už Europos Sąjungos vidurkį. Per pastaruosius keletą šiuolaikinių technologijų tobulėjimas paskatino vis didesnę internetinių parduotuvių atsiradimą. Elektroninė prekyba įmonėms suteikė galimybę tęsti veiklą, nepaisant kontaktų apribojimų ir karantino.
2. 2010-2020 m. didmeninių ir mažmeninių prekybos įmonių skaičius Lietuvoje padidėjo 10,14 proc. Didmeninė ir mažmeninė prekyba Lietuvoje svarbi, nes jos generuojamos apyvartos dalis ir pridėtinė vertė santykinė dalis didėja. Dirbančiųjų asmenų skaičius didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonėse mažėja ir tai rodo, kad prekybininkų darbas yra efektyvesnis.

Literatūra

1. Balčiūnienė, R. (2022) Verslo žinios. *Elektroninė prekyba: į ką verslui atsižvelgti šiomet*. Prieiga per internetą <https://www.vz.lt/prekyba/2022/01/23/elektronine-prekyba-i-ka-atsizvelgti-verslui-siomet>
2. Editorial board (2015). *Concise dictionary of commerce*. Prieiga per internetą <https://web-p-ebscohost-com.libproxy.viko.lt/ehost/detail/detail?vid=0&sid=b3c31147-f9e8-4781-96e4-911da5417935%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=e000xww&AN=1107930>
3. Europos komisija. (2017) *Viešos konsultacijos dėl mažmeninės prekybos reglamentavimo daugiakanalėje aplinkoje*. Prieiga per internetą https://ec.europa.eu/info/consultations/public-consultation-retail-regulations-multi-channel-environment_lt#objective

4. Lietuvos oficialiosios statistikos portalas. (n.d.) Prieiga per internetą <https://osp.stat.gov.lt/>
5. Lietuvos prekybos įmonių asociacija. (2021) *Mažmeninės prekybos įnašas – daugiau nei dešimtadalis visos Lietuvoje sukuriamos pridėtinės vertės*. Prieiga per internetą <https://www.lpia.lt/naujienos/mazmenines-prekybos-inasas-daugiau-nei-desimtadalis-visos-lietuvoje-sukuriamos-pridetines-vertes/>
6. Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerija. (n.d.) Prieiga per internetą <https://eimin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/verslo-aplinka/prekyba>
7. Pranulis, V., Pajuodis, A., Urbonavičius, S., Virvilaitė, R. (2012) *Marketingo pradmenys*. Prieiga per internetą http://elibrary.lt/resursai/Leidiniai/Litfund/Lithfund_leidiniai/marketingas/Marketingo_Pradmenys.pdf
8. Rossolov, A., Rossolova, H., Holhuin-Veras, J. (2021) *Online and in-store purchase behavior: shopping channel choice in a developing economy*. Prieiga per internetą <https://link.springer-com.libproxy.viko.lt/article/10.1007/s11116-020-10163-3#Sec16>
9. Stankaitis, R. (2018). *Rinkodaros pagrindai*. Prieiga per internetą <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:28963243/datastreams/MAIN/content>
10. Valiulienė, A. (2014). *Verslo struktūros statistinio tyrimo metodika*. Prieiga per internetą https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/757294/2014_164.pdf
11. Žutautienė, J. (2012). Studijų knyga. *Pardavimų organizavimas*. Prieiga per internetą <http://ebooks.kvk.lt/eb/305/pardavimu-organizavimas/>

COMMERCE BUSINESS IN LITHUANIA

Summary

Comparing the current situation of Lithuanian trade businesses with the previous decade, changes can be seen. Trade is one of the most important areas with a major impact on economic development. Trade generates 18 percent. gross value added and according to this indicator occupies the 2nd place, after manufacturing in the Lithuanian economy. Over the years, e-commerce has developed very rapidly, leading not only to changes in consumer shopping habits but also to changes in the environment in commerce sector. The extremely rapid and large leap in e-commerce in Lithuania was accelerated by the unexpected Covid-19 pandemic around the world, when live commerce could no longer take place and it was necessary to adapt to distance shopping. Wholesale and retail trade in Lithuania is important, as the share of turnover generated by it and the relative share of value added are increasing. During 2010-2020 year the number of trade enterprises in Lithuania increased by 10.14%.

INVESTICIJOS, JŲ RŪŠYS IR INVESTAVIMO SĄLYGOS LIETUVOJE

Samanta Šneliūtė

Mokslinė vadovė lekt. Olga Buckiūnienė

Vilniaus kolegija

Išvadas

Sparčiai augančiame pasaulyje, vis didesnis kiekis žmonių ieško įvairiausių būdų, kaip padidinti turimų santaupų sumą. Vienas iš būdų – investavimas, tačiau dėl ekonomikos nestabilumo ir sparčiai augančios konkurencijos finansų rinkose, asmenys privalo semtis investavimo idėjų, dėl to labai svarbu teisingai suvokti investavimo sąvoką ir investicijų rūšis, kad būtų tinkamai pasirinktas investavimo portfelis.

Straipsnio tikslas – išnagrinėti investicijų rūšys ir investavimo sąlygas Lietuvoje

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti investavimą ir investicijų rūšys.
2. Išanalizuoti investavimo sąlygas Lietuvoje.

1. Investavimas ir investicijų rūšys

Įvairaus amžiaus asmenys siekia turėti daugiau santaupų, dėl šios priežasties bando sumaniau valdyti asmeninius finansus, vienas iš žingsnių, šiam tikslui įgyvendinti – investavimas. Investavimo sąvoka apibrėžiama, kaip vienas iš būdų, kad turimas kapitalas sukauptu dar daugiau kapitalo (Milevskis, 2014). Tačiau prieš pradėdant investuoti svarbu nepamiršti išsikelti tikslus, nes tai padės tinkamai pasirinkti investavimo portfelį bei laikotarpį, kuriam laikui bus investuojama tam tikro dydžio pinigų suma.

Literatūroje yra išskiriamos dviejų tipų investicijos, finansinės investicijos – suteikia teisę investuoti į turtą netiesiogiai, įgyjant turto teisę, tačiau jo neperkant, o nefinansinės investicijos skiriasi tuo, kad investuojama į kapitalą, siekiant konkrečiam materialiam ar nematerialiam turtui sukurti ar jo vertės didinimui (Investicijos ir Finansai, 2021).

1 lentelė. Finansinės ir nefinansinės investicijos.

Finansinės investicijos	Nefinansinės investicijos
Akcijos – nuosavybės vertybiniai popieriai, kurie suteikia teisę į bendrovės turtą.	Nekilnojamas turtas – nuomojant įsigytą turtą ar plėtojant projektų vystymą galima tikėtis turto padidėjimo.
Obligacijos – skolos vertybiniai popieriai, kurie patvirtina turėtojo teisę gauti nominalią obligacijos vertę iš obligaciją išleidusio asmens.	Taurieji metalai – fizinis brangiojo metalo įsigyjimas.
Investiciniai fondai – investiciniai portfeliai, kurie yra valdomi profesionalių fondų valdytojų.	Kolekcinės vertybės – meno kūriniai, papuošalai, monetos, sendaikčiai ir kiti materialūs daiktai.

Sudaryta autorės pagal: Investicijos ir Finansai (2021). *Investicijos – susipažinkime su pagrindiniais investavimo principais.*

Pagal Lietuvos Respublikos investicijų įstatymo (1999) 3 straipsnį - teigiama, kad investicijos skirstomos į investuotojo įtaką ūkio subjektui, investuotojo nuolatinę buveinę, investuotojo statusą ir objektą. Investicijų rūšys pagal investuotojo įtaką ūkio subjektui išskiriamos dviejų tipų, tiesioginės investicijos, kuriuose investuojančiam asmeniui priklauso tam tikro dydžio kapitalo dalis, šio tipo investicija suteikia teisę kontroliuoti ūkio subjektą. Netiesioginės investicijos – investuotojas įgyja kapitalo dalį, tačiau jis neturi teisės kontroliuoti ūkio subjekto veiklos, šio tipo investavimas dar yra

vadinamas portfelinės investicijos. Pagal investuotojo nuolatinę buveinę – vidaus ir užsienio investicijos, skirtumas tarp šių investicijų, jog užsienio investicijos yra išleistos užsienio valstybių ar tarptautinių organizacijų, o ne Lietuvos Respublikos fizinių ar juridinių asmenų. Privačios ir užsienio valstybių investicijos priskiriamos investicijų rūšiai pagal investuotojo statusą. Investavimo objekto rūšys pasižymi kapitalo investicijomis, kuriomis siekiama įsigyti ilgalaišką materialųjį ir nematerialųjį turtą, ir padidinti jo vertę bei finansinės investicijomis.

2. Investavimo galimybės Lietuvoje

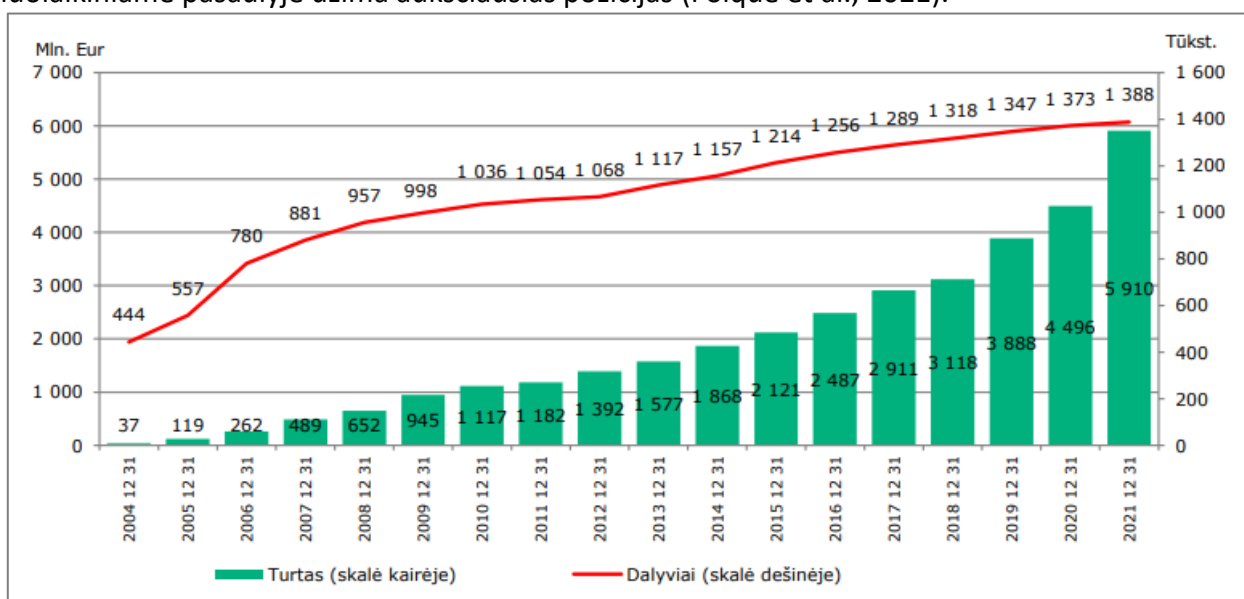
Pradedant investuoti daugumai žmonių trūksta žinių apie finansines priemones, dėl šios priežasties pradedantieji investuotojai renkasi įmones, kurios teikia investavimo paslaugas, tačiau prieš pasirenkant įmonę, kuriai bus patikėta valdyti investicinį fondą, būtina patikrinti ar investicines paslaugas siūlanti ir teikianti įmonė turi licenciją verstis šia veikla (Lietuvos bankas, n.d.).

Licencijuotos įmonės Lietuvoje teikiančios investicines paslaugas:

- Finansų maklerio įmonės, kurios turi Lietuvos banko ar kitos valstybės narės išduotą licenciją;
- Bankai;
- Finansų patarėjų įmonės, kurioms yra išduota Lietuvos banko licencija;
- Finansų maklerio įmonių Lietuvoje įsteigti filialai, kuriems išduotas Lietuvos banko leidimas.

Lietuvoje bankai, tokie kaip AB „SEB bankas“ ir AB „Swedbank“ siūlo galimybę investuoti į investicinius fondus, kuriuos valdo robotai, tai automatinė funkcija mobiliuojuose programėliose, kurioje pradedančiajam investuotojui reikia nusistatyti investuojamas sumas bei laikotarpį, kuriam norima investuoti, o sistema kiekvienam asmeniui individualiai pritaiko tinkamiausią investicinį fondą pagal investavimo strategiją, rizikos lygį (SEB, 2022).

Investavimo galimybė, kuri užtikrins saugią pensiją – pinigų kaupimas pensijų fonduose, AB „SEB“ bankas pensijinius fondus yra išskirsčiusios pagal kaupiančiojo amžių. II pensijų pakopoje kaupiant maksimaliu būdu nuo asmens gaunamo darbo užmokesčio prieš mokesčius yra atskaitomi 3 proc., kurie yra pervedami kiekvieną mėnesį į investicinį fondą bei kaip skatinamoji priemonė kaupti pensijai, 1,5 proc. iš valstybės biudžeto skiriama suma nuo vidutinio šalies darbo užmokesčio (Lietuvos bankas, 2020). Investiciniai fondai didžiąją lėšų dalį investuoja į tvarias investicijas, kurios šiuolaikiniame pasaulyje užima aukščiausias pozicijas (Folqué et al., 2021).



7 pav. II pakopos pensijų fondo dalyvių skaičius ir turto kaita 2004 – 2021 metais (mln. Eur). Šaltinis: Lietuvos bankas (2022). *Lietuvos II ir III pakopos pensijų fondų rinkos apžvalga*, p. 5 – 18.

Analizuojamu laikotarpiu pensijų fondų dalyvių skaičius ženkliai išaugo, nuo 2004 iki 2021 metų asmenų investuojančių pensijiniuose fonduose padidėjo 944 tūkst., o turtas padidėjo 5 873 mln. Eur, galima daryti išvadą, kad augant paklausai investuoti į investicinius pensijinius fondus, taip pat didėja ir turtas, kadangi investuojama didesnė suma atneša didesnį kapitalo prieaugį. Dalyvių kiekis labiausiai išaugo nuo 2020 iki 2021 metų, 1 414 tūkst. žmonių prisijungė prie II pensijų pakopos, tam įtakos turėjo valstybės skiriama paskata nuo vidutinio darbo užmokesčio, 2020 metais iš valstybės biudžeto buvo skiriami 7,21 euro kas mėnesį (Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija, 2020).

Išvados

1. Investavimas – pinigų įdarbinimas į tam tikrą finansinę priemonę, siekiant padidinti turimų lėšų dydį. Investicijos skirstomos į 4 skirtingas rūšys: investuotojo įtaką ūkio subjektui, investuotojo nuolatinę buveinę, investuotojo statusą ir investavimo objektą. Kiekviena rūšys pasižymi skirtingomis finansinės priemonėmis, investicijų leidėjo buveinę bei laikotarpiu.

2. Lietuvoje didėjant investavimo paklausai nemaža dalis bankų pradėjo siūlyti robotizuotus investicinius fondus, kuriuose pradedantieji investuotojai gali pradėti investuoti nuo mažų lėšų ir būti tikri, kad jų investiciniai fondai bus prižiūrėti investicinių fondų valdytojų. Taip pat siekiant užtikrinti ramią ir saugią pensiją, vis didesnė dalis žmonių renkasi pensijinius fondus pagal jų amžiaus grupes, fondai yra valdomi profesionalių investuotojų, kurie diversifikuoja investicinius portfelius, siekiant didesnio pelningumo. Dalyvių kiekis labiausiai išaugo nuo 2020 iki 2021 metų, 1 414 tūkst. žmonių prisijungė prie II pensijų pakopos, tam įtakos turėjo valstybės skiriama paskata nuo vidutinio darbo užmokesčio, 2020 metais iš valstybės biudžeto buvo skiriami 7,21 euro kas mėnesį.

Literatūra

1. Folqué, M., Escrig-Olmedo, E., & Corzo Santamaría, T. (2021). Sustainable development and financial system: Integrating ESG risks through sustainable investment strategies in a climate change context. *Sustainable Development*, 29(5), 876–890. <https://doi.org/10.1002/SD.2181>
2. Investicijos ir Finansai. (2021). Investicijos – Kas Tai? | Pagrindiniai Investavimo Principai. <https://investicijosirfinansai.lt/investavimas/investavimo-abc/kas-yra-investicijos>
3. Lietuvos bankas. (n.d.). Finansų rinkos dalyviai | Lietuvos bankas. Retrieved March 30, 2022, from <https://www.lb.lt/lt/finansu-rinku-dalyviai>
4. Lietuvos bankas. (2020). Pensijų fondai | Lietuvos bankas. <https://www.lb.lt/lt/pensiju-fondai-1>
5. Lietuvos bankas. (2022). Lietuvos II ir III pakopos pensijų fondų rinkos apžvalga (2021 m.) | Lietuvos bankas. <https://www.lb.lt/lt/leidiniai/lietuvos-ii-ir-iii-pakopos-pensiju-fondu-rinkos-apzvalga-2021-m>
6. Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas. (1999, July 7). VIII-1312 Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.84573/asr>
7. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija. (2020). Pensijų kaupimas ir išmokėjimas: dažniausiai užduodami klausimai | Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija. <https://socmin.lrv.lt/lt/naujienos/pensiju-kaupimas-ir-ismokejimas-dazniausiai-uzduodami-klausimai>
8. Milevskis, A. (2014). Kas yra investavimas? | Investavimas.lt. <https://www.investavimas.lt/kas-yra-investavimas/>
9. SEB. (2022). Pradedate investuoti? Susipažinkite su investavimo produktais | SEB. <https://www.seb.lt/infobankas/taupymas-ir-investavimas/pradedate-investuoti-susipazinkite-su-investavimo-produktais>

**INVESTMENT POLICY. INVESTMENTS, THEIR TYPES AND INVESTMENT CONDITIONS IN LITHUANIA
SUMMARY**

In a fast-growing world, more and more people are looking for a variety of ways to increase the amount of savings available. One way is to invest, but due to economic instability and rapidly growing competition in the financial markets, individuals have to come up with investment ideas, so it is important to have a correct understanding of the concept and types of investment in order to make the right investment portfolio.

INVESTICIJŲ SVARBA ŠALIES EKONOMIKAI
Žygimantas Morkuckas, Danielius Vilkevičius
Mokslinis vadovas – lekt. Inga Pašiušienė
Vilniaus kolegijos Ekonomikos fakultetas

Ivadas

Prieš pradėdant investuoti, visų pirma reikia išsiaiškinti kas apskritai yra investavimas. Tik gerai supratus investavimo sąvoką, galima gilintis į jos turinį. Investavimo apibrėžimų yra daug. Tačiau kiekvienas, nors šiek tiek su pinigais susidūręs žmogus, turi supratimą apie šią sąvoką. Investavimas suprantamas kaip veikla, kai turima pinigų suma yra paverčiama į finansinius aktyvus, padedančius ne tik išsaugoti pinigų vertę, bet ir atnešančius papildomą naudą ateityje, padidindama anksčiau turėtą pinigų sumą.

Investicijos – piniginės lėšos ir įstatymais bei kitais teisės aktais nustatyta tvarka įvertintas materialusis, nematerialusis ir finansinis turtas. Šis turtas yra investuojamas siekiant iš investavimo objekto gauti pelno (pajamų), socialinį rezultatą (švietimo, kultūros, mokslo, sveikatos ir socialinės apsaugos bei kitose panašiose srityse) arba užtikrinti valstybės funkcijų įgyvendinimą.

Investavimas – tai būdas uždirbti pinigus, tik šiuo atveju dirba pinigai, o žmogus. Investuotojas išleidžia pinigus ir juos paskolina arba iškeičia į tam tikrą nuosavybę (pvz., akcijas, teises, t. t.). Investicijos gavėjas tuos pinigus naudoja tam tikro tikslo įgyvendinimui ir tikisi iš to uždirbti. Po tam tikro laiko investuotojas tikisi atgauti savo investuotą sumą su palūkanomis arba, kad laikui bėgant, turto, gauto mainais už pinigus, vertė išaugtų aukščiau jo pradinės investicijos. Tad populiariu sakyti, kad bet kuris pirkinys, kurio nesiruošiate suvartoti iš karto, ir iš kurio tikėtės gauti pelną ateityje, jį parduodami, yra investicija.

Ekonomikai transformuojantis į žaliąją ekonomiką, tinkamos investicijos yra labai svarbios. Žaliosios investicijos yra investavimas į su aplinkosauginių tikslų įgyvendinimu siejamas veiklas.

Straipsnyje nagrinėjama investicijų sąvoka, rūšys ir jų svarba šalies ekonomikai.

Straipsnio tikslas – išanalizavus investicijų sąvoką, formas bei investavimo rūšis, nustatyti investicijų poveikį ir naudą šalies ekonomikai bei žmonėms.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išnagrinėti investavimo sąvoką ir formas;
2. Išskirti investavimo rūšis;
3. Apibūdinti investavimo svarbą šalies ekonomikai.

Darbo metodai – teisės akty, mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Investicijos sąvoka ir formos

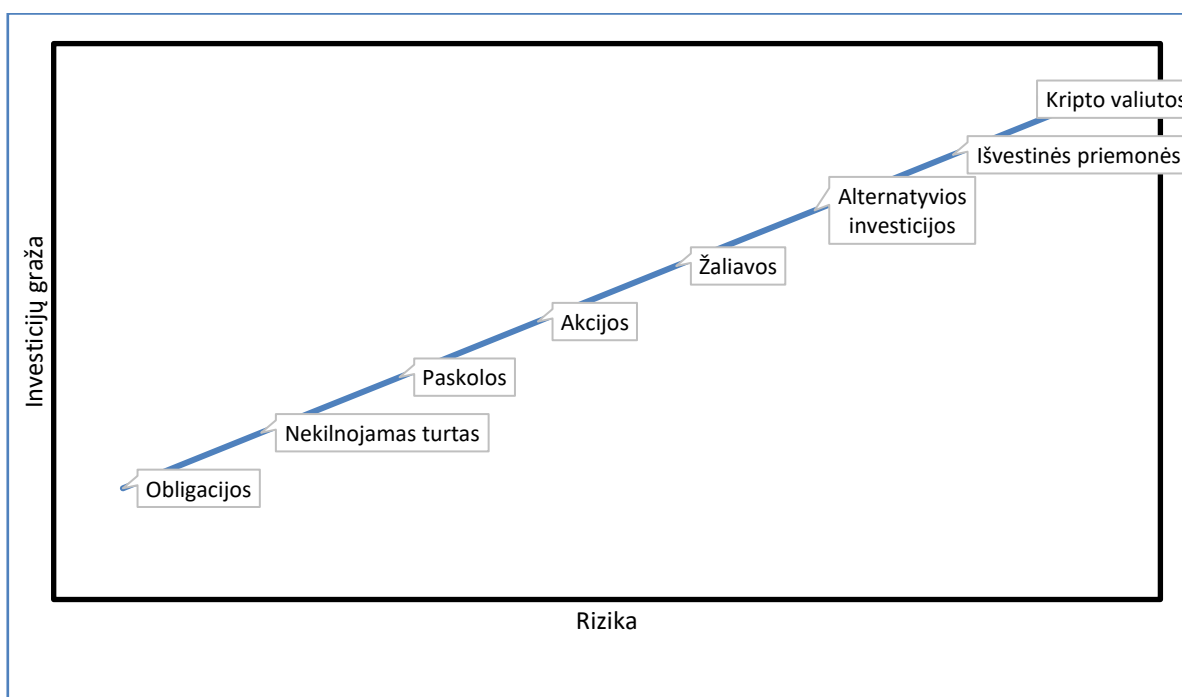
Investicijos (angl. *Investment*) sąvoka makroekonomikoje suprantama kaip ilgalaikio turto, kuris gali būti materialus arba nematerialus, įsigijimas, o kalbant apie finansus – tai yra bet kokio turto įsigijimas tikintis bent kokios grąžos. (Vainienė, 2008). Investavimas gali būti finansinis, nefinansinis, pasyvus bei aktyvus.

Finansinės investicijos – tai investicijos, kurių pagrindinis tikslas yra pelnas. Didžiąją dalį tokių investicijų sudaro vertybiniai popieriai, iš kurių pagrindiniai yra: akcijos suteikiančios jos savininkui tam tikras teises, kurios gali būti turtinės ir neturtinės, obligacijos arba kitaip, skolos vertybiniai popieriai, išvestinės finansinės priemonės, investicijų fondai kurie yra kaupiami siekiant gauti grąžos, bei grynieji pinigai. Iš esmės, visas finansines priemones daugiau mažiau galima laikyti finansinėmis investicijomis. (Finansistas.net)

Nefinansinės investicijos – tai investavimas į materialųjį turtą. Populiariausios investicijos į nekilnojamąjį turtą, žaliavas, kolekcinės vertybes, verslą ar kitas veiklas.

Pasyvi investicija, kurią galima atlikti per didelių investicinių kompanijų siūlomus investicinius fondus, nereikalauja investuotojo dalyvavimo įmonės veikloje, o aktyvus investuotojas pats dalyvauja tiek siūlant pasiūlymus, tiek priimant sprendimus.

Investavimas yra ilgalaikis procesas. Jo metu dalis turimų lėšų „įdarbinama“ į pelną ar kitą grąžą generuojantį turtą. Investuoti galima į įvairius finansinius instrumentus, kurie skiriasi vienas nuo kito tiek galima grąža, tiek rizika (žr. 1 pav.). Ne visos investicijos yra sėkmingos: kuo investicija neša daugiau pelno, tuo jos rizika yra didesnė. Investicijų rizika – tai tikimybė, kad tikėtina investicinių priemonių portfelio grąža nebus gauta („Verslo žinių“ žodynas). Mažiausia rizika yra tada, jei investuojama į obligacijas ir nekilnojamąjį turtą. Investavus į akcijas ir žaliavas susiduriama su vidutine rizika. Tačiau investavus į kriptovaliutas susiduriama su didžiausia rizika. Lyginant investicijų grąžą su rizikingumu, matyti, kad tai yra tiesiogiai proporcingi dydžiai – kuo didesnis investavimo priemonės rizikingumas, tuo didesnė ir galima investicijų grąža.



1 pav. Investavimo priemonės pagal rizikingumą (Investicijos ir finansai)

Investuotojas – tai asmuo, kuris nuosavybės teise turi finansinių priemonių arba ketina jų įsigyti, siekiant sulaukti teigiamos grąžos iš savo kapitalo, kurį investuoja (Finansinių priemonių rinkų įstatymas, 2007). Pagrindinis bet kurio investuotojo tikslas – sumažinti riziką ir padidinti gaunamą grąžą. Skirtingai nei samdomas darbas, investicijos dirba be perstojo visą parą, septynias dienas per savaitę, 365 dienas per metus. Tai ir yra pagrindinis skirtumas tarp investavimo ir samdomo darbo.

Apibendrinant galima teigti, kad investicijos – tai lėšų investavimas, kurio tikslas yra gauti pajamų. Tai yra procesas, kai pinigai veikia ir atneša dar daugiau pinigų. Kuo investicijos duoda daugiau grąžos, tuo jų rizika yra didesnė.

Investicijų rūšys

Investicijos pagal investuotojo daromą įtaką ūkio subjektui, nuolatinę buveinę, statusą bei investavimo objektą skirstomos į rūšis. Investicijų rūšys yra tvirtinamos įstatymų nutarimais. Pagal

Lietuvoje galiojantį Lietuvos Respublikos investicijų įstatymo 3 straipsnį (1999; galiojanti suvestinė redakcija nuo 2022-01-01), šiuo metu Lietuvoje yra išskiriamos 8 investicijų rūšys.

Pagal investuotojo daromą įtaką ūkio subjektui išskiriamos tiesioginės ir netiesioginės investicijos:

- Tiesioginės investicijos – tai investicijos ūkio subjektui steigti bei įrenginiams įsigyti. Tokias investicijas gali atlikti ne tik juridinis, bet ir fizinis asmuo.

- Netiesioginės investicijos – tai tokia investicijų rūšis, kuri investuotojui nesuteikia galimybės daryti įtakos ūkio subjektui.

Atsižvelgiant į investuotojo *nuolatinę buveinę (rezidavimą)*, išskiriamos vidaus ir užsienio investicijos:

- Vidaus investicijos – tai savo šalyje atliktos, tiek juridinio, tiek fizinio asmens investicijos, kurių pagrindiniai šaltiniai yra gyventojų santaupos, reinvestuojamas bendrovių pelnas, bankų ir kitų finansų institucijų paskolos, valstybės ir savivaldybių biudžetų asignavimai. (Paškevičius).

- Užsienio investicijos – tai investavimas į užsienio kapitalą siekiant iš to gauti pelno.

Pagal *investuotojo statusą* išskiriamos:

- Privačios investicijos – tai privati fizinio arba juridinio asmens investicija.

- Užsienio valstybių ir tarptautinių organizacijų investicijos.

Priklausomai nuo *investavimo objekto* išskiriamos kapitalo ir finansinės investicijos:

- Kapitalo investicijos – tai investicijos ilgalaikiam materialiajam ir nematerialiajam turtui sukurti, įsigyti arba jo vertei padidinti.

- Finansinės investicijos – didžiąją šių investicijų dalį sudaro vertybiniai popieriai. Jie suteikia teisę investuoti į turtą neperkant jo fiziškai, o tik teises į jį.

Kaip atskirą investicijų rūšį galima išskirti ir *žaliąsias investicijas*. Investicijos į paslaugas ir prekes, kurios siejamos su aplinkosauga, žalos aplinkai bei klimatui prevenciją, mažinimą ar kompensavimą yra suprantamos kaip žaliosios investicijos (Aleksnevičienė). Šis terminas siejamas su finansiniais ištekliais aplinkosaugos tikslų įgyvendinimo veikloms, tokioms kaip klimato kaitos prevencija, kraštovaizdžio saugojimas, vandens išteklių valdymas, bei kitoms su aplinkosauga siejamoms veikloms finansuoti, kitaip vadinamais – žaliaisiais finansais. Žalieji finansai yra aplinkai draugiška sąjunga tarp verslo ir finansų.

Pagrindiniai žaliųjų investicijų tikslai yra atsinaujinančios energijos tiekimas, jos efektyvumas tiekime ir vartojime, miškų atkūrimas, žemės ūkis, nykstančių rūšių saugojimas, biologinės įvairovės palaikymas, saugomų teritorijų nustatymas. Žaliosios investicijos įmonėms gali iš visuomenės pritraukti lėšų, kurios reikalingos su tvarumu siejamiems projektams, nes įmonei norint dalyvauti švaresnėje ateityje, gali būti reikalingos didelės išankstinės investicijos. Dar vienas žaliųjų investicijų privalumas yra daugelio ekologiškų investicinių priemonių atleidimas nuo mokesčių.

Apibendrinant galima teigti, kad galima rasti įvairių investicijų rūšių. Jos išskiriamos pagal įvairius faktorius: investuotojo daromą įtaką ūkio subjektui, nuolatinę buveinę, statusą bei investavimo objektą. Investicijų rūšys yra tvirtinamos įstatymų nutarimais, kurie yra nuolat atnaujinami. Žaliosios investicijos yra aplinkos saugojimui skiriami finansiniai ištekliai, kurie investuojami į atsinaujinančią energiją, žemės ūkį, miškų atkūrimą, bei kitus aplinką tausojančius veiksnius.

Investicijų svarba

Investicijų svarba nuolatos didėja (Vorobjova, Ponomarev, 2015). Investicijos atlieka svarbų vaidmenį mikro lygmeniu. Jos būtinos normaliam įmonės funkcionavimui, stabiliai finansinei būklei ir ūkio subjekto pelno maksimizavimui užtikrinti. Be investicijų neįmanoma užtikrinti gaminamų prekių ir paslaugų konkurencingumo, įveikti ilgalaikio turto senėjimo ir nusidėvėjimo pasekmes, įsigyti vertybinių popierių ir investuoti į kitų įmonių turtą, vykdyti aplinkos apsaugos priemones.

Investicijos kaip ekonominė kategorija atlieka nemažai svarbių funkcijų, be kurių neįmanoma ekonomikos plėtra. Jos iš anksto nulemia ekonomikos augimą, padidina jos gamybos potencialą. Makro lygmeniu, investicijos yra pagrindas įgyvendinti išplėstinės reprodukcijos politiką, spartinti mokslo ir technologijų pažangą, gerinti vidaus produktų kokybę ir užtikrinti konkurencingumą, pertvarkyti ekonomiką ir subalansuotą visų jos sektorių plėtrą, sukurti reikiamą žaliavą, bazę pramonei, plėtojant socialinę sritį ir sprendžiant šalies gynybos ir saugumo, nedarbo ir aplinkosaugos problemas.

Grynosios investicijos atspindi bendrųjų investicijų sumą, sumažintą nusidėvėjimo sumą per tam tikrą laikotarpį. Grynujų investicijų dydis parodo, kokioje raidos fazėje yra šalies ekonomika. Jei bendrųjų investicijų apimtis viršija nusidėvėjimo sumą, gamybinio potencialo padidėjimas užtikrina išplėstą reprodukciją, ekonomika yra atsigavimo stadijoje, auga verslo aktyvumas, o valstybė turi „besivystančią ekonomiką“. Jei bendrosios investicijos ir nusidėvėjimo atskaitymai yra lygūs, į ekonomiką patenka tiek pat investicinių lėšų, kiek jos suvartojamos, yra paprastas socialinio produkto atkūrimas, kuris neturi įtakos ekonomikos augimui.

Žalioji investavimas yra prioritetinga Europos žaliojo kurso investicijų plano dalis (European Commission 2020). Lietuva, kaip ir kitos euro zonos valstybės, rengiant biudžetą yra sulaukusios Europos Komisijos raginimo didelį dėmesį skirti investicijoms, kurios skatina tvarų ekonomikos atsigavimą, jos judėjimą žalumo link bei skaitmenizaciją.

Apibendrinant galima teigti, kad investicijos yra ne tik naudingos, bet ir svarbios. Investuodami žmonės sukuria sau „finansinę pagalvę“ – tai yra tam tikro grynujų pinigų rezervo sukūrimas nenumatytoms situacijoms. Investicijos skatina šalies ekonomikos vystymąsi.

Išvados

1. Investicijos sąvoka makroekonomikoje suprantama kaip ilgalaikio turto įsigijimas, o finansuose – tai yra bet kokio turto įsigijimas tikintis bent kokios grąžos. Investavimas gali būti finansinis, nefinansinis, pasyvus ir aktyvus. Investavimas yra pinigų įdarbinimas, kad jie neštų pelną, kuris priklauso nuo investavimo rizikos.

2. Investicijos skirstomos į 8 rūšis, pagal investuotojo įtaką ūkio subjektui, investuotojo nuolatinę buveinę, investuotojo statusą bei investavimo objektą. Žaliosios investicijos yra investicijos į veiksmus kurie įgyvendina aplinkosauginius tikslus. Šios investicijos padeda išsaugoti gamtą ir gerinti aplinką mažinant taršą, atsinaujinančio kuro bei gamtos išteklių naudojimą. Žaliosios investicijos skatina projektus, kurie siejami su švaria gamta ateityje.

3. Investicijos atlieka svarbų vaidmenį mikro lygmeniu. Jos būtinos normaliam įmonės funkcionavimui, o makro lygmeniu, investicijos yra pagrindas įgyvendinti išplėstinės reprodukcijos politiką, spartinti mokslo ir technologijų pažangą, gerinti vidaus produktų kokybę ir užtikrinti konkurencingumą.

Literatūra

1. [Aleksnevičienė, V. \(n. d.\) Žaliosios investicijos. Visuotinė lietuvių enciklopedija. Prieiga per internetą https://www.vle.lt/straipsnis/zaliosios-investicijos/](https://www.vle.lt/straipsnis/zaliosios-investicijos/)
2. European Commission. (2020). Commission Communication on the European Green Deal Investment Plan. Prieiga per internetą https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs_20_48
3. Finansistas.net. (n. d.) *Finansinės investicijos*. Prieiga per internetą <https://www.finansistas.net/finansines-investicijos.html>
4. Investicijos ir finansai. (n. d.) *Investavimas suprantamai. Pagrindiniai pinigų investavimo būdai ir priemonės*. Prieiga per internetą <https://investicijosirfinansai.lt/investavimas>
5. Lietuvos Respublikos finansinių priemonių rinkų įstatymas 2007 m. sausio 18 d. Nr. X-1024 Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.291835>

6. Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas 1999 m. liepos 7 d. Nr. VIII-1312. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.84573/asr>
7. Paškevičius, A. (n. d.) *Vidaus investicijos*. Visuotinė lietuvių enciklopedija. Prieiga per internetą <https://www.vle.lt/straipsnis/vidaus-investicijos/>
8. Vainienė, R. (2008). *Ekonomikos terminų žodynas*. Vilnius: Tyto alba.
9. „Verslo žinių“ žodynas. (n. d.) *Investavimas*. Prieiga per internetą <http://zodynas.vz.lt/sritys/investavimas>
10. Воробьева, И. М. и Пономарев, А. М. (2015). Роль инвестиций в экономике. Молодой ученый 10 (90), 572-574. Prieiga per internetą <https://moluch.ru/archive/90/18920/>

THE IMPORTANCE OF INVESTMENT

Summary

The investor issues money and lends it or exchanges it for certain property. Person who receives that investment uses that money to achieve a certain goal and expects to earn from it. After some time, the investor expects to recover the amount invested with interest, the value of the assets received is expected to increase above his initial investment. Investments are divided into eight types, according to the investor's influence, the economic entity, the investor's permanent establishment, the investor's status, and the object. Investment is the basis for implementing a policy of extended reproduction, accelerating scientific and technological progress, improving the quality of domestic products, ensuring competitiveness, and other aspects of this kind. As the economy transforms into a green economy, choosing right investments is crucial. Green investment is investment into activities related to environmental goals.

AB „PIENO ŽVAIGŽDĖS“ IR AB „ŽEMAITIJOS PIENAS“ VEIKLOS FINANSINIŲ REZULTATŲ ANALIZĖ

Gabrielė Čaplikaitė, Brigita Aninkevičiūtė

Mokslinis vadovas – lektorė Jūratė Zakarienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Kiekviena įmonė vykdydama veiklą siekia gauti kuo didesnę pelną, tačiau įmonėje per visą veiklos laikotarpį gali nutikti įvairių dalykų, kurie galėtų neigiamai įtakoti įmonės pelną bei veiklos efektyvumą. Bet vis dėlto, jog įmonė sėkmingai vykdytų savo veiklą, reikia detaliai stebėti bei analizuoti įmonės finansines ataskaitas ir jų rodiklius. Atliekant finansinių ataskaitų analizavimą yra nagrinėjami įvairūs rodikliai, kuriuos išanalizavus galima priimti optimalius valdymo sprendimus, užtikrinančius gerus įmonės finansinius rezultatus.

Straipsnio tikslas – palyginti AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ veiklos finansinius rezultatus.

Straipsnio uždaviniai:

1. Pateikti įmonių veiklos rezultatų esmę.
2. Apibūdinti įmonių veiklos finansinių rezultatų analizės teorinius aspektus.
3. Išanalizuoti AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ finansinius rezultatus.

Įmonių veiklos rezultatų esmė

Norint, jog įmonė savo veiklą vykdytų sėkmingai ir efektyviai, visada yra svarbu išanalizuoti įmonės rezultatus, kurie nurodys įmonės efektyvumą, atneštą pelną, sąnaudas ir kitus svarbius aspektus. Tačiau prieš pradėdant analizuoti veiklos rezultatus, svarbu teisingai suprasti veiklos rezultatų ataskaitos sąvoką. Veiklos rezultatų ataskaita – parodo įmonėje uždirbtas pajamas bei patirtas sąnaudas per ataskaitinį laikotarpį, taip pat galima teigti, kad veiklos rezultatų ataskaita įmonėse yra vadinama pelno (nuostolio) ir sąnaudų ataskaitos (Finansų ministerija, n.d.). Taipogi svarbu žinoti veiklos analizės sąvokos reikšmę, kuri anot Mackevičiaus (2019) reiškia visapusišką visų įmonės veiklos sričių nagrinėjimą, pvz.: gamybinės, finansinės, konkurencinės ir kt.

Žinant, jog įmonės veiklos analizė tiria ūkines operacijas, tačiau daugiausiai dėmesio yra skiriama pagrindinės (gamybinės, komercinės), finansinės ir investicinės veiklos operacijoms. Norint, kad įmonė siektų maksimalių veiklos rezultatų, yra būtina vertinti ir stebėti įmonės veiklą analizuojant pagrindinę, finansinę ir investicinę veiklas. Taip pat būtina žinoti šių trijų operacijų turinį – svarbiausias nagrinėjamas temas bei klausimus. Įmonių veiklos analizės turinio keletas analizuojamų aspektų yra pateiktas 1 lentelėje.

1 lentelė. Įmonių veiklos analizės turinys

Pagrindinės (gamybinės, komercinės) veiklos analizė	Finansinės veiklos analizė	Investicinės veiklos analizė
Įmonių aplinkos analizė	Finansinių ataskaitų rodiklių teisingumo įvertinimas	Investicijų rūšių nustatymas ir įvertinimas
Veiklos rizikos rūšių tyrimas	Kapitalo pelningumo analizė	Dabartinės ir būsimos pinigų vertės analizė
Organizacinio techninio lygio analizė	Įgaliausio mokumo analizė	P pinigų srautų periodinės vertės skaičiavimas ir analizė
Rinkodaros veiklos analizė	Pardavimo pelningumo analizė	Vertybinių popierių rizikos įvertinimo analizė

Pagrindinės (gamybinės, komercinės) veiklos analizė			Finansinės veiklos analizė	Investicinės veiklos analizė
Ilgalaikio analizė	materialiojo turto		Finansinio svėro analizė	Akcijų ir obligacijų įvertinimas ir analizė

Sudaryta autorių pagal: Mizaras, 2012.

Nagrinėjant įmonių veiklos analizės turinį, galima teigti, kad gauti rezultatai padeda teisingai įvertinti įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, pinigų srautus, galima nustatyti kurioms įmonės veiklos sritims reikia skirti daugiau ar mažiau dėmesio. Taip pat įmonės veiklos analizės informacija yra svarbi ne tik įmonei, bet ir investuotojams, tiekėjams, pirkėjams bei kitiems verslo dalyviams, jog galėtų įsiaiškinti su kuria įmone pelningiau būtų galima sudaryti verslo sandorius (Janovič, 2012). Įmonės veiklos analizės duomenys nulemia sprendimus, susijusius su įmonės konkurencine aplinka, kurie naudojami nustatytiems tikslams įvertinti bei perspektyvinei programai sudaryti. Analizė visapusiškai nagrinėja įmonės veiklos klausimus, susijusius su pagrindiniu tikslu – didžiausio pelno gavimu (Lazauskas, 2012). Todėl įmonėje yra svarbu analizuoti veiklos rezultatus ir finansinę būklę, kad būtų galima įvertinti įmonės vietą rinkoje bei konkurencines galimybes.

Apibendrinant galima teigti, jog yra daug variantų, leidžiančių analizuoti įmonės rezultatus bei sudaryti informatyvias ataskaitas apie įmonę, tačiau vienas iš svarbiausių metodų yra įmonės veiklos analizė – tai įmonės rezultatų įvertinimas per tam tikrą laikotarpį. Svarbu teisingai įvertinti duomenis, išanalizuojant kodėl sumažėjo ar padidėjo rodiklių rezultatai, kas efektyviausiai sukuria didesnę pelną ar daro nuostolį, jog to būtų galima išvengti. Įmonės veiklos analizės duomenys nulemia sprendimus, susijusius su įmonės konkurencine aplinka, todėl tokie sprendimai yra naudojami nustatytiems tikslams įvertinti bei perspektyvinei programai sudaryti. Analizė visapusiškai nagrinėja įmonės veiklos klausimus, susijusius su pagrindiniu tikslu – didžiausio pelno gavimu.

Įmonių veiklos finansinių rezultatų analizės teoriniai aspektai

Finansinė veiklos analizė – objektyvus įmonės finansinės būklės bei veiklos rezultatų tyrimas, kuriuo siekiama pasiekti numatytus veiklos tikslus. Atlikus finansinę veiklos analizę, galima suprasti, kokius optimalius valdymo sprendimus priimti bei įvertinus įmonės finansinę būklę ir veiklos rezultatus numatyti efektyvias veiklos strategijas ir ateities perspektyvas. Norint geriau suprasti įmonės veiklos rezultatus, įmonės atlieka tam tikrus veiklos vertinimus, kuriuos įvertinus gauti daug naudingos informacijos susijusius su įmonės rezultatais.

Mokslinėje literatūroje yra pabrėžiama pelningumo rodiklių svarba, kurių pagalba įmonėje galima atlikti išsamias finansines veiklos analizes, todėl norint įvertinti bei nustatyti įmonės pelningumą yra analizuojami įvairūs turto, pardavimų ar kapitalo pelningumo rodikliai. Šių rodiklių vertinimas yra neatsiejama įmonės būklės vertinimo dalis, ypač įmonėms siekiančioms pelno (Sederavičiūtė, 2020). 2 lentelėje pateikti įmonių pelningumo rodikliai ir jų skaičiavimo formulės.

2 lentelė. Pelningumo rodikliai

Rodikliai	Formulė
Bendrasis pardavimo pelningumas	Bendrasis pelnas / Pardavimo pajamos
Grynasis pardavimo pelningumas	Grynasis pelnas / Pardavimo pajamos
Nuosavo kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / Nuosavas kapitalas
Turto pelningumas	Grynasis pelnas / Turtas
Pastovaus kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / (Nuosavas kapitalas + Ilgalaikiai įsipareigojimai)

Sudaryta autorių pagal: Kazakevičius ir Jakštas, 2018.

Iš pateiktos informacijos galima teigti, kad apskaičiuoti pelningumo rodikliai geriausiai atspindi galutinį įmonės veiklos rezultatą, nes pagal šių rodiklių gautus rezultatus galima spręsti kokią naudą gali gauti įmonės akcininkai ar investuotojai. Analizuojant pelningumo rodiklius reikia atkreipti dėmesį į tai, kad nors vienam rodikliui pakitus – pats pelningumo rezultatas taip pat gali kisti, todėl norint išlaikyti gerus įmonės pelningumo rodiklius reikia atidžiai išanalizuoti įmonės veiklą, planuoti bei numatyti įvairius pokyčius ir kuo greičiau likviduoti neigiamus rezultatus. Taip pat įmonėje norint atlikti finansinių rezultatų analizę, tai galima padaryti pasinaudojus keliomis pagrindinėmis pelno (nuostolio) ataskaitos analizės rūšimis:

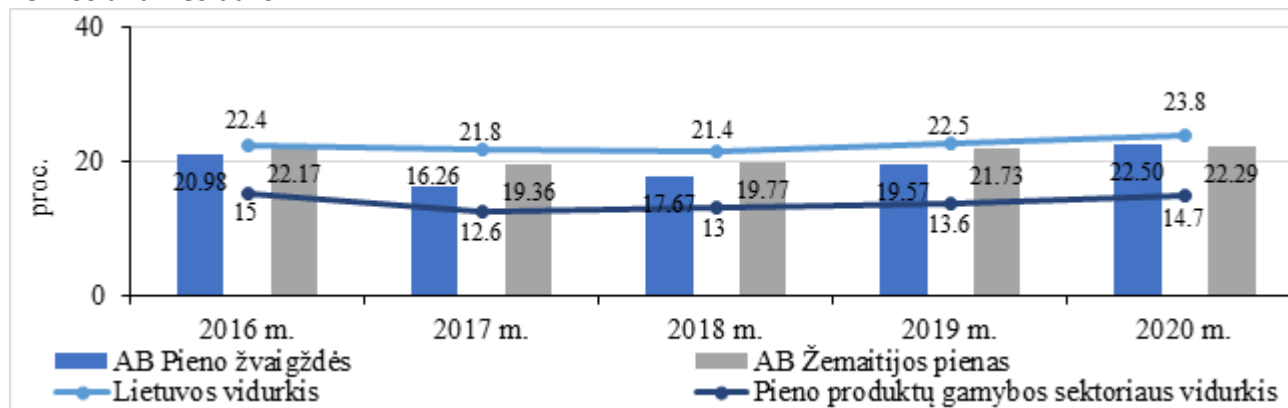
- Horizontalioji analizė – tai dviejų arba daugiau laikotarpių finansinių ataskaitų duomenų palyginimas.
- Vertikalią analizę – tai atitinkamų finansinės ataskaitos rodiklių lyginimas su bendruoju baziniu ataskaitos rodikliu.

Horizontali analizė dažnai taikoma analizuojant įmonės balanso, pelno (nuostolio) ataskaitų duomenis. Pagal Bogatova (2016) „Horizontalioji pelno (nuostolių) analizė parodo ne tik pelno ir jo formavimo rodiklių kitimo tendencijas, bet ir suteikia reikiamų duomenų prognozėms“. Horizontalios analizės trūkumai: rodiklių palyginimas su praėjusio laikotarpio rodikliu nesuteikia pakankamai informacijos bei neparodo tikslų rodiklio pasikeitimo priežasčių. Vertikalia analize kiekvienas finansinis rodiklis yra lyginamas su bendru baziniu ataskaitos rodikliu, o gautas dydis išreiškiamas procentine dalimi. Vertikalia analize galima pastebėti tam tikrų elementų tarpusavio ryšį bei įtaką, todėl galima daryti išvadas dėl vienu ar kitu reiškinį pasikeitimo priežasčių, kadangi suprantama, jog bet kokiam rodikliui pasikeitus jis gali paveikti ir kitus elementus (Bogatova, 2016).

Apibendrinant galima daryti išvadą, jog finansinių rezultatų vertinimas padeda geriau suvokti vykstančius reiškinius bei procesus įmonėje. Bet vis dėlto, finansinei analizei atlikti reikia analizuoti tokius rodiklius, kurie tiksliausiai apibūdintų esamą įmonės padėtį. Todėl atlikus pelningumo analizes, galima pamatyti, kokia reali situacija yra įmonėje bei kokie rodiklių pasikeitimai turėjo įtakos kiekvienam pelningumo rodikliui. Taip pat norint atlikti išsamias įmonės finansines analizes reikia atlikti horizontaliąją bei vertikaliąją rodiklių analizes, kurias išnagrinėjus bus galima pamatyti įmonės padėtį rinkoje ir jos veiklos efektyvumą.

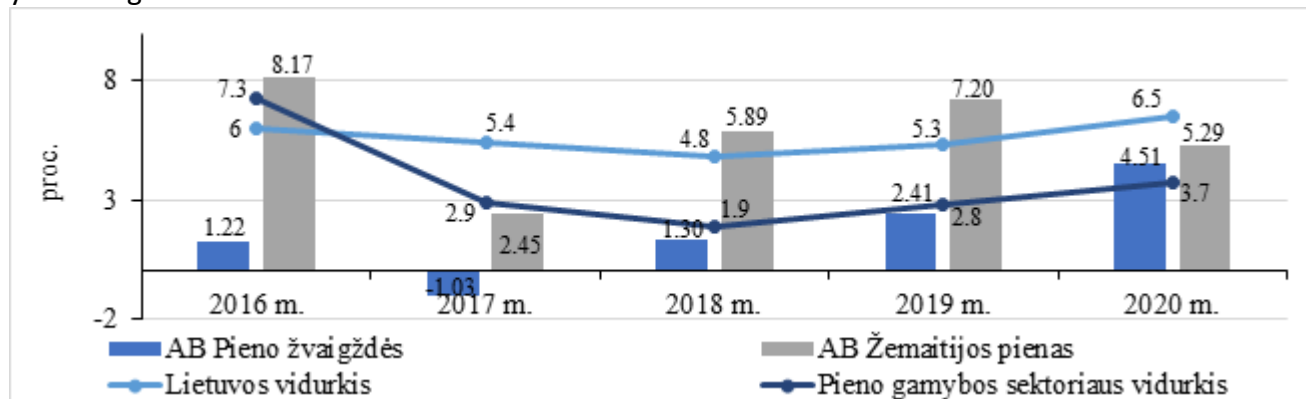
AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ finansiniai rezultatai

Vienas iš pagrindinių finansinei rezultatų analizei atlikti šaltinių yra pelno (nuostolių) ataskaita. Šioje ataskaitoje yra pavaizduotos įmonės pajamos, sąnaudos ir šių rezultatų pagrindu suskaičiuoti finansiniai rezultatai – pelnas arba nuostolis (Kazakevičius ir Jakštas 2018). Bet vis dėlto vieni iš svarbiausių finansinių rodiklių – pelningumo rodikliai, nes jų vertinimas yra neatsiejama įmonės veiklos analizės dalis.



1 pav. AB „Pieno žvaigždės“, AB „Žemaitijos pienas“, Lietuvos įmonių ir pieno produktų gamybos sektoriaus bendrasis pardavimo pelningumas 2016–2020 metais (proc.)

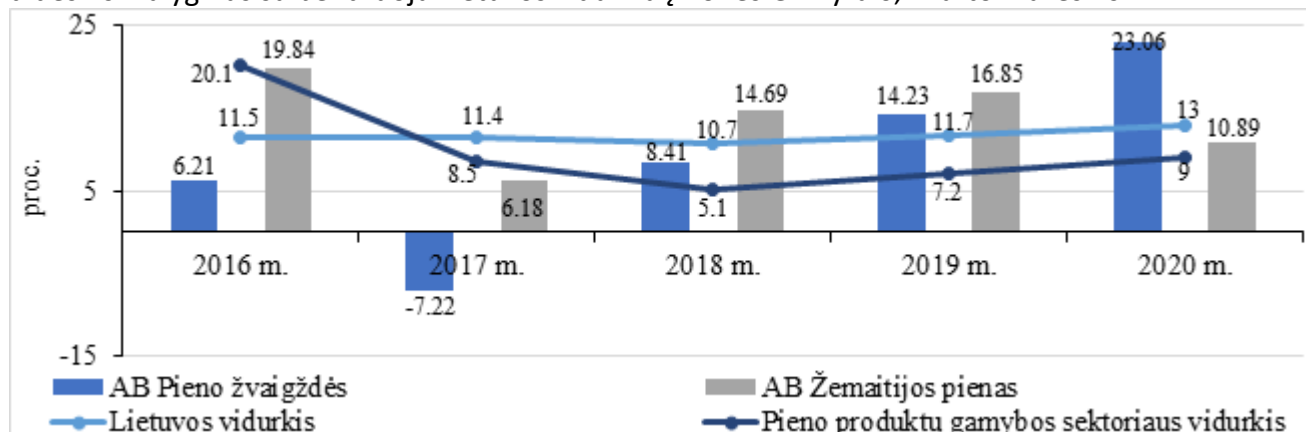
1 paveiksle yra pavaizduota įmonių AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ bei visų Lietuvos įmonių bendrojo pardavimo pelningumo (toliau – BPP) rodikliai 2016–2020 m. Nagrinėjant AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ BPP rodiklius, analizuojamu laikotarpiu jie yra panašaus dydžio. 2016–2019 m. įmonės „Žemaitijos pienas“ BPP rodikliai buvo aukštesni nei „Pieno žvaigždės“, tačiau 2020 m., pasaulio pandemijos laikotarpiu, AB „Pieno žvaigždės“ sugebėjo geriau kontroliuoti savo pajamas ir šios įmonės BPP buvo 0,21 proc. punktais didesnis už AB „Žemaitijos pienas“. Taip pat yra matoma tendencija, jog abiejų analizuojamų įmonių BPP rodiklis nuo 2017 m. didėjo, kas reiškia, jog abi įmonės analizuojamu laikotarpiu sugebėjo efektyviai valdyti pajamas. Įmonės „Pieno žvaigždės“ BPP 2020 m. siekė 22,50 proc. ir palyginus su 2016 m. šis rodiklis padidėjo 1,52 proc. punktais. Lyginant 2020 m. „Pieno žvaigždės“ ir Lietuvos įmonių vidurkį, yra matoma, jog Lietuvos vidurkis 1,30 proc. punktais yra didesnis, tačiau šią įmonę lyginant su pieno produktų gamybos sektoriaus įmonėmis, galima teigti, jog „Pieno žvaigždės“ BPP buvo 1,5 kartus didesnis už pieno perdirbimo sektoriaus vidurkį. Analizuojant įmonę „Žemaitijos pienas“, lyginant 2020 m. su 2016 m. BPP koeficientas padidėjo 0,55 proc. punktais, šį neženklių didėjimą lėmė bendro pelno ir pardavimo pajamų didėjimas. Lyginant įmonę „Žemaitijos pienas“ su Lietuvos įmonių vidurkiu 2020 m., tai matoma, jog 1,51 proc. punktais Lietuvos įmonių BPP vidurkis buvo didesnis, o palyginus su pieno sektoriaus gamybos įmonių BPP vidurkiu, tai „Žemaitijos pienas“ BPP buvo didesnis 7,59 proc. punktais. Taip pat palyginus abiejų įmonių BPP 2020 m. yra gaunama, jog AB „Pieno žvaigždės“ BPP buvo didesnis tik 0,21 proc. punktais už įmonės AB „Žemaitijos pienas“ BPP. Taip pat, vadovaujantis statistikos departamento orientaciniais įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygiais, galima teigti, kad tiek AB „Pieno žvaigždės“, tiek AB „Žemaitijos pienas“ analizuojamu laikotarpiu BPP yra geras, nes rodikliai yra aukštesni nei 15 proc., tačiau žemesni nei 35 proc., kas reikštų kad rodikliai yra labai geri.



2 pav. AB „Pieno žvaigždės“, AB „Žemaitijos pienas“, Lietuvos įmonių ir pieno produktų gamybos sektoriaus grynasis pardavimo pelningumas 2016–2020 metais (proc.)

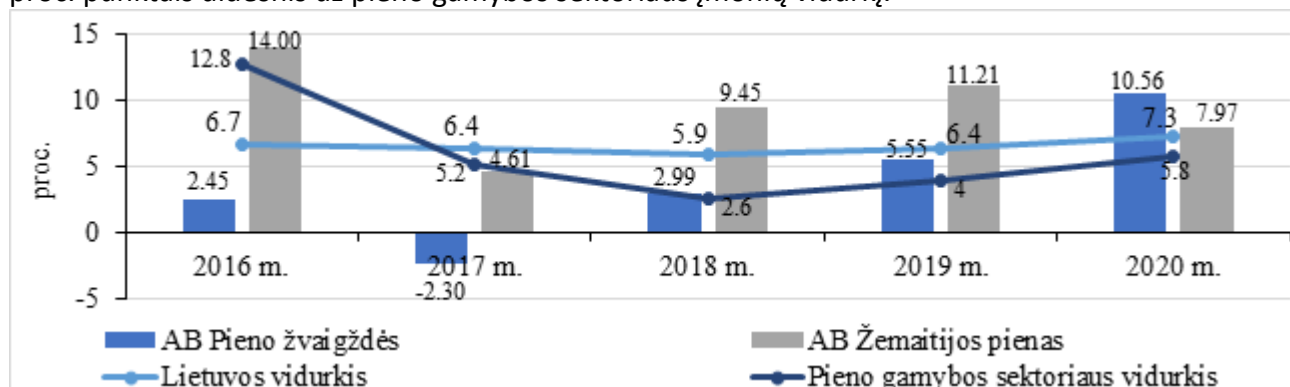
Analizuojant AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ grynąjį pardavimo pelningumą (toliau – GPP), pastebima, kad analizuojamu laikotarpiu „Žemaitijos pienas“ GPP buvo didesnis už „Pieno žvaigždės“ GPP. 2020 m. „Žemaitijos pienas“ GPP siekė 5,29 proc. bet vis dėlto, 2020 m. lyginant su 2016 m. GPP sumažėjo 2,88 proc. punkto. Tokį rodiklio sumažėjimą 2020 m. galėjo lemti tai, kad ataskaitiniu laikotarpiu grynasis pelnas (toliau – GP) mažėjo, nuo 2016 m. iki 2020 m. GP buvo sumažėjęs 2467 tūkst. Eur, o pardavimo pajamos (toliau – PP) didėjo, 2020 m. lyginant su 2016 m. PP buvo padidėjusios 33778 tūkst. Eur. 2020 m. „Žemaitijos pienas“ rodiklis, palyginus su bendruoju Lietuvos vidurkiu, yra mažesnis apytiksliai 1 kartą. O palyginus su pieno gamybos sektoriaus vidurkiu, „Žemaitijos pienas“ GPP buvo didesnis apie 1,4 karto. Kitokia situacija yra pastebima su „Pieno žvaigždės“ GPP rodikliais. Analizuojamu laikotarpiu „Pieno žvaigždės“ 2017 m. turėjo neigiamą GPP rodiklį, kuris buvo -1,03 proc., o tai reiškia, jog pardavus produkcijos už 100 eurų GP tenka 1,03 Eur nuostolio. Tokį GPP rodiklį galėjo įtakoti tai, jog 2017 m. GP buvo nuostolingas. Bet vis dėlto, nuo 2017 m. pastebima didėjanti GPP tendencija. 2020 m. „Pieno

žvaigždės“ GPP siekė 4,51 proc. lyginant su pieno gamybos sektoriumi įmonės GPP yra 1,2 karto didesnis. Palyginus su bendroju Lietuvos vidurkiu įmonės GPP yra 0,7 karto mažesnis.



3 pav. AB „Pieno žvaigždės“, AB „Žemaitijos pienas“, Lietuvos įmonių ir pieno produktų gamybos sektoriaus nuosavo kapitalo pelningumas 2016–2020 metais (proc.)

Analizuojant diagramą AB „Pieno žvaigždės“, AB „Žemaitijos pienas“ ir Lietuvos įmonių nuosavo kapitalo pelningumą (toliau – NKP) 2016–2020 m., yra aiškiai pastebima, jog abiejų įmonių NKP analizuojamu laikotarpiu buvo nepastovus. Didžiausias NKP skirtumas tarp įmonių yra matomas 2020 m., lyginant abi įmones tarpusavyje, tai AB „Žemaitijos pienas“ NKP buvo 12,17 proc. punktų didesnis už AB „Pieno žvaigždės“. Tokį „Pieno žvaigždės“ NKP padidėjimą lėmė grynojo pelno ir nuosavo kapitalo (toliau – NK) didėjimas, tačiau didesnę įtaką turėjo GP padidėjimas, 2020 m. lyginant su 2016 m. GP padidėjo 4,2 karto, tai rodo, kad 2020 m. gavus 100 Eur NK, jis atnešė įmonei 23,06 Eur GP. Vadovaujantis statistikos departamento orientaciniais įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygiais 2020 m. AB „Pieno žvaigždės“ NKP buvo geras. „Pieno žvaigždės“ lyginat su Lietuvos įmonių NKP rodikliu, nagrinėjamos įmonės NKP yra didesnis 1,77 karto už Lietuvos vidurkį, taip pat lyginant su pieno produktų gamybos sektoriumi, įmonės NKP yra 2,56 karto didesnis. Nagrinėjant įmonę „Žemaitijos pienas“ 2020 m. gautas 100 Eur NK, įmonei atnešė 10,89 Eur GP. 2020 m. lyginant su 2016 m. įmonės NKP sumažėjo 8,95 proc. punktais, tokį mažėjimą lėmė GP mažėjimas ir NK didėjimas. Pagal statistikos departamento finansinių rodiklių vertinimo lygį, 2020 m. AB „Žemaitijos pienas“ NKP buvo patenkinamas. Tačiau lyginant įmones NKP su Lietuvos vidurkiu, įmonės NKP yra 2,11 proc. punktais mažesnis už Lietuvos, lyginant AB „Žemaitijos pienas“ su pieno produktų gamybos sektoriaus vidurkiu yra matoma, kad nagrinėjamos įmonės NKP yra 1,89 proc. punktais didesnis už pieno gamybos sektoriaus įmonių vidurkį.



4 pav. AB „Pieno žvaigždės“, AB „Žemaitijos pienas“, Lietuvos įmonių ir pieno produktų gamybos sektoriaus turto pelningumas 2016–2020 metais (proc.)

Nagrinėjant įmonių AB „Pieno žvaigždės“ ir AB „Žemaitijos pienas“ turto pelningumą (toliau – TP), galima pastebėti, kad analizuojamu laikotarpiu iki 2020 m. „Pieno žvaigždės“ TP buvo mažesnis už „Žemaitijos pienas“, bet prasidėjus pandemijai 2020 m. „Pieno žvaigždės“ TP siekė 10,56 proc. o

2020 m. palyginus su 2016 m. pastebimas padidėjimas net 8,10 proc. punkto. Atlikus Diu Ponto analizę, sužinota, kad rodiklio pakitimą, 2020 m. palyginus su 2016 m., galėjo lemti tai, kad GPP, didėjo 3,28 proc. punkto, tai atnešė įmonei 7,69 Eur daugiau. Be to, turto apyvartumui padidėjus 0,34 apyvartos, tai TP didėjo 0,41 Eur. Vis dėlto, didesnę įtaką TP didėjimui darė GPP – apie 95 proc. Taip pat 2020 m. įmonėje „Pieno žvaigždės“ situacija yra stabili, kadangi 2020 m. „Pieno žvaigždės“ TP buvo pusantro karto didesnis už bendrąjį Lietuvos TP vidurkį, o už pieno gamybos sektorių 2020 m. „Pieno žvaigždės“ TP buvo didesnis apie 2 kartus. Kitokia situacija yra pastebima su AB „Žemaitijos pieno“ TP rodikliu. 2020 m. „Žemaitijos pieno“ TP rodiklis siekė 7,97 proc. 2020 m. palyginus su 2016 m. pastebima, jog „Žemaitijos pieno“ TP rodiklis sumažėjo 8,95 proc. punktais. Atlikus Diu Ponto analizę tokį rodiklio pakitimą labiausiai lėmė GPP, kuriam sumažėjus 2,88 proc. punktais įmonei padarė 4,34 Eur. nuostolio. Vis dėlto, didesnę įtaką TP turėjo GPP, kuris apie 72 proc. įtakojo TP pasikeitimą. „Žemaitijos pieno“ 2020 m. TP rodiklį – 7,97 proc. lyginant su vidutiniu Lietuvos TP rodikliu, pastebima, kad įmonės turto pelningumas 2020 m. yra 1 kartu didesnis už vidutinį TP rodiklį Lietuvoje. Be to, „Žemaitijos pienas“ TP rodiklis yra apie 1,37 karto didesnis už pieno gamybos sektoriaus TP vidurkį.

Apibendrinant galima teigti, kad atlikus įmonių veiklos rezultatų analizę, yra matoma, jog iki 2020 m. AB „Žemaitijos pienas“ buvo konkurencingesnė bei efektyviau savo veiklą vykdanči įmonė nei AB „Pieno žvaigždės“. Tačiau 2020 m., prasidėjus pasaulinei pandemijai, „Pieno žvaigždės“ sugebėjo išlaikyti gerus įmonės finansinius rezultatus ir padidinti savo pelną ir pajamas. Palyginus su bendruoju Lietuvos vidurkiu ir pieno gamybos sektoriumi, 2020 m. turto pelningumo bei nuosavo kapitalo pelningumo rodikliai buvo didesni, o tai gali reikšti, kad įmonė „Pieno žvaigždės“ efektyviai išnaudoja nuosava kapitalą bei turtą.

Išvados

1. Veiklos rezultatų ataskaita – tai ataskaita, parodanti įmonės pajamas ir sąnaudas per ataskaitinį laikotarpį. Išanalizavus įmonės veiklos rezultatus galima įvertinti įmonės veiklos efektyvumą, pašalinti ar sumažinti neigiamos įtakos veiksnius, sužinoti jos vietą rinkoje ir konkurencingumą, taip pat ši ataskaita yra svarbi investuotojams, akcininkams, tiekėjams bei kitiems verslo dalyviams, jog palyginus įmonės būtų galima žinoti su kuria bendradarbiavimas bus naudingesnis finansiškai. Įmonių veiklos analizė tiria tris pagrindines veiklos operacijas: pagrindinė, finansinė, investicinė veiklos analizės.

2. Atlikus finansinių rezultatų vertinimą galima geriau suprasti vykstančius reiškinius bei procesus įmonėje. Norint atlikti finansinę analizę reikia analizuoti pelningumą, kad būtų galima pamatyti, kokia reali situacija yra įmonėje bei kokie rodiklių pasikeitimai turėjo įtakos kiekvienam pelningumo rodikliui. Taip pat norint atlikti išsamias įmonės finansines analizes, reikia analizuoti horizontaliosios bei vertikaliosios analizės rodiklius, kuriuos išnagrinėjus bus galima pamatyti įmonės padėtį rinkoje ir jos veiklos efektyvumą.

3. Atlikta įmonių veiklos finansinių rezultatų analizė leido suprasti, jog iki pandeminio laikotarpio, tai yra 2016–2019 m., konkurencingesnė įmonė buvo AB „Žemaitijos pienas“. Buvo pastebėta tendencija, jog nuo 2016 m. iki 2020 m. įmonės „Žemaitijos pienas“ analizuoti rodikliai (BPP, GPP, NKP, TP) buvo didesni už įmonės „Pieno žvaigždės“ pelningumo rodiklius. Iš to galima suprasti, kad AB „Žemaitijos pienas“ šiuo laikotarpiu buvo pelningesnė įmonė bei sugebėjo geriau kontroliuoti gamybos kaštus. Tačiau išnagrinėjus 2020 m. pelningumo rodiklius, buvo pastebėta, kad įmonė „Pieno žvaigždės“, pandemijos laikotarpiu, sugebėjo geriau prisitaikyti prie esamos situacijos ir sugebėjo efektyviau valdyti įmonės finansus.

Literatūra

1. Bogatova, J. (2016). Baltijos šalių jūros uostų veiklos ekonominis vertinimo modelis. *Regional Formation & Development Studies*, 18, 7–22. <https://doi.org/10.15181/rfds.v18i1.1244>
2. Finansų ministerija. (n.d.). Vadovams dėl finansinių ataskaitų rinkinio skaitymo. Prieiga per internetą [https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/7\(57\).pdf](https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/7(57).pdf)
3. Janovič, V. (2012). Įmonių perspektyvinė finansinė analizė esant neapibrėžtumui. *Business systems and economics*, 2(1), p. 102-115.
4. Kazakevičius, A. ir Jakštas, E. (2018). Verslo įmonių finansinių ataskaitų analizė. Mokomoji knyga. Kaunas: Kauno kolegijos Reklamos ir medijų centras.
5. Lazauskas, J. (2012). *Įmonių veiklos analizės kursinio darbo metodikos nurodymai*: VGTU vadovėlis. Vilnius: Technika.
6. Mackevičius, J. (2019 m Vasario 18 d.). Įmonės veiklos analizė. Prieiga per internetą <https://www.vle.lt/straipsnis/imones-veiklos-analize/>
7. Mizaras, S. (2012). Miškininkavimo ekonominė analizė. Kaunas: Aleksandro Stulginskio universitetas. Prieiga per internetą <https://www.mi.lt/lmi/downloads/publikacijos/MiskininkavimoEkonomineAnalize.pdf>
8. Sederavičiūtė, Ž. (2020). KPI rodikliai – alternatyva įmonių finansinės veiklos vertinimui. *Science & Studies of Accounting & Finance: Problems & Perspectives / Apskaitos Ir Finansu Mokslas Ir Studijos: Problemos Ir Perspektivos*, 14(1), 58–66. <https://doi.org/10.15544/ssaf.2020.06>

ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS OF PLC “PIENO ŽVAIGŽDĖS” AND PLC “ŽEMAITIJOS PIENAS”

Summary

It is important for every profit chasing company to analyze financial statements, which can make it easier to understand the factors that have a positive or negative impact on the company. After financial analysis it is possible to identify the exact factors and eliminate or improve them depending on how they affect companies profits. After analyzing the financial indicators of public limited company “Pieno Žvaigždės” and public limited company “Žemaitijos pienas” it can be stated that in 2020 years “Pieno Žvaigždės” is more competitive and efficient all around. Public limited company “Pieno žvaigždės” are able to use their assets and equity rationally.

MOKĖJIMO ĮSTAIGOS IR JŲ VEIKLA LIETUVOJE

Elizabieta Mulmo

Mokslinė vadovė – lekt. Olga Buckiūnienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Vis labiau plečiantis inovacijoms ir naujovėms, kūriasi vis daugiau mokėjimo įstaigų, kurios stengiasi kuo palankiau pristatyti save rinkoje. Kadangi mokėjimo įstaigų rinka Lietuvoje yra įgavusi pagreitį ir turi didelį paslaugų spektrą, dėl šios priežasties mokėjimo įstaigos norėdamos lyderiauti rinkoje stengiasi siūlyti klientams kuo geresnias ir palankesnes sąlygas teikiant įvairių rūšių paslaugas. Tačiau klientui norinčiam pasinaudoti mokėjimo įstaigų teikiamomis paslaugomis yra svarbu ar mokėjimo įstaiga yra patikima. Todėl Lietuvos bankas kiekvienais metais skelbia mokėjimo įstaigų pagrindinių veiklos rodiklių ataskaitą, kurioje klientas gali susipažinti su mokėjimo įstaigos veiklos rezultatais.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti mokėjimo įstaigų veiklos rodiklius.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti mokėjimo įstaigas;
2. Išnagrinėti mokėjimo įstaigų veiklos rodiklius.

Mokėjimo įstaigos – licencijavimas ir valdymas

Lietuvos Respublikos finansų ministerija mokėjimo įstaigas apibūdina kaip: „Mokėjimo įstaiga – akcinė bendrovė arba uždaroji akcinė bendrovė, kuriai išduota mokėjimo įstaigos licencija ar mokėjimo įstaigos ribotos veiklos licencija. Mokėjimo įstaigos pagrindinė veikla – teikti mokėjimų įstatyme nurodytas mokėjimo paslaugas.“ Tuo tarpu Lietuvos bankas mokėjimo įstaigą apibūdina kaip: „Mokėjimo įstaiga – Lietuvos banko licencijuotas rinkos dalyvis, teikiantis mokėjimo paslaugas.“ Lietuvos Respublikos mokėjimo įstaigų įstatyme mokėjimo įstaiga apibūdinama kaip: „juridinis asmuo, kuriam išduota mokėjimo įstaigos licencija arba mokėjimo įstaigos, teikiančios tik sąskaitos informacijos paslaugą, licencija ar mokėjimo įstaigos ribotos veiklos licencija.“

Mokėjimo įstaiga savo veikloje vadovaujasi Lietuvos Respublikos civiliniu kodeksu, Lietuvos Respublikos mokėjimo įstaigų įstatymu, Mokėjimų įstatymu, Europos Sąjungos ir priežiūros institucijos – Lietuvos banko teisės aktais ir savo steigimo dokumentais. Mokėjimo įstaiga privalo turėti buveinę Lietuvos Respublikoje, bei jos teisinė forma gali būti tik akcinė bendrovė arba uždaroji akcinė bendrovė.

Mokėjimo įstaiga gali veikti pagal mokėjimo įstaigos arba mokėjimo įstaigos ribotos veiklos licencijas: mokėjimo įstaigos licencija suteikia teisę mokėjimo paslaugas teikti visoje Europos Sąjungoje, tačiau priklausomai nuo ketinimų teikti mokėjimo paslaugų ji privalo turėti minimalų nuosavą kapitalą, ne mažesnę kaip 20-125 tūkst. eurų, ir atitikti kitus Mokėjimo įstaigų įstatymo 5 straipsnyje nustatytus reikalavimus. Mokėjimo įstaigos ribotos veiklos licencija suteikia teisę teikti mokėjimo paslaugas tik Lietuvos Respublikoje, o įmonėms, ketinančioms ją gauti, netaikomi kapitalo ir kai kurie kiti mokėjimo įstaigoms keliami reikalavimai, tačiau pagal mokėjimo įstaigos ribotos veiklos licenciją veikiančios mokėjimo įstaigos mokėjimo operacijų sumos vidurkis per mėnesį neturi viršyti 3 mln. eurų.

Norint gauti licenciją, priežiūros institucijai reikia pateikti įstatų projektą, veiklos programą, kurioje nurodomos numatomų teikti mokėjimo paslaugų rūšys ir jų teikimo vieta, verslo planą, įskaitant biudžeto projektą, dokumentus, kuriose patvirtinama, kad minimalus nuosavo kapitalo dydis turi būti ne mažesnis negu 20 tūkst. Eur, 50 tūkst. Eur arba 125 tūkst. Eur (atsižvelgiant į tai, kokias paslaugas mokėjimo įstaiga ketina teikti), veiksmingus veiklos tęstinumo planus ir reguliaraus

tokių planų adekvatumo ir efektyvumo testavimo ir peržiūros procedūrą, bei kitus Mokėjimo įstaigų įstatyme 5 straipsnyje nustatytus reikalavimus. Pateikus šios duomenys priežiūros institucija privalomai išnagrinėja pateiktus duomenys ir priima sprendimą dėl mokėjimo įstaigos licencijos išdavimo ir apie tai raštu praneša prašymą pateikusiam asmeniui ne vėliau kaip per 3 mėnesius nuo prašymo gavimo dienos. Tačiau priežiūros institucija gali atsisakyti išduoti licenciją, jei buvo pateikti dokumentai, kurie neatitinka nustatytų reikalavimų. Jei mokėjimo įstaiga turi licenciją, bet ketina teikti kitas mokėjimo paslaugas, kurių nėra numatyta jai išduotoje licencijoje, turi kreiptis į priežiūros instituciją su prašymu pakeisti galiojančią licenciją ar ją papildyti. Ribotos veiklos licencija, kurį galioja tik Lietuvos Respublikoje, licencijos galiojimas gali būti panaikinamas, kai mokėjimo įstaiga nebeatitinka nustatytų reikalavimų arba kelia grėsmę kitų mokėjimo įstaigų veiklos ir finansiniam stabilumui arba priimamas sprendimas ją likviduoti.

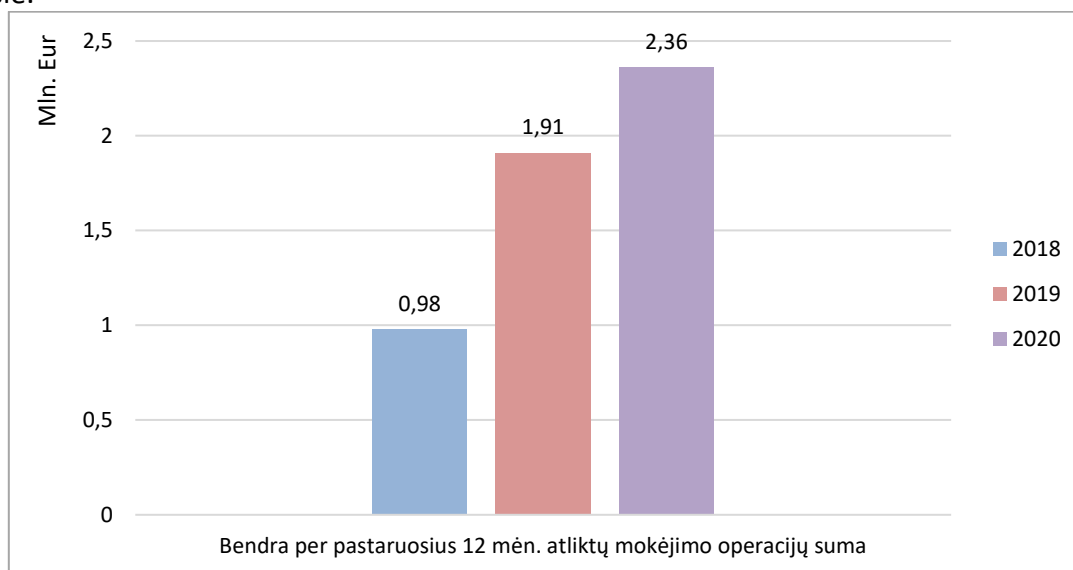
Mokėjimo įstaigoje, turinčioje mokėjimo įstaigos licenciją, turi būti šie valdymo organai: visuotinis akcininkų susirinkimas, valdyba ir vadovas. Mokėjimo įstaigos vadovai yra administracijos vadovai (vadovas ir jo pavaduotojas), valdybos nariai (jeigu valdyba sudaryta), stebėtojų tarybos nariai (jeigu stebėtojų taryba sudaryta) ir asmenys, atsakingi už mokėjimo įstaigos mokėjimo paslaugų teikimo veiklos valdymą. Vadovai turi būti neprikaištingos reputacijos ir turėti kvalifikaciją ir patirtį, leidžiančią tinkamai eiti pareigas. Mokėjimo įstaiga priežiūros institucijai jos nustatyta tvarka privalo pranešti apie numatomus mokėjimo įstaigos vadovų pakeitimus, išskyrus atvejus kai pranešimas nėra reikalingas.

Mokėjimo įstaigų veiklos rodiklių analizė

Mokėjimo įstaigos pagrindinė veikla yra teikti Mokėjimų įstatyme nurodytas mokėjimo paslaugas. Mokėjimo įstatyme (2019) pateikiamos mokėjimo paslaugos, kurias teikia mokėjimo įstaigos: pinigų perlaidos, mokėjimo operacijos, grynujų pinigų įmokėjimo ir išėmimo paslaugos, mokėjimo priemonių išdavimas, mokėjimo pavedimų vykdymas ir pan.

Kiekvienos mokėjimo įstaigos pagrindiniai veiklos rodikliai yra bendra mokėjimo įstaigos atliktų mokėjimo operacijų suma, pajamos iš mokėjimo paslaugų teikimo veiklos, rizikos ribojimo rodikliai (nuosavo kapitalo poreikio ir nuosavo kapitalo dydžio) ir kt.

Bendros per pastaruosius 12 mėn. atliktų mokėjimo operacijų sumos analizė pateikiama 1 paveiksle.

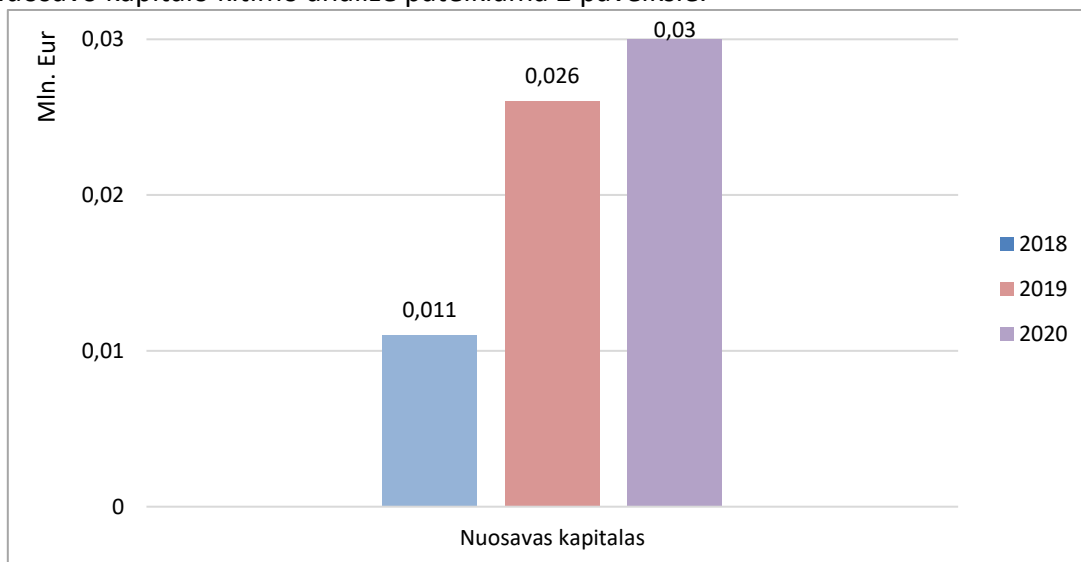


1 pav. Mokėjimo operacijų sumos dinamika 2018-2020 m. (Mln. Eur)

Sudaryta autorės pagal: Mokėjimo įstaigų pagrindinių veiklos rodiklių ataskaitas

Analizuojant bendrą per pastaruosius 12 mėn. atliktų operacijų sumą, galime pastebėti, kad kiekvienais metais ši suma sparčiai augo. 2019 m. suma sudaro 1,91 mln. eurų, lyginant su 2018 m. ši suma išaugo beveik dvigubai – 0,93 mln. eurų, o tai yra net 1,9 karto daugiau nei praeitais metais. 2020 m. ši suma išaugo iki 2,36 mln. eurų, ir lyginant su 2019 m. padidėjimas yra 0,45 mln. eurų, kas sudaro 1,2 karto daugiau nei prieš tai einančiais metais. Analizuojamu laikotarpiu bendrai atliktų mokėjimo operacijų suma padidėjo 1,38 mln. eurų (apie 2,4 karto). Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo tai, kad vis daugiau gyventojų naudojami mokėjimo įstaigų paslaugomis ir mažiau naudojami grynaisiais pinigais.

Nuosavo kapitalo kitimo analizė pateikiama 2 paveiksle.

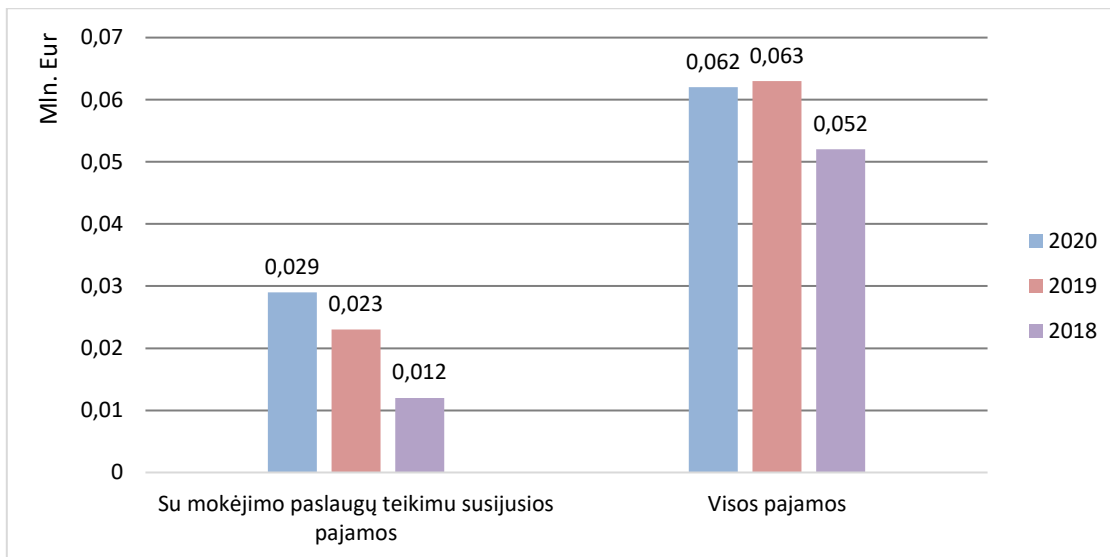


2 pav. Nuosavo kapitalo pokytis 2018-2020 m. (Mln. Eur)

Sudaryta darbo autorės pagal: Mokėjimo įstaigų pagrindinių veiklos rodiklių ataskaitas

Analizuojant nuosavo kapitalo kitimą mokėjimo įstaigose, galime pastebėti, kad nuosavas kapitalas įstaigose kiekvienais metais didėjo. 2019 m. nuosavas kapitalas sudarė 0,026 mln. eurų, lyginant su 2018 m. ši suma padidėjo 0,015 mln. eurų, kas sudaro 2,3 karto daugiau nei praeitais metais. 2020 m. ši suma sudaro 0,03 mln. eurų ir lyginant su 2019 m. padidėjo 0,004 mln. eurų (1,2 karto) daugiau. Analizuojamu laikotarpiu bendrai nuosavas kapitalas padidėjo 0,019 mln. eurų (apie 2,7 karto). Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo tai, kad įmonės akcininkai skyrė daugiau lėšų mokėjimo įstaigų finansavimui, kadangi nuosavas kapitalas didėja kai akcininkai įneša daugiau pinigų ir kai uždirbama daugiau pelno, o mažėja tada, kai yra išmokamos lėšos akcininkams.

Mokėjimo įstaigų pajamų kaita pateikiama 3 paveiksle.



3 pav. Mokėjimo įstaigų pajamų pokytis 2018-2020 m. (Mln. Eur)

Sudaryta autorės pagal: Mokėjimo įstaigų pagrindinių veiklos rodiklių ataskaitas

Analizuojant su mokėjimo paslaugų teikimu susijusias pajamas, galime pastebėti, kad pajamos kiekvienais metais didėjo. 2019 m. ši suma sudarė 0,023 mln. eurų ir lyginant su 2018 m. padidėjo beveik dvigubai – 0,011 mln. eurų (1,9 karto). 2020 m. ši suma sudarė 0,029 mln. eurų ir lyginant su 2019 m. suma padidėjo 0,006 mln. eurų, arba 1,2 karto. Analizuojamu laikotarpiu su mokėjimo paslaugų teikimu susijusios pajamos išaugo net 0,017 mln. eurų (2,4 karto). Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo tai, kad didėjo rinkos dalyvių skaičius.

2019 m. bendra pajamų suma sudarė 0,063 mln. eurų ir lyginant su 2018 m. padidėjo 0,011 mln. eurų, arba 1,2 karto daugiau. 2020 m. ši suma sudarė 0,062 mln. eurų ir lyginant su 2019 m. ši suma sumažėjo 0,001 mln. eurų (1,6 proc.). Analizuojamu laikotarpiu visų pajamų suma padidėjo 0,01 mln. eurų, arba 1,2 karto. Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo rinkos dalyvių skaičiaus augimas bei mokėjimo įstaigų skaičiaus augimas, kadangi 2018 m. Lietuvoje veikė – 46 MĮ, 2019 m. jau – 48 MĮ ir 2020 m. – 52 mokėjimo įstaigos.

Bendrai mokėjimo įstaigų veiklos rodikliai yra geri, kiekvienais metais vis augo, tam įtakos turėjo tai, kad vis daugiau gyventojų naudojami mokėjimo įstaigų paslaugomis ir vis labiau pereina prie atsiskaitymų negrynaisiais pinigais. Taip pat didelę įtaką rodiklių rezultatams turėjo mokėjimo įstaigų pelno didėjimas bei akcininkų įnašų didėjimas.

Išvados

1. Mokėjimo įstaigos, tai AB arba UAB, kuriai yra išduota licencija, pagal kurią mokėjimo įstaigos vykdo veiklą, teikia klientams finansines paslaugas. Licencijos gavimui pateikiami visi dokumentai ir reikalavimai, kurie reglamentuoti Mokėjimo įstaigų įstatymo 5 straipsnyje. Mokėjimo įstaigoje, turinčioje mokėjimo įstaigos licenciją, turi būti šie valdymo organai: visuotinis akcininkų susirinkimas, valdyba ir vadovas. Mokėjimo įstaigos pagrindinė veikla yra teikti Mokėjimų įstatyme nurodytas mokėjimo paslaugas. Tai piniginės perlaidos, mokėjimų operacijos, grynųjų pinigų įmokų priėmimas ir pinigų išmokėjimo operacijos, mokėjimo priemonių išdavimas, mokėjimų pavedimų vykdymas ir pan.

2. Bendrai mokėjimo įstaigų veiklos rodikliai yra geri, kiekvienais metais vis augo. Analizuojamu laikotarpiu bendrai atliktų mokėjimo operacijų suma padidėjo 1,38 mln. eurų, arba 2,4 karto. Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo tai, kad vis daugiau gyventojų naudojami mokėjimo įstaigų paslaugomis ir mažiau naudojami grynaisiais pinigais. Analizuojamu laikotarpiu nuosavas kapitalas padidėjo 0,019 mln. eurų, arba 2,7 karto. Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui

turėjo tai, kad įmonės akcininkai skyrė daugiau lėšų mokėjimo įstaigų finansavimui, kadangi nuosavas kapitalas didėja kai akcininkai įneša daugiau pinigų ir kai uždirbama daugiau pelno, o mažėja tada, kai yra išmokamos lėšos akcininkams. Analizuojamu laikotarpiu su mokėjimo paslaugų teikimu susijusios pajamos išaugo 0,017 mln. eurų (2,4 karto). Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo tai, kad didėjo rinkos dalyvių skaičius bei analizuojamu laikotarpiu pajamų suma padidėjo 0,01 mln. eurų, arba 1,2 karto. Didžiausią įtaką tokiam padidėjimui turėjo rinkos dalyvių ir mokėjimo įstaigų skaičiaus augimas.

Literatūra

1. Lietuvos bankas. (n. d.) Mokėjimo įstaigos. Prieiga per internetą <https://www.lb.lt/lt/mokejimo-istaigos>
2. Lietuvos bankas. (n. d.) Veiklos rodikliai. Prieiga per internetą <https://www.lb.lt/lt/mi-veiklos-rodikliai>
3. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (n. d.) Mokėjimo įstaigos. Prieiga per internetą <https://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/finansu-rinku-politika/finansu-istaigos-ir-kiti-finansu-rinkos-dalyviai/mokejimo-istaigos>
4. Lietuvos Respublikos mokėjimų įstatymas 1999 m. lapkričio 17 d. Nr. VIII-1370. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.C6C5599DD9A1/CbbaodGsRV>
5. Lietuvos Respublikos mokėjimo įstaigų įstatymas 2009 m. gruodžio 28 d. Nr. XI-549. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.361198/asr>

PAYMENT INSTITUTIONS AND THEIR ACTIVITIES IN LITHUANIA Summary

As innovation expands, more and more payment institutions are emerging that are trying to look their best to the customer. As the market of payment institutions in Lithuania has gained momentum and expanded, it has a wide range of services, which is why payment institutions, in order to lead the market, try to offer customers the best and most favorable conditions for providing various types of services.

Payment institution - a public limited company or a private limited company to which a payment institution license or a limited activity license of a payment institution has been issued. The main activity of the payment institution is to provide the payment services specified in the Law on Payments. All documents and requirements for obtaining a license, which are regulated in Article 5 of the Law on Payment Institutions, shall be submitted. And a payment institution licensed as a payment institution shall have the following management bodies: the general meeting of shareholders, the board and the manager.

The main activity of the payment institution is to provide the payment services specified in the Law on Payments. These are money remittances, payment transactions, cash deposit and withdrawal services, issuance of payment instruments, execution of payment orders, and so on. Overall, the performance of payment institutions is good, growing steadily each year.

VERSLO PERSPEKTYVOS 2022 METAIS

Irmantė Udraitė

Mokslinė vadovė – lektorė Nijolė Kašėtienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Kiekvienas sėkmingas verslas turi įgūdį adaptuotis prie įsivyraujančių naujovių, jei jam tai padaryti nepavyksta, tuomet jo konkurentas tai padaro už jį. Niekas negali nuspėti kas bus ateityje. Jeigu tai būtų įmanoma tai bet koks asmuo, fizinis ar juridinis, galėtų susikrauti sau turtus iš jo taiklios verslo strategijos. Deja, bet taip nėra. Atsižvelgiant į šių dienų žiniasklaidos tinklų antraštes, kurios skamba taip: „Išaugusios energetikos kainos“, „Geopolitinės įtampos su Kinija ir kaimyninėmis Rytų valstybėmis“, „Žaliavų tiekimo trikdžiai“, „Karas Ukrainoje“ ir t.t. Tai įrodo, kad niekada negalima susidaryti pasyvią strategiją ateinantiems 5-riems metams ir nieko nekeisti, tai greičiausias kelias į bankrotą. Vienintelės organizacijos, išliekančios per krizes yra tos, kurios moka prisitaikyti arba diversifikuoti savo verslo strategiją, savo vertybes, viziją bei misiją. Šiame straipsnyje bus kalbama, kas laukia verslo ateinančius 2022-uosius metus.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti verslo perspektyvas 2022 m.

Straipsnio uždaviniai:

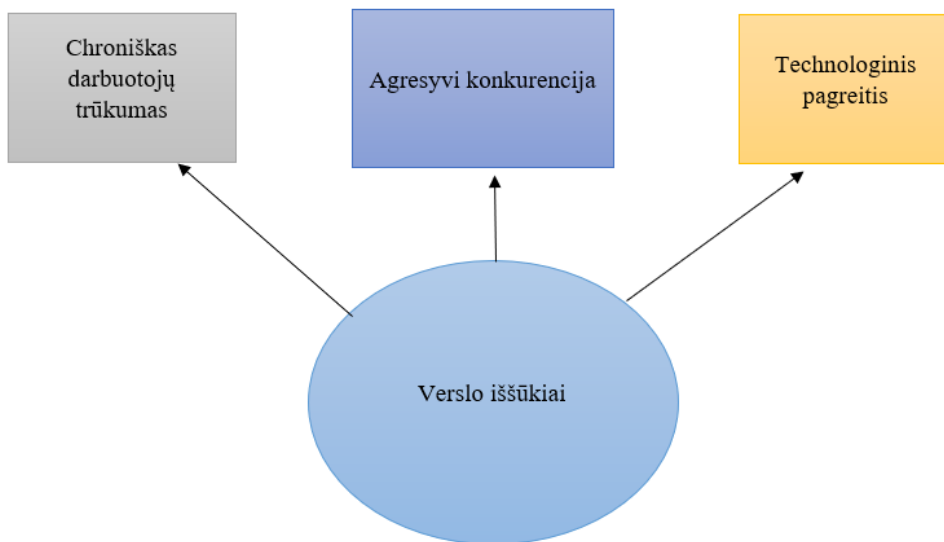
1. Pateikti Europos Sąjungos ekonominės padėties, infliacijos ir prognozes 2022 metus įžvalgas.
2. Apibūdinti Metaverse ir Web 3.0 iššūkius verslui.

Darbo metodai – mokslinės teorinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Ekonominė padėtis, infliacija ir prognozė 2022 metams

Pasak ekonomisto Aleksandro Izgorodino, labai didelę įtaką kainų svyravimui turi Europos energetikos rinkos ir sparčiai augantys atlyginimai šalyje. Jo nuomone, Lietuvoje atlyginimai pastaruoju metu augo apie 10 proc., taigi kainos natūraliai kilo, kadangi verslui kaštai augo, skirti padengti darbuotojų algas bei rekordines žaliavų kainas. Taip pat jis teigė, kad yra dvi priežastys: pasaulio ekonomikos atsigavimas ir šio toks nestabilumas Europos energetikos rinkose, kas didina kainas iš išorės (Juozapaitis L., 2021). Antroji – apie kurią yra mažiau kalbama, tai atlyginimų kėlimas. Tai yra būtinas dalykas, kad žmonės vienaip ar kitaip galėtų sau leisti įpirkti brangstančias paslaugas ar prekes. Žiūrint į priekį, pagal dabartinę situaciją, Lietuvoje žinomas ekonomistas Ž. Mauricas įžvelgia liūdnus ateinančius metus tiek verslui tiek vartotojams. Rusija yra didžiausia Lietuvos eksporto partnerė. Visiškai sustabdžius eksportą į Rusiją Lietuvos bendrojo vidaus produkto augimas sulėtėtų iki 2 proc. per artimiausius metus. Žmonės jau šią vasarą turės susilaikyti nuo pramogų, ko pasėkoje pramogų sektorius kentės nuo klientų stygiaus, vien dėl pabrangusių būtino poreikio prekių ir paslaugų. Tačiau Lietuva nebėra ekonomiškai priklausoma nuo Rusijos, nes po 2014 m. įvykusios Krymo aneksijos sėkmingai nukreipė savo eksportą į Vakarų. Lietuvos eksportas į Rusiją sudaro vos 0,7% Lietuvos BVP t.y. ne daugiau nei ES vidurkis (BNS,2022).

Giedrius Keraitis: verslas susiduria su iššūkiais, susidūrė prieš 100 metų, susiduria ir dabar, susidurs ir po 100 metų. Tik tie iššūkiai keičiasi ir sprendimo būdai tiems iššūkiams spręsti irgi keičiasi (Lietuvos verslo forumas, 2022).



8 pav. Verslo iššūkiai

Šaltinis: sudaryta autorės pagal: Lietuvos verslo forumo vaizdinę medžiagą, 2022.

Taigi su kokiais iššūkiais verslas susiduria šiandien:

1. **Technologinis pagreitis.** Tai rodo, kad pokyčių bus daugiau nei įprastai ir žmonėms sunku su jais susitaikyti, nes pokyčiai dažnai užplūsta keliu vienu metu. Prognozuojama, kad 2025 m. organizacijų vadovai 60% savo laiko skirs projektų valdymui (prisitaikymą prie kintančios verslo aplinkos).
2. **Chroniškas darbuotojų trūkumas.** Prasidėjus pramonės revoliucijai dauguma žmonių dirbo iki fizini išsekimo ribos. Išgyvenimo buvo pagrindinis motyvas dirbti. Visa tai pradėjo keistis vykstant industrializacijai, kuri atnešė didžiulę gyvenimo lygio pažangą. Versle jėgų pusiausvyra pereina nuo kapitalo prie darbo išteklių. Žmonėms pradeda neberūpėti atlyginimas, jiems yra svarbesnis klausimas, ką tas darbas jiems duos kaip asmenybei, žinių klausimu, kokias vertybes įgis žmogus. Darbo vieta tampa terpe, kurioje žmogus gali realizuoti save. Darbdavių siūlomas atlyginimas su metais augo ir vidurkis pasiekė net ES vidurkį, tačiau našumas tik mažėjo, o tai yra nuostolinga verslams. Į rinką, nuo pandemijos pradžios buvo supažindintas hibridinis darbo būdgalimybė dirbti tiek iš namų tiek ofise. Jeigu darbdavys nesiūlo tokių galimybių, tai tegu nesistebi, kodėl pas jį ilgus mėnesius darbuotojo kėdė lieka tuščia.
3. **Agresyvi konkurencija.** Konkurencija visada buvo ir bus. Tai vienintelis dalykas, kuris išskiria stiprius verslus, nuo silpnų. Technologinis pagreitis tai paspartina, kurios organizacijos prisitaiko prie rinkos, jų augimas ties ten nesustoja, o kurios nepriima naujų galimybių artėja link bankroto ribos.

Forbes įžvalgos verslui

Forbes dalinasi keliomis įžvalgomis verslui ateinantiems metams:

1. **Klientai yra protingesni nei bet kada anksčiau.** Kiekvienais metais klientai vis labiau supranta, kaip atrodo puikus klientų aptarnavimas. Juos moko tokios įmonės kaip „Amazon“, „Target“, „Walmart“ ir kiti žinomi prekių ženklai, kurie linkę užtikrinti tinkamą klientų patirtį. Taigi, jei verslai nori lojalių klientų, jei turėtų lygiuotis į tokius kaip „Amazon“, kas liečia klientų aptarnavimą. Tai didelė atsakomybė darbuotojams, bet tai turi užtikrinti pats darbdavys, kad jo

darbuotojas, net ir su bloga nuotaika palydėtų klientą su šypsena veide. Toks požiūris garantuos daugiau lojalių klientų.

2. **Patogumas yra konkurencinis lūkestis.** Pandemija paspartino patogumo pritaikymą, nes įmonės padidino galimybes, įskaitant pristatymą, patobulintus savitarnos sprendimus ir geresnį technologijų naudojimą. Tai paprasta. Laimės ta įmonė, su kuria lengviau užmegzti verslą.

3. **Savitarnos galimybės tampa vis svarbesnės.** „Achieving Customer Amazement Research“ tyrimas atskleidė, kad 41 % Amerikos vartotojų, kuriems reikia pagalbos, dabar renkasi skaitmeninį savitarnos sprendimą, o ne tradicinį palaikymą telefonu. Įmonės turi suprasti, kad klientai nori greitų atsakymų į savo problemas ir klausimus ir yra pasirengę atsisakyti tradicinės pagalbos telefonu, jei yra lengvas (kaip ir patogus) sprendimas. Šis procentas augs, ypač dėl to, kad į ateitį mėstančios įmonės teikia lengvesnę ir intuityvesnę skaitmeninę pagalbą (Hyken, 2021). Lietuvos technologijų bendrovė „Magma Solutions“, valdanti prekės ženklą „Pixevia“, 2020 m. Lietuvoje sukūrė pirmąją dirbtinio intelekto valdomą parduotuvę Europoje. Sakė, kad toks reiškinys ateityje bus įprastas dalykas (Žebrauskienė, 2020).

4. **Dirbtinis intelektas toliau tobulėja.** Kai kurie pažangesni dirbtinio intelekto sprendimai tampa tokie geri, kad kai kuriais atvejais beveik nesiskiria nuo žmogaus sąveikos su žmogumi. Štai kodėl tai yra 2022 m. prognozė: ji pigesnė nei bet kada. Dirbtinio intelekto programos dabar yra pasiekiamos mažesnėms įmonėms. Taigi dirbtinis intelektas ne tik pagerės, bet ir taps įprastu, dažnai sutinkamu dalyku.

5. **Pažanga siekiant visuomenės be grynųjų pinigų.** Bill'as Gates'as vienoje iš savo knygų „*Kelis priešais*“ 1995m. minėjo, kad mes tapsime grynųjų pinigų neturinčia visuomene, kur galėtume pervesti grynuosius pinigus iš verslo į verslą ir iš asmens į asmenį naudodami įrenginį, kurį nešiosimės su savimi. (Bill Gate, 1995) Šis įrenginys yra mūsų mobilusis telefonas, kuris yra daug daugiau nei telefonas. Pandemija paspartino grynųjų pinigų technologijų naudojimą. Vis dažniau atsirastų įmonių, priimančių elektroninius mokėjimus. Kai kuriais atvejais įmonės nebepriims grynųjų pinigų. Kai kurie teigia, kad tai diskriminuos tam tikrus klientus. Įmonėms šis reiškinys yra žiūrimas iš saugumo pusės. Skatinant mokėjimus daryti internetinius, per mobiliuosius įrenginius, jie tokiu būdu yra matomi, sumuojami ir gale metų pateikiami deklaracijos dokumentuose. Esant gryniesiems, galimi yra sukčiavimai, ko pasėkoje įmonės, savo reitingus gali pačios sužlugdyti, jei kažkas imtųsi tirti detaliau tos organizacijos finansus.

6. **Privatumas yra svarbesnis nei bet kada.**

Klientas tikisi, kad jei jis dalinsis informacija, kuri leidžia įmonei užmegzti geresnius santykius su jais, įmonė nepažeis šios informacijos privilegijos. Tai numanomas pažadas. Tai taip pat teisinis klausimas. Norint sekančiais metais dar tą klientą matyti savo įmonėje kai klientą, nerekomenduojama naudotis asmenine informacija klientui nežinomais būdais, kitu atveju galima prarasti ne tik kliento pasitikėjimą, bet ir patį klientą.

7. **Įmonės vertybės.** Vis daugiau pirkėjų tikisi, kad prekės ženklai atstovaus kažką svarbaus jų bendruomenei ar net pasauliui. Tai leidžia klientams jaustis gerai, kai perka iš už ką nors pasisakančių įmonių ir palaiko jas, todėl tai tampa klientų patirties dalimi. Dažnai priežastis yra aplinkos tvarumas, tačiau tai gali būti bet kas, kas svarbu klientui. Kai kurie klientai renkasi kosmetikos įmonę, nes ji nebando savo gaminių ant gyvūnų. Kai kurie renkasi mažmenininką dėl jo labdaros indėlio į svarbias bendruomenės priežastis. Tai dar svarbiau jaunesnėms Z kartoms ir tūkstantmečio kartoms.

8. **Darbuotojo vertinimas.** Pandemijos metu buvo atleista daug darbuotojų. Iš pradžių skaudėjo, o daugeliui skauda iki šiol. Tačiau kai kurie darbuotojai suprato, kad gali būti geresnis gyvenimo būdas. Kai buvo suteikta galimybė, jie nusprendė nebegrįžti. Tačiau įmonės, kurios rūpinosi savo darbuotojais tiek mokėjimu (atlyginimu ir išmokomis), tiek elgesiu su jais, ši tendencija paveikė minimaliai. Prognozė yra tokia, kad daugelis darbuotojų, kurie „atsistatydino“, supras, kad turėti darbą yra geriau nei neturėti, tačiau tai turi būti tinkamas darbas. Arba turėti daugiau

apmokamą darbą, su tuo susijusią atsakomybę ir įtampą, gali būti toleruojamas naujomis sąlygomis. Darbuotojai grįš, bet reikalaus, kad su jais būtų elgiamasi teisingai. Todėl ir 2022 m. darbuotojai per pokalbius klausinės tokių būtent klausimų susijusių su krizės išgyventomis problemomis, kaip išmokų mokėjimas, kai verslas turi užsidaryti dėl nenumatytų priežasčių (Hyken S.,2021)

Apibendrinant galima teigti, kad 2022 metais atneš naujų iššūkių tiek verslams, tiek klientams. Kainų svyravimus paveiks didėjanti infliacija, ko pasekoje žmonės pirks tik būtiniausias prekes. Verslai turės prisitaikyti prie naujų technologijų, jei žmonės nesitaikys, nepripažins naujų technologijų tai jų gali laukti bankrotas arba juos sužlugdys agresyvi konkurencija. Forbes pasidalino savo įžvalgomis, kurios skatina verslus atsižvelgti į tas sritis, kad jų metai būtų pelningesni. Jei žmonės neatsižvelgs į naujoves, tikėtina, kad jos turės sunkumų ties savo darbuotojų lūkesčių patenkinimu, su esamų klientų lojalumu, su nauju klientų pritraukimu ir bendro pelno generavimu.

Metaverse ir Web 3.0 iššūkiai verslui

Paskutiniam pamąstymui noriu pakalbėti apie „Metaverse“ ir „Web3.0“. Pirmiausia turime suprasti, kas yra decentralizuotas internetas. Šiais laikais turimas Web2.0 yra labai centralizuotas didelių įmonių rankose, tačiau jis sparčiai vystosi į Web3.0. Metaversas yra vizija, apimanti daugelį įmonių, visą pramonę. Galima galvoti apie tai kaip apie mobiliojo interneto įpėdinį, galima galvoti apie metaversą kaip apie įkūnytą internetą, kuriame ne tik skelbiamas turinys, bet ir sudaromas įspūdis, kad vartotojas yra ten. Vartotojai jaučiasi esantis su kitais žmonėmis, tarsi būtų kitoje vietoje, įgyjama kitokia patirtis, kurios nepatirtumėte 2D programoje ar tinklalapyje, pavyzdžiui, šokiuose.

Web 3.0 yra naujos kartos interneto koncepcija. Tai yra evoliucija, kaip vartotojai gali valdyti savo kūrinius ir internetinį turinį, skaitmeninį turtą ir internetinę tapatybę.

Web 2.0 yra tai, ką šiuo metu patiriame. Įmonės kuria ir teikia produktus, paslaugas centralizuotai. Paimkite „Instagram“ kaip pavyzdį. Ar manote, kad jums priklauso jūsų IG turinys? Na, įmonei priklauso viskas, kas yra platformoje, ir jie visiškai kontroliuoja visą turinį, kurį ten sukuria vartotojai. Jei jie nori jus uždrausti ar užblokuoti, jie tai padarys (Ekberg, Zhang & Li,2022).

Kitas pavyzdys – populiarus internetinis žaidimas „Fortnite“. Vartotojai visiškai nekontroliuoja savo žaidimo tapatybės ir jiems „priklausančio“ turto. Naudodami Web 2.0 naudotojai negali valdyti kuriamo turinio ir gauti pajamų iš jo

Kaip tai pakeis verslą 2022 metais?

Finansinės paslaugos

Jei metavers vystysis taip, kaip NFT (Non-fungible token)- , tai gali būti didžiulė finansinių paslaugų žaidėjų augimo galimybė. Vien NFT pardavimai 2021 m. pirmąjį ketvirtį pasiekė 2 mlrd. USD, ty daugiau nei 20 kartų daugiau nei praėjusį ketvirtį. Tradiciniai finansinių paslaugų žaidėjai jau linksta į metavisumos potencialą. Azijoje bankai kuria virtualias erdves, skirtas prekės ženklo kūrimui, švietimui ir produktų vystymui. Universalūs bankai naudoja metaversą tiek vidinių suinteresuotųjų šalių, tiek išorės klientų mokymams ir švietimui. Mokėjimo žaidėjai agresyviai plėtoja kriptovaliutų pasiūlymus ir partnerystes, kad maksimaliai padidintų savo poziciją metaverse. Todėl metaversijos ir finansinių paslaugų integravimas yra ne „jei“, o „kada“ klausimas.

Automobiliai ir gamyba

Bendra internetinė erdvė, apimanti įvairias dimensijas, maitinama VR (virtuali realybė), AR (patobulinta realybė) ir MR (mišrios realybės) deriniu, leis automobilių ir gamybos pramonei giliai įsitvirtinti metaverse. Sukurti pramoninę metaverse įmanoma, jei ji organiškai integruoja kibernetines-fizines sistemas; skaitmeniniai dvyniai; 5G maitinamas AR, VR ir AI kompiuterinis matymas; mažos delsos nuotolinio valdymo pultas ir kitos programos. Paprasčiau tariant, metaversa panaudos VR ir AR automobiliuose, sluoksniuodama su esamomis technologijomis, tokiomis kaip išmaniosios kabinos, balso atpažinimas ir dirbtinis intelektas. Per ateinančius penkerius metus

tikėtina, kad metaverse ir automobiliai vystysis kartu. Be virtualios pavaros variklio, būtų galima integruoti labiau suvokiančias technologijas, tokias kaip prisilietimas ir skonis, ir galbūt net sukurti unikalų sandorio metodą per blokų grandinę automobilių pramonės metaversume (Ekberg-Li et al.,2022). Pavyzdžiui, virtualus automobilis yra pastatytas metaverse ir susietas su tikru automobiliu ir atvirkščiai. Nesvarbu, ar vairuotojas naudoja automobilį fiziniame, ar virtualiame pasaulyje, vairavimo elgsena, technologijos atnaujinimai, modifikacijų nuostatos ir atitinkami sugeneruoti duomenys gali būti bendrinami tarp dviejų aspektų, kad patirtis būtų sklaidi.

Nekilnojamasis turtas

Žemė ir nekilnojamasis turtas yra svarbus turtas realiame pasaulyje, todėl kyla abejonių dėl jo vertės metaversijoje. Manoma, kad metavers atspindės ir perims realaus pasaulio ypatybes, o pasiūlos ir paklausos samprata turės įtakos virtualios žemės ir nekilnojamojo turto vertei ir kainai. Šiai dienai žmonės pradėjo įsigyti už kriptovaliutas virtualius žemės plotus esančius internete. Kol kas jie neturi reikšmės realybėje, bet kaip viskas bus ateityje galima tik spėlioti.

Išsilavinimas

Nors nuotolinio mokymosi patirtis jau labai pagerėjo su universiteto miestelio skaitmeniniais dvyniais, kalbama, kad metaverse per ateinančius penkerius metus natūraliai paskatins erdvinis pokyčius visoje švietimo pramonėje. Žinių siekimas nebeapsiribos žodžiais, vaizdais ir paskaitomis, kurias galima gauti pagal poreikį, bet bus pergaltota, kad metaversume būtų įtraukta patirtis kartu su skaitmeniniais įrašais. Įmonės, pradėjusios veržtis į metaversumą, padeda įsivaizduoti neribotas mokymosi ateities galimybes, iliustruojančias įtraukiančią patirtį studijuojant erdvę ir istoriją metaversijoje. Daugeliui „geriausių žaidėjų“ jau pareiškus savo dėmesį švietimo sektoriui, begalinių mokymosi metaversume galimybių atskleidimas yra tik laiko klausimas.

Mažmeninė prekyba ir prekių ženklai

Skaitmeninio vartojimo eroje prekės ženklai toliau tobulina savo požiūrį į tiesioginių komunikacijos kanalų su vartotojais kūrimą. Nuo pat pirmųjų interneto svetainės kūrimo dienų iki elektroninės prekybos, socialinės žiniasklaidos paskyrų atidarymo ir net tiesioginės transliacijos metaverse dabar siūlo naują koncepciją prekių ženkams eksperimentuoti. Virtualių personažų ar avatarų paplitimas ir auganti svarba pastaruoju metu suteikia įvairių verslo galimybių mažmeninės prekybos sektoriuje. Daugelis vartotojų dabar tikisi parduotuvės ir skaitmeninės patirties derinio, o metavers suteikia galimybę bendrauti su prekių ženklais ir produktais naudojant suasmenintą personažą. Nesvarbu, ar tai būtų drabužių išbandymas, kasdieniai reikmenys, bandomasis vairavimas ar tiesiog naršymo virtualioje parduotuvėje patobulinimas, galimybės yra neribotos.

Gerai žinomas simuliacinis žaidimas „The Sims 4“ jau leidžia suprasti metaversumą. Vartotojų prekių ženklai aktyviai bendradarbiauja su žaidimų kūrėjais, kad įtrauktų savo produktus į visus žaidimo aspektus. Nuo pat pristatymo 2014 m. vartotojų prekių ženklai išleido prekių išplėtimo paketus, skirtus žaidėjams bendrauti su prekių ženklais virtualiame pasaulyje, kad padidintų prekės ženklo žinomumą ir ugdytų prekės ženklo meilę (Ekberg-Li et al.,2022).Netolimoje ateityje tikima, kad daugiau prekių ženklų ims peržengti virtualios ir realybės ribas, kad sukurtų naujoviškesnę, prasmingesnę sąveiką su vartotojais.

Apibendrinant galima teigti, kad Metaverse ir Web 3.0 yra visų žmonių ir įmonių ateitis virtualioje erdvėje. Metaverse apims finansines paslaugas, automobilius ir jų gamybą, nekilnojamą turtą, žmonių išsilavinimo galimybes, taip pat apims ir mažmeninę prekybą. Tai gal ir skeptiška teigti, jog būtina bus visiems pereiti prie šio vadinamo naujojo „pasaulio“, taip nėra. Tačiau žengiant toliau į naujų technologijų pasaulį visi verslai turės priimti šias technologijas kaip kasdienį dalyką, tam, kad vartotojai nežiūrėtų į tą verslą, kaip į akmens amžių priminančią organizaciją, kuri neturi ateities vizijos.

Išvados

1. 2022 metais šalis susidurs su dideliu kainų kylimu, ko pasekoje kentės pramogų sektoriai, nes žmonės daugiau išleis ant pirmo būtinumo prekių ir paslaugų, dėl šių priežasčių klientai mažiau leis pinigus pramogoms. Giedrius Keraičio įžvalgos sako, kad žmonės susidurs su nauju technologijų pagreičiu, darbuotojų trūkumu ir agresyvia konkurencija. Forbes įžvalgos teigia, kad klientų poreikiai taps didesni, dėl pandemijos patirtų iššūkių naujų darbuotojų reikalavimai darbdaviui bus didesni. Taip pat taps labai svarbu kaip žmonės prisideda prie tvarios aplinkos.

2. Į pasaulį braunasi naujovės, vienos iš jų yra metaverse ir Web 3.0. Jau dabar tiek fiziniai asmenys tiek juridiniai eksperimentuoja su virtualiu turtu kaip NFT, perkasi ir tikisi, kad tas investuotas projektas atsipirks. Juridiniai asmenys kaip „Nike“, „Microsoft“ ir kitos didžiosios kompanijos irgi mažais žingsniais eina į virtualią erdvę, nes jų vietoje nerizikuoti kainuos jiems daug daugiau ateityje, nei dabar mažais žingsneliais ten palikti pėdsaką. Žmonės, kuriantys tipinius verslus liks šešėlyje. Ateitis garantuos sėkmę verslams, kurie kurs naujas technologijas, inovatyvius startuolius, dar neregėtus prietaisus palengvinančius gyvenimą. Geriausias būdas neatsilikti nuo „mados“ – yra sekti didžiųjų kompanijų veiksmus, ką jie daro ir ką planuoja, kokios jų strategijos. Pagal tai galima nukreipti ir savąjį verslą link sėkmingesnio kelio.

Literatūra

1. Lietuvos verslo forumas (2022). *Apie gyvai: Ką CEO gali pažadėti 2022 m.?* [vaizdo įrašas]. Prieiga per internetą <https://konferencijatiesiogiai.lt/forumas/>
2. Ekberg.J, Zhang J., Li L. (2022). The Metaverse: A 5-Year Forecast of How It Will Affect Your Business. Prieiga per internetą : <https://www.brinknews.com/the-metaverse-a-5-year-forecast-of-how-it-will-affect-your-business/>
3. Stanley M. (2021). 2022 Global Macro Outlook: Growth Despite Inflation. Prieiga per internetą: <https://www.morganstanley.com/ideas/global-macro-economy-outlook-2022?fbclid=IwAR3mJNenMbZ1si1jUjXJqvNKlyE3wuDwc2RLtZbf1ftH3bfxxw7JbB-eorw>
4. Hyken S. (2021). Ten Business Predictions For 2022 (Part One). Prieiga per internetą: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2021/12/19/ten-business-predictions-for-2022-part-one/?sh=4bdd7cdd6498>
5. Hyken S. (2021). Ten Business Predictions For 2022 (Part Two). Prieiga per internetą: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2021/12/26/ten-business-predictions-for-2022-part-two/?sh=47801644267a>
6. BNS.(2022). Mauricas: recesijos tikimybė ES šiomet – didesnė nei 50 proc. Prieiga per internetą: https://www.delfi.lt/verslas/verslas/mauricas-recesijos-tikimybė-es-siomet-didesnė-nei-50-proc.d?id=89669077&fbclid=IwAR3aRxt-g2Ucl_dRvb0H_ZS5uMH2R1fQ3KDVXgtVXVY5rRLJogIRSLGctgg
7. Verslo žinios. (2022). M. Trimonis. NT sektorius 2022 – kokios perspektyvos?. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/izvalgos/2022/02/04/m-trimonis-nt-sektorius-2022--kokios-perspektyvos?fbclid=IwAR3QCM8RFDInh7j3mLmQIY9QOoJrTeJ2TaDF1antvT1B6lWifBurNCtb0Lg>
8. Žebrauskienė A. (2020). Lietuviai sukūrė pirmąją Europoje parduotuvę be kasininkų ir kasų: po 5–10 metų tai bus įprastas reiškinys. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/lietuviai-sukure-pirmaja-europoje-parduotuve-be-kasininku-ir-kasu-po-510-metu-tai-bus-iprastas-reiskinys.d?id=84236843&fbclid=IwAR1XMAHsob19iilLx-SDF452Qobhp20jWjT2O9C6Q4qdQYf1T4q-rfpH9E>
9. Juozapaitis L. (2021). Ekonomistai 2022 metais regi augančią infliaciją ir gamtinių dujų krizę žiemą. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/ekonomistai-2022-metiais-regi-augancia-infliacija-ir-gamtiniu-duju-krize-ziema.d?id=88276335>

BUSINESS PROSPECTS IN 2022

Summary

In 2022, the country will face a sharp rise in prices, which will hit the entertainment sectors as people spend more on essential goods and services, which is why customers will spend less on entertainment. The insights of Giedrius Keraitis say that companies will face a new acceleration of technology, staff shortages and aggressive competition. Forbes insights that customer needs will increase, and the demands of the pandemic on new employees will increase the demands on the employer. It will also become very important how companies contribute to a sustainable environment. .It is innovating in the world, one of which is metaverse and Web 3.0. Already, both individuals and legal entities are experimenting with virtual assets like NFTs, buying and hoping that the invested project will pay off. Legal entities like Nike, Microsoft and other big companies are also moving into the virtual space in small steps, as it will cost them much more in the future not to take a risk in their place than to leave a footprint in small steps now. People creating typical businesses will remain in the shadows. The future will guarantee success for businesses that create new technologies, innovative start-ups and unprecedented devices that make life easier. The best way to keep up with the "fashion" is to follow the actions of big companies, what they do and what they plan, what their strategies are. This can also steer your business towards a more successful path.

VIEŠIEJI FINANSAI

LIETUVOS BIUDŽETO PAJAMŲ IR ASIGNAVIMŲ ANALIZĖ UŽ 2019-2020 METUS

Audronė Malakauskaitė
Mokslinė vadovė – lekt. Olga Buckiūnienė
Vilniaus kolegija

Išvadas

Valstybėse yra ministerijos, kurios yra atsakingos už tam tikrą veiklą. Aplinkos ministerija yra atsakinga už gamtą ir jos apsaugą, krašto apsaugos ministerija yra atsakinga už mūsų šalies apsaugą, o finansų ministerija yra atsakinga už valstybės finansus. Finansai yra labai plati sąvoka į kurią įeina žodis - biudžetas. Biudžetas yra didžiausias valstybės pinigų fondas. Biudžetas - „valstybės ar jos administracinio vieneto pajamų ir išlaidų sąmata tam tikram laikotarpiui.“ (Visuotinė Lietuvių enciklopedija, n. d.). Valstybė pajamas biudžetui gauna iš pridėtinės vertės mokesčio, gyventojų pajamų mokesčio bei akcizų. Asignavimai - tai „valstybės biudžete arba savivaldybės biudžete patvirtinta lėšų išlaidoms ir ilgalaikiam materialiajam ir nematerialiajam turtui“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021), kurių dėka jauni žmonės gali studijuoti valstybės finansuojamose švietimo įstaigose, yra skiriama lėšų socialinei apsaugai ir t. t.

Straipsnio tikslas – atlikti valstybės biudžeto pajamų ir asignavimų analizę.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibrėžti biudžeto sampratą.
2. Pateikti valstybės biudžeto pajamas ir asignavimus 2019 – 2021 metais.

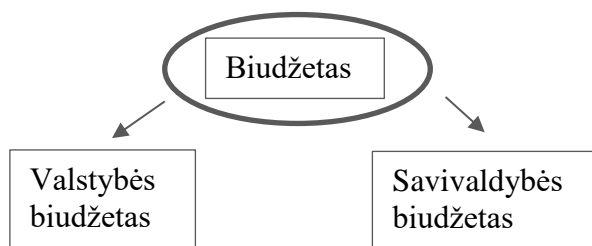
Biudžeto samprata

Valstybės egzistavimui reikia turėti gyventojų, teritorijos bei kitų valstybių pripažinimo. Norint valstybei išgyventi ir klestėti, ji turi turėti biudžetą. Žmonija nuo seniausių laikų rengė biudžetus. Šią sąvoką galima traktuoti įvairiai. Šiuolaikiniame pasaulyje, ši sąvoka yra suprantama kaip „valstybės ar jos administracinio vieneto pajamų ir išlaidų sąmata tam tikram laikotarpiui.“ (Visuotinė Lietuvių enciklopedija, n. d.). Biudžetas valstybėje pirmą kartą buvo pradėtas XVII a. Anglijos parlamente. Biudžeto sandaros įstatymo tikslas – „siekiant ilgalaikės, visapusiškos ekonominės ir socialinės Lietuvos Respublikos piliečių gerovės, tvaraus ilgalaikio ekonomikos augimo, užimtumo ir nekeliant grėsmės kainų stabilumui užtikrinti, kad sudarant ir vykdant biudžetą piniginiai ištekliai būtų naudojami efektyviai.“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021). Norint valstybei išgyventi ji turi vykdyti tam tikras funkcijas, tas pats galioja ir biudžetui. Norint turėti efektyvų biudžetą, kuris tenkintų daugumos gyventojų lūkesčius, biudžetas turi atitikti tam tikrus principus. Skiriami šie biudžeto rengimo principai:

- Vieningumo principas
- Pilnumo principas
- Realumo (teisingumo) principas
- Viešumo principas
- Balanso principas

Vieningumo principo esmė, kad valstybė negali turėti daugiau nei vieną valstybės biudžetą. Pilnumo principas reiškia, kad „kiekviename biudžeto straipsnyje turi būti parodytos visos atitinkamo straipsnio pajamos ir išlaidos“ (Dzemydaitė ir Pupkutė, 2016) Biudžeto teisingumo

principas – „numato teisingą finansinių operacijų atvaizdavimą biudžete“ (Dzemydaitė ir Pupkutė, 2016). Galiausiai viešumo principas skelbia idėją, kad valstybės biudžetas būtų visiems viešai prieinamas Lietuvos biudžetinę sistemą sudaro dvipakopis biudžetas pateiktas 1 pav.



1 pav. Biudžeto skirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės pagal <https://finmin.lrv.lt/veiklos-sritys/biudžetas/patvirtintas-biudžetas>

Valstybės biudžetas – „yra Lietuvos Respublikos Seimo tvirtinamas valstybės biudžeto pajamų ir asignavimų planas biudžetiniams metams“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021). Savivaldybės biudžetas yra apibūdinamas kaip „savivaldybės tarybos tvirtinamas savivaldybės biudžeto pajamų ir asignavimų planas biudžetiniams metams. Kiekviena savivaldybė turi savarankišką biudžetą.“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021). Asignavimai – tai „valstybės biudžete arba savivaldybės biudžete patvirtinta lėšų išlaidoms ir ilgalaikiam materialiajam ir nematerialiajam turtui (toliau - turtas) įsigyti suma, kurią asignavimų valdytojas turi teisę biudžetiniiais metais gauti iš valstybės biudžete arba savivaldybės biudžete sukauptų lėšų, pateikęs paraišką valstybės išdą valdančiai institucijai arba savivaldybės administracijai, patvirtintoms programoms finansuoti.“ (Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas, 1990). Asignavimai yra svarbūs tuo, kad jie užtikrina valstybės ir savivaldybės biudžetų funkcijų aprūpinimą piniginiiais ištekliais. Asignavimai yra reikalingi, kad būtų užtikrinta vietos savivalda bei funkcijos. Valstybės biudžetas „gali būti deficitinis, subalansuotas arba perteklinis.“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021):

- „Biudžeto deficitas yra skirtumas tarp biudžeto pajamų ir asignavimų, kai asignavimai viršija pajamas.
- Biudžeto perteklius yra skirtumas tarp biudžeto pajamų ir asignavimų, kai pajamos viršija asignavimus.“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).
- Subalansuotas biudžetas reiškia kad valstybė palaiko viduriuką ir biudžetas yra nei deficitinis nei perteklinis.

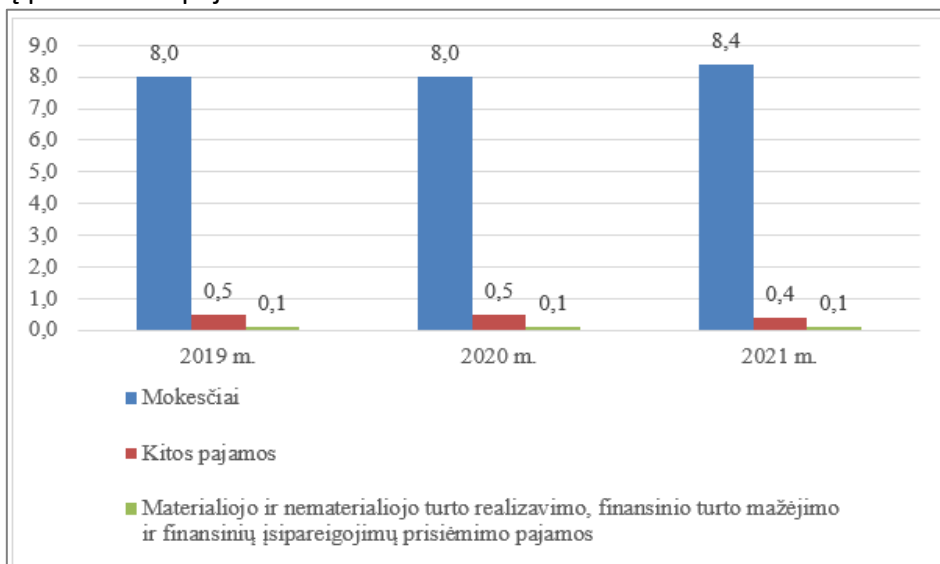
Taigi biudžetui reikia skirti labai didelį dėmesį jei biudžetas bus deficitinis, tada valstybė turės įsiskolinimų, kuriuos vėliau reikės padengti. Todėl valstybei yra geriausiai, kai yra subalansuotas biudžetas, nes jis „veikia šalies ekonomiką, socialinę gerovę ir net šalies tarptautinį statusą“ (Dzemydaitė ir Pupkutė, 2016)

„Lietuvoje virš 90 procentų valstybės bei savivaldybės biudžetų įplaukų sudaro mokesčių pajamos. Didžiausią nacionalinio biudžeto įplaukų dalį sudaro pridėtinės vertės mokestis, gyventojų pajamų mokestis, akcizai“ (Valstybinė mokesčių inspekcija, 2021). Valstybės biudžeto pajamų dalis yra skiriama švietimo, kultūros, mokslo, sveikatos apsaugos ir kitoms valdymo įstaigoms išlaikyti.

Apibendrinant galima teigti, kad biudžetas nuo senų laikų yra svarbiausias piniginių lėšų fondas. Biudžetas pirmą kartą buvo pradėtas rengti XVII a. Anglijos parlamente. Biudžetas turi atitikti tam tikrus principus: vieningumo, pelningumo, realumo, viešumo ir balanso. Biudžetui gali būti savivaldybės ir valstybės. Valstybės biudžeto mokestinės pajamos gaunamos iš mokesčių, gyventojų pajamų mokesčių, pridėtinės vertės mokesčių bei akcizų. Biudžetiniai asignavimai yra skiriami švietimo, krašto apsaugos, valstybės valdymo ir kitų funkcijų užtikrinimui.

Valstybės biudžeto pajamų ir asignavimų analizė

Valstybės biudžeto pajamų dinamika 2019 -2021 analizuojamam laikotarpiui yra pateikta 2 pav. Paveiksle yra pateikta daugiausiai pajamų suteikiančios grupės: mokesčiai, kitos pajamos bei materialiojo ir nematerialiojo turto realizavimo, finansinio turto sumažėjimo ir finansinių įsipareigojimų prisiėmimo pajamos.



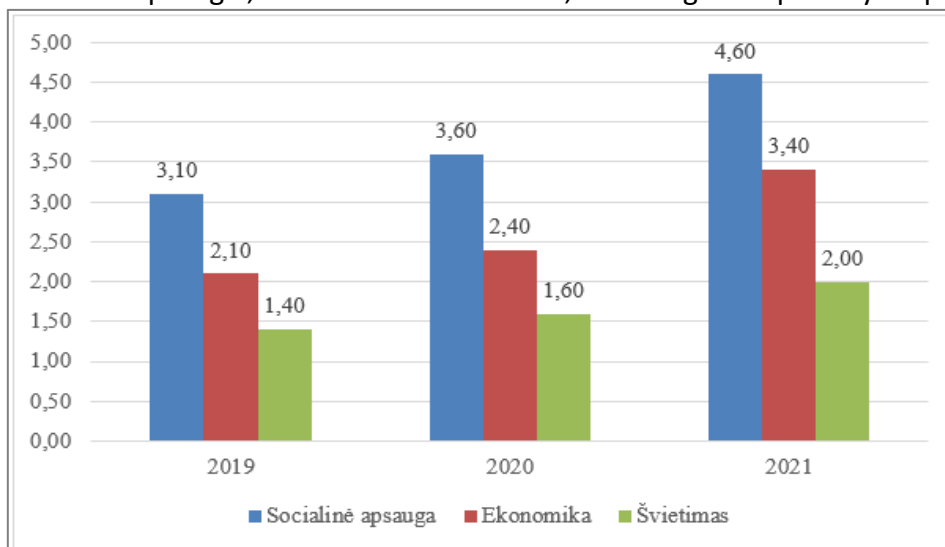
9 pav. Valstybės biudžeto pajamų dinamika 2019-2021 metais (mlrd. Eur)

Šaltinis: sudaryta autorės pagal

https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/4_2_%202021-03-01VB%20pajamu%20.pdf

Iš 2 pav. Galime teigti, kad su lig kiekvienais metais valstybės pajamos vis didėja. Iš 2021 metų galime teigti, kad mokesčiai sudaro apie 75% visų pajamų. Kitos pajamos sudaro apie 3,6 % visų pajamų, materialiojo ir nematerialiojo turto realizavimo, finansinio turto mažėjimo ir finansinių įsipareigojimų prisiėmimo pajamos sudaro mažiausią procentą visų pajamų apie – 0,9 %. Mokesčių pajamos, 2021 metus palyginus su 2019 metais, padidėjo 0,4 mlrd. Eur. Kitos pajamos, 2021 metus palyginus su 2019 metais, sumažėjo 0,1 mlrd. Eur.

Valstybė negali gauti vien pajamas, ji pataria ir išlaidas. Valstybė skiria pinigų daug kam: gynybai, viešajai tvarkai, visuomenės apsaugai, aplinkos apsaugai ir t.t. Bet daugiausiai valstybė pinigų skiria socialinei apsaugai, ekonomikai ir švietimui, kuriuos galime pamatyti 3 pav.



3 pav. Valstybės biudžeto asignavimų kaita 2019-2021 metais (mlrd. Eur)

Šaltinis: sudaryta autorės pagal

<https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/2021%20VB%20asign.pdf>

3 pav. galime pamatyti, kad tiek 2019 tiek 2020, tiek 2021 metais valstybė daugiausiai išlaidų skyrė socialinei apsaugai. 2021 metais socialinei apsaugai valstybė skyrė 29 % visų asignavimų. Ekonomikai skirtos išlaidos sudarė 21,5% visų asignavimų, o švietimui skirtos išlaidos sudarė 12,7 % visų asignavimų. Socialinės apsaugos asignavimai su lig kiekvienais metais vis didėjo. 2021 metais socialinei apsaugai valstybė skyrė 1,1 mlrd. Eur asignavimų daugiau nei 2020 metais. 2021 metus, socialinei apsaugai skirtas lėšas, palyginus su 2019 metais, asignavimai padidėjo 1,4 mlrd. Eur. Ekonomikai skirti asignavimai taip pat kiekvienais metais vis didėjo. 2021 metus palyginus su 2019 metais, asignavimai padidėjo 1,3 mlrd. Eur. Švietimui skirti asignavimai vis didėjo. 2021 metus, švietimui skirtos pinigų lėšas, palyginus su 2019 metais, asignavimai padidėjo 0,6 mlrd. Eur.

Apibendrinant galime teigti, valstybės pajamos 2019–2021 analizuojamam valstybė daugiausiai pajamų gavo iš mokesčių, kurios kiekvienais metais vis didėjo. Mokesčiai 2021 metais sudarė 75 % visų gautinų pajamų, kitos lėšos sudarė 3,6 %, materialiojo ir nematerialiojo turto realizavimo, finansinio turto mažėjimo ir finansinių įsipareigojimų prisiėmimo pajamos sudarė 0,9% visų pajamų. Valstybė daugiausiai asignavimų skiria socialinei apsaugai, ekonomikai ir švietimui. Socialinei apsaugai skirti asignavimai 2021 metais sudarė 29 % visų asignavimų, ekonomikai skirta 21,5 % ir švietimui - 12,7 % visų asignavimų. Socialinės apsaugos, ekonomikos bei švietimo asignavimai su lig kiekvienais metais vis didėjo.

Išvados

1. Biudžetas – valstybių ir savivaldybių pajamos bei išlaidos tam tikram laikotarpiui. Biudžetas pirmą kartą buvo pradėtas rengti XVII a. Anglijos parlamente. Biudžetas gali būti savivaldybės ir valstybės. Biudžetas gali būti deficitinis, nuo kurio gali prasidėti šalyje infliacija, perteklinis bei subalansuotas. Valstybė biudžetą gauna iš mokesčių, gyventojų pajamų mokesčių, pridėtinės vertės mokesčių bei akcizų. Iš biudžeto pajamų dalis yra skiriama švietimo, mokslo sveikatos ir kitoms įstaigoms išlaikyti bei krašto apsaugai.

2. Pagrindinės valstybės pajamas sudaro mokesčiai, kitos pajamos bei materialiojo ir nematerialiojo turto realizavimo, finansinio turto mažėjimo ir finansinių įsipareigojimų prisiėmimo pajamos. Mokesčiai sudaro 75 %, kitos pajamos sudaro 3,6%, materialiojo ir nematerialiojo turto realizavimo, finansinio turto mažėjimo ir finansinių įsipareigojimų prisiėmimo pajamos sudaro 0,9 % visų valstybės pajamų. 2021 metus palyginus su 2020 metais mokesčiai padidėjo 0,4 mlrd. Eur, tačiau kitos pajamos sumažėjo 0,1 mlrd. Eur. Valstybė daugiausiai skiria asignavimų socialinei apsaugai, ekonomikai bei švietimui. Socialinei apsaugai skirti asignavimai kiekvienais metais vis didėjo. 2021 metus palyginus su 2020 metais socialinei apsaugai skirti asignavimai padidėjo 1,1 mlrd. Eur, o tai yra 27,6 %. Ekonomikai skirti asignavimai, 2021 metus palyginus su 2020 metais, padidėjo 1,1 mlrd. Eur, o tai yra 40,1 %. Švietimui skirti asignavimai, 2021 metus palyginus su 2020 metais, padidėjo 24,2 %.

Literatūra

1. Dzemydaitė, G. ir Pupkutė, A. (2016) *Valstybės biudžeto formavimo principų įgyvendinimas: teisiniai ir ekonominiai aspektai*. Prieiga per internetą <file:///C:/Users/Audruoni/AppData/Local/Temp/4655-10350-1-SM.pdf>
2. Jonuškienė, Ž., Meidūnas, V. ir Puzinauskas, P. (2022) Visuotinė Lietuvių enciklopedija. *Biudžetas*. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/straipsnis/biudzetas/>
3. Lietuvos finansų ministerija. (2021) *Biudžetas*. Prieiga per internetą: <https://finmin.lrv.lt/veiklos-sritys/biudzetas/patvirtintas-biudzetas>
4. Lietuvos respublikos biudžeto sandaros įstatymas. (1990) *1 skirsnis. Bendrosios nuostatos 2straipsnis*. Prieiga per internetą: https://e-seimas.lrs.lt/rs/actualaedition/TAIS.428/WgHfdEOEAG/format/ISO_PDF/

5. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (2022) *Valstybės biudžeto asignavimų struktūra*. Prieiga per internetą: <https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/2021%20VB%20assign.pdf>
6. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (2022) *Valstybės biudžeto pajamų struktūra*. Prieiga per internetą: https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/4_2_%202021-03-01VB%20pajamu%20.pdf
7. Valstybinė mokesčių inspekcija. (2021) *Biudžeto pajamos*. Prieiga per internetą: <https://www.vmi.lt/evmi/biudzeto-pajamos>

ANALYSIS OF LITHUANIAN BUDGET REVENUE AND APROPRIATIONS FOR 2019-2020

Summary

There are ministries in the countries that are responsible for certain activities. The Ministry of Finance is responsible for public finances. Finance is a very broad concept that includes the word budget. The budget is the largest public money fund. The budget is the amount of income and expenses for a certain period. The country receives revenue for the budget from value added tax, personal income tax and excise duties. Appropriations are expenditure on fixed and current assets. Thanks to appropriations young people can study in state-funded educational institutions, also, allocated funds for social security, etc.

MOKESTIS UŽ APLINKOS TERŠIMĄ, JO SURINKIMO ĮVERTINIMAS 2019 – 2021 m.

Aistė Ambrozaitytė
Mokslinė vadovė – lekt. Laima Šapalienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Šiuolaikinėje Lietuvoje mokesčiai taikomi ne tik valstybės ištekliams didinti jos funkcijų vykdymui, tačiau ir siekiant neteršti aplinkos. Šie mokesčiai sudaro aplinkosauginių mokesčių grupę ir svarbiausias iš jų – mokestis už aplinkos teršimą. Europos Sąjungoje, siekiant gerinti aplinkosaugos aplinką, yra priimtos Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 94/62/EB „Dėl pakuočių ir pakuočių atliekų“ ir 2006/66/EB „Dėl baterijų ir akumuliatorių bei baterijų ir akumuliatorių atliekų“. Keičiantis suvokimui apie aplinkosaugą, šie mokesčiai vaidina vis svarbesnį vaidmenį, nes, neteršiant aplinkos, jie nėra mokami. Lietuvos valstybė stengiasi kuo labiau atsižvelgti į aplinkosaugos reikalavimus, net jei į nacionalinį biudžetą yra surenkamos mažesnės piniginės lėšos.

Straipsnio tikslas – išnagrinėjus mokesčio už aplinkos teršimą elementus, įvertinti mokesčio surinkimo kaitą 2019 – 2021 metais.

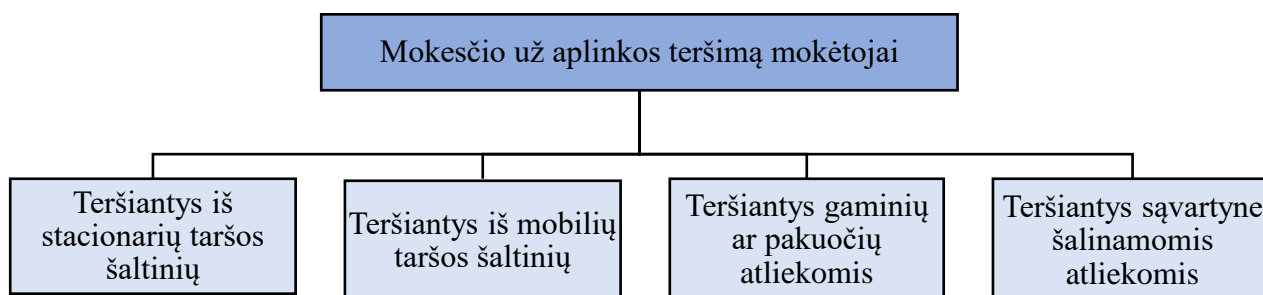
Straipsnio uždaviniai:

1. Išnagrinėti mokesčio už aplinkos teršimą teorinius aspektus.
2. Išanalizuoti mokesčio už aplinkos teršimą surinkimo duomenis.

Mokesčio už aplinkos teršimą elementai

Mokestis už aplinkos teršimą pradėtas taikyti nuo 1999 m. gegužės 13 d., priėmus Mokesčio už aplinkos teršimą įstatymą. Jo paskirtis – „ekonominėmis priemonėmis siekti mažinti aplinkos teršimą, riboti aplinką teršiančių medžiagų gamybą ir pardavimą, skatinti naudoti naujas, aplinką tausojančias technologijas, remti tvarią ekonomikos plėtrą, vykdyti atliekų prevenciją ir tvarkymą, skatinti gaminių daugkartinį naudojimą, užtikrinti, kad nebūtų viršyti nustatyti teršalų išmetimo į aplinką normatyvai, taip pat sudaryti sąlygas iš mokesčio už aplinkos teršimą kaupti lėšas aplinkos apsaugos priemonėms įgyvendinti“ (Lietuvos Respublikos mokesčio už aplinkos teršimą įstatymas, 1999).

Mokesčio už aplinkos teršimą mokėtojai yra Lietuvos juridiniai ar fiziniai asmenys, teršiantys aplinką iš minėtame įstatyme nurodytų šaltinių (1 paveikslas).



1 pav. Mokesčio už aplinkos teršimą mokėtojai

Mokesčio už aplinkos teršimą objektai yra į aplinką išmetami žmogų bei aplinką neigiamai veikiantys teršalai (kai teršiama iš stacionarių ir mobilių taršos šaltinių), apmokestinamieji gaminiai,

pakuotės atliekos, oro transporto priemonių sukelti kilimo bei tūpimo ciklai ir sąvartynuose šalinamos atliekos.

Pakuotės atliekų apskaitą privaloma tvarkyti taip, kaip yra numatyta Lietuvos Respublikos aplinkos ministro 2016 m. gegužės 30 d. įsakymu Nr. D1-397 patvirtintos Pakuočių ir pakuočių atliekų taisyklėse, kurios yra parengtos įgyvendinant Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 94/62/EB dėl pakuočių ir pakuočių atliekų. Šių taisyklių dvidešimt trečias punktas nurodo:

„Neatsižvelgiant į Lietuvos rinkai tiekiamą pakuočių kiekį, visi gamintojai ir importuotojai turi vykdyti visų gaminių pripildytų pakuočių apskaitą, visi pakuočių gamintojai – visų tuščių pakuočių apskaitą, užstato už vienkartinės pakuotės sistemos administratoriai – vienkartinių pakuočių, kurioms taikoma užstato už vienkartinės pakuotės sistema, ir jų atliekų apskaitą, užstato už daugkartinės pakuotės sistemos administratoriai – daugkartinių pakuočių, kurioms taikoma užstato už daugkartinės pakuotės sistema, apskaitą“[1].

Nuo 2018 metų liepos 1 d. Lietuvoje pradėjo veikti Vieninga gaminių, pakuočių ir atliekų apskaitos informacinė sistema (toliau GPAIS). Joje pradėta vykdyti pakuočių apskaita, pildant jų ataskaitas – ne rečiau kaip kartą per ketvirtį užpildomas ketvirčio pakuočių apskaitos žurnalas. Pasibaigus kalendoriniam ketvirčiui ne vėliau kaip per 30 kalendorinių dienų privaloma suformuoti ir patvirtinti pakuočių apskaitos suvestinę. Už suvestinės nepatvirtinimą nustatytu laiku administracine tvarka atsako už pakuočių apskaitą atsakingas asmuo. Metinės ataskaitos GPAIS formuojamos iš patvirtintų keturių ketvirčių suvestinių. Metinę ataskaitą privaloma suformuoti per 30 kalendorinių dienų, kalendoriniams metams pasibaigus, ir ne vėliau kaip per 50 kalendorinių dienų, kalendoriniams metams pasibaigus, metinę ataskaitą pateikti vertinimui Aplinkos apsaugos agentūrai. Aplinkos apsaugos agentūra iki balandžio 1 d. tikrina ir vertina pateiktų duomenų teisingumą.

Mokesčio už aplinkos teršimą tarifai ir lengvatų taikymas

Mokestis už aplinkos teršimą yra apskaičiuojamas mokesčio bazei taikant įstatyme numatytus tarifus (Eur/t), kurie yra nurodomi minėto įstatymo priedėliuose. Pastaruoju metu yra ypač padidinti mokesčio už aplinkos teršimą pakuotės atliekomis tarifai (1 lentelė).

1 lentelė. Pakuotės mokesčio tarifai

Pakuotės rūšis	Pakuotės tarifas, Eur/t	Pakuotės tarifas, Eur/t	Perdirbamos vienkartinės ir daugkartinės pakuotės ir pakuotės tarifas, Eur/t	Neperdirbamos vienkartinės pakuotės tarifas, Eur/t
	2015 – 2020 m.	2021 m.	2022 m.	
Stiklinė pakuotė	57	225	279	395
Plastikinė pakuotė	521	618	618	875
Kombinuota pakuotė	579	900	900	1200
Metalinė (įskaitant aliuminę) pakuotė	753 186 (nuo 2019 m.)	186	186	263
Popierinė ir kartoninė pakuotė	28	125	133	188
Medinė pakuotė	57	159	189	225
Kita pakuotė	57	299	299	423

2015 – 2021 m. pakuočių atliekoms tarifai nebuvo skirstomi, tačiau nuo 2022 m. jie yra išskirstomi į: daugkartinės pakuotės ir perdirbamosios vienkartinės pakuotės tarifą ir neperdirbamosios vienkartinės pakuotės tarifą. Nuo 2015 m., lyginant su 2022 m., tarifas, taikomas stiklinei, popierinei ir kartoninei pakuotei, padidėjo apie 5 kartus. Likusioms pakuotės rūšims (nurodytoms lentelėje) tarifas taip pat padidėjo, tačiau ne taip stipriai. Labiausiai per septynerius metus padidėjo tarifas, taikomas stiklinei ir kitai pakuotei.

Mokesčio už aplinkos teršimą sąvartynuose šalinamomis atliekomis tarifai nurodomi ne tik šiems metams, bet taip pat ir ateinantiems metams (2 lentelė).

2 lentelė. Mokesčio už aplinkos teršimą sąvartynuose šalinamomis atliekomis tarifai
2021 – 2024 m.

Atliekų rūšis	Tarifas, Eur/t			
	2021 m.	2022 m.	2023 m.	2024 m.
1. Nepavojingos atliekos, išskyrus asbesto atliekas	10	15	20	25
2. Asbesto atliekos	10	10	10	10
3. Inertinių (betonas, plytos ir kt.) atliekos	30,41	30,41	30,41	30,41
4. Pavojingos atliekos	50	50	50	50

Tarifai už sąvartynuose šalinamas nepavojingas atliekas kiekvienais metais didėja ir 2024 m. tarifas bus padidėjęs 15 eurų vienai tonai, lyginant su 2021 m. Nuo 2021 m. iki 2022 m. tarifas už sąvartynuose šalinamas nepavojingas atliekas padidėjo 5 eurai vienai tonai. Asbesto atliekoms, inertinėms bei pavojingoms atliekoms, šalinamoms sąvartynuose, tarifas nekis iki 2024 m.

Mokesčio lengvata – tai mokesčių mokėtojui mokesčio įstatymo nustatytos išskirtinės mokėjimo sąlygos, kurios yra palankesnės (Mokesčių administravimo įstatymas, 2022). Dauguma lengvatų atsirado, kai valstybė pradėjo vykdyti socialinę ekonominę politiką, todėl lengvatos kinta priklausomai nuo šios politikos pokyčių.

Mokesčio lengvatos už teršimą iš stacionarių taršos šaltinių suteikiamos mokesčio mokėtojams, kurie įgyvendina aplinkos apsaugos priemones, mažinančias aplinkos teršimą iš stacionarių taršos šaltinių ne mažiau kaip 5 proc. nuo didžiausios leidžiamos taršos normos. Ši lengvata galioja ne ilgiau kaip tris metus nuo aplinkos apsaugos priemonės įgyvendinimo pradžios. Lengvata taikoma ir tiems mokėtojams, kurie dokumentų pagalba įrodo, jog degino biokurą.

Lengvatos už mokestį už aplinkos teršimą iš mobilių taršos šaltinių yra taikomos:

1. Mokesčio mokėtojams, teršiantiems kelių transporto priemonėmis (M1 ir N1 kategorijos), kurios yra varomos benzinu ar dujomis ir yra pirmą kartą registruotos ne anksčiau kaip prieš keturis metus. Taip pat teršiantiems transporto priemonėmis (M2, M3, N2, N3 kategorijos), kurios pirmą kartą registruotos ne seniau kaip prieš tris metus.

2. Mokesčio mokėtojams, teršiantiems iš transporto priemonių, kurios naudoja standartus atitinkančius biodegalus (biodizelinas ir sintetinis dyzelinas, kurie atitinka standartus).

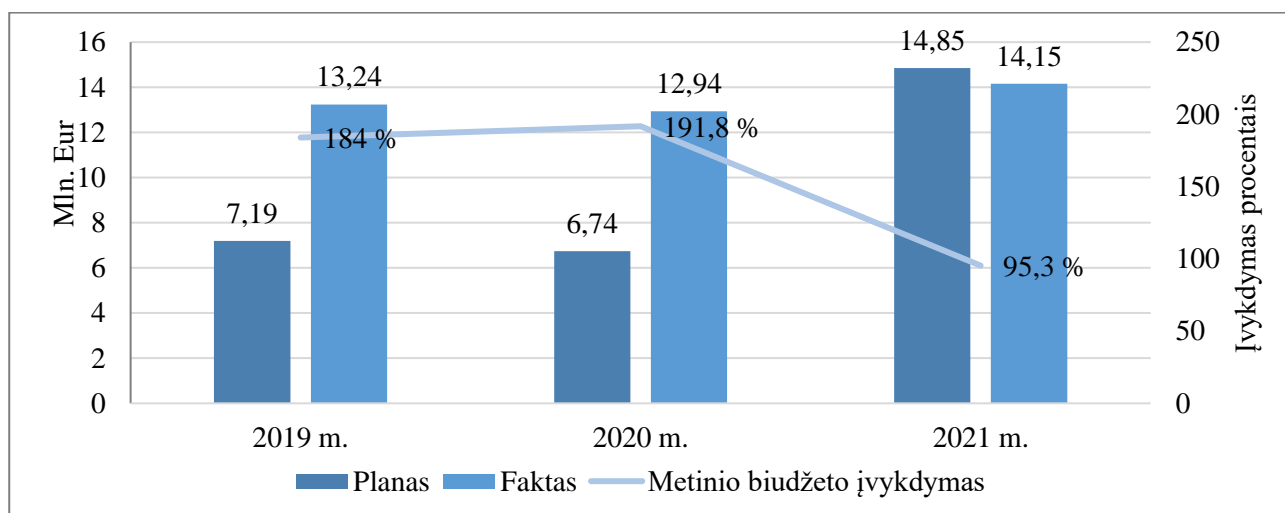
Mokesčio mokėtojai, kurie teršia aplinką vienkartinių pakuočių atliekomis yra atleidžiami nuo mokesčio jei per mokestinį laikotarpį vidaus rinkai tiekė ne daugiau kaip 500 kilogramų pripildytų vienkartinių pakuočių, kurioms netaikomas užstatas. Taip pat nuo mokesčio atleidžiamos tos įmonės, kurios įvykdo Lietuvos Respublikos Vyriausybės tvirtinamas pakuotės perdirbimo užduotis (per metus surenka ir perdirba/panaudoja ne mažiau kaip 60 proc. pakuočių atliekų), tačiau neįvykdžius užduočių įmonės moka proporcingą dalį. Lengvatos už teršimą sąvartyne šalinamomis atliekomis yra suteikiamos sąvartynų operatoriams, kurie sąvartyne šalina fosfogipso atliekas ar pavojingas atliekas, kurios susidarė po pavojingų atliekų deginimo. Taip pat jeigu sąvartyne buvo šalinamos atliekos iš cheminių atliekoms užterštų teritorijų.

Mokesčio už aplinkos teršimą mokestinis laikotarpis yra kalendoriniai metai. Šis terminas netaikomas teršiantiems iš žemės ūkio veiklai naudojamų ir ne keliais judančių mechanizmų.

Mokesčio deklaracijos (formos FR0521 - FR0525) turi būti pateiktos Valstybinei mokesčių inspekcijai prie Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos ir mokestis sumokėtas iki kitų kalendorinių metų vasario 15 dienos (Valstybinė mokesčių inspekcija, 2022). Mokestis, kai teršiama iš žemės ūkio veiklai naudojamų, ne keliais judančių mechanizmų, sumokamas prieš registruojant tokius mechanizmus Valstybinėje įmonėje „Regitra“.

Aplinkosauginių mokesčių surinkimo dinamika

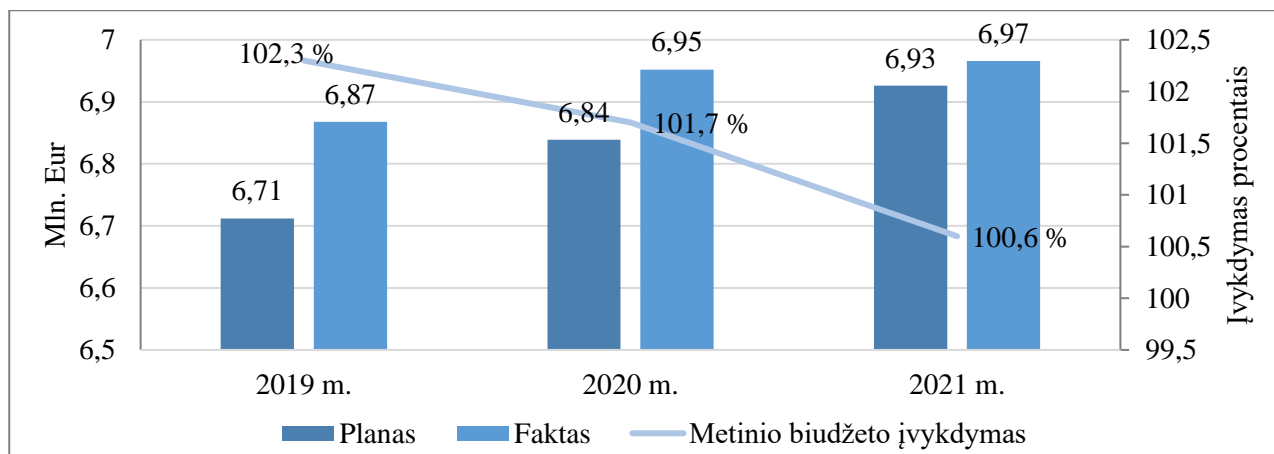
Surinktos mokesčio už aplinkos teršimą sumos yra paskirstomos į valstybės ir savivaldybių biudžetus ir naudojamos pagal tikslinę paskirtį. Į valstybės biudžetą patenka 30 proc. surinkto mokesčio sumos ir šios lėšos naudojamos Lietuvos aplinkos apsaugos investicijų fondo programos lėšoms administruoti. Likusi mokesčio dalis (70 proc.) paskirstoma į savivaldybių biudžetus ir naudojama Savivaldybių aplinkos apsaugos rėmimo specialiojoje programoje numatytoms priemonėms finansuoti. Kiekvieniems metams Lietuvos Respublikos Seime yra tvirtinami mokesčių surinkimo planai, o kalendorinimas metams pasibaigus yra analizuojami surinktų mokesčių duomenys, ne išimtis ir mokesčio už aplinkos teršimą surinktų lėšų vertinimas (2 paveikslas).



2 pav. Mokesčio už aplinkos teršimą pajamų plano įvykdymas valstybės biudžete 2019 – 2021 m. Sudaryta autorės pagal: Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021.

2019 m. mokesčio surinkimo planas viršytas 84 proc. punktais, faktiškai surinkta 6,05 mln. eurų daugiau nei planuota. 2020 m. metinis planas viršytas 91,8 procentiniais punktais, faktiškai surinkta 6,2 mln. eurų daugiau nei planuota. 2021 m. mokesčio surinkimo planas buvo neįvykdytas 4,7 proc. punktais, surinkta 0,7 mln. eurų mažiau nei buvo planuota.

Mokesčio už aplinkos teršimą surinkimo planas į savivaldybių biudžetus visais analizuojamais metais buvo viršytas (3 paveikslas).



3 pav. Mokesčio už aplinkos teršimą plano įvykdymas savivaldybių biudžetuose 2019 – 2021 m. Sudaryta autorės pagal: Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021.

2019 m. mokesčio surinkimo planas viršytas 2,3 proc. punktais, faktiškai surinkta 0,16 mln. eurų daugiau nei buvo planuota surinkti. 2020 m. metinis savivaldybių biudžeto įvykdymas 101,7 proc., surinkta 0,11 mln. eurų daugiau nei planuota. 2021 m. planas viršytas 0,6 proc. punktais, tais metais faktiškai surinkta 0,04 mln. eurų daugiau nei planuota.

Pagal Lietuvos aplinkos apsaugos investicijų fondo programas, surinktos lėšos iš mokesčio už aplinkos teršimą yra skiriamos finansuoti trims pagrindinėms projektų rūšims: oro apsaugos, vandens apsaugos ir atliekų mažinimo projektams. Oro apsaugos projektus sudaro: rekuperatorių ir oro valymo įrenginių įdiegimas, dūmų surinkimo sistemų įrengimas, šilumos energijos taupymo projektas, utilizavimo įrenginių įsigijimas. Vandens apsaugos projektus sudaro plovimo proceso modernizavimai bei nuotekų tvarkymo įrenginių diegimas. Projektus, skirtus atliekomis mažinti sudaro atliekų perdirbimo įrenginių diegimas. Surinktos lėšos pagal Lietuvos Respublikos savivaldybių aplinkos apsaugos rėmimo specialiąsias programas naudojamos: atliekų tvarkymui bei visuomenės švietimui aplinkosaugos klausimais; žemės sklypų, kuriuose medžioti leidžiama, rėmimui; viešųjų želdynų kūrimui bei jų apsaugai ir priežiūrai. Viršijant mokesčio surinkimo planus galima finansuoti vis daugiau įvairesnių programų ir dėl to gerėja aplinkosauginė aplinka Lietuvoje.

Išvados ir siūlymas

1. Mokesčio už aplinkos teršimą įstatymas priimtas, siekiant mažinti teršimą bei neigiamą poveikį aplinkai ir žmogui. Mokestį už aplinkos teršimą moka asmenys, teršiantys aplinką teršalais, kurie išmetami į aplinką ar pateikiami vidaus rinkai. Mokestis skaičiuojamas nuo sunaudotų degalų, įstatyme nurodytų gaminių, pakuočių atliekų, atliekų, patenkančių į sąvartyną, kiekio. Mokesčio už aplinkos teršimą tarifų dydis yra skirtingas kiekvienai apmokestinamojo objekto rūšiai. Mokesčio už aplinkos teršimą įstatyme yra numatytos lengvatės, kurios mažina mokestinę prievolę ir skatina neteršti aplinkos. Mokesčio už aplinkos teršimą deklaracijos yra pateikiamos įstatyme nustatytais terminais, mokestis sumokamas į Valstybinės mokesčių inspekcijos atsiskaitomąją sąskaitą ir paskirstomas į valstybės ir savivaldybių biudžetus.

2. 2019 – 2021 m. valstybės biudžeto surinkimo planas vidutiniškai buvo viršytas 157,03 proc., savivaldybių biudžetų – 101,53 proc. Lėšos, surinktos iš mokesčio už aplinkos teršimą, naudojamos numatytiems aplinkos apsaugos priemonėms bei projektams finansuoti pagal Lietuvos aplinkos apsaugos investicijų fondo ir savivaldybių specialiąsias programas.

3. Viešinti informaciją apie surinktų mokesčio už aplinkos teršimą lėšų panaudojimą.

Literatūra

1. Lietuvos Respublikos aplinkos ministerija. Aplinkosauginiai mokesčiai. Prieiga per internetą: <https://am.lrv.lt/lt/veiklos-sritys-1/aplinkosauginiai-mokesčiai>
2. Lietuvos Respublikos aplinkos ministerijos aplinkos projektų valdymo agentūra. Lietuvos aplinkos apsaugos investicijų fondo programa. Prieiga per internetą: <https://www.apva.lt/nacionalines-investicijos/lietuvos-aplinkos-apsaugos-investiciju-fondo-programa/apie-programa/>
3. Lietuvos Respublikos aplinkos ministro 2016 m. gegužės 30 d. įsakymas Nr. D1-397 „Dėl pakuočių ir pakuočių atliekų tvarkymo taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/bd095e10266c11e6a222b0cd86c2adfc>
4. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. 2019 m. valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų konsoliduotos visumos pajamų surinkimo duomenys. Prieiga per internetą: https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/LT_ver/Aktual%C5%ABs_valstyb%C4%97s_finans%C5%B3_duomenys/2019_metai_LT.pdf
5. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. 2020 metų valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų konsoliduotos visumos pajamų surinkimo duomenys. Prieiga per internetą: https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/LT_ver/Aktual%C5%ABs_valstyb%C4%97s_finans%C5%B3_duomenys/2020%20metai_LT_.pdf
6. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. 2021 m. valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų konsoliduotos visumos pajamų surinkimo duomenys. Prieiga per internetą: https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/LT_ver/Aktual%C5%ABs_valstyb%C4%97s_finans%C5%B3_duomenys/2021%20metai_LT_.pdf
7. Lietuvos Respublikos mokesčių administravimo įstatymas 2004 m. balandžio 13 d. Nr. IX-2112. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.231855/asr>
8. Lietuvos Respublikos mokesčio už aplinkos teršimą įstatymas 1999 m. gegužės 13 d. Nr. VIII-1183. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.80721/asr>
9. Valstybinė mokesčių inspekcija. *Mokestis už aplinkos teršimą*. Prieiga per internetą: <https://www.vmi.lt/evmi/mokestis-uz-aplinkos-tersima1>

TAX ON ENVIRONMENTAL POLLUTION, EVALUATION OF ITS COLLECTION

Summary

In the article it is discussed about one of the economic instruments for the reduction of pollution – tax on environmental pollution in Lithuania and how much of fiscal significance it has. In Lithuania the law states that pollution taxes has to be payed by the people who pollute the environment by emitting the pollutants into atmosphere. The environmental pollution tax has benefits, that reduces tax liability and encourages to save environment by polluting less. Tax returns are filed by the law correctly. The pollution taxes that are payed are allocated to state municipalities. In 2019 – 2020 contries budget collection plan has been exceeded on average by 157,03 percent, municipal budget exceeded on average 101,53 percent. Collected tax funds are accumulated and used to finance the Lithuania environmental investment funds and also for other programs in municipalities.

VALSTYBĖS SKOLA IR JOS VALDYMAS 2018-2021 M.

Evelina Urbanovič

Mokslinė vadovė – lekt. O. Buckiūnienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Ivadas

Valstybė – tai tam tikra politinė organizacija, turinti savo tautą, tradicijas, himną, liaudiškus šokius bei pinigus. Pinigai valstybėje yra viena svarbiausių priemonių, kuri padeda plėsti šalies ekonomikai.

Pagrindinės vyriausybės pajamos gaunamos iš mokesčių, tačiau iš tikrųjų yra daug būdų, kaip vyriausybė gali uždirbti daugiau pinigų, kad paskatintų ekonomikos augimą arba pagerintų šalies gerovę. Pavyzdžiui vyriausybė gali sukurti daugiau pinigų, juos spausdindama. Į apyvartą išleistas didelis kiekis grynųjų padeda vystyti ekonomikai, bet tuo pačiu, sukelia ir infliaciją. Jei vyriausybės išlaidos viršija pajamas, susidaro deficitas, kurį galima finansuoti skolinantis pinigus vidaus ir užsienio rinkose. Ši paskola vadinama „Valstybės skola“.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti valstybės skolos pokyčius ir priežastis už 2018-2021 metus.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibrėžti skolą ir jos valdymo teorinius aspektus.
2. Palyginti 2018-2021 metų valstybės skolą.

Skolos esmė, jos kilmė ir valdymas

Pagal Lietuvos Respublikos finansų ministerija „Valstybės skola – tai valdžios sektoriui priskirtų subjektų, turinčių teisę skolintis, prisiimtų, bet dar neįvykdytų įsipareigojimų grąžinti kreditoriams lėšas, pasiskolintas išplatintus Vyriausybės vertybinius popierius, pasirašius paskolų sutartis, lizingo (finansinės nuomos) sutartis ir kitus įsipareigojamuosius skolos dokumentus, konsoliduota suma.“

Lietuvos Respublikos valstybės skolos įstatymas (2022) teigia, kad valstybės skola tai „Lietuvos Respublikos vidaus ir užsienio skolos suma.“

„Vidaus skola – valstybės centrinės ir vietos valdžios subjektų iš vidaus kreditorių (šalies rezidentų) pasiskolintų ir negrąžintų lėšų, t. p. už jas nesumokėtų palūkanų konsoliduota suma. Vidaus skolą, kitaip nei užsienio skola, daugiausia sudaro įsipareigojimai nacionaline valiuta.“ (Mačiekus, 2014).

„Pagal skolinimosi būdus vidaus skolą sudaro valstybės ir savivaldybių gautos paskolos, įsipareigojimai pagal išleistus vyriausybės vertybinius popierius (valstybės obligacijas, išdo vekselius, taupymo lakštus), savivaldybių obligacijas, suteiktas valstybės garantijas, šalies fizinių ir juridinių asmenų indėliai valstybiniuose bankuose. Vyriausybė daugiausia skolinasi platindama aukcionuose ir parduodama gyventojams vyriausybės vertybinius popierius, savivaldybės – imdamos paskolas iš bankų.“ (Mačiekus, 2014).

Užsienio skola arba tarptautinė skola – „šalies rezidentų nepadengtų įsiskolinimų užsienio kreditoriams ir už juos nesumokėtų palūkanų konsoliduota suma.“ (Mačiekus, 2013).

Pagal Silva (2020) užsienio skola gali finansuoti valstybės investicijas, tačiau didelė viešojo sektoriaus užsienio skola lemia aukštą mokėjimų užsienio institucijoms lygį ir pirminių pajamų sąskaitos sumažėjimą.

Taip pat Mačiekus (2013) teigia, kad skolintis iš užsienio kreditorių – užsienio valstybių, tarptautinių finansinių organizacijų, užsienio komercinių bankų, kitų fizinių ir juridinių asmenų – gali šalies vyriausybė, savivaldybės, bankai, fondai ir kitos finansų įstaigos, didelės bendrovės, kartais ir fiziniai asmenys. Valdžios sektoriaus užsienio skola kartu su jo vidaus skola sudaro valstybės skolą.

„Skolinamasi užsienyje dažniausiai išleidžiant valstybės obligacijas ir kitus vyriausybės skolos vertybinius popierius, t. p. pasirašant paskolų, lizingo sutartis ir kitus įsipareigojamuosius skolos dokumentus. Įsipareigojimai užsienio kreditoriams gali būti išreikšti užsienio valiuta, prekėmis ar paslaugomis.“ (Mačiekus, 2013).

Pagal Adeleke ir Osayomi (2022) dėl infliacijos valstybės skola gali arba padidėti arba mažėti, priklausomai nuo skolos valiutos. Teoriškai didesnė infliacija sumažina valstybės skolą tol, kol skola bus išreikšta vidaus valiuta, o esant žemai infliacijai, valstybės skola bus didesnė, jei skola bus išreikšta užsienio valiuta.

„Valstybė skolinasi dėl trijų pagrindinių priežasčių: biudžeto deficitui padengti, ankstesnėms skoloms refinansuoti ar grąžinti, skolintas lėšas perskolinti valstybinėms institucijoms ir valstybės įmonėms. Tinkamai suderinus valstybės užsienio skolos mastą su BVP ir eksporto didinimo galimybėmis skatinamas ekonominis augimas.“ (Mačiekus, 2013).

Pagrindiniai tikslai, dėl kurių valstybė skolinasi: biudžeto deficitui finansuoti; valstybės investicijoms finansuoti ir įmonių apyvartinėms lėšoms papildyti; išlaidoms, susijusioms su valstybės skola, apmokėti ir valstybės skolai dengti; kitiems tikslams, kai yra atskiras Lietuvos Respublikos įstatymas. (Lietuvos Respublikos valstybės skolos įstatymas, 2022)

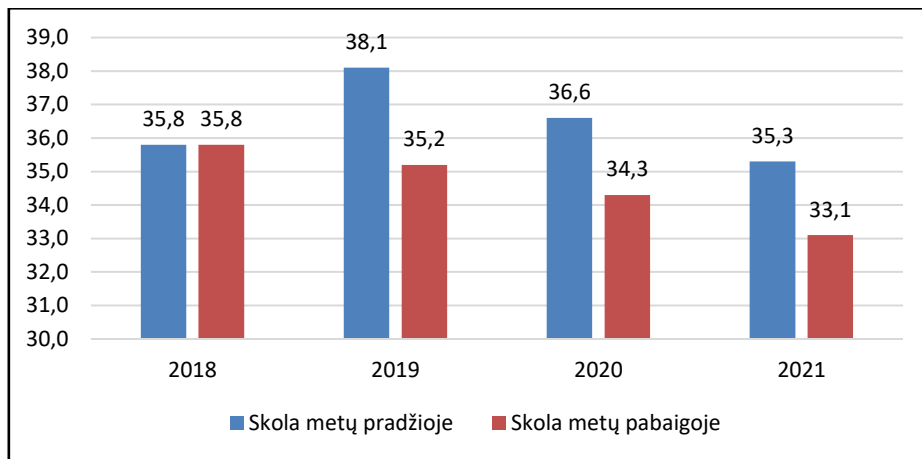
Vyriausybės vertybiniai popieriai (VVP) yra pagrindinė valstybės skolinimosi priemonė. Tai vidaus ar užsienio rinkose valstybės vardu išleidžiami vertybiniai skolos popieriai, patvirtinantys jų turėtojo teisę numatytais terminais gauti jų nominalią vertę atitinkančią sumą, palūkanas ar kitą ekvivalentą. VVP galima įsigyti kai juos pagal tam tikrą tvarkaraštį platina Lietuvos bankas arba antrinėje rinkoje. Norintys investuoti į Vyriausybės vertybinius popierius turi kreiptis į komercinių bankų finansų maklerių padalinius arba į bet kurią atitinkamas paslaugas teikiančią finansų maklerio įmonę. (LR finansų ministerija)

Apibendrinant galima teigti, kad valstybės skola tai valdžios sektoriui priskirtų subjektų, turinčių teisę skolintis, pasirašius paskolų sutartis, lizingo sutartis ir kitus įsipareigojamuosius skolos dokumentus, konsoliduota suma. Pagal kreditoriaus kilmę valstybės skola gali būti vidaus ir užsienio. Vidaus skola tai valstybės centrinės ir vietos valdžios subjektų iš vidaus kreditorių pasiskolintų ir negrąžintų lėšų, t. p. už jas nesumokėtų palūkanų konsoliduota suma, o užsienio skola tai šalies rezidentų nepadengtų įsiskolinimų užsienio kreditoriams ir už juos nesumokėtų palūkanų konsoliduota suma. Pagrindiniai tikslai, dėl kurių valstybė skolinasi: biudžeto deficitui finansuoti, pinigų srautams subalansuoti, ankstesnėms skoloms grąžinti.

Valstybės skolos analizė 2018-2021 m.

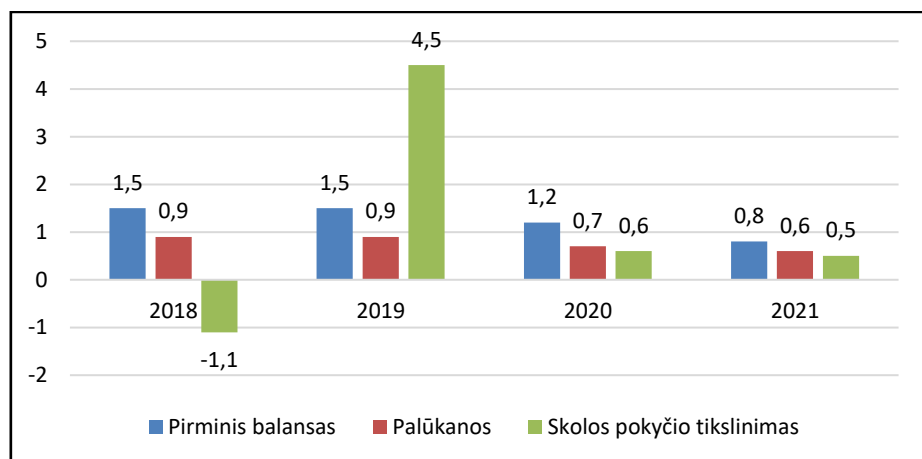
Siekiant didinti šalies makroekonominį stabilumą ir ekonomikos plėtrą valstybė nustato efektyvią skolinimosi ir skolos valdymo politikos kūrimą ir valdymo principus. Vyriausybės visų metų skolinimosi ir skolos valdymo tikslas – „vidutiniu laikotarpiu užtikrinti Lietuvos Respublikos įstatymuose nustatytą valstybės išlaidų finansavimą ir priimtų skolinių įsipareigojimų vykdymą skolintomis lėšomis kuo mažesnėmis sąnaudomis ir priimtina rizika.“ (LR finansų ministerija, 2018).

Pagal LR finansų ministerija (2018) 2018–2021 metų valstybės sektoriaus skolos projekcija, buvo sudaryta vykdant Vyriausybės skolinimosi ir skolos valdymo politiką. Taip pat buvo numatyta skolintis siekiant mažiausių mokėtinų rizikos priedų, taip užtikrinant kitų skolinimosi ir skolos valdymo uždavinių įgyvendinimą. Iškeltas vyriausybės tikslas siekti priimtinos palūkanų normų kitimo, perfinansavimo ir valiutų kursų pokyčių rizikos, laikantis nustatytų ir tarptautinę praktiką atitinkančių rizikos limitų, ir užtikrinti kredito, veiklos ir likvidumo rizikos valdymą. Valstybės skola kiekvienų metų pradžioje labai kito, tačiau taip pat kiekvienų metų pabaigoje buvo bandoma skolą sumažinti.



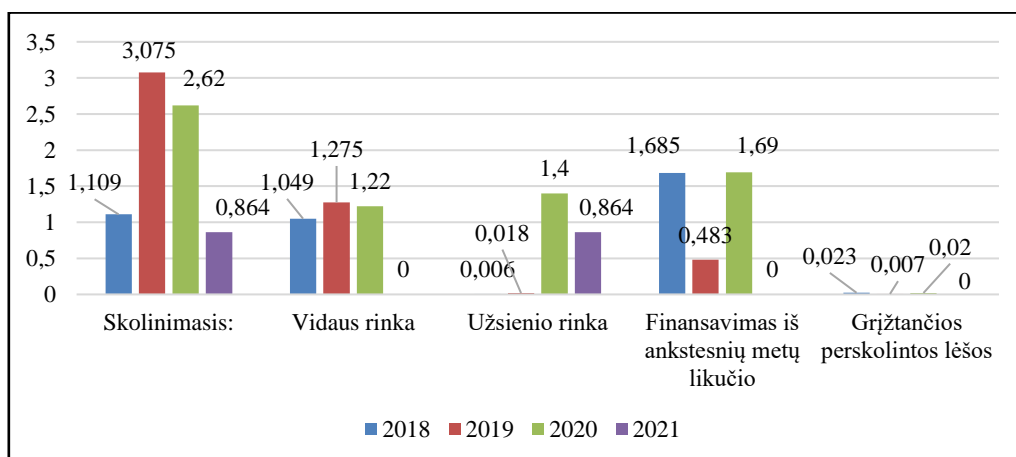
1 pav. Valstybės statistinė skola metų pradžioje ir pabaigoje (proc.)

Analizuojant visus keturis metus pastebima, kad valstybės skola iki 2021 metų sumažėjo 2,7 procentais. Skolos mažėjimas daro teigiama įtaką valstybės skolinimuisi. Valstybės skola ir toliau mažės, jeigu kils infliacija. Tai pasiekti BVP vardiklis ir ekonomika turėtų augti. (žr. 1 pav.)



2 pav. Valstybės skolą lemiančių veiksnių dinamika (proc.)

Analizuojant valstybės skolą lemiančių veiksnių dinamiką pastebima, kad nuo 2019 metų pirminis balansas mažėjo. Šiam rodikliui neturi įtakos palūkanų išlaidų mažėjimas, todėl jis yra svarbus kaip fiksalinės politikos diskrecinių sprendimų kriterijus. Palūkanos taip pat nuo 2019 metų mažėjo, jos sudarė 0,9 procento ir 2021 metais sumažėjo 0,3 procentais. (žr. 2 pav.)



3 pav. Finansavimo dinamika 2018-2021 m. (mlrd. Eur)

Palyginant visus tris metus dauguma rodiklių augo. Vidaus rinkos suma 2018 metais buvo 1,049 mlrd. Eurų, 2019 metais buvo 1,275 mlrd. Eurų, o 2020 metais suma pasiekė net 1,22 mlrd. Eurų. Užsienio rinka irgi su kiekvienais metais augo. 2018 metais suma sudarė 0,006 mlrd. Eurų, 2019 metais išaugo iki 0,018 mlrd. Eurų bei 2020 metais siekė 1,4 mlrd. Eurų. Skolinimasis gaunamas susumuojant vidaus rinkos suma su užsienio rinkos suma. 2018 metais skolinimasis buvo 1,109 mlrd. Eurų, 2019 metais siekė 3,075 mlrd. Eurų, ir 2020 metais išaugo iki 2,62 mlrd. Eurų. Valstybė gavo 0,023 mlrd. Eurų grįžtamųjų perskolintų lėšų 2018 metais, 2019 metais gavo žymiai mažiau, tik 0,007 mlrd. Eurų, o 2020 grįžtančios perskolintos lėšos sudarė 0,02 mlrd. Eurų. Finansavimas iš ankstesnių metų likučio 2018 metais buvo 1,685 mlrd. Eurų, 2019 metais sumažėjo iki 0,483 mlrd. Eurų paskui išaugo 2020 metais iki 1,69 mlrd. Eurų. (žr. 3 pav.)

Apibendrinant galima teigti, kad palyginant visus tris metus valstybinė skola kiekvienais metais augo. Vidaus rinkos suma 2020 metais siekė 1,22 mlrd. Eurų, o užsienio rinkos suma 2020 metais buvo 1,4 mlrd. Eurų. Finansavimas iš ankstesnių metų likučio kiekvienais metais kito, 2019 metais sumažėjo nuo 1685 mln. Eurų iki 483 mln. Eurų, o 2020 metais padidėjo iki 1,4 mlrd. Eurų.

Išvados

1. Valstybės skola tai valdžios sektoriui priskirtų subjektų, turinčių teisę skolintis, pasirašius paskolų sutartis, lizingo sutartis ir kitus įsipareigojamuosius skolos dokumentus, konsoliduota suma. Pagal kreditoriaus kilmę valstybės skola gali būti vidaus ir užsienio. Vidaus skola tai valstybės centrinės ir vietos valdžios subjektų iš vidaus kreditorių pasiskolintų ir negrąžintų lėšų, taip pat už jas nesumokėtų palūkanų konsoliduota suma, o užsienio skola tai šalies rezidentų nepadengtų įsiskolinimų užsienio kreditoriams ir už juos nesumokėtų palūkanų konsoliduota suma.

2. Valstybės skola nuo 2018 iki 2021 metų labai kito. Skola, pirminis balansas bei palūkanos per keturis metus mažėjo. Užtat vidaus rinkos suma pasiekė net 1,22 mlrd. Eurų. Užsienio rinka irgi su kiekvienais metais augo. 2018 metais skolinimasis buvo 1,109 mlrd. Eurų, 2019 metais siekė 3,075 mlrd. Eurų, ir 2020 metais išaugo iki 2,62 mlrd. Eurų. Valstybė taip pat kiekvienais metais gavo grįžtamųjų perskolintų lėšų, nors jos iki 2020 metų labai sumažėjo.

Literatūra

1. Adeleke, R., Osayomi, T. (2022). *Exploring the spatial distribution of domestic debt in Nigeria*, straipsnis.
2. Lietuvos Respublikos finansų ministerija, tinklalapis, internetinė prieiga: [Lietuvos Respublikos finansų ministerija \(lrv.lt\)](https://www.lrv.lt)
3. Lietuvos Respublikos finansų ministerija, Valstybės skola 2018 metų ataskaita.
4. Lietuvos Respublikos valstybės skolos įstatymas 2022 m. sausio 1 d. Nr. I-1508. Prieiga per internetą: [I-1508 Lietuvos Respublikos valstybės skolos įstatymas \(lrs.lt\)](https://www.lrs.lt)
5. Mačiekus, V. (2014). *Vidaus skola*, straipsnis. Visuotinė lietuvių enciklopedija.
6. Mačiekus, V. (2013). *Užsienio skola*, straipsnis. Visuotinė lietuvių enciklopedija.
7. Silva, J. (2020). *Impact of public and private sector external debt on economic growth: the case of Portugal*, straipsnis.

PUBLIC DEBT AND ITS MANAGEMENT

Summary

The article describes the essence of debt, its origin and management. The last four years of public debt are being described, analyzed and compared in this work. Analysis and synthesis of scientific literature data, scientific literature and systematization and generalization and comparison of empirical research results, statistical data reliability assessment methods are used. Domestic debt and foreign debt are explained. Primary balance, interest, change in general government debt, general government debt at the beginning and end of the year, estimated interest rate on government debt in percentage of the latest four years are analyzed and compared.

Key words: public debt, domestic debt, foreign debt.

PELNO MOKESČIO PRAKTINIS TAIKYMAS IR FISKALINĖ REIKŠMĖ 2019-2021 METAIS

Kotryna Miloševičiūtė
Mokslinė vadovė – lekt. Laima Šapalienė
Vilniaus kolegija

Įvadas

Visos Lietuvoje pelningai veikiančios įmonės privalo mokėti pelno mokestį. Šiuo mokesčiu yra apmokestinamas uždirbamas pelnas. Iš juridinių asmenų surinktas pelno mokestis Lietuvoje yra paskirstomas tik į valstybės biudžetą. Asmenims, ketinantiems kurti verslą, taip pat pelno mokesčio mokėtojams būtina žinoti esminius mokesčio elementus, suprasti šio mokesčio fiskalinę reikšmę ir naudą valstybės finansų valdyme.

Straipsnio tikslas – išnagrinėjus pelno mokesčio taikymo teorinius aspektus, išanalizuoti šio mokesčio surinkimą 2019-2021 metais.

Straipsnio uždaviniai:

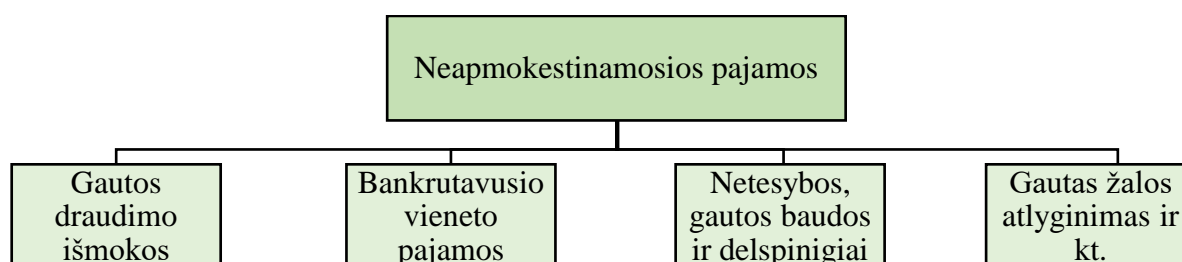
1. Apibūdinti pelno mokesčio teisinį reglamentavimą ir elementus.
2. Įvertinti pelno mokesčio surinkimo dinamiką 2019-2021 metais.

Pelno mokesčio taikymo teoriniai aspektai

Lietuvos Respublikos Seimo priimtame Pelno mokesčio įstatyme (Nr. IX-675) nustatyta, kad šio mokesčio mokėtojai yra juridiniai asmenys, kurie per mokestinį laikotarpį uždirbo apmokestinamojo pelno. Pelno mokestį moka dvi mokėtojų kategorijos – Lietuvos ir užsienio vienetai. Lietuvos vienetai – tai juridiniai asmenys, kurie yra įregistruoti Lietuvos Respublikoje teisės aktų nustatyta tvarka. Užsienio vienetas, tai užsienio valstybėse esantys juridiniai asmenys ar organizacijos, kurios yra įsteigusios savo buveines užsienio valstybėse ir kurios yra organizuojamos pagal tos užsienio valstybės teisės aktus (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).

Pelno mokesčio objektas yra apmokestinamasis pelnas, kuris apskaičiuojamas tokia tvarka: iš pajamų atimamos neapmokestinamosios pajamos, leidžiami atskaitymai ir ribojamų dydžių leidžiami atskaitymai (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).

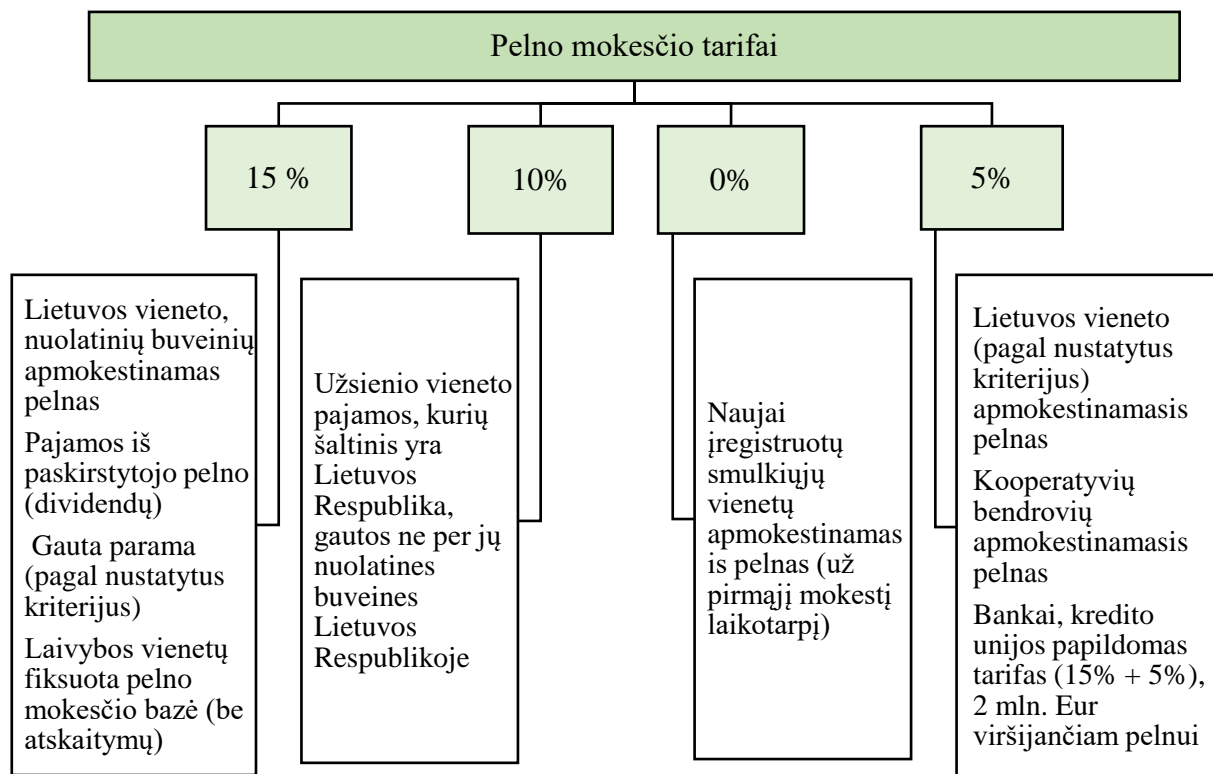
Neapmokestinamos pajamos – tai pelno mokesčiu neapmokestinamos Lietuvos ir užsienio vienetų uždirbtos arba gautos pajamos (1 paveikslas).



1 pav. Neapmokestinamos pajamos

Į neapmokestinamąsias pajamas įeina gautinos draudimo išmokos, kurios neviršija prarasto turto arba patirtų nuostolių, bankrutavus vienetai, gautos pajamos iš parduoto bankrutavusio įmonės turto. Prie neapmokestinamų pajamų priskiriamos – netesybos, išskyrus netesybas, kurios buvo gautos iš užsienio valstybėse esančių vienetų; gautos baudos, delspinigiai ir gautas žalos atlyginimas, išskyrus tuos atvejus, kai draudėjas žalą atlygina draudimo išmokomis.

Nustatant apmokestinamojo pelno sumą, svarbu teisingai apskaičiuoti sąnaudas (Pelno mokesčio įstatyme jos vadinamos atskaitymais), nes įstatyme nurodomi atvejai, kai sąnaudų dydžiai yra ribojami, pvz.: reprezentacijos, prekių pramogoms sąnaudos, natūralios netekties nuostoliai, nario mokestis (dalyvaujant asociacijų, konferencijų ir kt. veikloje) ir kt. atskaitymai. Taip pat svarbu teisingai apskaičiuoti neleidžiamų atskaitymų sumas, kurios reglamentuojamos Pelno mokesčio įstatymo 31 straipsnyje. Pelno mokesčio mokėtojams taikomi tarifai (2 paveikslas).



2 pav. Pelno mokesčio tarifai

Pelno mokesčio įstatyme yra numatyta išimčių. Kai kurie tarifai taikomi specialioms nustatytiems objektams, taip leidžiant jiems sumažinti pelno mokesčio dydį. Naujai įsikūrusioms įmonėms labai paranku neviršyti reikalavimų, kurie suteikia galimybę, leidžiančią naudotis nuliniu pelno mokesčio tarifu. Tie reikalavimai yra tokie: pirmaisiais veiklos metais vidutinis sąrašinis darbuotojų skaičius neturi viršyti 10 žmonių ir gaunamos metinės pajamos neturi viršyti 300 tūkst. Eur. Nuo antrųjų veiklos metų, išlaikius abi minėtas sąlygas, taikomas 5 proc. pelno mokesčio tarifas.

Daugelyje Lietuvos mokesčių įstatymų yra numatytos lengvatos, ne išimtis ir pelno mokestis. Lengvatos – tai yra mokesčių mokėtojui nustatytos išskirtinės sąlygos, leidžiančios sumažinti mokamo mokesčio sumas. Pelno mokesčio įstatyme vienos lengvatos leidžia sumažinti mokesčio objektą, kitos – mokesčio sumą. Dažniausiai taikomos lengvatos yra šios: investicinio projekto; mokslinių tyrimų; eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimo; kino filmų rėmimo, laisvųjų ekonominių zonų įmonėms; lengvata, jei vienetas įdarbina riboto darbingumo asmenų. Tai yra lengvatos, mažinančios mokesčio objektą arba leidžiančios visai nemokėti pelno mokesčio.

Pelno mokestis gali būti mokamas avansu, tačiau jo nemoka pirmaisiais metais veikiančios įmonės ir tie mokesčių mokėtojai, kurių praėjusio mokestinio laikotarpio apmokestinamosios pajamos neviršijo 300 tūkst. Eur. Avansinio pelno mokesčio sumą privalo apskaičiuoti pats mokesčio mokėtojas. Jam yra suteikta teisė pasirinkti vieną iš dviejų avansinio mokėjimo būdų. Pirmasis būdas yra taikomas pagal praėjusių metų veiklos rezultatus, antrasis – pagal numatomą (prognozuojamą) pelno mokesčio sumą. Kalendoriniams metams pasibaigus, iki kitų metų birželio 15 d. metinis pelno

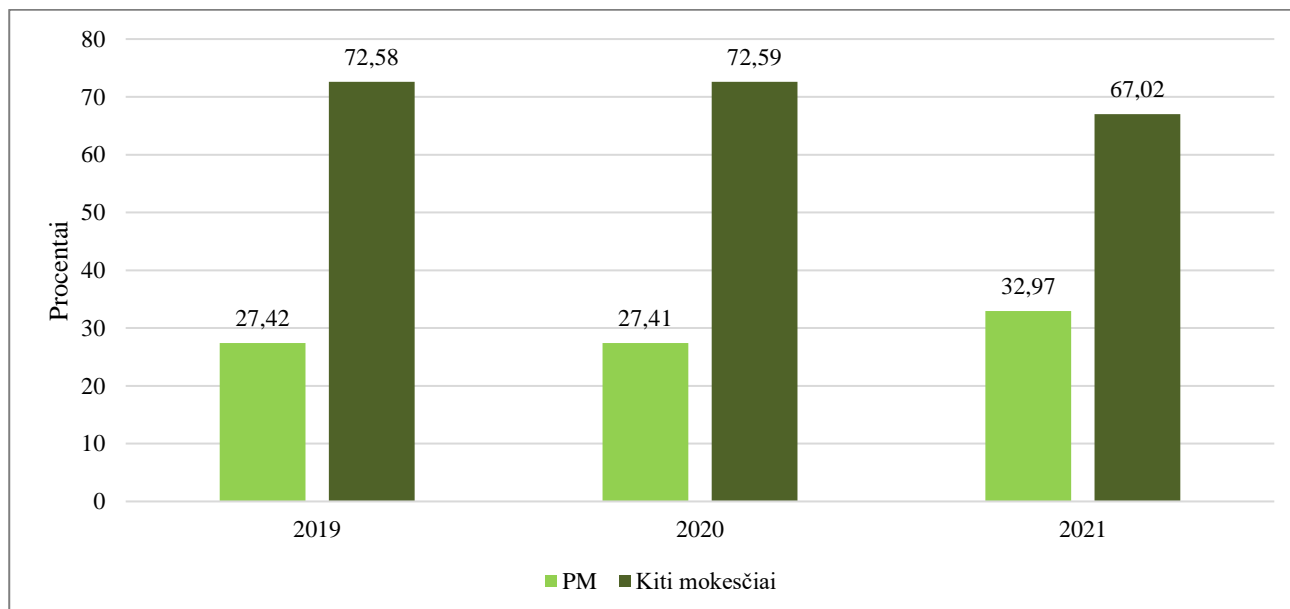
mokestis yra deklaruojamas bei sumokamas į Valstybės mokesčių inspekciją prie Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos atsiskaitomąją sąskaitą ir paskirstomas į valstybės biudžetą.

Pelno mokesčio plano įvykdymo kaita 2019-2021 metais

Valstybės biudžeto planavimas ir tvirtinimas yra sudaromas ir vykdomas teisiniu pagrindu – Lietuvos Respublikos Konstitucijos, Fiskalinės sutarties įgyvendinimo konstitucinio įstatymo, Biudžeto sandaros įstatymo, Seimo statuto ir kt. teisės aktų nuostatomis (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).

Rengiant biudžetą, jo planavimas apima tris esmines projekto rengimo darbų grupes: šalies vidutinio laikotarpio ekonominės raidos scenarijaus rengimą ir tikslinimą, Vyriausybės veiklos prioritetų ir institucijų strateginių veiklos planų projektų rengimą ir tikslinimą ir Valstybės biudžeto finansinių rodiklių projektų rengimą. Kiekvienų metų pradžioje yra parengiamas ateinančių metų Vyriausybės veiklos prioritetų planas (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).

Pelno mokestis priskiriamas tiesioginių mokesčių grupei, t. y. jis surenkamas tiesiogiai iš pačių mokesčių mokėtojų. Nacionalinio biudžeto sumoje pagrindinę lėšų dalį sudaro netiesioginiai mokesčiai – PVM ir akcizai, valstybės biudžete pelno mokesčio fiskalinė reikšmė yra didžiulė (3 paveikslas).



310 pav. Pelno mokesčio struktūra tiesioginiuose mokesčiuose 2019-2021 metais

Sudaryta autorės pagal: Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2019-2021.

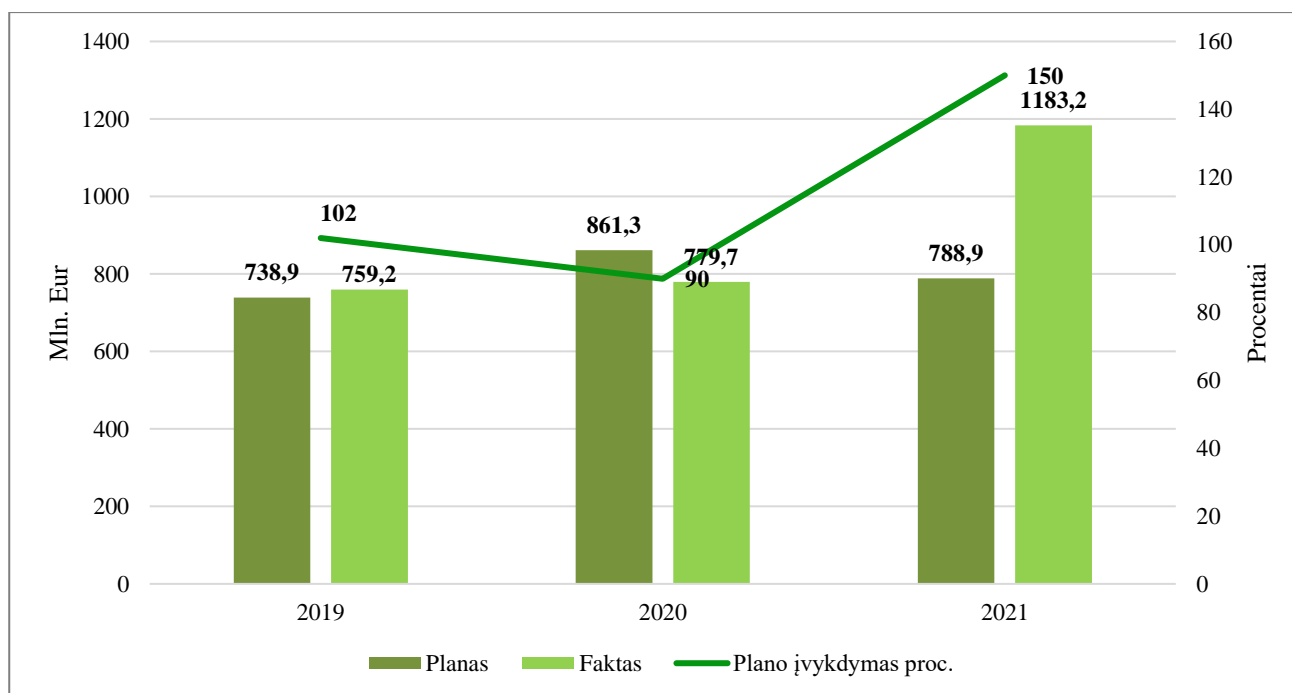
2018 metų pabaigoje priimta pelno mokesčio lengvata, kai mokestinio laikotarpio nuostoliai yra perkeltami į kitus mokestinius metus, išskyrus nuostolius patirtus dėl turto perleidimo, pardavimo ar kitokių perleidimų nuosavybėn. 2019 metais didelė dalis įmonių naudojo nuliniu ir 5 proc. pelno mokesčio tarifu. 2019 metais smulkioms įmonėms buvo nutrauktas apribojimas, kad jos negali turėti susijusių įmonių (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2019), tai turėjo įtakos pelno mokesčio surinkimui. Dėl visų pelno mokesčio lengvatų valstybės biudžetas neteko 226,10 ml. Eur.

2020 metais surenkamam pelno mokesčiui įtakos turėjo gautos mažesnės pelno mokesčio įmokos, dėl to, kad dviem savaitėmis buvo pavėlintas pirmosios avansinio pelno mokesčio deklaracijos pateikimo terminas. Šis pavėlinimas suteikė galimybę įmonėms įsivertinti galimus 2020 metų pelningumo pasikeitimus ir patobulinti avansinio pelno mokesčio įmokų mokėjimą, keičiant avansinio pelno mokesčio apskaičiavimo būdą pagal praeitų mokestinių metų veiklos rezultatus

(Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2020). Pelno mokestis tiesioginių mokesčių sumoje 2019–2020 m. siekė beveik 30 proc.

2021 metais pelno mokesčio dalis tiesioginių mokesčių sumoje padidėjo ir sudarė 33 proc. Tai įvyko dėl to, kad įmonės prisitaikė prie pandemijos sukeltų sąlygų ir palaiapsniui rado išėitis, kaip vykdyti savo veiklą ir uždirbti pelno.

2019 metais pelno mokesčio surinkimo planas buvo viršytas 2 proc. punktais (4 paveikslas). Didesnį pajamų surinkimą lėmė atsitiktinio pobūdžio pajamos: avansinio pelno mokesčio įmokų didėjimas, sumokėtas pelno mokestis po deklaracijos patikslinimo, išieškota arba sumokėta mokestinė nepriemoka, mokesčių mokėtojų kontrolės veiksmų metu papildomai nustatytos ar priskaičiuotos apmokestinamojo pelno sumos ir kt. priežastys.



4 pav. Pelno mokesčio plano įvykdymas 2019-2021 metais

Sudaryta autorės pagal: Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2019-2021.

2020 metais surinkta pelno mokesčio suma buvo 10 proc. mažesnė nei planuota. Didžiausios įtakos plano neįvykdymui turėjo COVID-19 ligos poveikis. Dauguma įmonių, paveiktos pandemijos, nusprendė atidėti pelno mokesčio mokėjimus. Įmonėms buvo atidėta pelno mokesčio prievolė be delspinigių ir neatliekant išieškojimo veiksmų.

2021 m. besitęsianti pandemija vėl pakoregavo šio mokesčio fiskalinę reikšmę. 2020 m. sustojusi ar sumenkusi komercinė veikla įmonėse pradėjo atsigausti. 2021 metais planas buvo viršytas 50 proc. punktu, tai reiškia, kad tuo metu buvo palanki bendra šalies įmonių finansinė būklė ir įmonės puikiai prisitaikė prie pandemijos sąlygų. Įmonės, kurios turėjo galimybę veikti virtualioje erdvėje, 2021 m. toliau tęsė savo veiklą aktyviai steigdamos elektronines parduotuves ar funkcionuodamos nekontaktuojant su vartotojais, todėl 2021 m. pelno mokesčio surinkimo planas buvo viršytas.

Tikėtina, kad 2022 m. pradžioje, nusiūgus pandemijos bangai, įmonės tęs pritaikytas naujoves ir toliau dirbs hibridiniu būdu, teikdamos paslaugas tiek tiesiogiai, tiek nuotoliniu būdu. Taip veikdamos jos galės patenkinti daugiau vartotojų poreikių, nes galės teikti paslaugas ir vartotojams, kuriems įmonių buveinių išdėstymas yra palankus ir tiems vartotojams, kuriems toli arba jie neturi galimybės atvykti iki jiems reikiamos vietos, todėl tokiems asmenims bus patogiau įsigyti prekes ar gaminius internetu.

Išvados

1. Pelno mokesčių Lietuvoje moka tiek šalies, tiek užsienio vienetai. Pelno mokestis yra skaičiuojamas nuo apmokestinamojo pelno, taikant mokesčio įstatyme nustatytus tarifus. Numatytos pelno mokesčio lengvatoms sumažina mokesstinę našą įmonėms, skatina teikti paramą, įdarbinti riboto darbingumo asmenis, remti lietuviškų kino filmų gamybą, investuoti į naujausias technologijas ir mokslinę veiklą. Deklaruojant ir mokant metinį pelno mokesčių yra gana ilgas laikotarpis, leidžiantis pilnai atsiskaityti ir įvykdyti mokesstinę prievolę.

2. Visa surinkta pelno mokesčio suma yra paskirstoma į valstybės biudžetą. 2019-2021 m. tiesioginių mokesčių sumoje vidutiniškai pelno mokestis sudarė 29,27 proc. Analizuojamais metais kasmet kito pelno mokesčio plano įvykdymas. Vidutiniškai pelno mokesčio surinkimo planas buvo viršytas 14 proc. Plano įvykdymui ir jo viršijimui poveikį turėjo gautos didesnės nei planuota mokesstinės įmokos ir atsitiktinio pobūdžio pajamos. Plano įvykdymui taip pat poveikį turėjo įmonių gebėjimas prisitaikyti prie pakitusių verslo sąlygų ir gebėjimas veikti pandeminiu metu.

Literatūra

1. Lietuvos Respublikos fiskalinės sutarties įgyvendinimo konstitucinis įstatymas 2014 m. lapkričio 6 d. Nr. XII-1289. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/6be2c020699a11e48710f0162bf7b9c5?msclkiid=a7a60d70b51311eca7a9076786a0268d>

2. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. 2019 metų Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto vykdymo ataskaitų aiškinamasis raštas. Prieiga per internetą [https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/Ai%C5%A1kinamasis%20ra%C5%A1tas\(10\).pdf?fbclid=IwAR3p2x46mhyIFAG4yf1JS92knrtBnQPHOKiY86S_3XqvmWEZ4Br4fr3Pm58](https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/Ai%C5%A1kinamasis%20ra%C5%A1tas(10).pdf?fbclid=IwAR3p2x46mhyIFAG4yf1JS92knrtBnQPHOKiY86S_3XqvmWEZ4Br4fr3Pm58).

3. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. 2020 metų Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto vykdymo ataskaitų aiškinamasis raštas. Prieiga per internetą https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/Ai%C5%A1kinamasis%20ra%C5%A1tas%202020%20m.pdf?fbclid=IwAR2IznCpAZ9Mfprj9lgsFvyWlIMYan6cIgxEhKdv1PJJ9-ulg6GtnhJ_Pm4.

4. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. 2021 metų Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto pajamų struktūra. Prieiga per internetą https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/4_2_%202021-03-01VB%20pajamu%20.pdf

5. Lietuvos Respublikos Konstitucija 1992 m. lapkričio 2 d. Prieiga per internetą <https://www.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija.htm?msclkiid=e60d41d4b51211ecbe05e66f39d11de7>

6. Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymas 2001 m. gruodžio 20 d. Nr. IX-675. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.157066>.

7. Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas 1990 liepos 30 d. Nr. I-430. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.428/asr?msclkiid=0c4e46bdb51211ecbbb47a3fcd16e5e3>

8. Lietuvos Respublikos Seimo statutai 1994 m. vasario 17 d. Nr. I-399. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.5734/asr?msclkiid=137bc7cdb50f11ecb8521d57a567bffd>

PRACTICAL APPLICATION OF TAX AND FISCAL IMPORTANCE

Summary

In this article the topic examines the practical application of income tax and fixed meaning. The income tax law indicated the main elements which describes income taxes payers, object, tariffs, calculation, and declaration procedures. Income tax are distributed in the state budget. In 2019 and 2021 the fiscal value of the income tax that are collected shows that in 2019-2021 the amount of direct taxes in average has been 29,3 percent. Income tax plan for the time that has been mentioned has been exceeded for over 14 percent. The biggest impact for poorly performed profit in 2020 had COVID-19 virus all over the world, because of that companies had restricted regulations in their activities. In 2021 companies has adapted completely in strict regulations and income tax has exceeded plan by overmaking almost 50 percent.

ŠIAULIŲ MIESTO SAVIVALDYBĖS BIUDŽETO ANALIZĖ 2018–2020 M.

Brigita Aninkevičiūtė

*Mokslinė vadovė – lektorė Olga Buckiūnienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas*

Ivadas

Lietuvos Respublikoje yra 60 savivaldybių ir kiekviena iš jų turi savarankišką biudžetą, kurį sudaro visos sukauptos savivaldybių biudžetų lėšos. Yra itin svarbu tinkamai ir atsakingai paskirstyti biudžeto pajamas kiekvienai biudžeto funkcijai, nes nuo to priklauso savivaldybės gyventojų gyvenimo kokybė, savivaldybės patrauklumas. Pasibaigus biudžetiniams metams, savivaldybės privalo padaryti biudžeto asignavimų analizę, kurios metu nustatoma ar biudžeto lėšos buvo panaudoto taip kaip planuota, kokioms valstybės funkcijoms daugiausiai buvo skirta asignavimų ar jie tinkamai buvo panaudoti.

Straipsnio tikslas – atlikti Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto analizę.

Straipsnio uždaviniai:

1. Pateikti Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto formavimo aspektus.
2. Palyginti Šiaulių miesto savivaldybės pajamas ir asignavimus 2018–2020 m.

Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto formavimas

Savivaldybė yra valdžia, prisiimanti atsakomybę už savo miesto plėtrą bei kitas funkcijas, kurios lemia žmonių gyvenimo gerovę. Vadovaujantis Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymu (1994) savivaldybės sąvoka apibrėžiama kaip viešasis juridinis asmuo, įstatymo nustatytas valstybės teritorijos administracinis vienetas, kurio bendruomenė turi Konstitucijos laiduotą savivaldos teisę, įgyvendinamą per to valstybės teritorijos administracinio vieneto nuolatinių gyventojų išrinktą savivaldybės tarybą, kuri sudaro jai atskaitingas vykdomąją ir kitas savivaldybės institucijas ir įstaigas įstatymams, Lietuvos Respublikos Vyriausybės ir savivaldybės tarybos sprendimams tiesiogiai įgyvendinti. Biudžetas – tai vienas iš svarbiausių savivaldybių darbo priemonių, nes tai padeda savivaldybėms teikti įvairius projektus, programas, paslaugas, atsižvelgiant į numatomas pajamas ir išlaidas. Anot Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos (2021) savivaldybės biudžetas – tai savivaldybės tarybos tvirtinamas savivaldybės biudžeto pajamų ir asignavimų planas biudžetiniams metams.

Kaip ir kiekviena savivaldybė, Šiaulių miesto savivaldybė taip pat turi savo savarankišką biudžetą, kuris yra sudaromas ir tvirtinamas vieneriems biudžetiniams metams. Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto projektą rengia savivaldybės administracijos Strateginės plėtros ir ekonomikos departamento Strateginio planavimo ir finansų skyrius. Savivaldybės biudžeto projektas rengiamas vadovaujantis Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymu, Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymu, Lietuvos Respublikos savivaldybių biudžetų pajamų nustatymo metodikos įstatymu, Lietuvos Respublikos Seimo patvirtintais savivaldybių biudžetų finansiniais rodikliais ir kitais dokumentais. Biudžeto projektas formuojamas kompiuterinėje strateginio planavimo biudžeto sudarymo ir vertinimo kriterijų informacinėje sistemoje „Strapis“, o biudžeto projektui parengti naudojamos Šiaulių miesto savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymu patvirtintos biudžeto projekto rengimo formos (Dėl Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto projekto rengimo taisyklių patvirtinimo, 2020).

Savivaldybės taryba biudžetą privalo patvirtinti per du mėnesius nuo valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų finansinių rodiklių patvirtinimo, todėl jei savivaldybės biudžetas laiku nepatvirtinamas, asignavimai metų pradžioje iki biudžetų patvirtinimo kiekvieną mėnesį negali

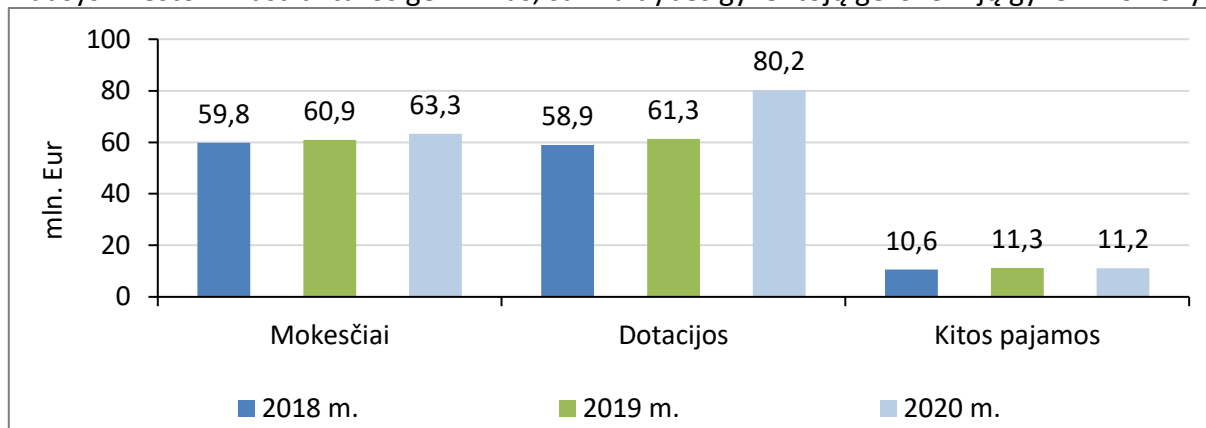
viršyti 1/12 praėjusių metų šių biudžetų asignavimų. Patvirtintą biudžetą savivaldybės administracijų direktoriai teikia Finansų ministerijai (Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas, 1990).

Taipogi Šiaulių miesto savivaldybės gyventojai turi teisę, Šiaulių miesto savivaldybės tarybos veiklos reglamento nustatyta tvarka, svarstyti savivaldybės biudžeto projektą. Ne vėliau kaip prieš 30 dienų iki Šiaulių miesto savivaldybės tarybos posėdžio, kuriuo metu bus svarstomas sprendimo projektas dėl biudžeto tvirtinimo, biudžeto projektas yra skelbiamas savivaldybės interneto svetainėje, todėl likus ne mažiau kaip 14 dienų iki tarybos posėdžio yra priimamos miesto gyventojų pastabos bei pasiūlymai dėl biudžeto projekto (Sprendimas dėl Šiaulių miesto savivaldybės tarybos veiklos reglamento patvirtinimo, 2019). Gautus visuomenės pasiūlymus, dėl biudžeto projekto strateginio planavimo, finansų skyrius pateikia juos svarstyti Strateginio planavimo grupei. Šis skyrius įvertinęs lėšų likutį ataskaitinio laikotarpio pabaigoje ir atsižvelgiant į priimtus strateginio planavimo grupės sprendimus dėl gautų visuomenės pasiūlymų patenkinimo, koreguoja biudžeto projektą ir teikia jį tvirtinti Šiaulių miesto savivaldybės tarybai. Miesto savivaldybės biudžetą tvirtina savivaldybės taryba, biudžetas tvirtinamas savivaldybės tarybos sprendimu, kuriame nurodoma: bendra pajamų suma, jų paskirstymas pagal pajamų rūšis ir bendra asignavimų suma bei jų paskirstymas biudžeto asignavimų valdytojams programoms vykdyti (Dėl Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto projekto rengimo taisyklių patvirtinimo, 2020).

Apibendrinant galima teigti, Šiaulių miesto savivaldybė turi savarankišką biudžetą, kurį sudaro ir tvirtina vieniems biudžetiniams metams. Savivaldybės biudžeto rengimo, svarstymo ir tvirtinimo procedūra nustatyta Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatyme ir Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu patvirtintose taisyklėse. Biudžeto projektą rengia Šiaulių miesto savivaldybės administracijos Strateginės plėtros ir ekonomikos departamento Strateginio planavimo ir finansų skyrius. Biudžeto projekto rengimo darbai pradedami atsižvelgiant į Vyriausybės nutarimu patvirtintame Lietuvos Respublikos atitinkamų metų valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų finansinių rodiklių projektų rengimo plane nurodytus terminus dėl duomenų pateikimo Lietuvos Respublikos Finansų ministerijai.

Šiaulių miesto savivaldybės pajamos ir asignavimai

Visos savivaldybės turi savarankišką biudžetą, kurį sudaro gautos pajamos ir asignavimai. Išanalizavus šiuos rodiklius galima pastebėti iš kur savivaldybė gauna pajamų bei kiek piniginių lėšų ir kokioms funkcijoms skiria biudžetiniais metais. Biudžetinių metų pabaigoje yra rengiamos finansinės ataskaitos, kuriose yra pateikti konkretūs rodikliai apie savivaldybės biudžeto pajamas ir asignavimus. Kiekviena savivaldybė privalo turimas biudžeto lėšas paskirstyti atsakingai, nes nuo to priklausys miesto infrastruktūros gerinimas, savivaldybės gyventojų gerovė ir jų gyvenimo kokybė.



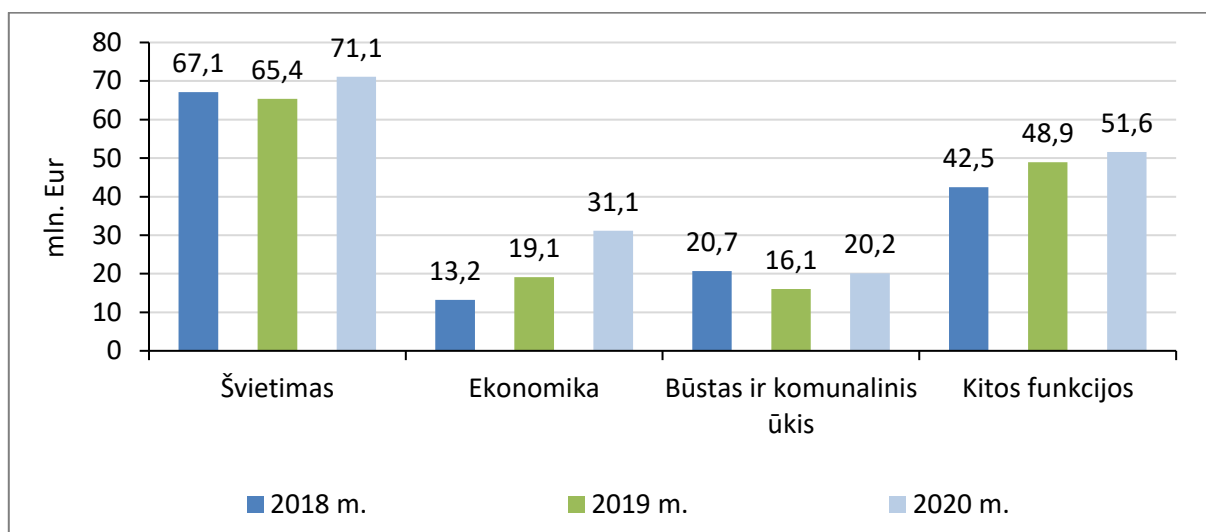
1 pav. Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto pajamų pokytis 2018–2020 metais (mln. Eur)

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto įvykdymo analizės.

Prieiga per internetą <https://atviri.siauliai.lt/tema/finansai-ir-turtas/budzeto-vykdyto-ataskaitos/>

Analizuojant Šiaulių miesto pajamų kitimą 2018–2020 m., yra pastebima, jog analizuojamu laikotarpiu pajamos į savivaldybės biudžetą kiekvienais metais augo: 2018 m. savivaldybės biudžete buvo 129,3 mln. Eur pajamų, 2019 m. pajamos biudžete siekė 133,5 mln. Eur, o 2020 m. – 154,7 mln. Eur, tai rodo, kad 2020 m. lyginant 2018 m. pajamos savivaldybės biudžete padidėjo 25,4 mln. Eur arba 19,8 proc. punktais. Didžiausią įtaką pajamų didėjimui turėjo du veiksniai: tai yra pajamų iš mokesčių didėjimas ir pajamų iš dotacijų didėjimas. 2020 m. lyginant su 2018 m. pajamos iš mokesčių iš viso padidėjo 3,5 mln. Eur, tačiau nagrinėjant pajamų iš mokesčių struktūros pokytį, analizuojamu laikotarpiu mokesčiai biudžete sumažėjo 5,4 proc. punktais. Dotacijos analizuojamu laikotarpiu padidėjo 21,3 mln. Eur, o dotacijų struktūros kitimas rodo, kad 2018–2020 dotacijos biudžete padidėjo 6,2 proc. punktais.

Kiekvienų biudžetinių metų gale savivaldybė privalo parengti ir pateikti ataskaitą, kurioje būtų nurodoma kokioms funkcijoms vykdyti ir kokias sumas biudžeto pajamų savivaldybė panaudojo per kalendorinius metus. Atsižvelgiant į gyventojų interesus savivaldybė turimas pajamas turi paskirstyti ir panaudoti būtiniausioms funkcijoms užtikrinti. Analizuojant asignavimus, svarbu žinoti asignavimų sąvokos reikšmę. Anot Vainienės (n.d.) asignavimai – tai lėšų skyrimas tam tikroms funkcijoms vykdyti bei tikslams pasiekti.



2 pav. Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto asignavimų kaita pagal funkcijas 2018–2020 metais (mln. Eur)

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto įvykdymo analizes. Prieiga per internetą <https://atviri.siauliai.lt/tema/finansai-ir-turtas/biudžeto-vykdyimo-ataskaitos/>

Analizuojant Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto asignavimų kitimą pagal funkcijas 2018–2020 m. iš viso asignavimų 2018 m. buvo 143,5 mln. Eur, 2019 m. asignavimai siekė 149,5 mln. Eur, o 2020 m. – 174 mln. Eur, todėl yra matoma, jog analizuojamu laikotarpiu Šiaulių miesto savivaldybės biudžete asignavimai taip pat didėjo kaip ir pajamos. 2020 m. lyginant su 2018 m. asignavimai padidėjo 30,5 mln. Eur arba 21,2 proc. punktais. Analizuojamu laikotarpiu Šiaulių miesto savivaldybė daugiausiai asignavimų skyrė švietimui. 2018–2020 m. asignavimai svyravo nuo 67,1 mln. Eur iki 71,1 mln. Eur, todėl galima teigti, kad 2020 m. lyginant su 2018 m. asignavimui švietimui padidėjo 4 mln. Eur, tačiau, nagrinėjant asignavimų švietimui struktūros pokytį, lėšos švietimui sumažėjo 5,9 proc. punktais. Taip pat yra matoma, jog asignavimai ekonomikai 2018–2020 m. didėjo: lyginant 2020 m. su 2018 m. asignavimai ekonomikai padidėjo 17,9 mln. Eur arba 8,7 proc. punktais.

Apibendrinant galima teigti, 2018–2020 m. pajamos ir asignavimai Šiaulių miesto savivaldybės biudžete didėjo. Išanalizavus biudžeto rodiklius, yra matoma, kad pajamos biudžete nuo 2020 m.

lyginant su 2018 m. padidėjo 25,4 mln. Eur arba 19,8 proc. punktais. Didžiausią įtaką pajamų didėjimui turėjo mokesčių ir dotacijų didėjimas. Taip pat išnagrinėjus biudžeto asignavimus 2020 m. lyginant su 2018 m. asignavimai Šiaulių miesto savivaldybės biudžete padidėjo 30,5 mln. Eur arba 21,2 proc. punktais. Išanalizavus biudžeto pajamas ir asignavimus galima daryti išvadą, jog Šiaulių miesto savivaldybės biudžetas yra deficitinis, nes asignavimai viršija pajamas.

Išvados

1. Biudžetas – pajamų ir asignavimų planas biudžetiniams metams, kurį rengia ir tvirtina kiekviena savivaldybė savarankiškai. Savivaldybių tarybos biudžetus privalo patvirtinti per du mėnesius nuo valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų finansinių rodiklių patvirtinimo. Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto projektą sudaro savivaldybės administracijos Strateginės plėtros ir ekonomikos departamento Strateginio planavimo ir finansų skyrius. Savivaldybės biudžeto projektas rengiamas vadovaujantis Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymu, Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymu įstatymu ir kitais įstatymais.

2. Išanalizavus Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto pajamas ir asignavimus 2018–2020 m. yra žinoma, kad pajamos savivaldybės biudžete padidėjo 25,4 mln. Eur arba 19,8 proc. punktais. Didžiausią įtaką pajamų didėjimui turėjo du veiksniai: tai yra pajamų iš mokesčių didėjimas ir pajamų iš dotacijų didėjimas. Per analizuojama laikotarpį asignavimai padidėjo 30,5 mln. Eur arba 21,2 proc. punktais. Analizuojamu laikotarpiu Šiaulių miesto savivaldybė daugiausiai asignavimų skyrė švietimui. 2018–2020 m. asignavimai svyravo nuo 67,1 mln. Eur iki 71,1 mln. Eur, todėl galima teigti, kad asignavimai švietimui padidėjo 4 mln. Eur.

Literatūra

1. Įsakymas dėl Šiaulių miesto savivaldybės biudžeto projekto rengimo taisyklių patvirtinimo 2020 m. kovo 16 d. A-358. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/b52aa2f267c511eaa02cacf2a861120c/asr>
2. Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas 1990 liepos 30 d. I-430. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.428/WgHfdEOEAG>
3. Lietuvos Respublikos Finansų ministerija. (2021 m. sausio 25 d.). Biudžetas. Prieiga per internetą <https://finmin.lrv.lt/veiklos-sritys/biudzetas/patvirtintas-biudzetas>
4. Sprendimas dėl Šiaulių miesto savivaldybės tarybos veiklos reglamento patvirtinimo. 2019 m. birželio 6 d. T-270. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/1b8110728bb711e98a8298567570d639/asr>
5. Vainienė, R. (n.d.). Asignavimas. Prieiga per internetą <http://zodynas.vz.lt/Asignavimas>
6. Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas 1994 m. liepos 7 d. Nr. I-533. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.D0CD0966D67F/asr>

ANALYSIS ŠIAULIAI CITY MUNICIPALITY BUDGET 2018–2020 Summary

For each municipality budget planning is a very responsible and important stage. Budget – is the statement of revenue and appropriations for the financial year. The analysis of budget revenues and appropriations shows where and how much funds the municipality receives in each budget year, and for which functions it allocates funds. After analyzing the budget of Šiauliai city municipality in 2018-2020, it can be stated that the revenue of the city budget does not exceed the appropriations, therefore the budget of Šiauliai is in surplus.

VARĖNOS RAJONO SAVIVALDYBĖS BIUDŽETO ANALIZĖ 2020-2022 METŲ LAIKOTARPYJE

Gabrielė Čaplikaitė

Mokslinė vadovė – lektorė Olga Buckiūnienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Lietuvos Respublikos vietos savivalda atlieka svarbų vaidmenį tiek valstybėje, tiek Vietos gyventojams, tvarkant ir valdant viešuosius interesus. Pagal vietos savivaldos įstatymą vietos savivalda suprantama, kaip valstybės teritorijos administracinio vieneto nuolatinių gyventojų bendruomenė turinti savitvarka ir savaveiksmiškumą (Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas, 1994). Savivaldybės yra reikalingos tam, kad savivaldybių lėšos būtų valdomos efektyviai atsižvelgiant ir į vietos gyventojų interesus. Todėl, norint efektyviai valdyti lėšas yra sudaromas savivaldybės biudžetas, kuris parodo savivaldybės biudžeto pajamas ir asignavimus.

Straipsnio tikslas – palyginti Varėnos rajono savivaldybės biudžetų pajamas ir asignavimus.

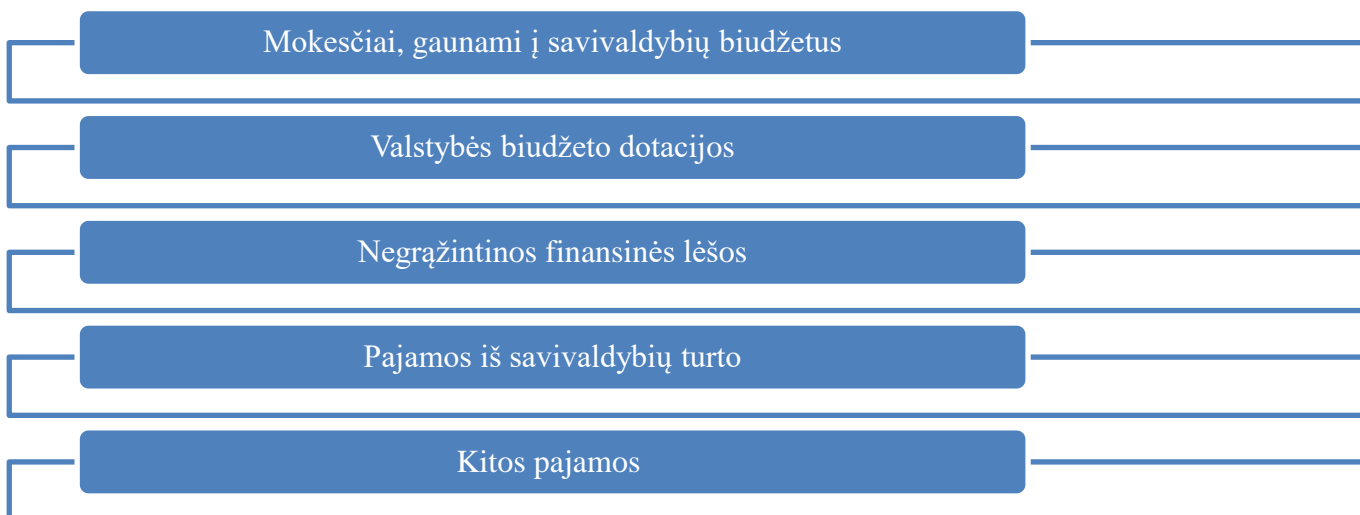
Straipsnio uždaviniai:

1. Pateikti savivaldybių biudžetų formavimo tvarką;
2. Išanalizuoti Varėnos rajono savivaldybės biudžetus 2020-2022 metų laikotarpyje.

Savivaldybių biudžetų formavimo procesas

Lietuvos Respublikos biudžetinė sandara yra vieninga - unitarinė valstybė. Unitarinė valstybė tai valstybė, kurios visas galios šaltinis yra vienas administracinis vienetas. Tokia valstybė turi dvipakopę biudžetinę sistemą, kuri susideda iš valstybės biudžeto ir savarankiškų vietos savivaldybių biudžetų (Lietuvos Respublikos konstitucija, 1992). Savivaldybių biudžetas gali būti suprantamas, kaip biudžetiniams metams sudarytas bei savivaldybės tarybos patvirtintas savivaldybės biudžeto pajamų ir asignavimų planas. Svarbu paminėti, kad Lietuvoje yra 60 savivaldybių iš kurių 12 miestų bei 48 rajono savivaldybių. Kiekviena iš šių savivaldybių savo veiklai finansuoti formuoja savarankišką biudžetą, todėl piniginiai ištekliai paskirstomi efektyviai, tenkinant esminius visuomenės poreikius.

Savivaldybių biudžetų rengimas, svarstymas bei tvirtinimas yra sudėtingas ir Lietuvos Respublikos teisės aktų reglamentuojamas procesas, todėl, vadovaujantis biudžeto sandaros įstatymu, Seimo patvirtintais savivaldybių biudžetų finansiniais rodikliais bei kitais įstatymais, savivaldybių biudžetų projektus rengia – savivaldybių vykdomosios institucijos. Savivaldybių vykdomosios institucijos parengusios savivaldybių biudžeto projektus, juos teikia savivaldybių taryboms, kurios atsižvelgdamos į tarybos komitetų išvadas bei pasiūlymus svarsto biudžetų projektus. Savivaldybių tarybų sprendimu patvirtinus biudžetą nurodoma bendros pajamų ir asignavimų sumos. Savivaldybės biudžeto pajamos susidaro iš:



1 pav. Savivaldybių biudžeto pajamų šaltiniai

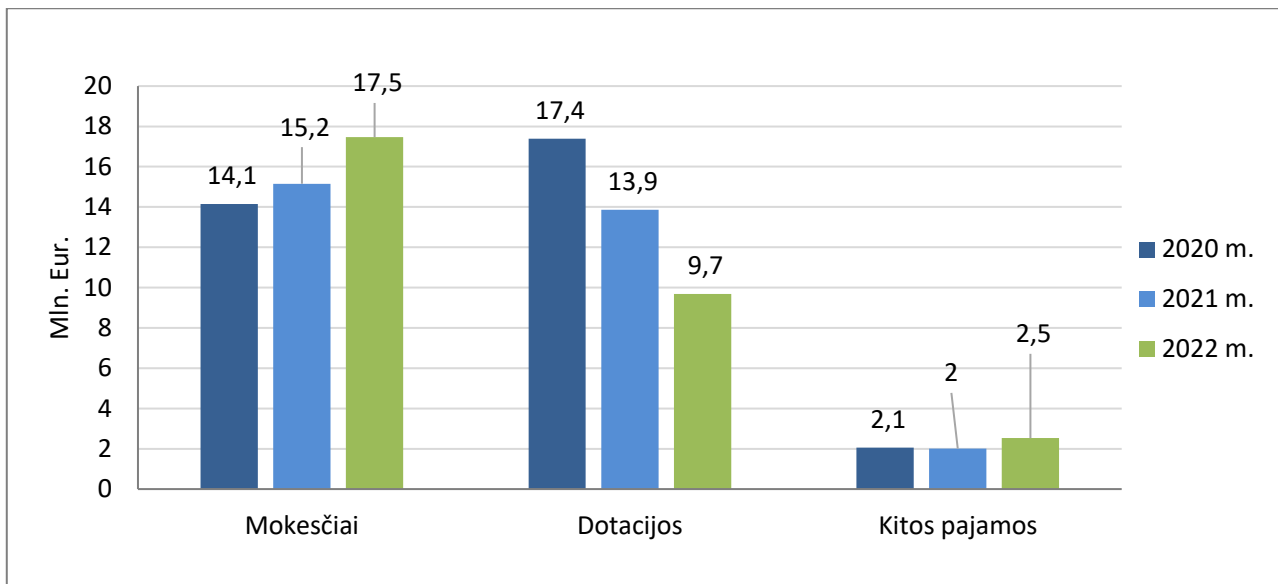
Sudaryta autorės pagal: Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas, 1990.

Iš 1 paveikslo matoma, kad savivaldybė pajamas gauna iš įvairių pajamų šaltinių (Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas [BS]), 1990). Iš gautų pajamų kiekviena savivaldybė turi finansuoti socialines, ekonomines ar kitas programas. Surinkta pajamų suma yra skirta asignavimams. Pagal Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymą „Savivaldybių biudžetuose sukaupiamos lėšos, reikalingos įstatymų priskirtoms funkcijoms ir savivaldybėms įstatymų perduotoms valstybės funkcijoms atlikti.“ (BS, 1990, 21 str. 1d.). Todėl, jog savivaldybės programos būtų finansuojamos, vienas iš svarbesnių rodiklių yra asignavimai. Asignavimai – tai patvirtinta lėšų suma, ilgalaikiam materialiajam ir nematerialiam turtui įsigyti. Patvirtintas asignavimų sumas gauti, turi teisę asignavimų valdytojas, kuris pateikęs paraišką savivaldybės administracijai ar išdą valdančiai institucijai turi teisę gauti asignavimus patvirtintoms programoms finansuoti. (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021). Kitaip tariant, asignavimai padeda efektyviai funkcionuoti savivaldybės vykdomoms funkcijoms.

Apibendrinant galima teigti, jog pagrindinį vaidmenį unitarinių valstybių sandaroje atlieka valstybės ir savivaldybių biudžetai. Savivaldybės biudžetas – biudžetiniams metams sudarytas biudžeto pajamų ir asignavimų planas. Savivaldybių biudžetas yra vienas iš svarbiausių dokumentų savivaldybėje, nes savivaldybės biudžeto rengimas, svarstymas bei tvirtinimas yra sudėtingas ir Lietuvos Respublikos teisės aktų reglamentuotas procesas. Be to, savivaldybėje surinktos pajamos sudaro mokesčiai, dotacijos ar kitos pajamos. Savivaldybės biudžete surinkta pajamų suma paskirstoma įstatymų priskirtoms funkcijoms bei reikalingoms savivaldybės funkcijoms įgyvendinti.

Varėnos rajono savivaldybės biudžeto pajamų ir asignavimų analizė

Kiekviena savivaldybė rengdama savivaldybės biudžetą turi pateikti kokia pajamų dalis yra skirta savivaldybės funkcijoms užtikrinti. Todėl, analizuojant biudžetą svarbiausi rodikliai yra pajamos ir asignavimai, nes paskirstyta pajamų suma tam tikroms funkcijoms atlikti tenka asignavimu valdytojams, kurie skirtus asignavimus panaudoja patvirtintoms programoms vykdyti. Todėl, išnagrinėjus Varėnos rajono savivaldybės rodiklius galima pastebėti š kokių pajamų šaltinių yra gautos pajamos tam tikroms savivaldybės programoms vykdyti (2-as pav.):

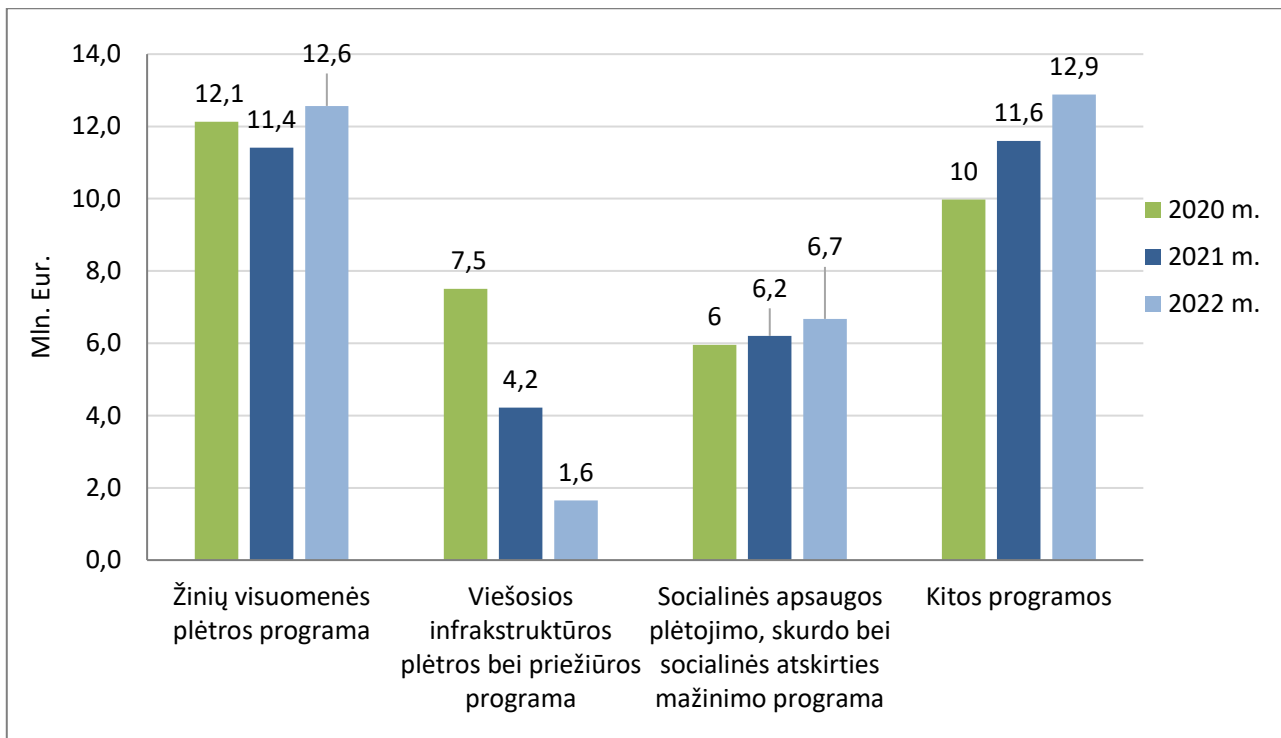


2 pav. Varėnos rajono savivaldybės biudžeto pajamų pokytis 2020-2022 m. (Mln. Eur).

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Varėnos rajono savivaldybės biudžeto vykdymo ir ataskaitų rinkinius. Prieiga per internetą: <https://www.varena.lt/veiklos-sritys/finansai/>

Nagrinėjant Varėnos rajono savivaldybės biudžeto pajamų pokytį 2020-2022 metais, matoma, kad analizuojamu laikotarpiu mokesčių suma padidėjo 3,4 mln. Eur arba 24,11 proc. Dotacijos analizuojamu laikotarpiu sumažėjo 7,7 mln. Eur. arba 44,25 proc. Bendroje pajamų struktūroje mokesčiai 2022 m. sudarė 58,92 proc., o dotacijos 32,66 proc. Pastebima tendenciją, jog mokesčiai analizuojamu laikotarpiu ne kiekvienais metais sudarė didžiausią gaunamų pajamų sumą. 2020 m. mokesčiai sudarė 41,96 proc. visų gautų pajamų. Mokesčių pajamos didėjo nuo 41,96 proc. iki 58,93 proc. Todėl mažesnę gautų mokesčių įplaukų sumą 2020 m. įtakojo dotacijos, kadangi dotacijos 2020 m. sudarė 51,79 proc. visų gautų pajamų. Tačiau, pastebima tendencija, jog analizuojamu laikotarpiu gautos pajamos iš dotacijų mažėjo, o iš mokesčių didėjo. Tokį pajamų kitimą galėjo įtakoti tai, jog savivaldybė surinko daugiau pajamų iš mokesčių per kitus šaltinius, nei iš dotacijų.

Be to, svarbu paminėti, kad savivaldybės biudžete asignavimų sumos skirtos savivaldybių funkcijoms atlikti taip pat yra vienas iš svarbiausių savivaldybės biudžeto rodiklių. Savivaldybė iš savo biudžeto turi išlaikyti įstaigas, finansuoti vykdomas socialines, ekonomines ar kitas programas. Todėl, jog būtų finansuojamos įvairios savivaldybės programos yra skiriama tam tikra lėšų suma. Varėnos rajono savivaldybės asignavimų paskirstymas pateiktas trečiame paveiksle.



3 pav. Varėnos rajono savivaldybės biudžeto asignavimų kitimas pagal programas 2020-2022 m. (Mln. Eur).

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Varėnos rajono savivaldybės biudžeto vykdymo ir ataskaitų rinkinius. Prieiga per internetą: <https://www.varena.lt/veiklos-sritys/finansai/>

Nagrinėjant Varėnos rajono savivaldybės biudžeto asignavimus pagal programas 2020-2022 metais galima pastebėti, kad analizuojamu laikotarpiu asignavimų suma skirta žinių visuomenės plėtros programai didėjo. Šiai programai 2022 m. asignavimų buvo skirta daugiau 0,5 mln. Eur. palyginus su 2020 m. Tokį asignavimų paskirstymą galėjo įtakoti tai, jog Varėnos rajono savivaldybė turi finansuoti įvairias Varėnos rajono mokymo įstaigas, kadangi rajone nėra privačių mokymo įstaigų, todėl išlaidos neprivačioje mokymo įstaigoje yra didesnės. Be to, analizuojamu laikotarpiu asignavimai skirti viešosios infrastruktūros plėtros bei priežiūros programai buvo mažėjantys. Asignavimai per analizuojamąjį laikotarpį sumažėjo 5,9 mln. Eur. Tai galėjo įtakoti tai, jog socialinės apsaugos plėtojimo programai skirtos lėšos didėjo. Socialinės apsaugos plėtojimo programai analizuojamuoju laikotarpiu buvo skirta 0,7 mln. Eur. daugiau palyginus su 2020 metais, kai tuo tarpu matoma, jog infrastruktūrai skirtos lėšos 2020-2022 metų laikotarpiu mažėjo. Viena iš priežasčių, kuri lėmė tokį lėšų pasiskirstymą, tai pasaulinė pandemija, kurios metu daugiau lėšų buvo skirta visuomenės sveikatai. Taip pat pastebima tendencija, kad kitoms programoms analizuojamu laikotarpiu skirti asignavimai didėjo. Kitoms programoms 2022 metais buvo skirta 2,9 mln. Eur. daugiau palyginus su 2020 metais.

Apibendrinant galima teigti, jog išanalizavus Varėnos rajono savivaldybės biudžetą pastebima, jog daugiausiai asignavimų per analizuojamąjį laikotarpį buvo skirta žinių visuomenės plėtros programai, šiai programai skirtos lėšos per analizuojamąjį laikotarpį buvo padidėjusios 0,5 mln. Eur. Toks lėšų skyrimas galėjo būti dėlto, kad Varėnos rajono savivaldybėje visos mokymo įstaigos yra finansuojamos iš savivaldybės biudžeto. Taip pat pastebima tendencija, kad asignavimai skirti viešosios infrastruktūros plėtros bei priežiūros programai buvo mažėjantys. Asignavimai per analizuojamąjį laikotarpį sumažėjo 5,9 mln. Eur. Be to, patvirtintų pajamų didžiausią dalį sudarė mokesčiai, kurie per analizuojamąjį laikotarpį buvo padidėję 3,4 mln. Eur arba 24,11 proc. Tuo tarpu, dotacijos 2020-2022 metų laikotarpiu sumažėjo 7,7 mln. Eur. arba 44,25 proc.

Išvados

1. Savivaldybių biudžetas – pajamų ir asignavimų planas biudžetiniams metams. Pats savivaldybių biudžetas rengiamas tam, jog gautos pajamos, kurios yra skiriamos savivaldybės funkcijoms vykdyti būtų paskirstytos efektyviai. Be to, savivaldybės biudžeto rengimas, svarstymas bei tvirtinimas yra sudėtingas ir Lietuvos Respublikos teisės aktų reglamentuotas procesas.

2. Išanalizavus Varėnos rajono savivaldybės biudžetą, pastebima, jog analizuojamu 2020-2022 m. laikotarpiu bendrai gautos pajamų sumos kiekvienais metais buvo vis mažesnės, o asignavimams skirtos lėšos viršijo bendras pajamų sumas. Be to, Varėnos rajono savivaldybės biudžeto pajamas sudarė: mokesčiai, dotacijos bei kitos pajamos. Bet vis dėlto, mokesčiai, analizuojamu laikotarpiu padidėjo 3,4 mln. Eur arba 24,11 proc. Tuo tarpu, dotacijos sumažėjo 7,7 mln. Eur. arba 44,25 proc. Tokį pajamų pasiskirstymą galėjo lemti tai, jog mokesčių įplaukoms didėjant, dotacijos mažėjo. Taip pat daugiausiai asignavimu per analizuojamąjį laikotarpį buvo skirta žinių visuomenės plėtros programai, šiai programai skirtos lėšos buvo padidėjusios 0,5 mln. Eur. Taipogi asignavimai per analizuojamąjį laikotarpį viešosios infrastruktūros plėtros bei priežiūros programai sumažėjo 5,9 mln. Eur. arba 16,57 proc.

Literatūra

1. Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas 1990 m. liepos 30 d. įstatymas Nr. I-430. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.428/asr>

2. Lietuvos Respublikos Finansų ministerija. (2021 m. spalio 25 d.). Biudžetas. Prieiga per internetą <https://finmin.lrv.lt/veiklos-sritys/biudzetas/patvirtintas-biudzetas>

3. Lietuvos Respublikos Konstitucija 1992 m. spalio 25 d. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.47BB952431DA/asr>

4. Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas 1994 m. liepos 7 d. įstatymas Nr. I-533. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.DOCD0966D67F/asr>

ANALYSIS OF VARENA DISTRICT MUNICIPALITY BUDGET BETWEEN 2020 AND 2022

Summary

The municipal budget is also an important document, as the municipal budget indicates the amount of revenue collected that is used to carry out certain approved programs. Also, in this way, the municipality controls its expenses and income, ensuring that everything runs efficiently, thus considering the well-being of citizens. Of course, Varėna district municipality also has its own municipal budget, which aims to ensure that revenues are used efficiently to fund certain programs. Also there should be known that without municipal budgets, revenues and costs would be used inefficiently, because of that only when the budget is concluded it is easier to control the expenses and revenue.

LIETUVOS BANKAS, JO KAPITALAS, PELNAS BEI VAIDMUO KREDITO SISTEMOJE

Aneta Jodkaitė

Lekt. Olga Buckiūnienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos Fakultetas

Ivadas

Šiandien, viena iš pagrindinių ekonomikos institucijų, palaikanti ir kontroliuojanti kredito sistemos veikimą bei pinigų pasiūlą šalyje yra Lietuvos bankas, kuris atlieka centrinio banko funkcijas. Lietuvos bankas yra juridinis asmuo, kurį steigia Seimas. Tai yra bankas, kuris ne tik palaiko savo vykdomą politiką, tačiau stengiasi rūpintis pinigų kiekio valdymu, taip užtikrindamas patikimą finansų ir kredito sistemos ir tvarios ekonomikos plėtrą. Centrinis bankas veikia visą ekonomiką atlikdamas pinigų pasiūlos ir paklausos reguliavimą, kreditų, skirtų verslui kainų reguliavimą, visuomenės lūkesčių dėl pinigų vertės bei kreditų gavimo sąlygų reguliavimą.

Straipsnio tikslas: išanalizuoti Lietuvos banko turto ir kapitalo pokyčius.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti Lietuvos banką ir jo funkcijas.
2. Pateikti kapitalo formavimo tvarką.
3. Išnagrinėti Lietuvos banko rodiklius.

Lietuvos banko samprata ir jo funkcijos

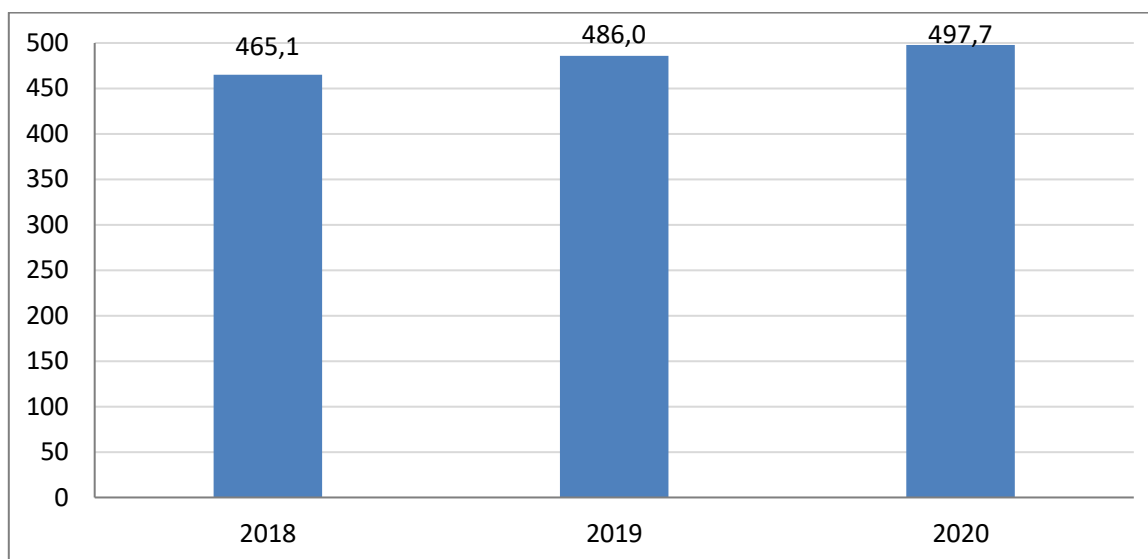
Lietuvos Respublikoje centriniu banku yra laikomas Lietuvos bankas, kuris nuosavybės teise priklauso Lietuvos valstybei. Jis yra sudedamoji Europos centrinių bankų sistemos dalis, kurio pagrindinis tikslas – palaikyti kainų stabilumą. Lietuvos bankas - pažangus, iniciatyvus ir atviras Eurosistemos centrinis bankas, kuris buvo įsteigtas 1922 m., o pirmininko pareigas eina Europos Centrinio Banko valdančiosios tarybos narys (Lietuvos Respublikos Lietuvos banko įstatymas, 1994).

Viena iš svarbiausių centrinio banko priemonių – nustatyti palūkanų normas, t. y. pinigų kainą („Kas yra centrinis bankas“, 2015). Lietuvos bankas funkcijas ir tikslų siekimą vykdo vadovaudamasis Europos centrinio banko gairėmis ir nurodymais. Lietuvos bankas visų pirma vykdo Lietuvos Respublikos pinigų emisiją, formuoja bei vykdo pinigų politiką, naudoja Lietuvos banko užsienio atsargas. Tai yra bankas, kuris užtikrina ir tobulina mokėjimų mechanizmo veikimą, tai yra čekių sistemos tvarkymą, reikiamą grynųjų pinigų kiekio palaikymą, piniginių lėšų kompiuterinį perdavimą bei visuomenės pasitikėjimo pagrindiniu piniginiu vienetu palaikymą. Pats Lietuvos bankas veikia kaip paskutinis kreditorius, kitaip sakant tai yra institucija, kuri gali teikti bankams paskolas krizės metu, kai kiti bankai negali to daryti.

XIX amžiaus britų ekonomistas ir žurnalistas Badžetas teigė, kad „pinigai savęs nevaldo“, todėl Lietuvos bankas siekia apsaugoti bankus nuo galimo bankroto ir tuo pačiu metu vykdo bankų priežiūrą. Be to Lietuvos bankas leidžia į apyvartą banknotus ir monetas, dažnai užtikrina sklandų mokėjimo sistemų veikimą bankams ir prekybai finansinėmis priemonėmis, valdo užsienio valiutos atsargas, informuoja visuomenę apie ekonomikos būklę. Jis renka Europos centrinių bankų sistemos uždaviniams vykdyti reikalingą statistinę informaciją iš valstybės ir savivaldybių institucijų ir ūkio subjektų, atlieka valstybės išdo agento funkcijas („Centrinio banko vaidmuo ekonomikoje“). Lietuvos banko kapitalo formavimo tvarka

Lietuvos valstybės nuosavybę Lietuvos banke išreiškia Lietuvos banko kapitalas, kuris yra formuojamas iš įstatinio ir atsargos kapitalo. Lietuvos banke įstatinio kapitalo dydis be privilegijuotųjų akcijų su kaupiamuoju dividendu yra lygus visų pasirašytų bendrovės akcijų nominalių verčių sumai, yra sudaromas iš Lietuvos valstybės lėšų, o atsargos kapitalas – atsargos

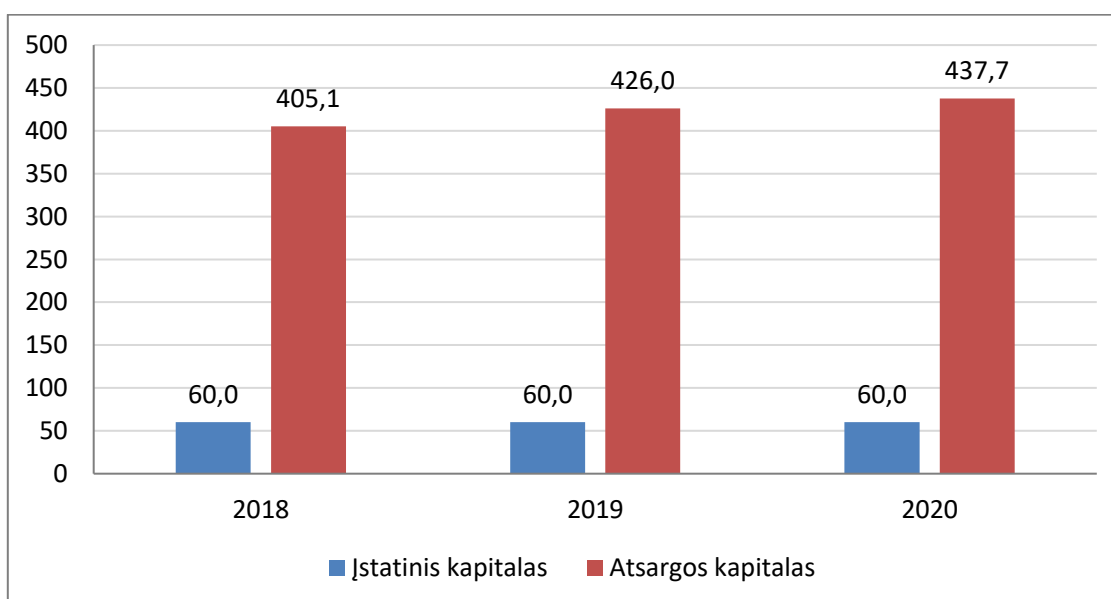
rezervas, yra sudaromas iš banko pelno ir yra naudojamas susidariusiam Lietuvos banko nuostoliui padengti. Norint tikslingiausiai išanalizuoti kapitalo pokyčius, buvo surinkti kapitalo - įstatinio bei atsargos duomenys bei pavaizduoti grafiškai pirmame paveiksle.



1 pav. Lietuvos banko kapitalo dinamika 2018 – 2020 m. (mln. Eur)

Nuo 2018 iki 2019 metų Lietuvos banko kapitalo rodiklis buvo padidėjęs ir jo pokytis sudarė 20,9 mln. Eur arba 4,49 proc. Nuo 2019 metų iki 2020 metų kapitalo rodiklio padidėjimo pokytis sudarė 11,7 mln. Eur arba 2,4 proc. Analizuojamu laikotarpiu nuo 2018 iki 2020 metų kapitalo pokytis sudarė 32,6 mln. Eur arba 7 proc. Kapitalo padidėjimui įtakos turėjo kito finansinio turto bei įsipareigojimų, t.y. einamųjų sąskaitų padidėjimas.

Kapitalo struktūrą sudaro įstatinio ir atsargos kapitalo rodikliai, kurių pagrindinė paskirtis – garantuoti banko finansinį stabilumą. Norint įžvelgti finansinio stabilumo tendencijas balanse buvo surinkti įstatinio ir atsargos kapitalo duomenys ir pavaizduoti grafiškai antrame paveiksle.



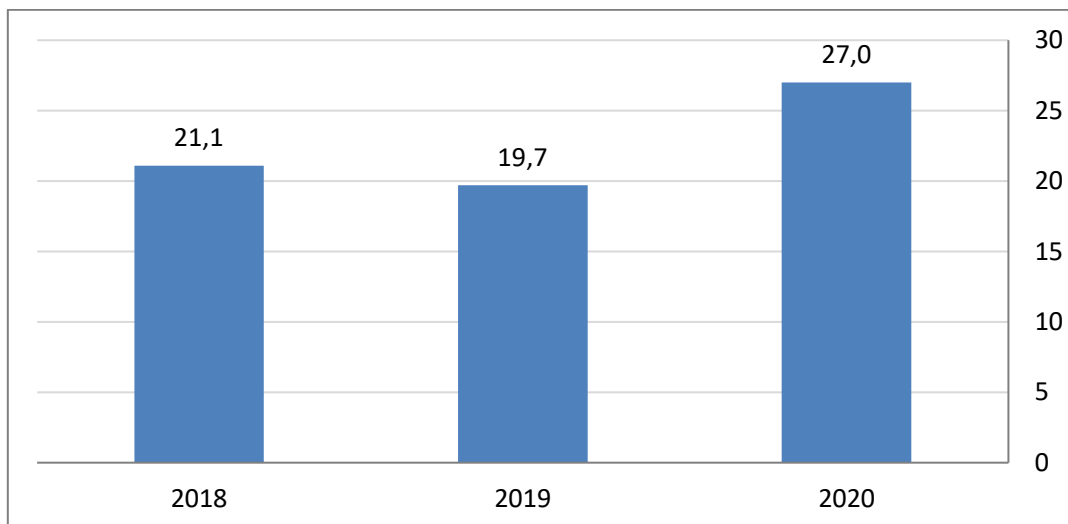
2 pav. Lietuvos banko įstatinio bei atsargos kapitalo dinamika 2018 – 2020 m. (mln. Eur)

Įstatinio kapitalo dydis nuo 2018 metų iki 2020 metų buvo pastovus ir pilnai suformuotas. Nuo 2018 metų iki 2019 metų atsargos kapitalo padidėjimo pokytis sudarė 20,9 mln. Eur arba 4,49 proc. 2019 – 2020 m. atsargos kapitalo pokytis sudarė 11,7 mln. Eur arba 2,4 proc. esamos atsarginio

kapitalo sumos. Analizuojamu laikotarpiu atsarginio kapitalo padidėjimo pokytį sudarė 32,6 mln. Eur arba 7 proc., tam įtakos turėjo padidėjęs banko turtas.

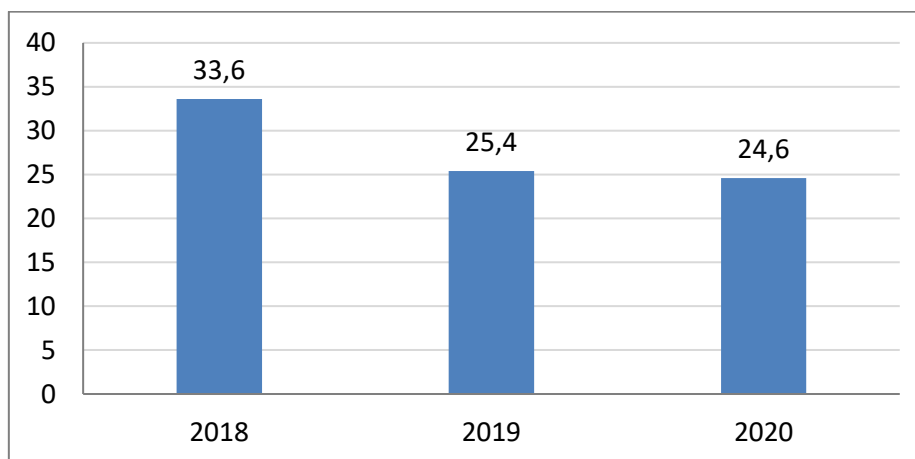
Lietuvos banko rodikliai

Balansas – įmonės finansinė ataskaita, kuri geriausiai parodo rodiklių, tokių kaip turtas, kapitalas ir pelnas, pokyčius per tam tikrą laikotarpį bei įvertina tų rodiklių kitimo tendencijas ir juos įtakojančius veiksnius, kurie pateikti 3 ir 4 paveiksle.



3 pav. Lietuvos banko turto dinamika 2018 – 2020 m. (mlrd. Eur)

Nuo 2018 iki 2019 metų Lietuvos banko turto sumažėjimo pokytis sudarė 1,4 mlrd. Eur arba 6,6 proc. Turto sumažėjimui įtakos turėjo pretenzijos ne euro zonos rezidentams užsienio valiuta, ilgos trukmės refinansavimo operacijos ir vertybinių popierių sumažėjimai. 2019 – 2020 m. turto rodiklio padidėjimo pokytis sudarė 7,3 mlrd. Eur arba 37 proc. Turto padidėjimą įtakojo iš TVF gautinų lėšų padidėjimas. Analizuojamu laikotarpiu turto pokytis buvo 5,9 mlrd. Eur arba 27,9 proc.



4 pav. Lietuvos banko pelno dinamika 2018 - 2020 m. (mln. Eur)

Nuo 2018 iki 2019 metų pelno rodiklio sumažėjimo pokytis sudarė 8,3 mln. Eur arba 24,4 proc. 2019 – 2020 m. pelno rodiklio pokytis buvo 0,8 mln. Eur arba 3,14 proc. Analizuojamu laikotarpiu pelno sumažėjimo pokytis sudarė 9 mln. Eur arba 26,78 proc. Nuo 2018 iki 2020 metų pelno sumažėjimui įtakos turėjo atidėjiniai kredito nuostoliams padengti.

Išvados

1. Lietuvos bankas – centrinis bankas, tai yra institucija, kurios pagrindinis tikslas – palaikyti kainų stabilumą. Pats centrinis bankas formuoja bei palaiko savo vykdomą politiką, užtikrina ir tobulina mokėjimų mechanizmo veikimą bei vykdo Lietuvos Respublikos pinigų emisiją.
2. Lietuvos banko kapitalas yra formuojamas iš įstatinio ir atsargos kapitalo. Įstatinio kapitalo sudėtį sudaro valstybės lėšos ir yra visiškai suformuotas, dažniausiai pastovus. Atsargos kapitalas yra sudaromas iš Lietuvos banko pelno, banko nuostoliui padengti.
3. Atlikus rodiklių analizę galima teigti, jog:
 - per analizuojamą laikotarpį kapitalo pokytis sudarė 32,6 mln. Eur arba 7 proc. Kapitalo padidėjimui įtakos turėjo kito finansinio turto bei įsipareigojimų, t.y. einamųjų sąskaitų padidėjimas;
 - analizuojamu laikotarpiu atsarginio kapitalo padidėjimo pokytis sudarė 32,6 mln. Eur arba 7 proc., tam įtakos turėjo padidėjęs banko turtas;
 - analizuojamu laikotarpiu turto pokytis buvo 5,9 mlrd. Eur arba 27,9 proc., turto padidėjimą įtakėjo iš TVF gautinų lėšų padidėjimas;
 - analizuojamu laikotarpiu pelno sumažėjimo pokytis sudarė 9 mln. Eur arba 26,78 proc., tam įtakos turėjo atidėjiniai kredito nuostoliams padengti.

Literatūra

1. Lietuvos bankas. *Lietuvos banko metinės finansinės ataskaitos. Rinkinys 2020*. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/publications/docs/29334_29e98d80b4bf659a397f22524e7df1ab.pdf
2. Lietuvos bankas. *Lietuvos banko metinės finansinės ataskaitos. Rinkinys 2019*. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/publications/docs/25376_c27be8496036c15876cd3484870d180b.pdf
3. Lietuvos bankas. *Lietuvos banko metinės finansinės ataskaitos. Rinkinys 2018*. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/publications/docs/27545_0ff51697809ada6b26810eba0082da8e.pdf
4. Lietuvos Bankas, 2018. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/apie-mus>
5. „Kas yra centrinis bankas“, 2015. Prieiga per internetą: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me/html/what-is-a-central-bank.lt.html>
6. Lietuvos Respublikos Lietuvos banko įstatymas, 1994. Prieiga per internetą: <https://www.infolex.lt/ta/57093>
7. „Centrinio banko vaidmuo ekonomikoje“. Prieiga per internetą: <https://moksiai.lietuviuzodynas.lt/ekonomika/centrinio-banko-vaidmuo-ekonomikoje>

CENTRAL BANK, ITS CAPITAL, PROFIT AND ROLE IN THE CREDIT SYSTEM

Summary

The Bank of Lithuania is a legal entity established by the Seimas. It is a bank that supports and strives to manage the money supply, ensuring the development of the financial and credit system and a sustainable economy. The Bank of Lithuania is one of the leading economic institutions that control the operation of the credit system and performs functions of the central bank. The Bank of Lithuania is an advanced, proactive, and open Eurosystem central bank, established in 1922 and chaired by a Governing Council of the European Central Bank. It is a bank that takes care of the whole country's economy, and tries to prevent commercial bankruptcies, controlling, stabilizing, improving, and supporting the cash and capital markets.

TIESIOGINĖS UŽSIENIO INVESTICIJOS LIETUVOJE

Kornelija Andrijauskaitė

Mokslinė vadovė – lektorė Olga Buckiūnienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Ivadas

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija tiesiogines užsienio investicijas apibūdina kaip neatskiriamą tarptautinės ekonominės sistemos dalį, kuri yra pagrindinis vystymosi ir žmogiškojo kapitalo išteklių srauto katalizatorius išsivysčiusiems šalims. Tiesioginės užsienio investicijos skatina ekonomikos augimą, plėtoja infrastruktūrą (Folarin, 2021). Šiandienėje visuomenėje žmonės yra linkę investuoti ir prisiimti riziką susijusią su investavimu. Investicinių sprendimų suvokimas buvo tiriamas daugiau nei šimtmetį, buvo naudojami ir struktūriniai, ir nestrukūriniai metodai. Ekonominio elgesio specialistai ištyrė, kad investicinio sprendimo koncepcija yra ne tik paprasta ar racionali, pagrįsta prielaidomis ir skaičiavimais, bet ir paveikta žmonių instinktų bei patirties investavimo srityje. Sprendimų priėmimą veikia žmonių protas ir racionalus elgesys. Investuotojas turi suformuluoti tikslus, kad būtų aišku, ką investicinis portfelis turi pasiekti. Asmenys, kurie studijavę ar turi daugiau žinių apie finansus, finansų valdymą, todėl efektyviau paskirsto savo investicijas. Investavimas į skirtingas priemones skiriasi, kadangi skiriasi ir rizika, ir grąža. Dažniausiai investavime, kuo didesnė rizika, tai tuo didesnė ir grąža, o jei rizika maža, tai tikėtina grąža taipogi bus maža (Teeramungcalanon & Rattanaprichavej, 2021).

Straipsnio tikslas – Išanalizuoti tiesiogines užsienio investicijas Lietuvoje.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išnagrinėti tiesiogines užsienio investicijas teoriniu aspektu.
2. Pateikti tiesioginių užsienio investicijų pokyčius 2019 – 2021 m.

Tiesioginių užsienio investicijų teoriniai aspektai

Investicijų pritraukimas į šalį yra labai rimta verslo dalis ir reikalauja nemažai laiko taipogi ir pastangų, todėl pasiruošimas yra būtinas. Mažoms bei besivystančioms šalims labai svarbu, kad būtų investuota ir iš užsienio šalių, kadangi tai didina šalies ekonomikos lygį ir jos patrauklumą kitų šalių investuotojams. Labai svarbu, kad verslo idėja būtų unikali bei pritrauktų investuotojus (Bateman, 2019).

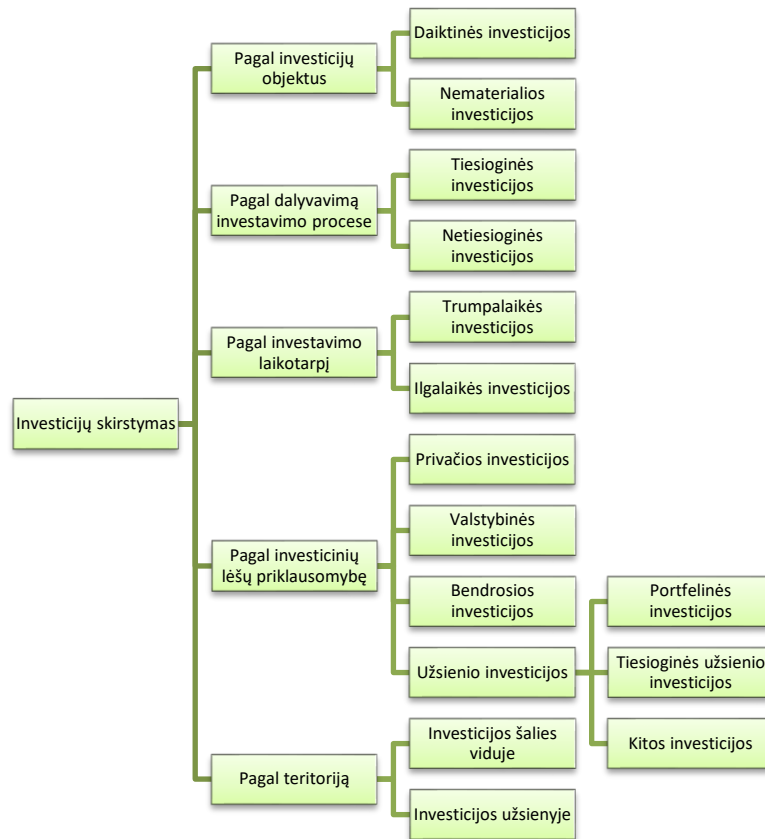
Norint gilintis į tiesioginių užsienio investicijų ypatumus yra būtina suvokti pagrindinę tiesioginių užsienio investicijų apibrėžimą. 1 – oje lentelėje yra pateikta keletas skirtingų autorių bei skirtingų metų tiesioginių užsienio investicijų sąvokų.

1 lentelė. Skirtingų autorių tiesioginių užsienio investicijų apibrėžimai

Apibrėžimas	Autorius, metai
Tiesioginės užsienio investicijos vaidina labai svarbų vaidmenį, galintį daryti įtaką tautos raidai, ypač didinant ekonomikos augimą, kapitalo kaupimą, inovaciją bei darbo našumą.	Ramlan, Salleh, & Shamsuddin, 2021.
Užsienio investicijos yra tarptautinių organizacijų, užsienio valstybių, fizinių ar juridinių asmenų investicijos Lietuvos Respublikoje.	Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 1999.
Tiesioginės užsienio investicijos (TUI) yra pasaulio ekonominės sistemos sėkmės pagrindas ir pagrindinis postūmis plėtrai, kapitalo ir žmogiškųjų išteklių srautams iš vienos šalies į kitą.	Folarin, 2021.

Šaltinis sudarytas autorės pagal: Ramlan, Salleh, & Shamsuddin, 2021; Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 1999; Folarin, 2021.

Investicijos gali būti skirstomos pagal požymius ir sudaro penkias požymių grupes, tai būtų pagal investicijų objektus, dalyvavimą investavimo procese, investavimo laikotarpį, investicinių lėšų priklausomybę bei pagal teritoriją. 1 – asis paveikslas. Investicinių lėšų priklausomybė skirstoma į privačias, valstybines, bendrąsias, užsienio investicijas. O užsienio investicijos skirstomos dar į tris rūšis, tai būtų portfelinės investicijos, tiesioginės užsienio investicijos ir kitos investicijos.



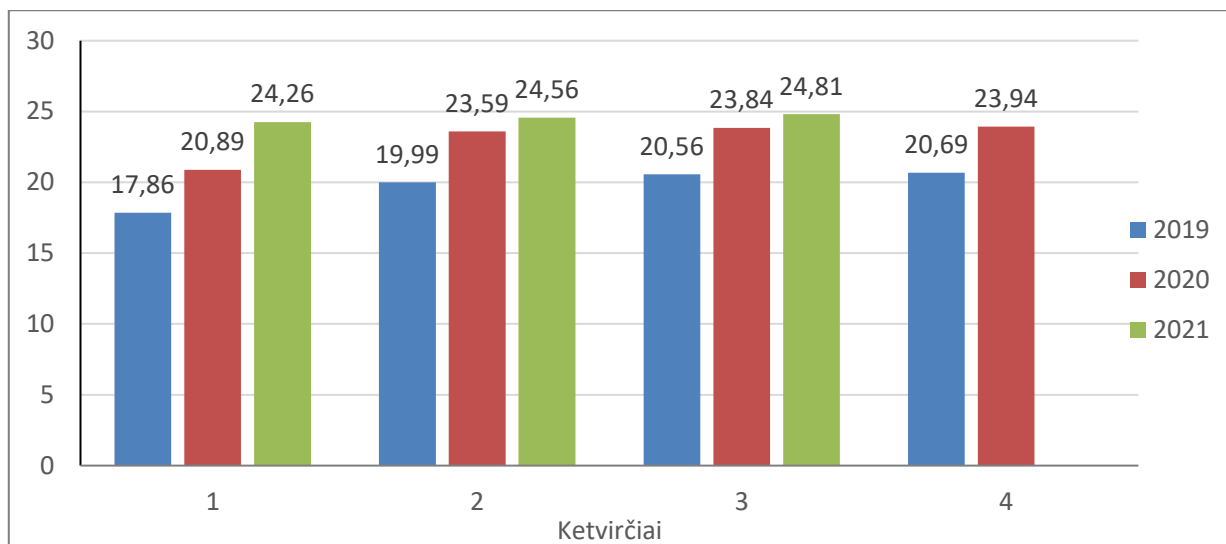
1 pav. Investicijų skirstymas pagal požymius

Šaltinis sudarytas autorės pagal: Ginevičius R., Rakauskienė O., Romualdas P., Tvaronavičienė M., Kalašinskaitė K., 2005.

Apibendrinant galime teigti, jog tiesioginės užsienio investicijos yra šalių ekonomikos dalis bei postūmis plėtrai ir kapitalo judėjimas iš vienos šalies į kitą. Investicijos didina šalių ekonominius lygius bei didina tikimybę, kad susidomės dar daugiau investuotojų. Investicijų skirstymas pagal požymius sudaro penkias grupes: tai būtų pagal investicijų objektus, dalyvavimą investavimo procese, investavimo laikotarpį, investicinių lėšų priklausomybę bei pagal teritoriją.

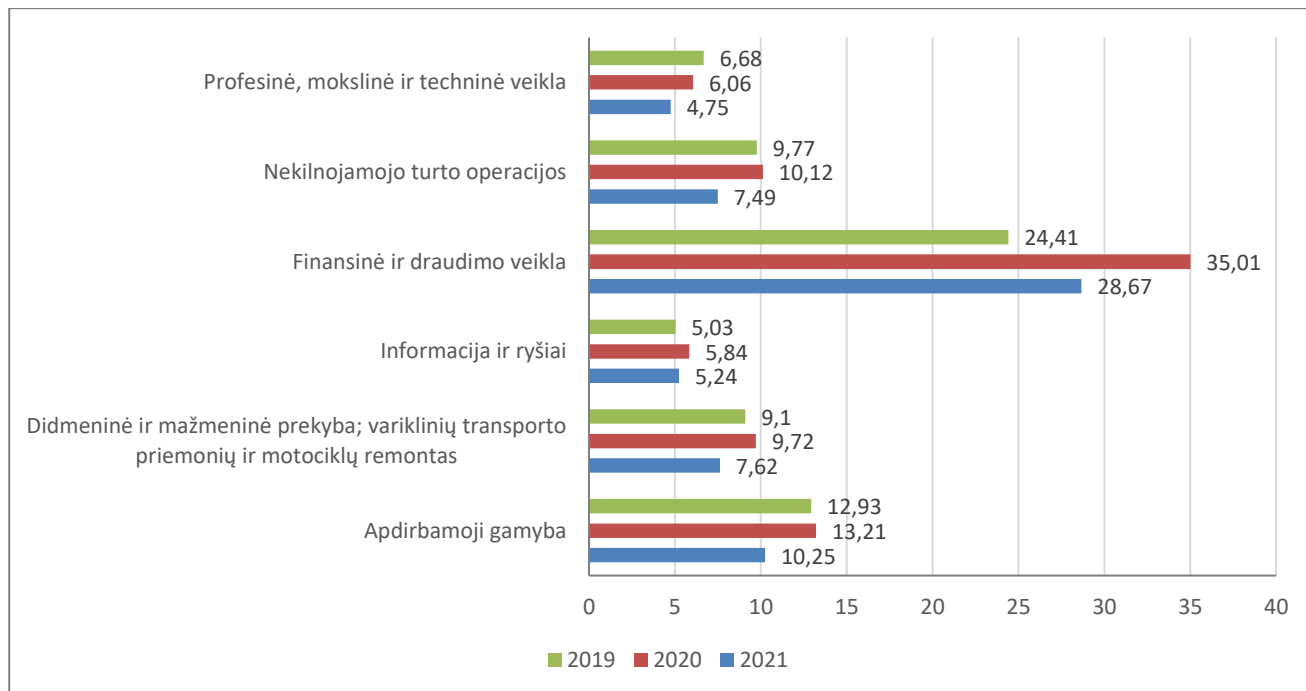
Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje

Kiekviena šalis nori skatinti ekonomikos augimą bei plėtrą pritraukiant investitorius iš užsienio šalių. Investicijos iš užsienio atneša naujų technologijų galimybes, inovatyvius valdymo modelius, atveria užsienio rinkas bei šalis darosi žinomesnė pasauliniame lygmenyje. Šios investicijos yra priemonė, kuri padeda vykdyti nenutrūkstamą šalies plėtrą bei didinti produktyvumą, o tai skatina bendrojo vidaus produkto augimą (Danilevičienė ir Lukšytė, 2017).



2 pav. Tiesioginių užsienio investicijų dinamika Lietuvoje 2019-2021 mlrd. Eur.
Šaltinis sudarytas autorės pagal: Statistikos departamento duomenis.

Analizuojamuoju laikotarpiu tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje kiekvienais metais vis didėja 2 pav. 2019 metų tiesiogines investicijas Lietuvoje lyginant su 2020 metų galime teigti, jog 2020 metų investicijos visais ketvirčiais tik didėjo, pirmąjį ketvirtį padidėjo 3,03 mlrd. Eur., antrąjį ketvirtį 3,6 mlrd. Eur., trečiąjį ketvirtį 3,28 mlrd. Eur., ketvirtąjį ketvirtį 3,25 mlrd. Eur. Lyginant 2020 metų TUI Lietuvoje su 2021 metais, tai pirmąjį ketvirtį investicijos didėja 3,37 mlrd. Eur. (16,12 proc.), antrąjį ketvirtį 0,97 mlrd. Eur., trečiąjį ketvirtį 0,97 mlrd. Eur. (4,06 proc.). Nuo 2019 metų iki 2021 metų trečiojo ketvirčio TUI Lietuvoje tik didėja.



3 pav. Tiesioginės užsienio investicijos pagal ekonomines veiklos rūšis pokytis Lietuvoje 2019-2021 mlrd. Eur.

Šaltinis sudarytas autorės pagal: Lietuvos banko duomenis.

Per visą analizuojamąjį laikotarpį investuotojai iš užsienio šalių Lietuvoje daugiausiai investavo į finansinę ir draudimo veiklą nuo 24,41 mlrd. Eur. iki 35,01 mlrd. Eur. Investuotojai taip pat nemažai investavo į apdirbamąją gamybą, nekilnojamojo turto operacijas bei didmeninę, mažmeninę

prekybą (variklinių transporto priemonių ir motociklų remontą). Nuo 2019 metų iki 2020 metų finansinė ir draudimo veikloje investicijos padidėjo 10,6 mlrd. Eur., tai padidėjo 43,42 proc. 2019 metų nekilnojamojo turto operacijas lyginant su 2020 metų nekilnojamosiomis turto operacijomis, tai padidėjo apie 3,58 proc. 2020 metų finansinę ir draudimo veiklą lyginant su 2021 metų finansine ir draudimo veikla galime teigti, jog 6,34 mlrd. Eur. investicijos sumažėjo. Apdirbamoji gamyba tai pat sumažėjo 2,96 mlrd. Eur. lyginant 2020 metus su 2021 metais. 2019 metus palyginus su 2020 metais, tai per šį laikotarpį sumažėjo 1,93 mlrd. Eur. (28,89 proc.) profesinės, techninės ir mokslinės investicijos, sumažėjo 2,28 mlrd. Eur. Investicijos į nekilnojamąjį turtą, investicijos į finansinę ir draudimo veiklą padidėjo 4,26 mlrd. Eur.

Apibendrinant galima teigti, kad investicijos iš užsienio šalių Lietuvoje skatina bendrojo vidaus produkto augimą bei ekonomikos augimą. Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje nuo 2019 metų iki 2021 metų trečiojo ketvirčio tik didėja. Lietuvoje kiekvienais metais yra investuojamos vis didesnės sumos iš užsienio investuotojų, o tai plečia Lietuvos technologijų galimybes, įvairina valdymo modelius. Investuotojai daugiausiai investuoja į finansinę ir draudimo veiklą, apdirbamąją gamybą bei nekilnojamojo turto operacijas.

Išvados

1. Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje yra ekonomikos dalis, postūmis plėtrai ir kapitalo, žmogiškųjų išteklių srautų judėjimas iš vienos šalies į kitą. Investicijų skirstymas pagal požymius sudaro penkias grupes: tai būtų pagal investicijų objektus, dalyvavimą investavimo procese, investavimo laikotarpį, investicinių lėšų priklausomybę bei pagal teritoriją.

2. Kiekviena šalis skatindama savo šalies ekonomikos, bendrojo vidaus produkto augimą nori, jog į šalį būtų pritraukti investuotojai iš užsienio šalių. 2019 metų tiesiogines užsienio investicijas lyginant su 2021 metų investicijomis gali teigti, jog tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje visais ketvirčiais tik didėja, pirmąjį ketvirtį padidėjo 6,4 mlrd. Eur. (35,83 proc.), antrąjį ketvirtį padidėjo 4,57 mlrd. Eur. (22,86 proc.), trečiąjį ketvirtį padidėjo 4,25 mlrd. Eur. (20,67 proc.). Profesinės, mokslinės ir techninės veiklos investicijas 2019 metų lyginant su 2021 metų galime teigti, jog investicijos į šią rūšį sumažėjo 1,93 mlrd. Eur., investicijos į nekilnojamąjį turtą sumažėjo 2,28 mlrd. Eur., investicijos į didmeninės ir mažmeninės prekybos variklinių transporto priemonių ir motociklų remontą sumažėjo 1,48 mlrd. Eur., investicijos į apdirbamąją gamybą sumažėjo 2,68 mlrd. Eur. o investicijos į finansinę ir draudimo veiklą šiuo laikotarpiu padidėjo 4,26 mlrd. Eur.

Literatūra

1. Danilevičienė, I., & Lukšytė, V. (2017). The assessment of foreign direct investment influence on the country's economic competitiveness. *Mokslas – Lietuvos Ateitis / Science – Future of Lithuania*, 9(2), 183-196. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.3846/mla.2017.1017>

2. David Bateman. (2019). *The Investment Handbook: A One-stop Guide to Investment, Capital, and Business: The Essential Funding Guide for Entrepreneurs*. Legend Business. Prieiga per internetą: <https://web-p-ebSCOhost-com.libproxy.viko.lt/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMTgxNjI3MF9fQU41?sid=f304b11a-58e5-402b-921a-3fc808f32f07@redis&vid=10&format=EK&rid=1>

3. Folarin, R. A. (2021). Foreign Direct Investment and Nigeria Economy Growth. *Review of International Comparative Management / Revista de Management Comparat International*, 22(4), 608–615. Prieiga per internetą: <https://doi-org.libproxy.viko.lt/10.24818/RMCI.2021.4.608>

4. Ginevičius R., Rakauskienė O., Romualdas P., Tvaronavičienė M., Kalašinskaitė K., Lisauskaitė V. (2005). *Eksporto ir investicijų plėtra Lietuvoje* – Vilnius: Technika, - 364 p.

5. Lietuvos bankas. N.d. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/>

6. Ramlan, H., Md Salleh, M. F., & Shamsuddin, M. Y. (2021). The Impact of Economic Growth, Inflation Rate and Exchange Rate on Foreign Direct Investment in Malaysia. *Global Business & Management Research*, 13, 612–617. Prieiga per internetą: <https://web-p-ebSCOhost-com.libproxy.viko.lt/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=264d3558-c4ed-48bf-b1ab-83b6e8caa314%40redis>
7. Teeramungcalanon, M., & Rattanaprichavej, N. (2021). Role of Psychological Bias and Social Interactions in Investment Decisions: Comparison between Direct and Indirect Real Estate Investors. *International Journal of Economics & Management*, 15(1), 117–132.

FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN LITHUANIA

Summary

Foreign direct investment in Lithuania is a part of the economy, boosting development and the flow of capital and human resources from one country to another. The distribution of investments by characteristics consists of five groups: according to the investment objects, participation in the investment process, investment period, dependence of investment funds and according to the territory. Each country wants to attract foreign investors to its country because it boosts the level of the economy and gross domestic product. From 2019 to the third quarter of 2021, foreign direct investment in Lithuania is only increasing. Foreign investors invest the largest amounts of money in financial and insurance activities.

TARPTAUTINIS VALIUTOS FONDAS, JO RYŠIAI SU LIETUVA

Kamilė Romaškaitė

*Mokslinė vadovė – Olga Buckiūnienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas*

Ivadas

Siekiant sėkmingo ekonominio funkcionavimo yra reikalinga stabili finansų sistema. Finansinio stabilumo svarba valstybei yra pabrėžiama ir nagrinėjama tiek mokslininkų, tiek praktikų, tai tampa aktuali tema, susilaukianti vis daugiau susidomėjimo. Ieškomi įvairūs sprendimo būdai, atliekami tyrimai bei šia tema rengiamos apžvalgos. Tačiau pajamų nelygybė tarp šalių nepaliaujamai auga, kas formuoja vieną iš didžiausių socialinių bei ekonominių problemų. Išlaugęs pajamų nelygybės mastas prisideda prie skirtingų šalių gyvenimo lygio kokybės, institucinės aplinkos bei kitų ekonominių ir socialinių veiksnių. Todėl, norint spręsti šią susidariusią problemą, turi būti tinkamai įvertinti veiksniai, nulemiantys šios problemos mastą, pasirenkami tinkami sprendimo būdai, priimami tinkami politiniai sprendimai. Kaip vienas iš sprendimo būdų, norint palaikyti finansų sistemos stabilumą, buvo įkurta specializuotoji Jungtinių Tautų finansų institucija – Tarptautinis valiutos fondas.

Straipsnio tikslas – išnagrinėti Tarptautinio valiutos fondo svarbą ir ryšį su Lietuva.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti Tarptautinį valiutos fondą
2. Pateikti Tarptautinio valiutos fondo funkcijas
3. Apžvelgti Tarptautinio valiutos fondo ryšius su Lietuva.

1. Tarptautinio valiutos fondo įkūrimo raida

Tarptautinis valiutos fondas (toliau tekste – TVF) yra tarptautinė organizacija, įkurta 1944 metais Bretono Vudo konferencijoje. Organizacijos pirminis tikslas buvo stebėti, kaip laikosi fondo narės šalys dėl sutarto aukso atžvilgiu fiksuoto valiutos kurso. Tačiau su laiku aukso standartas buvo panaikintas, todėl organizacijai teko performuluoti savo tikslą (Vainienė, R., n. d.). Dabartinis TVF tikslas, pasak Jonuškienės, (2018), įvardijamas kaip „Specializuotoji Jungtinių Tautų finansų institucija pasaulinės finansų sistemos stabilumui palaikyti“. Todėl galima pastebėti, fondo paskirtis nuo įkūrimo kaip ir nepakito, tiesiog laikui bėgant prisitaikė prie sparčiai judančios į priekį ekonomikos. Nusprendus įkurti TVF prie jo prisijungė 29 šalys narės. Dabar šis skaičius išaugo iki 190 narių. Fondo būstinė buvo įkurta Vašingtone ir turi vykdomąją valdybą, kurią sudaro 24 direktoriai. Renkant valdytojus prisideda kiekviena šalis, nes jų išrinkti direktoriai atstovauja jų šalims. Dažniausiai tai būna finansų ministras arba centrinio banko vadovas bei jo pavaduotojas, o šie rinkimai vyksta kas penkerius metus. Didžioji dalis TVF kapitalo yra gaunama iš ekonomiškai stiprių šalių, nes pagal jų įtaką tarptautinėje ekonomikoje yra parenkamas kvotos dydis. Kiekviena šalis priklausanti fondui sumoka kvotą 75 proc. nacionaline valiuta ir 25 proc. užsienio valiuta arba TVF fondo apskaitos vienetais. Įnašų dydžiai nulemia turimų balsų skaičių priimant tam tikrus sprendimus TVF Valdytojų taryboje (Jonuškienė, 2018).

Siekiant užkirsti kelią finansų ar ekonomikos krizei, TVF naudoja savo oficialią priežiūros sistemą. Šioje sistemoje yra apžvelgiama šalių narių politika ir ekonomikos raida. Fondas teikia konsultacijas ir skatina tokią politiką, kuri gerintų ekonominį stabilumą ir mažintų šalių pažeidžiamumą finansinių krizių atveju, taip pat yra reguliariai vertinamos pasaulinės ekonomikos perspektyvos (International monetary fund, 2019).

2. Tarptautinio valiutos fondo funkcijos

Kaip buvo minėta prieš tai, pagrindinis TVF tikslas yra palaikyti pasaulinės finansų sistemos stabilumą, todėl norint šį tikslą įgyvendinti fondas atlieka tam tikras funkcijas. Viena pagrindinių šio fondo funkcijų yra teikti finansinę pagalbą šalims narėms, patiriančioms ekonominių sunkumų (International monetary fund, 2019). Nors TVF niekada ir neturėjo galimybės būti pasaulio centriniu banku, fondas yra vis tiek susijęs su makroekonominė politika, valiutų kursais, skolos ir finansų sektoriaus valdymu, o fondo suteikiamos paskolos padeda narių ekonomikos puoselėjimui (Medhora, 2019).

TVF turi daug kitų svarbių veiklų, kuriomis bando pasiekti finansinį stabilumą. Visos šios veiklos yra plačiai aprašomos ir pateikiamos fondo oficialiame puslapyje. Atliekamos fondo funkcijos yra įvairios:

- skatinti mainų stabilumą;
- skatinti tarptautinį bendradarbiavimą pinigų srityje;
- mažinti skurdą pasaulyje;
- sukurti daugiašalę mokėjimų sistemą;
- stebėti pokyčius, turinčius įtakos valstybių narių ir pasaulio ekonomikai;
- skatinti tarptautinę prekybą;
- teikti pagalbą, politinius patarimus ir mokymus, vykdamas įvairias techninės pagalbos programas;
- garantuoti šalių narių valiutų kursų stabilumą;
- konsultuoti šalis skolininkes bei stebėti jų įgyvendinamą finansinę ir ekonominę politiką;
- steigti ir rinkti tarptautinės finansų statistikos standartus, o duomenis skelbti.

Pažymėtina, kad fondas atlieka iš tiesų daug įvairių funkcijų, siekiant ekonominio stabilumo. Fondas ne tik teikia paskolas šalims, bet ir bando skatinti šalis nares bendradarbiauti pinigų srityje, užsiimti tarptautine prekyba. Tokiu būdu yra didinamas užimtumas ir realiųjų pajamų lygis, didinami narių gamybos išteklių. Taip pat bandoma sumažinti skurdą pasaulyje, stengiamasi išlaikyti valiutų kursų stabilumą. Tam pasiekti, šalinami prekybai trukdantys plėstis užsienio valiutų kursų apribojimai, teikiami mokymai ir politiniai patarimai, kuriamos įvairios programos, stebima šalių finansinė ir ekonominė politika (Tarptautinio valiutos fondo steigimo sutartis, 1945).

3. Tarptautinio valiutos fondo ryšiai su Lietuva

Prie TVF Lietuva prisijungė 1992 metais. Lietuva įstodama įsipareigojo, kaip ir visos kitos šalys, laikytis TVF steigimo sutarties. Pasirašytoje sutartyje nurodoma „vykdyti tokią ekonominę ir finansų politiką, kuri užtikrintų šalies globalų finansinį bei ekonominį stabilumą“ (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021). Nuo įstojimo, Lietuvoje kiekvienais metais apsilanko fondo atstovai, kurie vertina Lietuvos vystymosi tendencijas bei ekonominę padėtį.

TVF šalys yra padalintos į grupes. Lietuva priklauso Šiaurės ir Baltijos šalių grupei, kuriai priklauso iš viso 8 šalys. Šios grupės santykinę kvotą sudaro 3,225 proc., o Lietuvos 0,09 proc. visos kvotos. Visos šios grupės turi galimybę paskirti atstovus į vykdomojo direktoriaus kabinetą, kuris yra Vašingtone. Lietuvos atstovas yra paskiriamas Lietuvos banko (Lietuvos bankas, 2021).

Įstojus į TVF, Lietuvai buvo svarbiausia pasinaudoti fondo teikiama pagalba, tai yra finansiniais ištekliais. Lietuvai buvo suteiktos paskolos, kurių vertė 248,4 mln. Šiuo metu visos šios fondo suteiktos paskolos yra gražintos. Dabar Lietuvai yra aktualesnė stabilizavimo bei prevencinė veikla, taip pat yra naudojamos konsultavimosi galimybės (žr. 1 lentelę). (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).

1 lentelė. Lietuvos finansiniai santykiai su TVF

Data	Įvykis
1992 m.	Lietuva tapo TVF nare, pradinė kvota 69 mln. specialiųjų skolinimosi teisių (toliau tekste – SST), vėliau padidinta iki 103,5 mln., kuri buvo apmokėta neprocentiniais, neapyvartiniais Vyriausybės pasižadėjimo lakštais.
1992 m.	Gauta paskola 17,25 mln. SST.
1993 m.	Gauta paskola 70,725 mln. SST.
1994 m.	Gauta paskola 46,575 mln. SST.
1995 m.	Gauta paskola 41,4 mln. SST.
1996 m.	Gauta paskola 31,050 mln. SST.
1997 m.	Gauta paskola 41,4 mln. SST.
1999 m.	Padidinta Lietuvos kvota iki 144,2 mln. SST.
2005 m.	Baigtos grąžinti fondui visos paskolos. Iš viso sumokėta palūkanų 59,064 SST.
2008 m.	Lietuva skyrė 725 tūkst. SST parama, TVF skurdo mažinimo, neturtingų šalių skolų nurašymo fondui.
2009 m.	Emisijos metu TVF Lietuvai paskyrė 137,2 mln. SST.
2011 m.	Padidinta Lietuvos kvota iki 183,9 mln. SST.
2012 m.	Lietuva skyrė 540 tūkst. SST paramą, skurdo mažinimo ir augimo fondui.
2016 m.	Padidinta Lietuvos kvota iki 441,6 mln. SST.
2018 m.	Lietuva prisideda prie TVF finansinių operacijų mechanizmo.
2021 m.	Lietuvos bankas įsipareigojo, esant poreikiui paskolinti TVF iki 297 mln. Eur.

Sudaryta autorės pagal: International monetary fund (n. d.) ir Lietuvos bankas (2021).

Lietuva su TVF finansiniais santykiais siejama nuo 1992 m. Kaip buvo minima, Lietuvai pradžioje buvo svarbiausia fondo finansinė parama, todėl buvo imamos paskolos. Paskutinė paskola iš fondo buvo gauta 1997 m. Visos šios paskolos iki 2005 m. buvo grąžintos. Vėliau Lietuvai svarbiau buvo konsultavimosi galimybės bei prevencinė veikla. Lietuva prisidėjo finansine pagalba prie TVF įkurtų fondų, buvo siunčiami darbuotojai dalyvauti techninės pagalbos ir mokymosi programose, buvo didinama šalies kvota. Šiuo metu Lietuvą su fondu sieja ekonominės konsultacijos, dalyvavimas finansų rinkų raidos ir padarinių analizės procesuose bei yra taikomas „narystės“ mokestis.

Išvados

1. TVF yra tarptautinė organizacija, kurios pagrindinis tikslas palaikyti finansų sistemos stabilumą. Fondas veiklą pradėjo turėdamas 29 šalis nares, vėliau šis skaičius išaugo iki 190 narių. Fondas buvo įkurtas Vašingtone, jo valdytojus atsakingai renka kiekviena narė, nes paskirti žmonės atstovauja jų šalį. TVF kapitalas yra sudaromas iš ekonomiškai stiprių šalių, nes pagal jų ekonominę padėtį yra paskiriamas mokamas kvotos dydis. Šalys, pasirašiusios sutartį su fondu, privalo laikytis visų sutartyje numatytų sąlygų, o už tai, fondas suteikia finansinę pagalbą, konsultacijas, prižiūri su oficialia priežiūros sistema ir siūlo daug kitų perspektyvų.

2. TVF atlieka daug įvairių funkcijų, siekiant įgyvendinti pagrindinį savo tikslą – finansų sistemos stabilumą. Kaip vieną iš pagrindinių šio fondo funkcijų, būtų galima išskirti finansinę pagalbą narėms, patiriančioms ekonominių sunkumų. Fondas šalims suteikia paskolas, kurių dėka turi galimybę stabilizuoti savo ekonominę padėtį. Taip pat, fondas skatina tarptautinį bendradarbiavimą, kuris gerina šalių ekonomiką, didina užimtumą, bando sumažinti skurdą pasaulyje ir atlieka dar daug kitų svarbių funkcijų.

3. Viena iš fondo narių yra ir Lietuva. TVF ryšiai su Lietuva prasidėjo nuo fondo suteiktos finansinės pagalbos. Tik įstojus Lietuvai, buvo suteikta paskolų už 248,4 mln., kurios iki 2005 m. buvo grąžintos. Šiuo metu Lietuvą su fondu sieja prevencinė veikla bei konsultavimosi galimybės. Lietuva

gauna iš fondo ekonomines konsultacijos, pasaulinės ekonomikos, finansų rinkų raidos ir padarinių analizės, taiko fondo rekomenduojamus tarptautinius finansinės veiklos standartus.

Literatūra

1. International monetary fund asociacija, (2019) „The IMF at a Glance“. Prieiga per internetą: <https://www.imf.org/en/About/Factsheets/IMF-at-a-Glance>
2. International monetary fund asociacija (n. d.) „Transactions with the Fund“ Prieiga per internetą: https://www.imf.org/external/np/fin/tad/extrans1.aspx?memberKey1=607&endDate=2099-12-31&finposition_flag=YES
3. Jonuškienė, Ž., Tarptautinis valiutos fondas. (2018). Iš *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/straipsnis/tarptautinis-valiutos-fondas/>
4. Lietuvos banko asociacija, (2021). Tarptautinis bendradarbiavimas. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/tarptautinis-bendradarbiavimas#ex-1-2>
5. Lietuvos Respublikos finansų ministerija, (2021). *Tarptautinis valiutos fondas*. Prieiga per internetą: <https://finmin.lrv.lt/lt/es-ir-tarptautinis-bendradarbiavimas/tarptautines-finansu-institucijos/tarptautinis-valiutos-fondas>
6. Lietuvos Respublikos Tarptautinio valiutos fondo steigimo sutartis 1944 m. liepos 22 d. Nr. 41-1169. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.95903?jfwid=-g0zrz3f5x>
7. Medhora, R., (2019). Transnational legal theory: Bypasses to the International Monetary Fund. Routledge Taylor & Francis Group, VOL. 10, NOS. 3–4, 318–332. Prieiga per EBSCOhost: <https://web-s-ebsohost-com.libproxy.viko.lt/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=38&sid=1478ca2c-33a4-4e83-84cc-5fd2be46269c%40redis>
8. Vainienė, R., n. d. „*Tarptautinis valiutos fondas*“. Prieiga per internetą: <http://zodynas.vz.lt/Tarptautinis-valiutos-fondas-TVF>

THE INTERNATIONAL MONETARY FUND AND ITS RELATIONS WITH LITHUANIA

Summary

The importance of financial stability for the state is emphasized and discussed by both researchers and practitioners, and it is becoming a hot topic of growing interest. Because increased income inequality contributes to the quality of life in different countries, the institutional environment, and other economic and social factors. Therefore, in order to solve this problem, the factors that determine the scale of the problem must be properly assessed, appropriate solutions must be chosen, and appropriate political decisions must be made. Therefore, a specialized financial institution of the United Nations, the International Monetary Fund, was set up as one of the solutions to maintain the stability of the financial system. One of the main functions of this fund is to provide financial assistance to members in economic difficulties, as well as to perform many other functions. And one of the fund members is Lithuania. The IMF's relations with Lithuania began with financial assistance from the fund.

TEISINGUMO MINISTERIJOS VEIKLA IR POKYČIAI

Simona Olišauskaitė ir Aistė Triznickaitė

Mokslinė vadovė –lekt. Romualda Urniežienė

Vilniaus kolegija

Išvadas

„Teisingumas turbūt yra viena iš seniausių ir sudėtingiausių antropologinių temų. Jis yra susijęs su tokiomis sąvokomis, kaip tiesa, teisybė, lygybė, gėris, ir kartu gali būti suprantamas kaip žmogaus dorybė. Bet kuriuo atveju šiandien teisingumą galima suprasti bent jau dvejopai: kaip filosofinį moralinį ir kaip teisinį socialinį fenomeną“ (Vaičaitis, 2018).

Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija vadovauja teismų sistemai, kuriuo siekiama, kad būtų patenkinti visų gyventojų nusiskundimai. Be teisingumo valstybėje nebūtų tvarkos. Teisingumo ministerija siekia, kad būtų aiški, suprantama bei tvari teisės sistema, kuri veiktų žmonių naudai.

Straipsnio tikslas – Apžvelgti Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerijos veiklą pateikiant veiklos pokyčius.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti politiką įgyvendinančias institucijas.
2. Atskleisti ministerijos vykdomas programas ir pokyčius.

Politiką įgyvendinančios institucijos

Lietuvos Respublikoje yra 14 ministerijų, kurios formuoja politiką. Kiekviena ministerija siekia, kad tinkamai būtų formuojama valstybės politika. „Ministerija steigama formuoti valstybės politiką, taip pat organizuoti, koordinuoti ir kontroliuoti jos įgyvendinimą ministrui pavestose valdymo srityse. Valstybės politikos įgyvendinimo funkcijos ministerijai gali būti pavestos tik įstatymų nustatytais atvejais ir nustatytam terminui“ (Lietuvos Respublikos Vyriausybės įstatymas, 2022).

Kiekviena ministerija atlieka skirtingas funkcijas. Ministerijų atliekamos funkcijos pateiktos 1 lentelėje:

1 lentelė. Lietuvos Respublikos ministerijos ir jų vykdomos funkcijos

Ministerija	Funkcijos
Aplinkos ministerija	Koordinuoti, administruoti bei reglamentuoti veiklą atliekų tvarkymo srityje.
Ekonomikos ir inovacijų ministerija	Formuoti valstybės ekonomikos politiką.
Energetikos ministerija	Užtikrina atsinaujinančių energijos išteklių, elektros ir šilumos, branduolinės energetikos bei kitų sričių susijusių su energetiką efektyvumą.
Finansų ministerija	Vykdyti efektyvų valstybės finansų panaudojimą, užtikrinant šalies ekonomikos plėtra bei makroekonominį stabilumą.
Krašto apsaugos ministerija	Plėsti kariuomenės gynybinį pajėgumą, parengti kariuomenę bei kitas krašto apsaugos institucijas Lietuvos ir NATO valstybių gynybai.

Ministerija	Funkcijos
Kultūros ministerija	Rengti meno sričių plėtrą. Finansuoti muziejus, bibliotekas ir kitas organizacijas. Koordinuoti valstybės politikos įgyvendinimą visuomenės informavimo srityje.
Socialinės apsaugos ir darbo ministerija	Užtikrinti socialinį piliečių draudimą, darbo rinką ir užimtumą, jaunimo politiką, moterų bei vyrų lygybę bei kitų veiklų valdymo funkcijas, kad būtų įgyvendinta valstybės politika.
Susisiekimo ministerija	Transporto, pašto ir elektroninių ryšių koordinavimas bei įgyvendinimas.
Sveikatos apsaugos ministerija	Koordinuoti asmens bei visuomenės sveikatos ir sveikatinimo veiklos srityse.
Švietimo, mokslo ir sporto ministerija	Valstybės politikos formavimas formaliam ir neformaliam švietime, kvalifikacijų sistemose, vaikų priežiūros bei kitose srityse susijusiomis su švietimu, mokslu bei sportu.
Teisingumo ministerija	Atsakyti už Lietuvos Respublikos teisės aktų rengimą.
Užsienio reikalų ministerija	Atsakyti už užsienio reikalų ir saugumo politiką, koordinuoti narystę Europos Sąjungoje bei stiprinti užsienio lietuvių ryšį su Lietuva.
Vidaus reikalų ministerija	Koordinuoti viešąjį saugumą, migraciją, regionų plėtrą ir kitas veiklas.
Žemės ūkio ministerija	Formuoti valstybės politiką kaimo plėtros, žemės ir maisto ūkio srityse, žuvininkystėje, žemės tvarkymo bei veterinarijos srityse.

Šaltinis: sudaryta autorių pagal Lietuvos Respublikos Vyriausybės įstatymą (2022)

Pagal Konstituciją, „tik Lietuvos Respublikos piliečiai, t. y. valstybinė bendruomenė – pilietinė Tauta, turi teisę kurti Lietuvos valstybę, t. y. tik piliečiai turi teisę spręsti, kokia turi būti Lietuvos valstybė, nustatyti Lietuvos valstybės konstitucinę santvarką, valstybės valdžią įgyvendinančių institucijų sąrangą, asmens ir valstybės teisinių santykių pagrindus, šalies ūkio sistemą ir pan. Įgyvendindami piliečių teises ir laisves, piliečiai dalyvauja vykdant Tautos suverenitetą“.

Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos veikla ir vykdomos programos

Mūsų valstybėje yra 14 ministerijų formuojančių Lietuvos politiką, pasirinkome aptarti vieną iš jų – Teisingumo ministeriją. Aptarsime jos veiklą ir vykdomas programas.

Teisingumas yra viena iš svarbiausių savybių žengiant link dorybės ir nepriklausomybės. Be teisingumo Lietuvoje, visuomenėje nebūtų taikos ir ramybės. Lietuvoje veikia Lietuvos Teisingumo ministerija, kuri formuoja mūsų šalies politiką ir padeda pasiekti teisingumą.

Pagal Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimą dėl Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos nuostatų patvirtinimo (1998), teigiama, kad: „Teisingumo ministerija formuoja valstybės politiką, organizuoja, koordinuoja ir kontroliuoja jos įgyvendinimą, o įstatymų nustatytais atvejais – ją įgyvendina teisingumo ministrui pavestose valdymo srityse.“ Ministerija išlaikoma iš Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto asignavimų ir kitų valstybės pinigų fondų lėšų, nes teisingumo ministerija – biudžetinė įstaiga.

Teisingumo ministerijos veiklos tikslai formuoti valstybės politiką nacionalinės teisinės sistemos plėtroje, užtikrinti administracinių nusižengimų teisenas, apsaugoti vartotojų teises ir asmens duomenis.

Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos veikla yra suskirstyta į veiklos sritis ir atliekamas funkcijas (žr. 2 lentelė).

2 lentelė. Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerijos vykdomos veiklos sritys

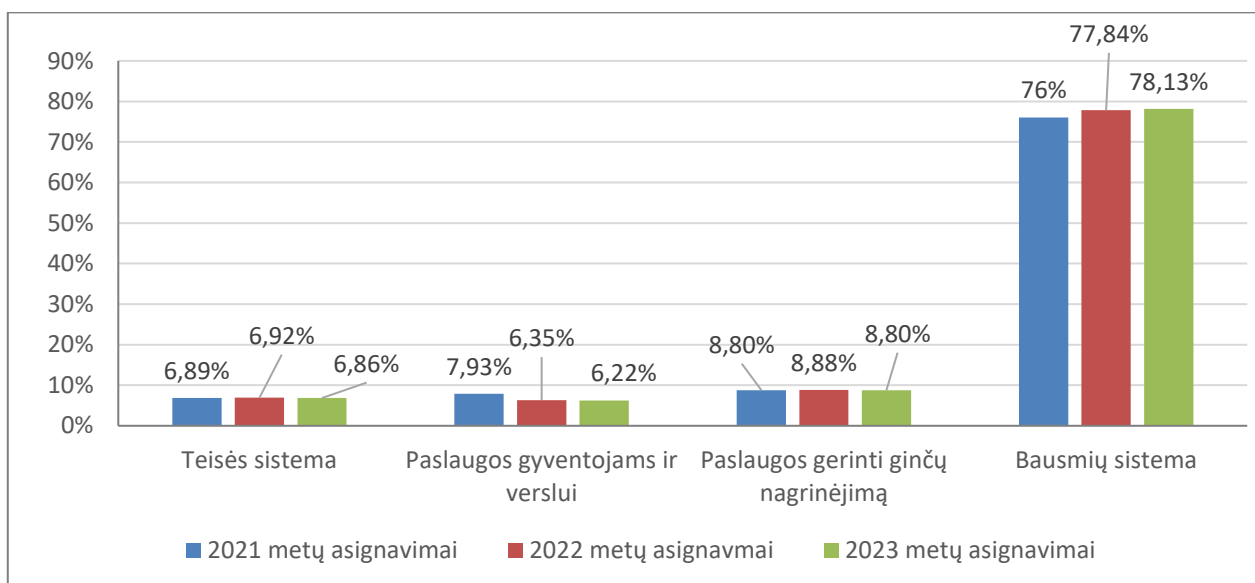
Veiklos sritis:	Funkcijos:
Teisėkūros procesas	Rengia Lietuvos Respublikos įstatymų projektus, teisės aktų nustatyta tvarka teikia teisinės išvadas dėl įstatymų koncepcijų, įstatymų siekiant, kad būtų sukurta nacionalinė teisinė sistema, kuri atitiktų teisinės valstybės sampratą.
Registrai	Metodiškai vadovauja Lietuvos Respublikos gyventojų registro, juridinių asmenų registro, Vedybų sutarčių registro ir Testamentų registro bei kitiems tvarkytojams.
Politinių partijų steigimas ir registravimas	Nagrinėja politinių partijų steigimo, reorganizavimo, pertvarkymo ir likvidavimo dokumentus. Juridinių asmenų registrai pateikia išvadas dėl registravimo bei išregistravimo galimybių.
Teismo ekspertai	Teisingumo ministerija organizuoja, koordinuoja ir kontroliuoja valstybės politikos įgyvendinimą teismo ekspertizės srityje.
Vartotojų teisių apsauga	Organizuoja, koordinuoja bei kontroliuoja vartotojų apsaugos įgyvendinimą.
Smurtinių nusikaltimų žalos kompensavimas	Apskaito nukentėjusių nuo nusikaltimų asmenų fondo lėšas, priima bei nagrinėja prašymus dėl smurtiniu nusikaltimu padarytos žalos kompensavimo pagal Lietuvos Respublikos smurtiniais nusikaltimais padarytos žalos kompensavimo įstatymą.
Korupcijos prevencija	Siekia sumažinti korupcinio pobūdžio nusikaltimus, nagrinėja kylančias priežastis korupcijos atsiradimui.

Šaltinis: Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerija (2019).

„Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos siekis skaidri, darni ir veiksminga teisės sistema, dėl šio tikslo, viena iš teisėkūros sąlygų yra įtraukusios konsultavimasis su visuomene, teisės aktų projektai pristatomi visuomenei, kad visuomenė būtų įtraukta į teisinių aktų rengimo procesą. Sekantis tikslas – paslaugos gyventojams ir verslui, šia programa siekiamas darnus vystymasis, kūrybingumas ir lygių galimybių užtikrinimas kiekvienam individui. Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija taip pat skiria dėmesį šioms programoms: paslaugoms gerinti ginčų nagrinėjimą bei bausmių sistemos“ (Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija, 2021).

Analizuojamu laikotarpiu daugiausia asignavimų bus skiriama „Bausmių sistema“. 2021 metais asignavimų skirta – 76 proc., 2022 metais – 77,84 proc., 2023 metais asignavimams planuojama skirti 78,13 proc. Yra siekiama pertvarkyti bausmių vykdymo sistema turėtų užtikrinti veiksmingą ir

rezultatyvų bausmę atliekančių asmenų resocializacijos procesą bei aukščiausius žmogaus teisių apsaugos standartus atitinkančias kalinimo sąlygas, taip pat – patrauklias ir saugias darbo sąlygas šios sistemos personalui. Nagrinėjamu laikotarpiu „Teisės sistemos“ programai bus skiriama maždaug 7 proc. asignavimų sumos. Šios programos tikslas – siekti skaidrios, darnios ir veiksmingos teisės sistemos. „Paslaugos gyventojams ir verslui“, nuo 2021 iki 2023 metų planuojamų asignavimų suma sumažės 1,71 proc. Programos „Paslaugos gyventojams ir verslui“ tikslas yra padidinti teisinių institucijų paslaugų patogumą vartotojams ir jų efektyvumą. Šiuo strateginiu tikslu siekiama, kad teisinių institucijų teikiamos paslaugos būtų kokybiškos, daug dėmesio būtų skiriama ne tik rezultatui, bet ir pačiam paslaugos teikimo procesui, kad paslaugos asmeniui būtų teikiamos pagarbiai. „Paslaugų gerinančių ginčų nagrinėjimą“ programai bus skiriami tokio pačio dydžio asignavimai, suma sieks maždaug 9 proc. Įgyvendinant šią programą, ypatingas dėmesys bus skiriamas Teisinės pagalbos paslaugų informacinės sistemos sukūrimui bei bus vertinamas ikiteisminio tyrimo įstaigų ir teismų sistemos paruošimas ir techninis aprūpinimas.



1 pav. Asignavimų pasiskirstymas pagal programas, 2021 – 2023 metų, proc.

Sudaryta autorių pagal: Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija (2021). Lietuvos Respublikos teisingumo ministro valdymo sričių 2021–2023 metų strateginis veiklos planas, p. 4 – 56.

Lietuvoje vykdoma biudžeto sistemos pertvarka, kurios tikslas – sukurti patikimą ir efektyviai veikiančią vidutinės trukmės biudžeto sudarymo ir programų valdymo sistemą, kuri bus susieta su atnaujinta valstybės strateginio valdymo sistema. 2020 metais priimtas Lietuvos Respublikos strateginio valdymo įstatymas, Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymo ir kitų susijusių teisės aktų pakeitimai, kuriais įtvirtintas naujas integruotas strateginio valdymo modelis, sukurta ir plėtojama į rezultatus orientuota strateginio valdymo sistema, integruojant strateginio planavimo, regionų plėtros ir teritorijų planavimo procesus, siekiant užtikrinti ilgalaikę ir darnią valstybės pažangą ir veiksmingą valdžios sektoriaus finansų planavimą ir panaudojimą. Taip pat nustatyta 15 valstybės veiklos sričių. Valstybės veiklos sritis – atskira kokybiškai susijusios valstybės biudžeto asignavimų valdytojų veiklos sritis, kuriai rengiamos nacionalinės plėtros programos. (Lietuvos stabilumo 2021 metų programa)

Lietuvos Respublikos 2022 metų valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų finansinių rodiklių patvirtinimo įstatyme, valstybės biudžeto asignavimai patvirtinti pagal valstybės veiklos sritis ir joms priskirtas visas įstaigas, kurių vadovai yra valstybės biudžeto asignavimų valdytojai, tokiu būdu visuomenei ir sprendimus priimantiems asmenims atskleidžiant, kiek asignavimų skiriama skirtingoms valstybės veiklos sritims ir kokios institucijos ir įstaigos veikia šiose srityse.

Teisingumo ministerija parengė teisingumo sistemos plėtros programą, kurioje identifikuotos esminės teisingumo srities problemos ir iššūkiai bei numatytos priemonės, leisiančios didinti teisingumo sistemos efektyvumą ir veiksmingumą. Ministerijos parengta programa atliepia 2021 – 2030 m. nacionalinio pažangos plano teisingumo srities strateginius tikslus ir uždavinius. „plėtros programa – tai teisingumo sistemos efektyvinimo vizija artimiausiam dešimtmečiui“, sako teisingumo ministrė Evelina Dobrovolska.

Ir nuo 2022 metų pažangos priemonių finansavimo poreikio suformavimas atliktas pagal naujai patvirtintos Strateginio valdymo metodikos nuostatas. Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerijos ministrui priskirta valstybės veiklos sritis – teisingumas. Teisingumo ministerija vykdys 3 programas: „13-001 Teisės sistema“, „13-002 Bausmių sistema ir „13-003 Teisingumo ministerijos valdymo programa“.

Išvados

1. Lietuvos Respublikoje yra 14 ministerijų, kurios įgyvendina politiką. Ministerijos organizuoja, koordinuoja ir kontroliuoja politikos įgyvendinimą. Kiekviena ministerija atlieka skirtingas funkcijas, kurios gali būti pavestos tik įstatymų nustatytais atvejais ir nustatytam terminui. Konstitucijoje sakoma, kad tik Lietuvos Respublikos piliečiai turi teisę kurti Lietuvos valstybę, turi teisę nuspręsti kokia turi būti Lietuvos valstybės įgyvendinančių institucijų sistema.

2. Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija yra biudžetinė įstaiga, išlaikoma iš Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto asignavimų ir kitų nacionalinių pinigų fondų. Pagrindinis tikslas – sukurti aiškia, suprantamą ir tvarią teisinę sistemą, kuri būtų naudinga žmonėms. Užtikrinant Teisingumo ministerijos veiklos sričių kokybę didžiausias dėmesys skiriamas kokybei, todėl svarbu gerbti įstatymų leidėjo profesionalumą, siekiant užtikrinti teisių ir pagarbos asmens laisvėms principus. Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija daugiausia asignavimų skyrė bei planuoja skirti „Bausmių sistema“ programos įgyvendinimui, 2023 metais asignavimų planuojama skirti 78,3 proc. Nagrinėjamu laikotarpiu „Teisės sistema“ programai bus skiriama maždaug 7 proc. asignavimų sumos. „Paslaugos gyventojams ir verslui“, nuo 2021 iki 2023 metų asignavimų suma svyruos 6-8 proc. „Paslaugų gerinančių ginčų nagrinėjimą“ programai bus skiriami tokio pačio dydžio asignavimai, suma sieks maždaug 9 proc.

Literatūra

1. *Aukščiausioji audito institucija.* (2020) Viešojo sektoriaus institucinės sandaros apžvalga. Prieiga per internetą: <http://docplayer.lt/186644188-Vie%C5%A1ojo-sektoriaus-institucin%C4%97s-sandaros-ap%C5%BEvalga-m-sausio-23-d-nr-ye-1.html>
2. Dobrovolska, E. (2021). Ministrė: plėtros programa – tai teisingumo sistemos efektyvinimo vizija artimiausiam dešimtmečiui. 15min.lt. Prieiga per internetą: <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/ministre-pletros-programa-tai-teisingumo-sistemas-efektyvinimo-vizija-artimiausiam-desimtmečiui-56-1585146?copied>
3. Lapėnaitė, L. (2018). V. Vaičaitis: teisingumo jausmą reikia ne tik turėti, bet ir mokytis jį atpažinti - Bernardinai.lt. Prieiga per internetą: <https://www.bernardinai.lt/2018-04-12-v-vaicaitis-teisingumo-jausma-reikia-ne-tik-tureti-bet-ir-mokytis-ji-atpazinti/>
4. *Lietuvos Respublikos finansų ministerija.* (2021). Lietuvos stabilumo 2021 metų programa. Prieiga per internetą: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/2021-lithuania-stability-programme_lt.pdf
5. *Lietuvos Respublikos Konstitucija.* Vilnius, 1992. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.1890?positionInSearchResults=0&searchModelUUID=ea39802b-58b5-4081-82b2-d70e03be72ae>
6. *Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija.* (2019). Veiklos sritis Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija. Prieiga per internetą: <https://tm.lrv.lt/lt/veiklos-sritys-1>

7. *Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija*. (2021). Lietuvos Respublikos teisingumo ministro valdymo sričių 2021 - 2023 metų strateginis veiklos planas. Prieiga per internetą: https://tm.lrv.lt/uploads/tm/documents/files/TM_2021-2023_SVP.pdf
8. *Lietuvos Respublikos Vyriausybės įstatymas*. Vilnius, 2022. Prieiga per internetą: <https://www.infolex.lt/ta/48339:str29>
9. *Lietuvos Respublikos Vyriausybė*. (2022). Ministerijos Mano vyriausybė. Prieiga per internetą: <https://lr.v.lt/lt/ministerijos>
10. *Lietuvos Respublikos vyriausybė*. (1998). Dėl Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos nuostatų patvirtinimo. Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.E50DDEBA5927/asr>

SYSTEM OF POLICY IMPLEMENTING INSTITUTIONS: ACTIVITIES AND PROGRAMS OF THE MINISTRY OF JUSTICE
Summary

There are 14 ministries in the Republic of Lithuania that perform different functions in order to organize, coordinate and control the implementation of state policy. Each ministry performs a different function. The Ministry of Justice formulates state policy, organizes, coordinates and controls its implementation, and in cases established by law, implements it in the areas of management delegated to the Minister of Justice. The objectives of the Ministry of Justice are to shape state policy in the development of the national legal system, to ensure the justice of administrative offenses, and to protect the rights of consumers and personal data. The Ministry of Justice has prepared a program for the development of the justice system, which identifies key problems and challenges in the field of justice and sets out measures to increase the efficiency and effectiveness of the justice system.

VERSLAS IR VADYBA

LEADERSHIP ROLE IN THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS

Gintaras Gradeckas

Supervisors – lecturers *Ingrida Galkauskienė, Žana Prokopovičienė*
Vilnius University of Applied Sciences, Faculty of Economics

Introduction

Many people assume that when you are a business owner you automatically become a leader. Yes, you are making all of the crucial decisions, leading the business strategy, driving the company in to the right direction, but these traits alone cannot make you a leader. Being a leader is a far more complicated task which requires a range of personal traits, key skills, and years of experience. When there is the right leadership, a business can achieve its goals and even more (BOSS Editorial team n. d.).

Leadership qualities and skills at work can help advance your career and leads you to have a better overall job satisfaction. Being a leader not only requires you to demonstrate specific abilities and skills, but also to guide others and your approach to work. As you develop your leadership skills and advance your abilities, you can become a viable candidate for a higher role to lead the company and individuals towards success (Glassdoor Team, 2021).

The aim of the article – analyze the impact of the leadership role in development and management of socially responsible business.

Objectives of the article:

1. Analyze leadership roles.
2. Examine how leadership impacts sustainability.

Article methods: analysis of scientific, theoretical literature and other sources of information.

Leadership roles

Leadership is the ability to constantly influence your team or an individual and it surrounds various important traits. In the case of management, it encompasses oversight and overall direction the team is working in, leadership however is more focused on productivity, engagement, and motivation of your team (Indeed editorial team, 2021). A leadership role is a position that requires situation, item, and people management both ethically and effectively. Even though leadership roles can be informal and formal, every type and aspect of leadership within the organization functions to guide and shape it. A leader is a person who can influence others by using their title, influence, and abilities to help the company or project progress. A leadership role can also help you hone and apply the interpersonal skills and soft skills necessary for success in your professional life as well as your personal life (Glassdoor Team, 2021).

Most if not all of leaders stepped into the leadership role when they were not ready for that, and yet they are great leaders today. Every leader must utilize these 10 roles so that they can improve not just the team or organization but all so themselves:

1. **Coach.** Leaders have a responsibility and need to push others towards success in their roles and to prepare for the future.

2. **Facilitator.** Leaders have to make things easier for others. While this often happens in group situations or meetings, more often than not you will be a facilitator to help boost productivity and help processes flow better.
3. **Strategist.** All leaders must think strategically, this role is not just for the top leaders in the organization, everyone must have the big picture in their mind.
4. **Visionary.** Visionary and strategy are related; every leader must have a clear picture of where they are going and why this destination is important to themselves, their team, and the organization.
5. **Change agent.** When leaders have a strategy and a vision you also get the ever-present need to change. A leader must champion and guide not only changes that they envision but also the ones that were entrusted from up the ladder.
6. **Decision-maker.** Leaders want their followers to engage and offer their feedback. Although, they need to be decisive and make the hardest choices. They cannot be afraid to make decisions, even when they have to make the unpopular ones or when they are working with less-than-perfect information.
7. **Influencer.** This role can be called in many ways, but in the core of those names it is about constantly influencing others in a positive way.
8. **Team player.** In this role leaders have to know that they cannot always take the lead. They need to be a teammate and sometimes just out of the leadership role and let others lead.
9. **Delegator.** The best leader delegate strategically and willingly so that everything is done on time and at the same time they are training their employees to take bigger roles in the organization.
10. **Listener.** A good leader does not make a mistake of always talking and never listening. The best leaders talk and ask less, and listen, and observe more ([Eikenkenberry, K., 2020](#)).

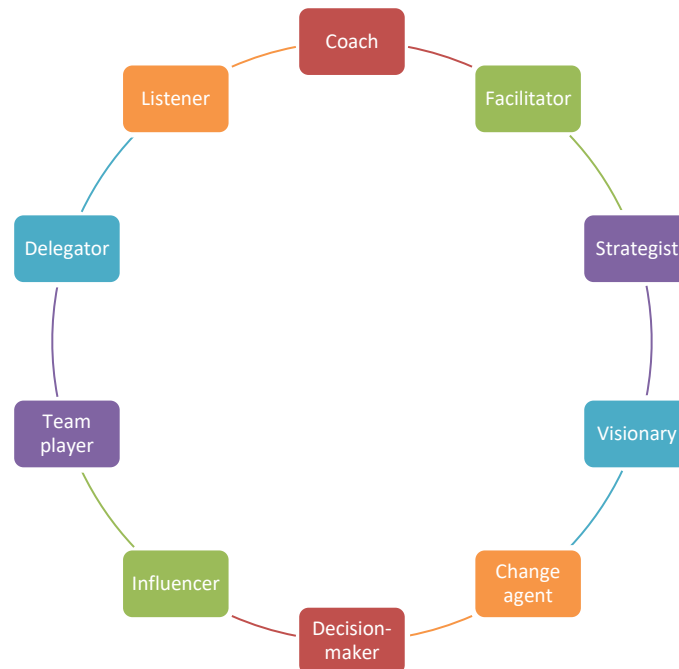


Figure 1. Leadership roles

In summary, leader is a person who can influence others by using their title, influence, and abilities to help the company or project progress. Almost none of the leaders start knowing what they need to do, so most of the time they just take on one of the leadership roles to begin. These roles can be divided into 10 different aspects that can help you become a great leader. Of cores

being a leader now and then can depend on if you have the necessary management skills and non-standard thinking.

Leadership's impact on sustainability

Sustainability can be defined in many different ways. But when you look at an ecosystem, the most used one was written in 1987, "meeting the needs of the present generation without compromising the ability of future generations to meet their own needs" (Cynthia W., 2021). Sustainability also requires leaders who can devise programs, policies, and approaches that foster sustainable practices not only at organizational but also at the social level and ignite economic success. A number of diverse stakeholders think that sustainable leadership is a standard practice and one of the top priorities in a green economy.

It can be said that sustainable leadership is comprised of practices and behaviors that create lasting value for the environment, society, and future generations. Sustainable leadership can be used as source of combative advantage for organizations. Eco-sensitive leadership can also bring opportunities for the organization in the form of continuous improvement, innovations, long-term success, and sustained competitive advantage. As green leadership creates and generates environmental perceptions through societal change and generate networking with a number of stakeholders to manage with climate change; for that reason, it is deemed as the heart of ecological performance and green initiatives at the organizational level (Ahmed N. H., Halim H. A., Iqbal Q., 2020).

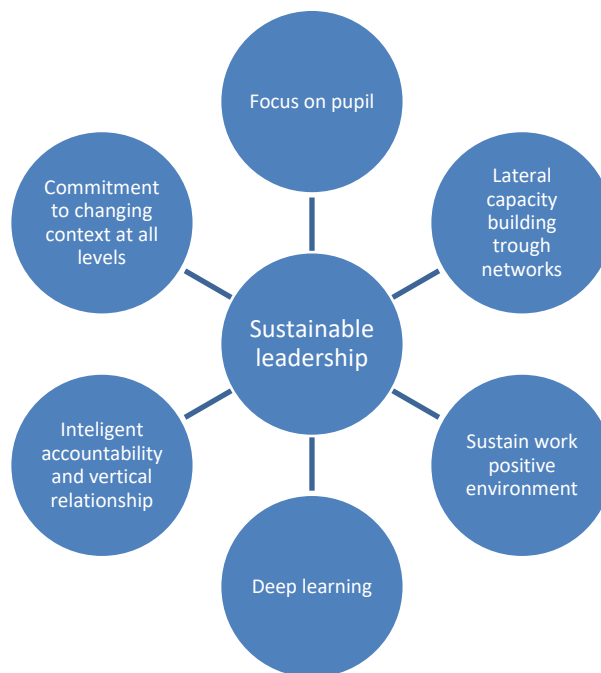


Figure 2. Conceptual framework of sustainable leadership

Source: compiled by the author according to Aziz M. A., Bing K. W., Fauzee M., Habibi A., Hashim N., Khun-inkeeree H., Yaakob M., Yusof M., (2020).

Sustainable leadership is about adopting a more responsible attitude to the way we are leading, we have to stop and think about the impact that our actions can make on the environment and society. This can also mean taking into consideration our extensive stakeholder group, the systems in which we are working and the limits within.

It is necessary to start by understanding and exploring how our roles may contribute to addressing global challenges such as general inequality and climate change and therefore recognize

the merit that our actions might bring. A responsible leader is constantly looking beyond their sector, role, and organization (Stephanie L., 2022).

To summarize sustainability is a complicated matter that requires leaders to think not just about how to get bigger profits but also about sustainable practices. If green leadership is done correctly, it will leave a lasting impact on the environment, society, and future generations. Eco-sensitive leadership can also bring opportunities for the organization in the form of continuous improvement, innovations, long-term success, and sustained competitive advantage. Sustainable leadership is about adopting a more responsible attitude to the way we are leading, we have to stop and think about the impact that our actions can make on the environment and society.

Conclusions

1. Leadership is an ability to constantly influence your team or an individual and it surrounds various important traits. Leader is a person who can influence others by using their title, influence, and abilities to help the company or project progress. When you become a leader, it does not matter if you know what you must do, you have to know the 10 roles a leader must utilize. These roles can help you not just to lead your team but also to hone and apply interpersonal and soft skills.

2. Sustainability requires leaders who can devise programs, policies, and approaches that foster sustainable practices not only at organizational but also at the social level. It can be said that sustainable leadership is comprised of practices and behaviors that create lasting effects. Sustainable leadership is about adopting a more responsible attitude to the way we are leading.

List of references

1. Ahmed, N. H., Halim, H. A., Iqbal, Q., (2020). *How does sustainable leadership influence sustainable performance? Empirical evidence from selected ASEAN countries* SAGE: 11, 1-16. DOI: 10.1177/2158244020969394.
2. Aziz, M. A., Bing, K. W., Fauzee, M., Habibi, A., Hashim, N., Khun-inkeeree, H., Yaakob, M., Yusof, M., (2020). *Critical success factors of sustainable leadership: evidence from high-achievement school*. DOI: b45093f1a3b45de650fa8f97419f74b2b73c1e45.
3. BOSS Editorial team. (n. d.) *What makes a good leader and why is it important?* DOI: leadership-keys-importance/#:~:text=A%20leader%20is%20responsible%20for,are%20valued%20for%20the%20contribution.
4. Cynthia, W., (2021). *What is sustainable leadership?* DOI: insights/what-is-sustainability-leadership.
5. [Eikenkenberry, K., \(2020\). 10 roles every leader must fill.](#) DOI: personal-professional-development/10-hats-leaders-must-wear.
6. Glassdoor Team, (2021). *Best examples of leadership roles*. DOI: blog/guide/examples-of-leadership-roles.
7. [Indeed editorial team, \(2021\). Understanding leadership concepts in the workplace.](#) DOI: leadership-concepts#:~:text=Leadership%20is%20the%20ability%20to,and%20productivity%20of%20a%20team.
8. Stephanie, L., (2022). *What is sustainable leadership?* DOI: courses/business-management/what-sustainable-leadership.

Leadership role in the development and management of socially responsible business Summary

Almost none of the leaders start knowing what they need to do, so most of the time they just take on one of the leadership roles. These roles can be divided into 10 different aspects that can help you become a great leader. A leader can influence others by using their title, influence, and abilities to help the company or project progress. Being a leader now and then can depend on if you have the necessary management skills and non-standard thinking. Sustainability is

a complicated matter that requires leaders to think not just about how to get bigger profit but also about sustainable practices. If green leadership is done correctly, it will impact the environment, society, and future generations. Eco-sensitive leadership can also bring opportunities for the organization of continuous improvement, innovations, long-term success, and sustained competitive advantage. Sustainable leadership is about adopting a more responsible attitude to the way we are leading, we have to stop and think about the impact that our actions can make on the environment and society.

KONKURENCINIO PRANAŠUMO IR SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS SĄSAJA

Iveta Babenskaitė, Audronė Malakauskaitė

Mokslinis vadovė – lekt. lektorė Jūratė Zakarienė

Vilniaus kolegija, ekonomikos fakultetas

Ivadas

Įmonių socialinė atsakomybė įgauna vis didesnę reikšmę šiuolaikiniame pasaulyje, ji padeda įmonėms pasiekti naujas rinkas bei būti pranašesnėms už konkurentus. Įmonių konkurencinis pranašumas ir socialinė atsakomybė viena nuo kitos neatsiejamos sąvokos, kurios padeda suprasti, kad įmonėms rūpi ne tik jų pelnas, klientai, tačiau ir darbuotojai, visuomenė, jas supanti gamta bei aukščiausiosios šalies institucijos. Šis neabejingumas padeda įmonėms būti pranašesnėmis už jų konkurentus taip pat ir sėkmingesnėmis.

Straipsnio tikslas – atskleisti konkurencinio pranašumo ir socialinės atsakomybės tarpusavio sąsają.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti konkurencinį pranašumą ir jo naudą įmonės veiklai.
2. Apibrėžti socialinę atsakomybę ir jos poveikį įmonės veiklai.
3. Pateikti konkurencinio pranašumo ir socialinės atsakomybės sąsają.

Konkurencinis pranašumas ir jo nauda įmonės veiklai

Konkurencija – „įmonių, privačių asmenų ir kitų ekonominių subjektų varžymasis dėl rinkų.“ (Visuotinė lietuvių enciklopedija, n. d.). Konkurencija atsiranda, kai įmonė nori būti geresnė už kitas įmones, gauti didesnę pelną bei gaminti didesnę produkciją ar pritraukti daugiau žmonių. Kadangi Lietuvoje įmonių yra daug, todėl yra didelė konkurencija su kitomis įmonėmis ir dažnai neatlaikiusios konkurencinio spaudimo įmonės neįstengia išgyventi, todėl – bankrutuoja. Pasak Samulio Outineno (2019) konkurencinis pranašumas – „tai kliento pasiryžimas už prekę ar paslaugą mokėti daugiau nei už kitas rinkoje konkuruojančias prekes ar paslaugas“. Kitaip sakant konkurencinis pranašumas – „svarbus reiškinys organizacijoms, kurio dėka organizacijos gali išsiskirti, dominuoti bei išlikti rinkoje“ (Valatkienė ir Susnienė, 2019, p. 161). Todėl įmonėms yra pravartu turėti konkurencinį pranašumą.

Šiais moderniais laikais yra sunku išgyventi tarp konkurencingų įmonių, todėl išgyvena tos įmonės, kurios:

1. „Gali pasiūlyti itin vartotojo vertinamą išskirtinį ir unikalų produktą ar paslaugą;
2. Ištobulino sugebėjimą itin jautriai reaguoti į rinką ir adaptuotis prie jos (tol. Kol kiti to nepasiekia);
3. Pirmieji randa būdą prieiti prie pagrindinių išteklių (tol, kol kiti jų neranda);
4. Anksčiau (nei kiti) pasiekia aukščiausią rezultatyvumo lygį“ (Beniušienė ir Svirskienė, 2008, p. 3)

Todėl įmonės, kurios gali pateikti išskirtinį produktą vartotojams, geba prisitaikyti ir greitai reaguoti į įvairias situacijas, randa būdą prieiti prie reikiamų išteklių bei pasiekti teigiamą rezultatą, tokiu būdu sugebės įgyti konkurencinį pranašumą.

Konkurencingos įmonės grindžiamas išskirtinumu, naujomis idėjomis, lankstumu, gebėjimu greitai priimti sprendimus, „vidiniais ištekliais, pajėgumais, rutinomis, operacijomis, procedūromis ir pan.“ (Valatkienė ir Susnienė, 2019, p. 161). Dar vienas iš būdų kaip įgyti konkurencinį pranašumą yra įgyvendinti verslo strategijas. Pasak Yasa, Giantari, Setini and Rahma-yantic (2020) yra išskiriamos keletas verslo strategijų: inovacijų, diferenciacijos, paslaugų, bendradarbiavimo ir

reklamos strategijos. Inovacijos strategijos tikslas yra padidinti įmonės pelną suteikiant klientams paslaugų ir produktų kokybę. Diferenciacijos strategijos tikslas yra pritraukti ir išlaikyti klientus suteikiant gerus ir įvairius produktus. Paslaugų strategijos tikslas yra sugalvoti kokias paslaugas turėtų suteikti klientams, kad užtikrintų įmonės ilgalaikę sėkmę konkurenciniame pasaulyje. Bendradarbiavimo strategijos tikslas yra bendradarbiauti su kitomis įmonėmis, kad pasiektų bendrų tikslų ir interesų. Reklamos strategijos tikslas yra pristatyti produktą klientams kad pritrauktų daugiau žmonių. Taip pat, kad pati įmonės rinka būtų geriau informuota, geriau išmanytų produkto naujoves ir sustiprintų prekės ženklą. (Yasa, Giantari, Setini and Rahma-yantic. 2020). Taip pat įmonės norėdamos įgyti konkurencinį pranašumą turi gebėti „gerai valdyti žmogiškuosius išteklius, kad galėtų pasinaudoti konkurenciniu pranašumu“ (Valatkienė ir Susnienė, 2019, p.161). Todėl yra svarbu vadovui bendrauti su darbuotojais, kad sukurtų pasitikėjimą vienas kitu. Tarp konkurencingų įmonių didelį pranašumą teikia ir santykiai su klientais, jų aptarnavimas bei jų lojalumas. Įmonė turėdama lojalių klientų, sulauks didesnio pelno, nes vartotojai gali skleisti gerą žodį kitiems žmonėms ir taip sulaukti didesnio dėmesio. Geri santykiai su tiekėjais užtikrins kokybiškų prekių gavimą bei jų lojalumą

Įmonė įgydama konkurencinį pranašumą gauna naudos. Siūlydama išskirtinį produktą klientams, įmonės susilauktų didesnio dėmesio iš žmonių, o tokiu būdu gautų didesnį pelną. Jei įmonė gebės valdyti žmogiškuosius išteklius, įmonė turės geresnius santykius su savo darbdaviais ir turės stiprų pasitikėjimo ryšį. O turėdama darnius santykius su klientais užtikrins jų ilgalaikį lojalumą bei garantuos grįžimą atgal į įmonę. Geri santykiai su tiekėjais užtikrins kokybiškų prekių gavimą. Todėl galime teigti, kad visa, kas įeina į konkurencinį pranašumą teikia didelę naudą įmonei.

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad konkurencija – tai varžymasis su kitomis įmonėmis. Konkurencinis pranašumas – tai gebėjimas konkuruoti su kitomis įmonėmis suteikiant geresnę produktų kokybę, įgyvendinant verslo strategijas, valdant žmogiškuosius išteklius ir kt. Konkurencinio pranašumo dėka įmonė turi gerus santykius su darbuotojais, stipresnį pasitikėjimo ryšį su vadovu, lojaliaus klientus bei tiekėjus, didesnį pelną ir būti pranašesniais už savo konkurentus. Į konkurencinį pranašumą taip pat įeiną verslo strategijos: inovacijų, diferenciacijos, paslaugų, bendradarbiavimo ir reklamos strategijos. Verslo strategijų dėka padidėja įmonės pelnas, suteikiami klientams geresnė paslaugų ir produktų kokybė, įmonė pritraukia ir išlaiko klientus, užtikrina įmonės ilgalaikę sėkmę konkurencingame pasaulyje, palaiko draugiškus santykius su kitomis įmonėmis. O visa tai suteikia didelę naudą įmonei tiek tiekėjų bei klientų ištikimybe, tiek pelnu, tiek įmonės išvaizdos atžvilgiu.

Socialinė atsakomybė ir jos poveikis įmonės veiklai

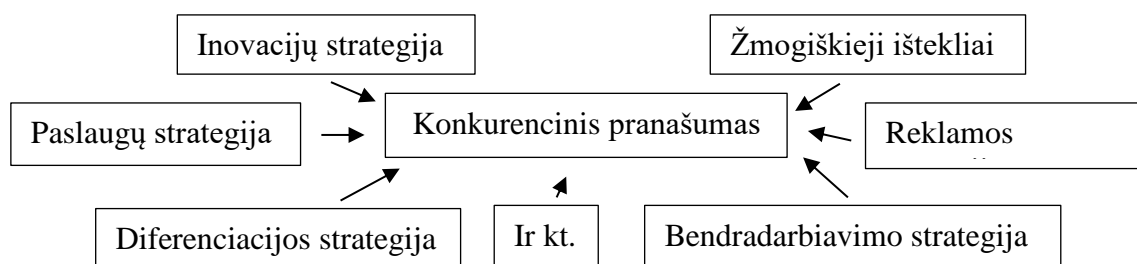
Šiais laikais socialinė atsakomybė užima labai svarbų vaidmenį visų įmonių veiklose, organizacijos turi stengtis ją puoselėti, nes socialinės atsakomybės plėtojimas įmonėje gali padėti efektyviai vystyti veiklą, pritraukti būsimus darbuotojus ar išlaikyti patenkintus esamus įmonėje dirbančius žmones. Socialinė atsakomybė, mūsų šalyje, Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos internetiniame puslapyje apibrėžiama, kaip įmonės atsakomybė už jos poveikį visuomenei bei aplinkai taip pat įmonių ieškojimas novatoriškų sisteminių socialinių, aplinkos apsaugos ir platesnių ekonominio gerbūvio problemų sprendimų, dirbant kartu su visuomeniniais ir valstybinio sektoriaus partneriais (LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, 2021). Įmonių socialinė atsakomybė aplinkiniams padeda labiau pasitikėti įmone, tokia įmonė jiems asocijuojasi su teisingumu ir skaidrumu. Tokiose įmonėse darbuotojai, dažnai, yra labiau motyvuoti ir atlieka savo darbą kokybiškiau bei greičiau, nes jaučia darbdavio rūpestį jų gėrove. Socialiai atsakingos įmonės rūpinasi ne tik klientais, pelnu bet ir savo darbuotojais ir visuomenės nuomone. Mūsų šalies valdžia taip pat prisideda prie socialiai atsakingų verslų plėtros priimdama įvairius įstatymus ir ruošdama jų pataisas (Skačkauskienė ir Valentinovič, 2016). Suprantama, kad ne visos įmonės pačios pradeda eiti

socialinės atsakomybės link savo veikloje, kartais tai paskatina šalies valdžios institucijos, nes demokratinėje valstybėje piliečių nuomonė yra labai svarbi ir dėl to yra keičiami nusistovėję įstatymai į labiau mūsų šiuolaikinę visuomenę atitinkančius, o įmonės turi taikytis prie naujovių. Socialinė, ekonominė ir technologijų pažanga pralenkia ir pačią valstybę skatinimu verslą keistis, nes atsiradus pasikeitimų šiose sferose, labai svarbu verslui būti pirmam pritaikiusiam visas naujoves ir būti pranašesniau už konkurentus tuo pačiu gerinant ir gyvenimo kokybę vartotojams ar darbuotojams. Verslui tapti socialiai atsakingam reikalingi įvairūs ištekliai, dažnai finansiniai, kurie mažina įmonės grynąjį pelną, tačiau socialiai atsakinga įmonė gauna ir nemažai naudos, ne tik galimybę savo veikla gerinti žmonių gyvenimo kokybę, tačiau ir įgauti suinteresuotų šalių pasitikėjimą tokių, kaip: klientai, tiekėjai, darbuotojai, politikai ir t.t. (Nyuur, Ofori & Amponsah, 2019). Šioms įmonėms lengviau susirasti naujų darbuotojų, jie būna labiau motyvuoti dirbti įmonėje, kuriai jų gėrovė ir aplinka, kurią gali įtakoti šio verslo veikla, rūpi. Jau dabar įmonėse, kurios savo veikloje vadovaujasi socialinės atsakomybės principais, taiko įvairias technologijas ir mokslinius laimėjimus, galima sumažinti atliekų kiekius, kuriems tinkamai perdirbti reikia nemažai piniginių lėšų taip pat galima sumažinti išlaidas elektros energijos sąnaudoms. Socialinė atsakomybė didina pasitikėjimą įmone, atveria jai galimybę įsitvirtinti visuomenės labiau gerbiamas ir tvaresnes rinkas, tokiu būdu pagerindamos savo įvaizdį ir padidindamos lojalumą. Dauguma tokių įmonių gali sumažinti draudimo išlaidas, optimizuoti dalį įmonės mokamų mokesčių. Socialiai atsakingos įmonės dažnai dalinasi aktualia informacija viena su kita, kuria gali būti įvairios finansinės ataskaitos, renginių organizavimas, gamtos taršos mažinimo aspektai, veiklos efektyvumo didinimo galimybės ir kt. Toks bendradarbiavimas padeda įmonei savo veiklą vykdyti produktyviau ir efektyviau ir visa tai pasiekama būnant socialiai atsakinga.

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad socialinė atsakomybė, šiuolaikiniame pasaulyje yra vienas iš kelių į verslo sėkmę, nes tai padeda įmonėms įgauti pasitikėjimo, lojalumo iš suinteresuotų šalių dėl šios priežasties jos gauna įvairių naudų, kurios padeda sumažinti sąnaudas, būti paklausesne tarp konkurentų, visa tai gerina įmonės veiklos rodiklius.

Konkurencinio pranašumo ir socialinės atsakomybės sąsaja

Socialinė atsakomybė turi labai glaudų ryšį su konkurenciniu pranašumu. Konkurencinis pranašumas įmonėse leidžia būti pranašesniems už konkurentus, pritraukti daug lojalių klientų, tiekėjų bei gauti didesnę pelną. Konkurencinį pranašumą lemiančius veiksnius galite pamatyti 1 pav.



1 pav. Konkurencinį pranašumą lemiantys veiksniai

Šaltinis: sudaryta autorių pagal Ni Nyoman Kerti Yasa, I G. A. Ketut Giantari, Made Setini and Putu Laksmitta Dewi Rahma-yantic (2020). The role of competitive advantage in mediating the effect of promotional strategy on marketing performance. Management Science Letters. Prieiga per internetą: http://m.growingscience.com/msl/Vol10/msl_2020_120.pdf

Iš 1 pav. galime teigti, kad vienas iš konkurencinių pranašumų yra bendradarbiavimo strategijos įgyvendinimas. Įmonė būdama socialiai atsakinga turi glaudesnius ryšius su konkurentais, todėl jos dėka yra lengviau bendradarbiauti su kitomis įmonėmis. Kitas konkurencinį pranašumą lemiantis veiksnys yra reklamos strategija, kurios tikslas yra pritraukti daugiau klientų. Socialinės atsakomybės dėka, klientai matydami reklamą ir žinodami, kad įmonė yra socialiai atsakinga dažniau apsilankys įmonėje ir tokiu būdu įmonė turės konkurencinį pranašumą. Žmogiškaisiais ištekliais įmonė turi konkurencinį pranašumą. Šiais moderniais laikais yra sunku išlaikyti savo darbuotojus, kitos įmonės pasiūlydamos geresnės darbo sąlygas, darbuotojai lengvai palieka dabartines darbo vietas. Todėl žmogiškaisiais ištekliais – darbo įvairove, darbo užtikrintumu, higieniška ir saugia aplinka, įvairiomis paslaugomis kaip savanorystė ar seminarai, yra stengiamasi užtikrinti darbuotojų pasilikimą įmonėje. Tokiu būdu įmonė sugebės išlaikyti aukštą klasifikaciją turinčius darbuotojus ir įgys konkurencinį pranašumą tarp kitų įmonių. Dar vienas konkurencinis pranašumas – inovacijos. Įmonių socialinės atsakomybės ir technologinių inovacijų dėka įmanoma sumažinti gamtos taršą bei sumažinti kompanijoje esančios įrangos skaičių, kuri taip pat gali sukelti taršą organizacijoje. (Lu, Ren, Yao, Qiao, Mikalauskiene & Streimikis, 2020). Socialinė atsakomybė yra strategija, patenkinti naujus visuomeninius reikalavimus. Naudoti įmonių socialinės atsakomybės strategija yra brangu, tačiau jei įmonės savanoriškai investuotų į technologines inovacijas, tokiu atveju sumažėtų neigiamas poveikis įmonių vykdomoms operacijoms bei pagerėtų situaciją aplinkos ir socialinės gerovės atžvilgiu (Canh, Liem, Thu & Khoung, 2019). Tokiu atveju įmonė įgytų didžiulį konkurencinį pranašumą. Diferenciacijos strategijos dėka įmonė suteikia klientams įvairesnius produktus. Įmonė būdama socialiai atsakinga pritrauks lojalių tiekėjų, kurie suteiks kokybiškas ir įvairias prekes ir tokiu būdu pritrauks daugiau klientų ir padidins įmonės pelną. Dar vienas konkurencijos pranašumas yra paslaugų strategija, kuria įmonė gali įgyti ilgalaikę konkurencinę sėkmę tarp konkurentų. Įmonė būdama socialiai atsakinga, gali sugalvoti, kokias socialiai atsakingas paslaugas galėtų teikti klientams, kad įgytų konkurencinį pranašumą, tokiu būdu įmonė pritrauks daugiau klientų tiekėjų ir gaus didesnį pelną ir kt.

Socialiai atsakingos įmonės stengiasi motyvuoti savo darbuotojus, rūpintis savo klientais, tiekėjais, įmonės pelnu bei atsižvelgti į visuomenės nuomonę. Taip pat skatina šalių bendradarbiavimą bei pasitikėjimą. Taip socialiai atsakingos įmonės pagerina savo įmonės pelną pritraukdami daugiau lojalių klientų bei darbuotojų. Todėl galime ir čia pastebėti glaudų ryšį su tarp konkurencinio pranašumo ir socialinės ekonomikos atžvilgiu - „lanksti ir gebanti konkuruoti pasaulyje [atvirumas], aukštą pridėtinę vertę kurianti ekonomika, grindžiama žiniomis, inovacijomis, verslumu [kūrybingumas] ir socialiniu atsakingumu bei „žaliuoju“ augimu [atsakomybė]“ (Konkurencinio pranašumo formavimas socialinės atsakomybės požiūriu, 2019). Atkreipiant dėmesį iš strateginės pusės, socialiai atsakingos įmonės rodo pavyzdinę elgesį kitoms įmonėms. „Tai yra potencialus naudos šaltinis įmonei, nes ji gali sukurti teigiamą požiūrį į įmonę ir jos produktus, kurie ilgainiui įgauna konkurencinį pranašumą“ (Konkurencinio pranašumo formavimas socialinės atsakomybės požiūriu, 2019). Konkurenciniame pranašume yra svarbu ilgalaikiškumas. Kad lojalūs klientai, tiekėjai, santykiai su darbdaviais, adaptacija prie naujovių būtų ne trumpalaikiai, o ilgalaikiai užmojai. Todėl socialinė atsakomybė gali būti kelias į ilgalaikį konkurencinį pranašumą.

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad socialiai atsakingos įmonės stengdamasi motyvuoti savo darbuotojus, rūpintis savo klientais, tiekėjais, įmonės pelnu bei atsižvelgti į visuomenės nuomonę, skatinti šalių bendradarbiavimą bei pasitikėjimą, gali įgyti ilgalaikį konkurencinį pranašumą prieš kitas įmones.

Išvados

1. Konkurencinis pranašumas – tai gebėjimas išsiskirti iš kitų įmonių, pasiūlyti klientams geresnės kokybės produktus, produktų įvairovę ir gauti didesnį pelną nei konkurentai. Įmonė

turėdama konkurencinį pranašumą geba valdyti žmogiškuosius išteklius t. y. vadovas geba palaikyti gerus santykius su darbuotojais, taip sukurdamas pasitikėjimą vienas kitu, turėti gerus santykius su klientais ir tiekėjais, taip įgydami jų lojalumą. Taip pat geba įgyvendinti strategijas, kaip inovacijų, diferenciacijos, paslaugų, bendradarbiavimo ir reklamos strategijos ir kt. Konkurencinis pranašumas duoda didelę naudą įmonei: siūlydama įmonė išskirtinį, kokybišką produktą sulaukia daugiau klientų, gauna didesnę pelną, dėl gebėjimo valdyti žmogiškuosius išteklius vadovas turės geresnius santykius su darbuotojais, tiekėjais, klientais taip užtikrindami jų ilgalaikį lojalumą ir geresnę prekių kokybę.

2. Socialinė atsakomybė – „įmonės atsakomybė už jos poveikį aplinkai ir visuomenei.“ (LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, 2021). Įmonė būdama socialiai atsakinga, padeda aplinkiniams labiau pasitikėti įmone, taip pritraukdami daugiau klientų, darbuotojai yra labiau motyvuoti, taip padarydami didesnę ir kokybiškesnę darbą, pritraukia lojalių tiekėjų, kurie suteikia kokybiškesnių prekių. Taip pat socialinės atsakomybės dėka įmonės dalinasi aktualia informacija, kaip renginių organizavimas ar gamtos taršos mažinimo aspektai, tokiu būdu įmonė savo veiklą vykdo produktyviau ir efektyviau. Todėl socialinės atsakomybė duoda didžiulę naudą įmonei.

3. Į konkurencinį pranašumą lemiančius veiksnius įeina žmogiškieji išteklių, gebėjimas greitai spręsti problemas, įvairios strategijos kaip inovacijų, diferenciacijos, paslaugų, bendradarbiavimo ir reklamos strategijos ir kt. Konkurencinį pranašumą lemiantys veiksniai yra glaudžiai susiję su socialine atsakomybe. Socialinės atsakomybės dėka įmonė turės motyvuotus darbuotojus, patikimus santykius su konkurentais, lojaliaus ir ilgalaikius santykius su klientais, kurie duos didesnę pelną įmonei bei tiekėjais, kurie suteiks kokybiškas ir įvairias prekes. Taip pat išlaikys klasifikuotus darbuotojus bei pagerintų situaciją aplinkos ir socialinės gerovės atžvilgiu. O tai suteikia didžiulį konkurencinį pranašumą.

Literatūra

1. Beniušienė, I., Svirskienė, G. (2008) Konkurencingumas: teorinis aspektas. *Šiaulių universitetas*. Prieiga per internetą: <https://epublications.vu.lt/object/elaba:6110231/6110231.pdf>
2. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija. (2021). Apie įmonių socialinę atsakomybę. Prieiga per internetą: <https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/darbo-rinka-uzimtumus/imoniu-socialine-atsakomybe-isa/apie-imoniu-socialine-atsakomybe>
3. Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. *Thunderbird International Business Review*, 61(4), 551–564. Prieiga per EBSCOhost: <https://doi.org/10.1002/tie.22065>
4. Skačkauskienė, I.; Valentinovič, J., (2016). Apmokestinimo teisingumo ir socialinės atsakomybės Lietuvoje tyrimas. *Verslas XXI amžiuje*, 8(2), 171-181. Prieiga per internetą file:///C:/Users/o_o/Downloads/2393-Article%20Text-5178-1-10-20180607.pdf
5. Stankūnas, R. A. (2022) Konkurencija. *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/straipsnis/konkurencija-1/>
6. Valeikienė, D., Susnienė D. (2019) Konkurencinio pranašumo formavimas socialinės atsakomybės požiūriu. *Kauno technologijos universitetas*. Prieiga per internetą: <https://tva.ktu.edu/wp-content/uploads/sites/312/2021/01/TVA2019internet.pdf#page=86>
7. Outinenas., S. (2019). Konkurencinis pranašumas – sunku apibrėžti, dar sunkiau įgyti. *Mandatum life*. Prieiga per internetą: <https://www.mandatumlife.lt/konkurencinis-pranasumas-sunku-apibrezt-dar-sunkiau-igyti/>
8. Yasa., N., N., K., Giantari., K., IG., A., Setini., M., and Rahma-yantic., P., L., D. (2020). The role of competitive advantage in mediating the effect of promotional strategy on marketing performance. *Management Science Letters*. Prieiga per internetą: http://m.growingscience.com/msl/Vol10/msl_2020_120.pdf
9. Lu., J., Ren., L., Yao., S., Qiao., J., Mikalauskiene., A., ir Streimikis., J. (2020) Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm competitiveness. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. Prieiga per internetą: <https://hrcak.srce.hr/file/369821>

10. Canh., N., T., Liem., N., T., Thu., P., A., and Khuong., N., V. (2019) The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms. *Sustainability*. Prieiga per internetą: https://mdpi-res.com/d_attachment/sustainability/sustainability-11-03666/article_deploy/sustainability-11-03666.pdf

THE LINK BETWEEN COMPETITIVE ADVANTAGE AND SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary

Social responsibility creates a possibility for companies to access new markets and stand out from competitors, more precisely it puts the companies at a competitive advantage. It happens because social responsible companies takes their employees, clients, community and other opinions and needs seriously, it helps them to improve their trust and loyalty from all stakeholders. In result, they can get all kinds of benefits that will improve companies performance. Competitive advantage is a description of being more advanced or superior then competitors in all prospects from communication with our employees to bussiness ideas that company must be able to protect. Therefore, social responsibility and competitive advantage are closely related concepts.

ĮMONIŲ MOKUMO ANALIZĖ: TEORINIAI IR PRAKTINIAI ASPEKTAI

Kamilė Romaškaitė ir Elizabieta Mulmo

Mokslinė vadovė – lekt. Jūratė Zakarienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Įmonės nėra apsaugotos nuo įvairių rizikos rūšių, kurios gali neigiamai paveikti įmonės veiklos rezultata. Norint užtikrinti veiklos stabilumą reikalingas esamos situacijos vertinimas. Ne kiekviena įmonė gali išsilaikyti, atsižvelgiant į situaciją, kuri vyrauja rinkoje, todėl negalėdamos įvykdyti savo įsipareigojimų įmonės gali susidurti su mokumo problemomis. Laiku neišsprendus kilusių mokumo problemų, kila didelė tikimybė, jog įmonė bankrutuos, kadangi mokumo problemos yra pagrindinė bankroto priežastis.

Straipsnio tikslas – išnagrinėti įmonių mokumą teoriniu ir praktiniu aspektu.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti mokumo sampratą ir jį lemiančius veiksniai;
2. Aprašyti įmonių mokumo analizės teorinius aspektus;
3. Išanalizuoti įmonių mokumo rodiklius.

1. Mokumo samprata ir jį lemiantys veiksniai

Įmonės norinčios sėkmingai funkcionuoti, išvengti galimų rizikų, turi nuolatose sekti kas dedasi rinkoje, įsivertinti visas įmanomas rizikos rūšis. Rizikos rūšių šiuolaikinėje rinkoje kurioje konkurencija nuolat auga, yra išties įvairių, tačiau kaip vienas iš svarbiausių, rizikos veiksnių yra susijęs su įmonių mokumu. Mokumas – tai koeficientas, naudojamas įvertinti įmonės pajėgumą laiku apmokėti visus ilgalaikius ir trumpalaikius įsipareigojimus (Silviana & Waskito, 2020). Tai galima teigti jog įmonių mokumas padeda suprasti ir įvertinti įmonės esamą finansinę būklę kuri priklauso nuo to kaip įmonė iš savo vykdomos veiklos sugeba gauti pajamų. Todėl įmonių nemokumą galima suprasti kaip priešingą veiksmą, tai yra nesugebėjimą laiku vykdyti prisiimtus įsipareigojimus.

Atsiskaitymo priemonės, kuriomis įmonės atlieka mokėjimus yra pinigai bei jų ekvivalentai ar kitas likvidus turtas kuris gali būti paverstas pinigais. Visi įmonės įsiskolinimai yra skirstomi į trumpalaikius ir ilgalaikius įsipareigojimus. Skoliniai įsipareigojimai kuriuos įmonė privalo įvykdyti per metus laiko nuo įmonės balanso sudarymo yra priskiriami trumpalaikiam mokumui, o tokie įsipareigojimai, kurie padengiami ilgiau nei per metus, priskiriami ilgalaikiam (Mackevičius, n. d.).

Pelningai vykdoma įmonių veikla yra svarbi ne tik įmonių savininkams, bet ir asmenims susijusiems su įmone: bankams, akcininkams, pirkėjams, darbuotojams ir kitiems verslo dalyviams. Nes įmonei nesugebančiai sklandžiai ir laiku vykdyti savo skolinių įsipareigojimų gresia bankroto tikimybė. Svarbu paminėti ir tai jog bankroto grėsmė nepriklauso tik nuo įmonių vadovų, tam turi įtakos daug ir kitų veiksnių, tokių kaip: nemokėjimas prisitaikyti pakitusioms rinkos sąlygoms, infliacija, valiutų kursų nestabilumas, konkurencija ir kt. Nors šių veiksnių vadovai ir negali įtakoti ar pakeisti, tačiau privalo juos tinkamai įvertinti, nustatyti galima poveikį įmonės veiklos rodikliams (Vitonytė ir Mačiulytė-Šniukienė, 2019)

Įmonių nemokumo formavimąsi galima suskirstyti į vidinius ir išorinius tai sąlygojančius veiksniai. Vidiniai veiksniai sąlygojantys įmonės nemokumą gali būti tokie kaip: vadovo nekompetencija ar patirties stoka, netinkamas informacijos apdorojimas ir planavimas, netinkamai pakitusios veiklos ignoravimas, mokėjimų terminų atidėjimas ir daug kitų veiksnių kuriuos galima valdyti ir visą tai priklauso tik nuo pačios įmonės. O išoriniams veiksniams galima priskirti: infliacijos augimą, augančią konkurenciją tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu, politinės ir teisinės sistemos

bei įstatyminės bazės nestabilumą, ekonomikos augimo sulėtėjimą ir kitus veiksnius, kurie jau nuo verslo nepriklauso, visa tai lemia esama ekonominė padėtis šalyje (Jurkaitienės, Kiyak ir Bružaitės, 2017).

2. Įmonių mokumo analizės teoriniai aspektai

Įmonių mokumo analizė negali būti tinkamai atlikta neįvertinus ir nepaskaičiavus santykinų rodiklių, kurie parodo įmonės trumpalaikį ir ilgalaikį mokumą. Prasti mokumo rodikliai atskleidžia problemas esančias įmonėje arba jos padaliniuose, todėl atlikta mokumo analizė ne tik parodys įmonės finansinę būklę, bet ir atskleis tam tikras problemas su kuriomis atsiranda rizika susidurti. Tad norint išsiaiškinti įmonės dabartinę finansinę padėtį svarbu išnagrinėti tam tikras mokumo rodiklių grupes (Mackevičius, Poškaitė ir Villis, 2011). Mokumo rodikliai ir jų formulės pateikiamos 1 lentelėje.

1 lentelė. Mokumo rodikliai

Rodiklio pavadinimas	Apskaičiavimas
Įsiskolinimo koeficientas	Įsipareigojimai / Turtas
Manevringumo koeficientas	Trumpalaikis turtas / Nuosavas kapitalas
Bendrojo mokumo koeficientas	Nuosavas kapitalas / Įsipareigojimai
Einamojo likvidumo koeficientas	Trumpalaikis turtas / Trumpalaikis įsiskolinimas
Kritinio likvidumo koeficientas	(Trumpalaikis turtas – atsargos) / Trumpalaikis įsiskolinimas

Sudaryta autorių pagal: Lietuvos statistikos departamentas, 2020, bei Kazakevičius ir Jakštas, 2018

Įsiskolinimo koeficientas nustato kokia turto dalis įmonėje yra įsigyta už skolintas lėšas, tai yra kiek vienam turto eurui tenka įsiskolinimų. Šis koeficientas yra vertinamas gerai kai jo reikšmė svyruoja nuo 0,4 iki 0,6, o įmonių skaičiaus augimas mažina šio koeficiento reikšmes (Jurkaitienė ir kt. 2017).

Manevringumo koeficientas parodo, kokia dalimi įmonės turtas yra finansuojamas iš nuosavų lėšų, tai yra kiek vienam nuosavo kapitalo eurui tenka trumpalaikio turto, finansavimo struktūros ypatumus, bei įmonės priklausomybę nuo kreditorių. Šio rodiklio koeficientas yra vertinamas gerai kai jo reikšmė yra nuo 0,5 iki 0,6 ir daugiau (Kazakevičius ir kt., 2018).

Bendrojo mokumo koeficientas parodo įmonės mokumą ir kaip įmonė esant mokėjimo terminui geba vykdyti savo įsipareigojimus, tai yra kiek vienam įsipareigojimų eurui tenka nuosavo kapitalo. Rodiklio reikšmė vertinama teigiamai kai yra nuo 1 iki 2 ir daugiau (Bloomenthal, 2022)

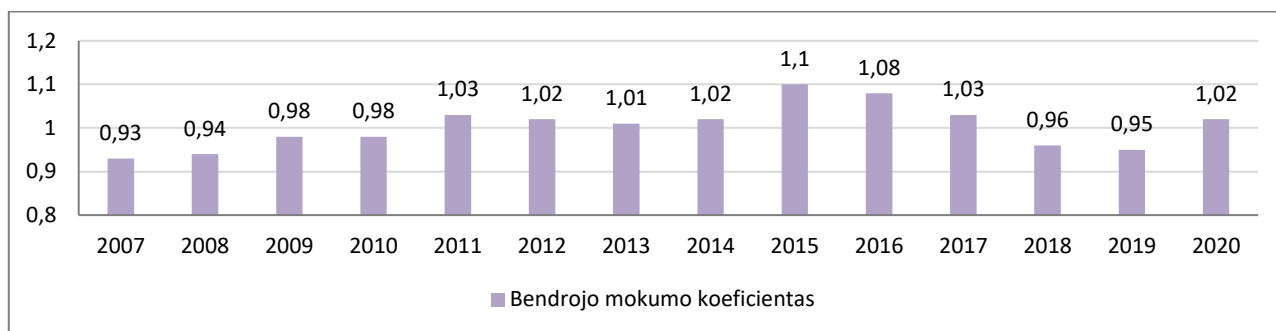
Einamojo likvidumo koeficientas parodo kaip įmonė geba įvykdyti trumpalaikius įsipareigojimus, panaudojus savo trumpalaikį turtą. Šis rodiklis vertinamas teigiamai kai yra nemažesnis už vienetą, vidutinė rodiklio reikšmė turėtų būti nuo 1,2 iki 2. Žemesnės rodiklio reikšmės parodytų įmonės finansines problemas, tai jog ji yra nepajėgi vykdyti savo trumpalaikių įsipareigojimų (NASDAQ OMX, 2010).

Kritinio likvidumo koeficientas, parodo kaip greitai įmonė geba trumpalaikiu turtu apmokėti trumpalaikius įsipareigojimus, prieš tai atėmus atsargas. Tai yra kiek vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka trumpalaikio turto (atėmus atsargas). Rodiklis yra vertinamas teigiamai nuo 1 iki 1,5 ir daugiau, o vertinant yra svarbu atsižvelgti į įmonės veiklos profilio ypatybes (Kazakevičius ir kt., 2018).

3. Įmonių mokumo rodiklių analizė

Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis yra analizuojami mokumo ir likvidumo rodikliai iš viso pagal ekonomines veiklos rūšis. „Tiriamoji visuma – visos ataskaitiniu laikotarpiu šalyje veikusios akcinės ir uždarnosios akcinės bendrovės, valstybės ir savivaldybės įmonės, užsienio įmonių filialai, žemės ūkio ir kooperatinės bendrovės, mažosios bendrijos ir viešosios įstaigos*, ir kurių pagrindinė ekonominė veikla yra EVRK 2 red. B-J, L-N ir P-R sekcijas bei A02, A03, S95 ir S96 skyrius.“ (Statistikos departamentas). Lyginimui parinktos atskiros veiklos rūšys pagal BVP bendrosios pridėtinės vertės dydį. Pagal statistikos departamento rodiklių bazės duomenis 2021 m. didžiausia pridėtinė vertė yra G_H_I sektoriuje, kuri sudaro 29,6 proc, B_TO_E – 21,6 proc. ir O_P_Q – 15,7 proc. klasifikavimo sektoriuose, todėl iš šių sektorių buvo parinktos ekonominės veiklos rūšys – medicininė ir odontologinė praktikos veikla, atliekų surinkimas, restoranų ir pagaminto valgio teikimo veikla, viešbučių ir panašių laikinų buveinių veikla, maisto produktų, gėrimų, tabako ir jo gaminių didmeninė prekyba ir žalios naftos gavybos sektoriai.

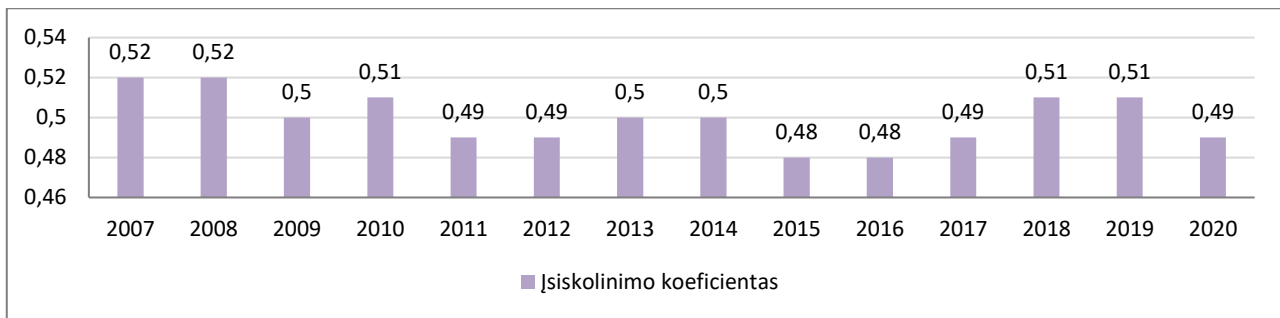
Įmonių bendrojo mokumo koeficientas pateikiamas 1 paveiksle.



1 pav. Vidutinio įmonių bendrojo mokumo koeficiento kitimas Lietuvoje 2007-2020 m. (koef.)

2020 m. įmonių bendrasis mokumas yra 1,02 tai reiškia, kad vienam įmonių skolos eurui tenka 1,02 euro nuosavo kapitalo ir tai reiškia, kad įmonių nuosavos lėšos viršija skolintas. Lyginant su 2007 m. vienam įmonių skolos eurui tenka 0,09 euro nuosavo kapitalo daugiau. Didėjimui įtakos turėjo nuosavo kapitalo ir įsipareigojimų didėjimas, tačiau nuosavas kapitalas didėjo didesniu tempu nei įsipareigojimai, atitinkamai 78,12 proc. ir 63,42 proc. Vertinant bendrąjį mokumo rodiklį pagal Lietuvos statistikos departamento pateiktus orientacinius įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygius, galima įžvelgti, kad įmonių rodiklis yra vertinamas patenkinamai, kadangi viršija 1. Bendrai situacija nėra gera, kadangi 2007-2010 m. ir 2018-2019 m. įsipareigojimai viršija nuosavą kapitalą. Visą likusį laikotarpį rodikliai yra vertinami patenkinamai. Iš aukščiau minėtų veiklos rūšių, prasčiausi rodikliai yra restoranų ir pagaminto valgio teikimo veiklos sektoriuje. Lyginant su vidutiniu Lietuvos rodikliu skirtumas jaučiamas labai stipriai, kadangi 2007 m. koeficientas sudaro 0,43, o prasidėjus finansinei krizei 2008 m. rodiklis krito iki 0,15. Laikotarpis po krizės yra pats prasčiausias, kadangi 2009-2017 m. rodiklis net neviršija 0,15. 2018-2019 m. rodiklis padidėjo dvigubai, tačiau 2020 m. dėl pandemijos sumažėjo iki 0,25. Situacija šiame sektoriuje yra labai bloga, kadangi apie 75 proc. įmonių lėšų yra skolintos, todėl įmonėse yra aukštas finansinės rizikos laipsnis. Visai kita situacija yra žalios naftos gavybos sektoriuje, lyginant su vidutiniu Lietuvos rodikliu skirtumas visai nedidelis, tik 2007-2010 m. bendras Lietuvos rodiklis yra žymiai mažesnis už šio sektoriaus, kadangi 2007-2010 m. rodiklis yra tarp 5,99-11,32 ir tai reiškia, kad krizė šalyje nepaveikė šio sektoriaus įmonių. 2011-2018 m. situacija yra stabili, nuosavas kapitalas viršija įsipareigojimus, o 2019 m. rodiklis viršija 2, tai reiškia, kad įmonėse nuosavų lėšų buvo 2 kartus daugiau nei skolintų. Tačiau pandeminiu laikotarpiu 2020 m. rodiklis sumažėjo iki 0,80, dėl ko pakilo įmonių finansinės rizikos laipsnis.

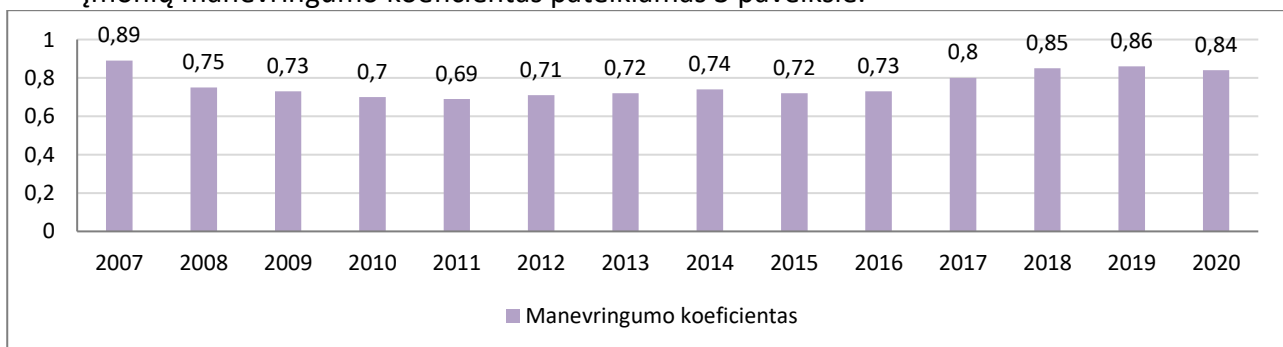
Įmonių įsiskolinimo koeficientas pateikiamas 2 paveiksle.



2 pav. Vidutinio įmonių įsiskolinimo koeficiento kitimas Lietuvoje 2007-2020 m. (koef.)

2020 m. įmonių įsiskolinimas yra 0,49 tai reiškia, kad vienam įmonių disponuojamo turto eurui tenka 0,49 euro skolų arba kitaip tariant 49 proc. turto yra finansuoti skolintomis lėšomis. Lyginant su 2007 m. vienam įmonių disponuojamo turto eurui tenka 0,03 euro skolų mažiau. Pagrindinė mažėjimo priežastis yra įmonių turto ir įsipareigojimų didėjimas, tačiau turtas didėjo didesniu tempu nei įsipareigojimai, atitinkamai 71,89 proc. ir 63,42 proc. Vertinant įsiskolinimo rodiklį pagal Lietuvos statistikos departamento pateiktus orientacinius įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygius, galima įžvelgti, kad įmonių rodiklis yra vertinamas gerai, kadangi neviršija 50 proc. Bendrai situacija yra gera, 2011-2012 m., 2015-2017 m. bei 2020 m. rodiklis neviršija 50 proc., kas yra gerai, tačiau 2007-2010 m., 2013-2014 m. bei 2018-2019 m. rodikliai viršija 50 proc., todėl yra vertinami patenkinamai, bet verta atkreipti dėmesį, kad padidėjimas yra visai mažas. Vertinant pagal sektorius, prasčiausi rodikliai yra restoranų ir pagaminto valgio teikimo veiklos sektoriuje. Rodiklis labai skiriasi nuo bendro Lietuvos vidurkio, kadangi bendras Lietuvos rodiklis nėra nei karto vertinamas nepatenkinamai per visą analizuojamą laikotarpį, o šio sektoriaus rodiklis per visą analizuojamą laikotarpį yra vertinamas nepatenkinamai ir viršija 70 proc. 2009-2010 m. po krizės rodiklis siekė beveik 1, kas reiškia, kad beveik visas įmonių disponuojamas turtas buvo įsigytas už skolintas lėšas. Tačiau medicininės ir odontologinės praktikos veiklos sektoriuje situacija yra kiek kitokia. Lyginant su Lietuvos vidutiniu rodikliu, skirtumas jaučiamas nežymiai, tik 2015-2017 m. Lietuvos bendras rodiklis vertinamas gerai, o šio sektoriaus patenkinamai. 2007-2016 m. įmonių įsiskolinimas šiame sektoriuje vertinamas patenkinamai, kadangi neviršija 70 proc., o 2017-2020 m. vertinamas gerai, rodiklis svyruoja tarp 0,47-0,49 ir tai reiškia, kad mažiau nei pusė įmonių turto buvo finansuota skolintomis lėšomis.

Įmonių manevringumo koeficientas pateikiamas 3 paveiksle.

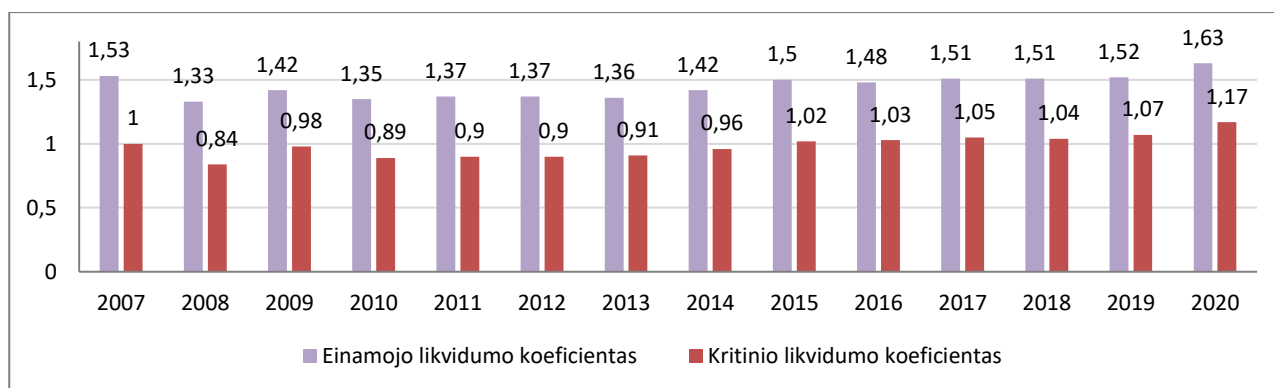


3 pav. Vidutinio įmonių manevringumo koeficiento kitimas Lietuvoje 2007-2020 m. (koef.)

2020 m. įmonių manevringumas yra 0,84 tai reiškia, kad vienam įmonių nuosavo kapitalo eurui tenka 0,84 euro trumpalaikio turto. Lyginant su 2007 m. vienam nuosavo kapitalo eurui tenka 0,05 euro trumpalaikio turto mažiau. Pagrindinė mažėjimo priežastis yra nuosavo kapitalo ir trumpalaikių įsipareigojimų didėjimas, tačiau nuosavas kapitalas didėjo didesniu tempu, atitinkamai 78,12 proc. ir 63,64 proc. Vertinant manevringumo rodiklį pagal Lietuvos statistikos departamento pateiktus

orientacinius įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygius, galima įžvelgti, kad įmonių rodiklis yra vertinamas labai gerai, kadangi viršija 0,6 ribą. Bendrai situacija yra labai gera, kadangi per visą analizuojamą laikotarpį rodikliai viršija 0,6. Skirtingų veiklų sektoriuose prasčiausi rodikliai yra viešbučių ir panašių laikinų buveinių veikloje. Lyginant su vidutiniu rodikliu Lietuvoje, skirtumas yra didelis, kadangi rodiklio reikšmės analizuojamu laikotarpiu yra apie dvigubai mažesnės už vidutinį Lietuvos manevringumo rodiklį. 2007-2008 m., 2013 m. ir 2015 m. bei 2018-2020 m. rodiklis svyruoja tarp 0,33-0,39 ir yra vertinamas nepatenkinamai, kadangi neviršija 0,4 ir tai reiškia, kad vienam nuosavo kapitalo eurui tenka vidutiniškai tik 0,35 euro trumpalaikio turto. Likusiais analizuojamo laikotarpio metais rodiklis vertinamas patenkinamai.

Įmonių einamojo ir kritinio likvidumo koeficientai pateikiami 4 paveiksle.



4 pav. Vidutinių įmonių einamojo ir kritinio likvidumo koeficientų kitimas Lietuvoje 2007-2020 m. (koef.)

2020 m. įmonių einamojo likvidumo rodiklis yra 1,63 tai reiškia, kad vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka 1,63 euro trumpalaikio turto. Lyginant su 2007 m. vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka 0,10 euro trumpalaikio turto daugiau. Pagrindinė didėjimo priežastis yra ta, kad didėjo trumpalaikis turtas ir trumpalaikiai įsipareigojimai, tačiau trumpalaikis turtas didėjo didesniu tempu nei trumpalaikiai įsipareigojimai, atitinkamai 63,64 proc. ir 51,42 proc. Vertinant einamojo likvidumo rodiklį pagal Lietuvos statistikos departamento pateiktus orientacinius įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygius, galima įžvelgti, kad įmonių rodiklis yra vertinamas gerai, kadangi viršija 1,5. Bendrai situacija yra gera, kadangi 2007 m., 2015 m. bei 2017-2020 m. rodiklis yra vertinamas gerai, o visais kitais analizuojamo laikotarpio metais rodikliai vertinami patenkinamai. Vertinant pagal sektorius, prasčiausi rodikliai yra viešbučių ir panašių laikinų buveinių veiklos sektoriuje. Lyginant su vidutiniu rodikliu Lietuvoje, skirtumas yra didelis, kadangi 2007 m. vidutinis Lietuvos rodiklis yra net 2 kartus didesnis už šio sektoriaus, o 2008-2016 m. vidutinis Lietuvos rodiklis yra vertinamas patenkinamai, kai tuo tarpu sektoriuje šiame laikotarpyje vertinimas yra blogas. Tik 2018-2019 m. rodiklis yra vertinamas nepatenkinamai, o visas kitas laikotarpis vertinamas blogai, kadangi net nesiekia 1, tai reiškia, kad įmonės visiškai negeba vykdyti trumpalaikių įsipareigojimų, naudojant savo trumpalaikį turtą.

2020 m. įmonių kritinio likvidumo rodiklis yra 1,17 tai reiškia, kad vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka 1,17 euro greitai realizuojamo trumpalaikio turto (atėmus atsargas). Lyginant su 2007 m. vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka 0,17 euro greitai realizuojamo trumpalaikio turto daugiau. Pagrindinė didėjimo priežastis yra trumpalaikio turto ir atsargų didėjimas, tačiau trumpalaikis turtas didėjo didesniu tempu nei atsargos, atitinkamai 63,64 proc. ir 35,96 proc. Vertinant kritinio likvidumo rodiklį pagal Lietuvos statistikos departamento pateiktus orientacinius įmonės finansinės būklės rodiklių vertinimo lygius, galima įžvelgti, kad įmonių rodiklis yra vertinamas patenkinamai, kadangi viršija 1. Bendrai situacija Lietuvoje yra ganėtinai patenkinama, 2008-2014 m. rodiklis neviršija 1, tai vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka iki euro greitai

realizuojamo trumpalaikio turto, tačiau 2007 m. ir 2015-2020 m. situacija pagerėjo ir rodiklis viršijo 1. Vertinant pagal skirtingus veiklos sektorius, prasčiausi rodikliai yra viešbučių ir panašių laikinų buveinių veiklos sektoriuje. Vertinant su vidutiniu rodikliu Lietuvoje, skirtumas yra gana didelis, kadangi 2007-2015 m. skirtumas svyruoja apie 1,4-2,2 karto mažiau už vidutinį Lietuvos rodiklį. 2014 m. rodiklis vertinamas blogai, tai reiškia, kad įmonės šiame sektoriuje negeba greitai apmokėti trumpalaikių įsipareigojimų. Visą likusį analizuojamą laikotarpį rodikliai yra vertinami nepatenkinamai, kadangi neviršija 1 ir tai reiškia, kad trumpalaikiai įsipareigojimai viršija trumpalaikį turtą (atėmus atsargas).

Išvados

1. Dabartinėje rinkoje yra daugybė rizikos rūšių, tačiau kaip viena iš svarbiausių yra išskiriama rizika susijusi su įmonių mokumu. Todėl norint įvertinti ir suprasti įmonės finansinę būklę, išsiaiškinti ar įmonė geba iš savo vykdomos veiklos gauti pajamų yra nagrinėjamas įmonių mokumas. Geri įmonių mokumo rodikliai yra svarbūs ne tik įmonių savininkams, bet ir kitiems su įmone susijusiems, suinteresuotiems asmenims, nes įmonei nesugebančiai sklandžiai ir laiku vykdyti savo skolinių įsipareigojimų gresia bankroto tikimybė.

2. Analizuojant įmonių mokumą į pagalbą yra pasitelkiami tam tikri santykiniai rodikliai, parodantys įmonių trumpalaikį ir ilgalaikį mokumą. Šių rodiklių yra labai įvairių, todėl kiekvienam asmeniui, pagal poreikį vertinančiam įmonę, reikia mokėti pasirinkti tinkamiausias rodiklių grupes. Nagrinėjant įmonių mokumą pagal Lietuvos statistikos departamentą, kaip vieni iš pagrindinių rodiklių yra išskiriami šie: įsiskolinimo koeficientas, manevringumo koeficientas, bendrojo mokumo koeficientas, einamojo likvidumo koeficientas ir kritinio likvidumo koeficientas. Rodikliai yra vertinami atsižvelgiant į Lietuvos statistikos departamento pateiktus rodiklių vertinimo lygius.

3. Įmonių bendrasis mokumas bendrai nėra vertinamas gerai, kadangi 2007-2010 m. ir 2018-2019 m. įsipareigojimai viršija nuosavą kapitalą. Visą likusį laikotarpį rodikliai yra vertinami patenkinamai. 2020 m. pandeminiiais metais didelio šuolio ar kritimo nepastebima, kadangi rodiklis augo nežymiai ir vertinamas taip pat patenkinamai. Įsiskolinimo koeficiento bendrai rodikliai yra geri, 2011-2012 m., 2015-2017 m. bei 2020 m. rodiklis neviršija 50 proc., kas yra gerai, tačiau 2007-2010 m., 2013-2014 m. bei 2018-2019 m. rodikliai viršija 50 proc., todėl yra vertinami patenkinamai, bet verta atkreipti dėmesį, kad padidėjimas yra visai mažas. 2020 m. rodiklis nežymiai sumažėjo, tačiau ne dėl pandemijos, kadangi tokia rodiklio reikšmė jau buvo ir anktesniais metais. Manevringumo koeficiento bendrai situacija yra labai gera, kadangi per visą analizuojamą laikotarpį rodikliai viršija 0,6, o lyginant su viešbučių ir panašių laikinų buveinių veiklos sektoriumi, galima pastebėti, jog rodikliai šiame sektoriuje yra beveik 2 kartus mažesni už bendrą Lietuvos vidurkį. 2020 m. didelio pokyčio nepastebima, tačiau verta paminėti, kad rodiklis visgi sumažėjo. Einamojo likvidumo koeficiento bendrai situacija yra gera, kadangi 2007 m., 2015 m. bei 2017-2020 m. rodiklis yra vertinamas gerai, o visais kitais analizuojamo laikotarpio metais rodikliai vertinami patenkinamai. 2020 m. rodiklis paaugo, tačiau nežymiai. Kritinio likvidumo koeficiento bendrai situacija Lietuvoje yra ganėtinai patenkinama, 2008-2014 m. rodiklis neviršija 1, tai vienam trumpalaikių įsipareigojimų eurui tenka iki euro greitai realizuojamo trumpalaikio turto, tačiau 2007 m. ir 2015-2020 m. situacija pagerėjo ir rodiklis viršijo 1. 2020 m. pandeminiiais metais turėjo teigiamą įtaką, rodiklis augo, kadangi valstybė teikė piniginę paramą įmonėms nukentėjusioms nuo Covid-19 ligos.

Literatūra

1. Bloomenthal, A. (2022) How Do You Calculate the Debt-to-Equity Ratio? Prieiga per internetą <https://www.investopedia.com/ask/answers/062714/what-formula-calculating-debttoequity-ratio.asp>
2. Jurkaitienė, S., Kiyak, D. ir Bružaitė, E. (2017). Verslo aplinkos veiksnių įtaka įmonių mokumui. *Apskaitos ir finansų mokslas ir studijos: problemos ir perspektyvos*, 1(11), 14-23.
3. Kazakevičius, A. ir Jakštas, E. (2018). *Verslo įmonių finansinių ataskaitų analizė*. Kaunas: Kauno kolegija. Prieiga per internetą https://dspace.kaunokolegija.lt/bitstream/handle/123456789/149/E.Jak%20a1tas%20A.Kazakevi%20c4%20dus.%20Mokomoji%20knyga.%20v.2020_.pdf?sequence=3&isAllowed=y
4. Lietuvos statistikos departamentas. (2020). *Struktūrinės verslo (nefinansinių įmonių) statistikos tyrimo metodika*. Prieiga per internetą https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/677335/SVSTM_metodika.pdf/e515bccf-fc20-4b12-bfb8-c7b135737877
5. Lietuvos statistikos departamentas. (2021) Mažų, vidutinių ir didelių įmonių finansiniai rodikliai. Prieiga per internetą <https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/5118910/Ma%C5%BE%C5%B3%2C+vidutini%C5%B3+ir+dideli%C5%B3+%C4%AFmoni%C5%B3+finansiniai+rodikliai+%5BLT%5D+627.html#row-101>
6. Lietuvos statistikos departamentas. (n. d.) Rodiklių duomenų bazė. Prieiga per internetą [https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=b00cec28-7a7d-4202-8006-397416857c94#/#/](https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=b00cec28-7a7d-4202-8006-397416857c94#/)
7. Mackevičius, J. (n. d.) Mokumas. Prieiga per internetą <https://www.vle.lt/straipsnis/mokumas/>
8. Mackevičius, J., Poškaitė, D. ir Villis, L. (2011). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas. Prieiga per internetą <https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/16765/9789955192848.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. NASDAQ OMX. (2010) Įmonių finansinė analizė. Prieiga per internetą https://www.nasdaqbaltic.com/files/vilnius/leidiniai/Rodikliu_skaiciavimo_metodika-final.pdf
10. Silviana, W. & Waskito, S. (2020). Solvency. From *Impact of Liquity, Solvency, Profitability, Company Growth, and Size of The Company Against The Dividend Policy* (p. 363-379). Indonesia: Ahmad Dahlan University
11. Vitonytė, D. ir Mačiulytė-Šniukienė, A. (2019). Bankroto tikimybės vertinimo modelis skirtingo mokumo ir pelningumo įmonėms. *Mokslas – Lietuvos ateitis*. Prieiga per internetą <http://jmk.vvf.vgtu.lt/index.php/Verslas/2019/paper/viewFile/356/149>

BUSINESS SOLVENCY ANALYSIS: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

Summary

Companies are not protected from various types of risks that could adversely affect the company's financial performance. An assessment of the current situation is needed to ensure operational stability. Not every company can survive due to the prevailing market situation, so companies may face solvency problems if they are unable to meet their obligations. Failure to resolve solvency problems in a timely manner creates a high probability of a company going bankrupt, as solvency problems are a major cause of bankruptcy. The types of risks in today's increasingly competitive market are indeed diverse, but one of the most important risk factors is related to the solvency of companies. Based on the data of the Department of Statistics, a total of 5 solvency and liquidity indicators are analyzed by economic activity. The survey population is all joint-stock and private limited companies, state and municipal enterprises, branches of foreign enterprises, agricultural and cooperative enterprises, small partnerships and public institutions operating in the country during the reporting period.

POKYČIAI VERSLE PANDEMIJOS SĄLYGOMIS: GALIMYBĖS IR IŠŠŪKIAI

Dominyka Petraitytė, Ieva Barisionakaitė

Mokslinis vadovas – doc. Artūras Vitas

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Ivadas

Visais laikais žmonija kovojo su tam tikromis problemomis. Labai dažnai dėl higienos trūkumo, vaistų neturėjimo, prastų medicininių žinių pasaulį apimdavo ligos, pandemijos, marai. Kadangi žmonės visais amžiais stengėsi tobulėti, pažinti pasaulį, palengvinti tai, kas individui buvo sunku, todėl po truputėlį buvo atrandami nauji vaistai, įrankiai ir visą tai, be ko šiandieninis individas negalėtų visapusiškai, komfortiškai gyventi. Visais laikais žmonių skaičius augo, kitą vertus plečiasi miestai, gyvenvietės, darbo vietos, gamyba, tuo pačiu ir gamtos teršimas. Dėl klimato kaitos ar kitų priežasčių atsiranda naujos ligos, nuo kurių mokslininkai stengiasi atrasti vaistus. Bet šiandien – pasaulį yra užvaldžiusi COVID-19. Ne tik visuomenė susidūrė su ribojimais, kaukių dėvėjimu, skiepais, atstumų laikymusi, bet ir verslai patyrė tam tikrų sunkumų.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti pokyčius versle pandemijos sąlygomis.

Straipsnio uždaviniai:

1. Atskleisti pandemijos pasekmes Lietuvoje;
2. Išanalizuoti AB „Novaturo“ kompanijos iššūkius COVID – 19 metu;
3. Išnagrinėti maisto pristatymo įmonių galimybes Lietuvoje.

Tyrimo metodas – mokslinės teorinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė, duomenų sisteminimas ir vaizdavimas.

Pandemijos poveikis Lietuvos verslui

COVID – 19 viena didžiausių 21 a. problemų pakeitusių daugumos žmonių gyvenimus. Nors pats pirmas COVID – 19 užsikrėtimas buvo 2019 metais gruodžio mėn., tačiau Lietuva tikrąjį poveikį pajuto beveik po trijų mėnesių, kai 2020 m. vasario 28 dieną, kada Lietuvoje atsirado pirmas susirgimas.

Pandemijai sudrebinus visą pasaulį, Lietuvoje buvo įvestas pirmas karantinas. Ekstremali padėtis pasak LRT (2020) buvo įvesta nuo 2020 m. kovo 16 d., tuo metu Lietuvos Respublikos piliečiai pajautė didelę baimę – parduotuvėse išpirko ilgai negendančius maisto produktus – kuopas, aliejų, konservus, gatvėse neliko žmonių, visi stengėsi, kuo mažiau vaikščioti į viešas vietas, susitikinėti su draugais, šeimos nariais. Kaip ir daugumoje šalyse, taip ir Lietuvoje atsirado ribojimai. Vienu laikotarpiu dauguma verslų buvo uždaryti – prekybos centrai, restoranai, kirpyklos – tai buvo didelis nuostolis verslams, o ypač mažoms įmonėms. Tačiau LRV (2020) nuo 2020 m. birželio 1 d. buvo įvesti ribojimai – uždaroje prekybos vietoje privalu laikytis atstumo, ribojami asmenys, buvo atšaukiamos laisvalaikio pramogos (būreliai, koncertai, spektakliai, kino teatrai), nebuvo galima keliauti į kitas šalis, miestų savivaldybes, mokyklų bei aukštųjų mokymų įstaigų darbas persikėlė į virtualią erdvę, daugiau žmonių pradėjo dirbti iš namų. Per karantino laikotarpį sumažėjo dirbančių žmonių skaičius. Tuo metu daugumos žmonių gyvenimas labai pasikeitė. Pasak Official Statistics Portal (n. d.) duomenų baze 2018 metais dirbančių žmonių nefinansinėse įmonėse buvo 1 076 790, 2019 metais šis skaičius padidėjo 3,2 proc. Tačiau 2020 metais šis skaičius išliko panašus ir siekė 1 112 105 darbuotojus. 2019 m. bei 2020 m. individų skaičius buvo panašus, nors kiekvienais metais atsižvelgiantį gimstamumą, naujų įmonių kūrimąsi bei kitas tendencijas, šis skaičius turėjo augti. Nors darbuotojų skaičius ir sumažėjo 2020 m. ir daugiau darbuotojų buvo prastovose, tačiau pagal Official Statistics Portal (n. d.) duomenų baze išlaidos darbuotojų algoms bei atlyginimui

nefinansinėse įmonėse augo. 2019 m., kada prasidėjo visuotinė pandemija, buvo išmokėta 13 231 757 Eur. darbuotojams. Tačiau 2020 m. šis skaičius išaugo 4,5 proc. ir siekė 13 643 565 Eur. Nuo 2021-05-24 šalyje situacija pagerėjo, nes atsirado pradėjo veikti „galimybių paso“ dokumentas, kuris pasiskiepijus arba prasirgus koronavirusu suteikia leidimą lankytis viešose įstaigose ir bent kažkiek išsilaikyti mažiesiems verslams. Šis dokumentas nors ir leido atsidaryti verslus, bet suskaldė visuomenę ir atsirado daug šališkai žiūrinčių žmonių į skiepus ir galimybių pasą. Dėl to valstybė turėjo ieškoti kitų būdų kaip sumažinti viruso plitimą. Vienas iš sugalvotų valstybės būdų kaip mažinti plitimą – originalūs standai ir reklamos, kaip elgtis COVID – 19 metu. Reklamos, kaip elgtis karantino metu, buvo platinamos visoje Lietuvoje, kad pakeistų žmonių nuomonę.

1 lentelė. Informacinių rinkodaros veiksmy naudojimas sustabdant COVID - 19 plitimą.

Reklamos pavadinimas	Vaizdavimas	Reikšmė
Vilniaus savivaldybės reklama „Būkite atsakingi – kauke užsidėkite ir burną ir nosį. SUSATABDYKIME COVID – 19“	Reklamoje vaizduojami mergina ir vaikas, kurie užsidėję kaukę netaisyklingai – kaukę po nosimi. Taip pat iliustracijoje vaizduojama, kaip merginos viršutinė trikotažo dalis yra neteisingai uždėta, o vaikino apatinė kūno dalis yra išlindusi.	Tokio tipo reklamos simbolizuoja, kad kaukes yra svarbu dėvėti teisingai, kaip ir vilkime drabužius.
Užkrečiamų ligų ir aids centro reklama „Visi darykime, ką galime. Būkime socialiai atsakingi“	Plakate vaizduojama, kaip reikia apsaugoti nuo COVID-19: plauti rankas, matuotis reguliariai temperatūrą, neliesti rankomis veido, vedinti patalpas, laikytis čiaudėjimo ir kosėjimo etiketo, dėvėti veido kaukę, sergant būti namuose, laikytis saviizoliacijos tvarkos.	Reklama informuoja, kaip elgtis COVID – 19 metu, prižiūrėti savo sveikatą, palaikyti tinkamą higieną, vedinti patalpas bei rūpintis kitų saugumu dėvint kaukes ir laikantis saviizoliacijos tvarkos.
KoronaSTOP reklama „Vakar atvažiavo anūkė. Šiandien atvažiavo greitoji“ – Ona, 74 m.	Stende yra parašytas tekstas, kad senyvo amžiaus moterį aplankė anūkė, o vėliau turėjo ir aplankyti greitosios pagalbos darbuotojai.	Stendas verčia susimąstyti, kad senyvo amžiaus individai gali patekti į rizikos grupę ir kiekvienas jaunesnio asmens apsilankymas gali sukelti grėsmę senyvo amžiaus žmogui susirgti šia liga.

Šaltiniai: <https://www.diena.lt/naujienos/sveikata/sveikata/interneto-pokstas-virto-kampanija-uz-kaukiu-devejima-nebijokite-sudrausminti-zmoniu-993314> ; <https://www.spartuoliai.lt/informacija-del-covid-19/> ; https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Karantinas,_Taurag%C4%97.JPG

Taip pat tokios reklamos (žr. į 1 – ą lentelę) atkreipia piliečių dėmesį ir kartais net priverčia susimąstyti. Tačiau Lietuvoje visada išliko koronaviruso susirgimai, o jų skaičius svyravo nuo sezoniškumo. 2020 – 2021 metais valstybė skyrė 3,6 milijardo eurų COVID – 19 paramos priemonėms, iš jų 3 mlrd.- išsaugoti verslo likvidumą. „Paramos priemonėmis pasinaudojo per 58 tūkst. įmonių, iš jų 277-iose pradėtos ar vykdomos nemokumo procedūros“ (Čižauskas, 2021). Tačiau 39 mln. Eur. kreditinių įsipareigojimų suma yra šių įmonių. Lyginant 2020 m. bei 2021 metų pirmuosius pusmečius, tai matytumėme, kad juridinių asmenų bankrotų 2020 metais buvo 26,6 proc. daugiau nei 2021 m. Daugiausiai jų paskelbtos nekilnojamojo turto, kultūros ir logistikos srityse. Taip pat vyriausybė skyrė išmokas verslams, kurie labiausiai nukentėjo per karantiną, tačiau tų pinigų neužteko nuostoliams padengti.

Taigi, COVID – 19 turėjo didelę reikšmę Lietuvos individams ir verslams. Buvo ribojamas asmenų laisvalaikis, judėjimas pas draugus ar giminaičius į kitas savivaldybes, pasikeitė darbo

ypatumai. Dauguma verslų, kurie prieš pandemijos pradžią sėkmingai gyvavo, dėl sukeltų pandemijos nepatogumų prarado daug pelno, o kai kurios turėjo netgi pasitraukti iš rinkos.

Novaturo iššūkiai Lietuvoje pandemijos metu

Pandemijos laikotarpis buvo sunkus visoms su turizmu susijusioms agentūroms. Dauguma valstybių turėjo savus įstatymus bei ribojimus, kurie mažintų COVID – 19 susirgimų skaičių. AB „Novaturas“ (toliau Novaturas) yra viena populiariausių kelionių agentūrų Baltijos šalyse, rengianti dažniausiai poilsinio tipo keliones į Afrikos, Azijos bei Europos žemynus. Tačiau 2019 metų pabaigoje prasidėjusi pandemija daug verslų sujaukė gyvenimus. Taip pat sudarė naujų iššūkių ir Novaturo kompanijai.

Remiantis AB „Novaturo“ metinės ataskaitos (2019 m.) duomenimis – įmonės bendrasis pelnas nuo 2018 m. iki 2019 m. sumažėjo beveik 17 proc., bet didelių nuostolių įmonė nepatyrė. Tačiau tai buvo tik pradžia, nes 2020 metais Lietuvos Respublikos seimas išleido 2 įstatymus, kurie turistams draudė naudotis Novaturo paslaugomis. LR Vyriausybės nutarimu (2020 m.) nuo 2020 m. kovo 16 d. iki 2020 m. birželio 16 d. buvo įvesta šalies vidaus sienos kontrolė, kuri riboja ir tikrina į Lietuvą atvykstančius ir išvykstančius individus. Šalyje kilo dar didesni nerimai, buvo draudžiama keliauti, būriuotis didesnėmis grupėmis bei ilgas 14 dienų izoliacijos laikotarpis. Novaturui sunkiai sekėsi atsistatyti, nes galėjo prekiauti kelionių paslaugomis tik Lietuvos teritorijoje, tačiau šios kelionės nebuvo tokios paklausios kaip turistavimas užsienio valstybėse. Tačiau pasak Budreikienės ir Gudavičiaus (2021 m.) buvo įvestas naujas nutarimas, kuris nuo 2021 m. kovo 27 d. iki 2021 m. balandžio 6 d. riboja individų judėjimus tarp savivaldybių. Visi šie veiksniai nulėmė dar didesni įmonės žlugimą. Remiantis AB „Novaturo“ metinės ataskaitos (2020 m.) duomenimis – įmonės bendrasis pelnas nuo 2019 m. iki 2020 m. sumažėjo beveik 84 proc., per šiuos metus įmonės pajamos nukrito 146 829 eurais ir 2020 m. įmonė gavo vos 32 894 pajamų ir dabar įmonė yra arti bankroto. Žmonės, kurie norėjo keliauti, turėjo pasidaryti testus (jei jie nėra pasiskiepiję), dėvėti kaukes. Keliavimas į tam tikras šalis buvo sustabdytas, dėl raudonų zonų, kuriose buvo didelis susirgimų skaičius, užpildytų palatų lovų ligoninėse. Kiekviena valstybė nusprendė apriboti piliečių gyvenimą tam, kad išsaugotų žmonių gyvybes, mažintų užsikrėtimų skaičių, tačiau dėl to kentėjo verslai, turizmas ir patys gyventojai. Tačiau šiuo metu yra šiek tiek geresnė situacija šalyje, nebėra įstatymų draudžiančių keliauti bei daugumoje šalių izoliacijos laikotarpio. Novaturo kompanija gali toliau organizuoti keliones, teikti įvairius pasiūlymus klientams.

Taigi, Baltijos šalyse paplitusi Novaturo kompanija susidūrė su dideliais iššūkiais, kurie vos nesužlugdė kompanijos. Karantinui prasidėjus kelionių agentūra negalėjo teikti kelionių po visą pasaulį, kadangi įstatymai to neleido, žmonės labiau bijojo palikti namus. Tačiau atslūgus pandemijos įkarščiui įmonė ir toliau sėkmingai gali organizuoti bei teikti keliones savo lojaliems klientams.

Atvežimo į namus maisto pramonės klestėjimas pandemijos metu

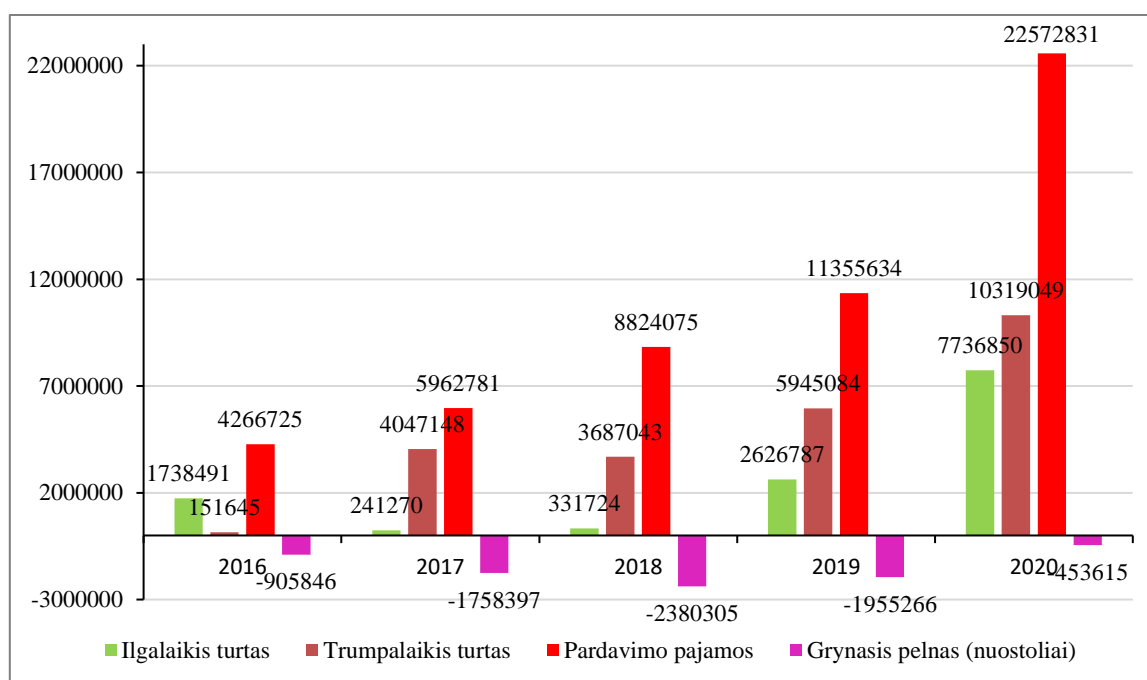
Modernėjant pasauliui žmonės ieškosi lengvesnių, greitesnių būdų apsipirkti, padaryti tam tikrus darbus neišėjus iš namų, bendrauti su artimaisiais nuotolinėmis priemonėmis, pavyzdžiui, telefonu, kompiuteriu. Su tokiomis inovacijomis turėjo susidurti beveik kiekvienas 21 a. Gyventojas, nes 2019 metais buvo aptikta nauja infekcija. COVID-19 aptiktas Kinijos provincijoje (Uhanė) 2020 metų gruodžio mėnesį. Ši liga paplito labai greitai po visą pasaulį, buvo taikomi tam tikri ribojimai, pavyzdžiui, eismo, kaukių dėvėjimo, atstumo laikymosi, klientų suvaldymo srutai. Todėl gyventojai buvo priversti pasinaudoti išmaniosiomis technologijomis.

Labiausiai Lietuvoje paplito apsipirkinėjimas internetu „Barbora“ elektroninėje erdvėje. Uždaroji akcinė bendrovė „Barbora“ – tai „tai patogi maisto bei kitų kasdienių prekių parduotuvė

internete, kuri Jums padės sutaupyti laiko apsiperkant ” (Verslo žinios, n.d.). Ši elektroninė parduotuvė pristato prekes Vilniuje, Trakuose, Kaune, Alytuje, Marijampolėje, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje ir rajonuose. Šioje įmonėje dirba apie 1100 darbuotojų, kurių vidutinis atlyginimas yra 1570,15 Eur.

2020 metais elektronei prekybai susiklostė nemažai iššūkių, tačiau kartu atvėrė nemažą potencialą greitam augimui. Lietuvoje „Barbora“ pardavimų augimą išlaikė visus metus, lyginant 2020 su 2019 metais, „Barbora“ pardavimų pajamos išaugo dvigubai, siekė net 104 mln. Eur. Baltijos šalyse „Barbora“ įvykdavo net 13 tūkst. užsakymų per dieną (2020 metų pabaigoje). Vyriausybė buvo nusprendusi, kad sergantis asmuo negali išeiti iš savo namų į miestą, parduotuvę, todėl toks žmogus turėjo galimybę pasinaudoti „Barbora“ teikiamomis paslaugomis. Kadangi įmonei trūko darbo jėgos per karantiną, tai „Barbora“, per kelias savaites padvigubino darbuotojų skaičių iš pirmojo karantino paveiktų verslų (Vilniaus prekyba, 2021). Pačiame pandemijos įkarštyje buvo atidarytos „Barbora Express“ prekių atsiėmimo stotelės. Vadinas, įmonei padėjo plisti pasaulyje susiklosčiusi epideminė situacija – „Barbora“ įsteigė nemažai darbo vietų, padidino algas, pardavimo pajamos didėjo, nes žmonės pradėjo užsisakyti į namus, maisto ir kitų reikmenų pristatymą išplėtė tam tikruose miestuose bei jų rajonuose.

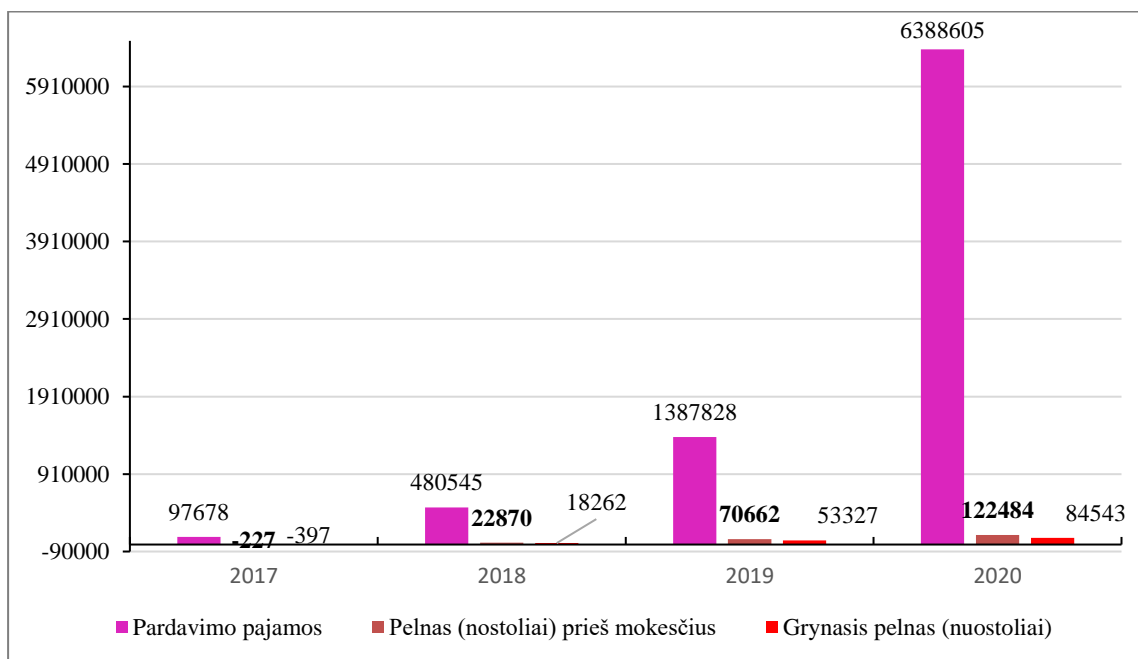
1 paveiksle matome, kad didžiausios pardavimo pajamos buvo 2020 metais (apie 22 mln.), mažiausios – 2016 metais (4 mln.). Ilgalaikis turtas per 5 metus padidėjo 445 proc., o trumpalaikis – 65 proc. Trumpalaikis turtas nuo 2016 iki 2017 metų didėjo, tačiau nuo 2018 metų pradėjo didėti. Grynas pelnas kiekvienais buvo nestabilus. Nuo 2016 iki 2018 metų didėjo, tačiau nuo 2018 metų pradėjo mažėti ir 2020 metais grynas pelnas (nuostolis) sudarė -453615 Eur.



1 pav. UAB „Barbora“ finansiniai rodikliai, Eur

Kita maisto pristatymo įmonė – UAB „Bolt Services LT“. 2019 metų pabaigoje startavo „Bolt Food“ programėlė, per kurią žmonės gali užsisakyti maisto, gėrimų iš kavinių, restoranų ir pristato tai kurjeris tiesiai į namus. Žinoma, kad įmonė taiko tam tikras akcijas, nuolaidas, nemokamą pristatymą. „ „Bolt“ aptarnauja daugiau kaip 25 milijonus klientų daugiau kaip 30 šalių visame pasaulyje” (Degutis, 2019). Kadangi pasaulyje paplito COVID – 19, daugiau žmonių pradėjo užsisakyti maistą į namus, todėl 2020 m. pardavimo pajamos siekė 1,6 mln. Eur., o 2019 m. – 932 984 Eur. Grynas pelnas (nuostoliai) skyrėsi beveik dvigubai: 2019m. siekė 37 tūkst., 2020 – 65 tūkst. Eur (Verslo žinios, n.d.).

„Bolt Food“ konkurentas – UAB „Wolt“. Tai irgi maisto, gėrimų pristatymo į namus, biurą įmonė, kuri taip pat suklestėjo karantino laikotarpiu.



2 pav. UAB „Wolt“ finansiniai rodikliai, Eur

2 paveiksle matome, kad pardavimo pajamos (nuo 2017 iki 2020) didėjo. Daugiausiai pardavė 2020 metais (6 mln. Eur) (Verslo žinios, n.d.). Pelnas (nuostoliai) prieš mokesčius taip pat didėjo, 2017 metais buvo nuostolis apie 227 Eur. Taip pat grynasis pelnas (nuostoliai) kiekvienais metais didėjo ir 2020 metais sudarė apie 85 tūkst. eurų. Lyginant „Bolt Food“ ir „Wolt“, tai 2020 m. daugiau pardavė „Bolt Food“, nes tai galėjo nulemti rinkodaros priemonės, pristatymo galimybės, dirbančių žmonių skaičius.

Vadinasi, „Barbora“ – elektroninė parduotuvė, kuri parduoda maistą, kitus reikalingus daiktus, teikia atvežimo paslaugą. COVID-19 padėjo elektrinei parduotuvei „Barbora“ plisti Lietuvoje, uždirbti 22 mln. Eur. pajamas, įdarbinti virš 1000 darbuotojų. Įmonė stengiasi pristatyti klientams reikiamus maisto produktus ar namų apyvokas reikmes, kad pirkėjai taupyty savo laiką, nereikėtų jiems vaikščioti į parduotuves. Žmonės, kurie susirgo COVID-19 liga, negalėjo patys apsipreinti, todėl jie turėjo galimybę apsipirkti internetu. Taip pat buvo ir kitų internetinių svetainių, per kurias žmonės galėjo užsisakyti greito maisto, gėrimų, pavyzdžiui, iš „Bolt Food“ ar „Wolt“. Šios bendrovės pristatė pirkėjams maistą iš restoranų, kavinių tiesiai į namus, ofisus. Tai puiki paslauga tiems, kas skuba, negali nusipirkti patys, nes yra užsiėmę.

Išvados

1. Lietuvoje pandemijos situacija buvo sunki ypač verslams. Karantino metu dauguma verslų turėjo, kurį laiką būti uždaryti dėl valstybės reiklavimų. Taip pat tarp miestiniai ribojimai, nuotolinis darbas, žmonių ribojimai kiti dar labiau sumažino uždirbamas įmonių pajamas. 2021 m. gegužės 5 d. LR Vyriausybė įgalino galimybių pasą, kad įmonės nors kažkiek galėtų atsistatyti nuo pandemijos pradžios, tačiau tai supykė daug žmonių.

2. Kelionių agentūra AB „Novaturas“ yra viena didžiausia kelionių kompanija Baltijos šalyse. Prieš karantino pradžią įmonė buvo pelninga ir klestinti. Tačiau prasidėjus pandemijai jau 2019 metai organizacijos pelnas krito lyginant su 2018 metais. Užsidarius sienoms bei savivaldybėms įmonė nebegalėjo tęsti savo veiklos ir turėjo ją sustabdyti. Dėl to nuo 2019 m. iki 2020 m. įmonės bendrasis

pelnas sumažėjo 84 proc. Iš viso per šiuos metus įmonės pajamos sumažėjo 146 829 eurai. Tačiau nuo 2022 metų dauguma ribojimų išnyko ir įmonė vėl gali vystyti savo veiklą kaip prieš pandemiją.

3. Pandemijos metu atsirado didelis poreikis, kad maistą ir kitus svarbius daiktus, prekes, pristatytų žmonėms tiesiai į namus ar ofisus. Taip žmonės taupė laiką, kai kurie negalėjo išeiti iš namų, nes izoliavosi, saugosi, nenorėjo kontaktuoti. UAB „Barbora“ – maisto bei kitų kasdienių prekių parduotuvė internete. Labiausiai suklestėjusi karantino laikotarpiu, pardavusi už 2 mln. Eur. „Barbora“ bendradarbiauja su „Maxima grupė“, įsteigė nemažai naujų darbo vietų, padidino darbo užmokestį, stengėsi, kad klientas gautų prekes kuo greičiau. Kitos dvi maisto pristatančios įmonės taip pat suklestėjo COVID – 19 dėka, t.y., „Bolt Food“ ir „Wolt“. Jų pardavimo pajamos skiriasi, tačiau žmonėms patiko gauti greitai (neišejus iš namų) maistą iš restoranų, kavinių. Daugiau pardavė „Bolt Food“ nei „Wolt“.

Literatūra

1. Budreikienė, J., Gudavičius, S. (2021). Karantinas pratęstas mėnesiui, grąžinamas visuotinis judėjimo draudimas. Verslo žinios. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/verslo-aplinka/2021/03/26/karantinas-pratestas-menesiui-grazinamas-visuotinis-judejimo-draudimas>
2. Čižauskas, V. (2021). Valstybės kontrolė teikia atnaujintą, penktąją COVID – 19 pasekmių valdymo informacijos suvestinę. Aukščiausioji audito institucija. Prieiga per internetą: [Valstybės kontrolė teikia atnaujintą, penktąją COVID-19 pasekmių valdymo informacijos suvestinę | Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė \(valstybeskontrolė.lt\)](https://www.valstybeskontrolė.lt/valstybeskontrolė/valstybeskontrolė)
3. Degutis, 2019. „Bolt“ pradeda pristatinti maistą. Verslo žinios. Prieiga per internetą: [„Bolt“ pradeda pristatinti maistą - Verslo žinios \(vz.lt\)](https://www.vz.lt/verslo-aplinka/2019/03/26/bolt-pradedama-pristatinti-maista)
4. Lietuvos Respublikos Vyriausybė (2020). Karantinas šalyje (pridedamas nutarimas). Prieiga per internetą: <https://lrv.lt/lt/naujienos/karantinas-salyje-pridedamas-nutarimas-4>
5. LRT (2020) Lithuania extends quarantine, allows mass events and outdoor sports. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1182538/lithuania-extends-quarantine-allows-mass-events-and-outdoor-sports>
6. Nasdaq (2020). „Novaturas“ AB. Metinė ataskaita. Prieiga per internetą: https://nasdaqbaltic.com/market/upload/reports/ntu/2020_ar_en_eur_con_ias.pdf
7. Official Statistics Portal (n. d.). Dirbančių asmenų skaičius (nefinansų įmonių). Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>
8. Official Statistics Portal (n. d.). Išlaidos darbuotojų algoms ir atlyginimui (nefinansų įmonių; be darbdavio socialinio draudimo įmokų). Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>
9. Verslo žinios (n.d.). UAB „Barbora“ pajamos, pelnas. Prieiga per internetą: <https://rekvizitai.vz.lt/imone/barbora/apyvarta/>
10. Verslo žinios (n.d.). UAB „Barbora“. Prieiga per internetą: <https://rekvizitai.vz.lt/imone/barbora/>
11. Verslo žinios (n.d.). UAB „Bolt Services LT“ pajamos, pelnas. Prieiga per internetą: [Bolt Services LT, UAB apyvarta, pajamos, pelnas. Rekvizitai.lt \(vz.lt\)](https://rekvizitai.vz.lt/imone/bolt-services-lt/apyvarta-pajamos-pelnas)
12. Verslo žinios (n.d.). UAB „Wolf LT“ pajamos, pelnas. Prieiga per internetą: [Wolt LT, UAB apyvarta, pajamos, pelnas. Rekvizitai.lt \(vz.lt\)](https://rekvizitai.vz.lt/imone/wolf-lt/apyvarta-pajamos-pelnas)
13. Vilniaus prekyba (2020). „Barboros“ spurtas 2020 m.: pajamos dvigubėjo, reikšmingai mažėjo nuostolis. Prieiga per internetą: <https://vilniausprekyba.lt/naujiena/barboros-spurtas-2020-m-pajamos-dvigubejo-reiksmingai-mazejo-nuostolis/>

CHANGES IN BUSINESS BY PANDEMIC CONDITIONS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Summary

COVID – 19 had a huge impact for Lithuanian people and businesses. Most businesses that were successful lost a lot of profit due to the inconvenience caused by the pandemic and some even had to withdraw from the market. One of the biggest travel organization “Novaturas”. With the closure of the borderlines and the municipalities, the company could no longer continue activities and had to suspend it. However, the company lost gross profit by 83 percent in 2020

and it is going to be hard year to recover. During the pandemic, there was a great need for delivery. The companies like “Barbora”, “Bolt food” had a great success during quarantine period. “Barbora” had a great success and sold over 2 million euro goods. “Barbora” also cooperates with the Maxima Group, has created a number of new jobs, increased wages, and tried to get the goods to the customer as quickly as possible. Bolt serves more than 25 million customers in more than 30 countries worldwide. In 2019 company’s net profit was 37 thousand and in next year company made twice much and the gross profit increased to 65 thousand. The pandemic had a major impact on businesses, but some companies get it through and improved a lot.

CSR: THEORETICAL OBSERVATION AND PRACTICAL IMPLICATION IN LITHUANIA

Deividas Vaikutis

Scientific supervisors – lect. Ingrida Galkauskiene, Žana Prokopovičienė

Vilnius University of Applied Sciences

Introduction

Corporate social responsibility (hereinafter referred as CSR) is becoming more and more vital to the existence of companies worldwide. With more legislation surrounding the following of CSR being implemented every year and general awareness of CSR becoming a popular theme of discussions these days, it seems like the importance of it is as high as it could ever be. However, there is a speculation floating around, that companies deliberately manipulate the reports, while trying to hide the fact, that they are not following CSR policies. Also, there are a lot of speculations surrounding the definitions of CSR and which policies can be considered as CSR friendly. To found, how well companies in Lithuania follow CSR policies, firstly, it is required to find out, what are the definitions of CSR and what can be considered as CSR friendly. Secondly, finding out how to measure CSR is also a vital step. Finally, it is required to find examples in Lithuania and see how well they deal with CSR.

The aim of the article – To found out how well companies announce and follow CSR policies

Objectives of the article:

- 1) Describe the concept of corporate social responsibility
- 2) List CSR assessment methods
- 3) Present some examples in Lithuania

Research methods: Analysis of scientific, theoretical literature and other sources of information.

Definitions of CSR

To truly understand how well companies in Lithuania follow CSR policies, it is vital to find out the definition of CSR and what kind of policies does it contain. While CSR as a concept has been existent since the ancient times, the term became popular since the 1930s, with first formal publications and literature on CSR being released during this period (Agudelo, Jóhannsdóttir, Davídsdóttir, 2019). However, over the time the outlook on CSR has changed drastically, making even decade old definitions outdated, which means that for this article, only definitions from several years old articles could be accepted as a legitimate. Even with this problem being taken into consideration, there is still a lot of unique definitions of CSR, because every author tries to change the definition by changing the policies, which change the definition drastically. Table 1 list most of the definitions of CSR, which were mentioned in articles from 2018.

Table 1. Definitions of CSR

Author	Definition
Fernando J., 2022	Corporate social responsibility (CSR) is a self-regulating business model that helps a company be socially accountable to itself, its stakeholders, and the public.

Author	Definition
Reckmann N., 2022	Corporate social responsibility, or CSR, is a form of self-regulation that reflects a business's accountability and commitment to contributing to the well-being of communities and society through various environmental and social measures.
UNIDO, 2022	Corporate Social Responsibility is a management concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and interactions with their stakeholders.
BDC, 2022	Corporate Social Responsibility (CSR) is the idea that a company should play a positive role in the community and consider the environmental and social impact of business decisions.

Made by the author using references listed.

While all these definitions in this list are somewhat different, all of them relate to the fact, that CSR is a sacrifice, that companies must take to fix environmental issues, with a lot of different authors take into consideration different things on what "environment" is made up, with few of them consider satisfying stakeholders also as a important environmental issue.

All in all, while there are lots of unique definitions of CSR, however, almost all of them center around the fact, that it is a sacrifice, that the companies will take to fix social and environmental issues worldwide

Measuring CSR

With attention to social responsibility from users getting bigger, it is now vital for companies to follow CSR guidelines efficiently and announce all CSR statements to public. However, trying to measure how well companies are following CSR principles is still incredibly difficult to this day. according to Dagilienė and Leitonienė (2012) the level of social reporting is low in Lithuanian companies due to lack of transparency between the business, which means that only third parties can measure companies CSR objectively. „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ Lists most of know methods, that can be used to measure CSR, which can be seen in Table 2.

Table 2. CSR measuring methods (2018)

Methods	Explanations
Diversity Charters	It is a short document, where companies voluntarily write down instruments on how they will tackle social issues in a company and promise not to tolerate social discrimination.
ISO standards (ISO 14000, ISO 45001, ISO 26000)	International Organization for Standardization. (ISO) are standards, which tells companies to install specific environment, workplace safety and health, social responsibility management system. Companies voluntarily announce numbers to the public.
EMAS	EMAS voluntary management system, which help the companies to announce, report and control their environmental activities.

source: JMONIŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS PAŽANGOS ŠALIES LYGMENIU VERTINIMO METODIKOS (2011 M.) PATIKSLINIMAS <https://socmin.lrv.lt/uploads/socmin/documents/files/veiklos-sritys/darbas/partneryste/Imoniu%20soc%20atsakomyb%20projekt/%C4%AESA%20pa%C5%BEangos%20%C5%A1alie%20lygmeniu%20vertinimo%20metodikos%20patikslinimas.pdf>

There are only several methods showcased in this list, since list can't be completed due to how many methods are available, however, most of them are dependant on available companies, which means that if there no available third-party company reports, that means that, there are no way to tell, whenever the companies are being honest with their CSR reports. While this list showcases most of the know methods, that can be used to measure, according to „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ (2018) it is impossible to invent main method of measuring due to different cultural, legal and economical aspects. That means that it is required to use as much measuring methods as possible to see if the companies follow CSR polices efficiently.

Overall, while there are a several methods, that can be used to calculate CSR, most of the methods are dependant on the companies' own reports, which means that it is hard to tell how much and how well companies follow CSR policies due to companies not wanting to share this information.

Examples of CSR in Lithuanian companies

As already mentioned, Lithuanian companies still don't show willingness when announcing CSR reports, due to lack of transparency between the businesses (Dagilienė and Leitonienė, 2012). Not only that, but also different companies use different definitions of CSR. This means that the number of companies, that are following CSR policies, will differ significantly across all the sources, if there any at all. 2021 report announces, that GBS centres carrying out CSR activities has almost doubled between 2018 and 2020 — from 38 % to 68 %, while last years report says, similar numbers, with the share of GBS centres conducting CSR activities doubled from 38 % to 76 % between 2018 and 2019 (Invest Lithuania, 2021). Another available source, “Lietuvos atsakingo verslo asociacija (LAVA)”, report that 90 % of all companies in Lithuania are either investing in sustainability or are they are planning to do so. Also, 82 % of all managers in Lithuania are trying to be more involved in social responsibility discussions, but also it is important to consider the fact, that only 25 % companies have sustainability experts, so the there are still some issues with transparency (LAVA, 2019). If these reports are true, that means that over recent years, not only more companies in Lithuania followed CSR policies, but also, they follow them efficiently.

Overall, more companies in Lithuania follow CSR policies. However available sources say which means that there is no way to tell whenever the companies either lie about their CSR reports or hidden things.

Conclusion

1. There are lots of unique definitions of CSR, however, almost all of them center around the fact, that it is a sacrifice, that the companies will take to fix social and environmental issues worldwide
2. There are lot of methods, that can be used to measure CSR in a company, however, most of them are dependant on CSR reports of the companies, which means that there is still possibility of measuring methods showcasing different things in compared to reality
3. Companies in Lithuania still show unwillingness when announcing CSR reports, however, available sources announce, that more companies follow CSR policies and successfully do so.

List of References

1. Agudelo, M., A., L., Jóhannsdóttir, L., Davídsdóttir, B., (2019) *A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility* <https://icsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-018-0039-y?uc=racialjustice>
2. Balkevičius, A. (2017) *Corporate Social Responsibility trends in Lithuania* <https://relik.vse.cz/2017/download/pdf/105-Balkevicius-Arturas-paper.pdf>
3. BDC, (2022) *What is corporate social responsibility (CSR)?* <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/corporate-social-responsibility>
4. Dagilienė, L., Leitonienė, Š., (2012) *Corporate Social Reporting development in Lithuania* <https://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/2982>
5. Davidavičienė, V., Ardavičius, B., (2021) *The model of Corporate Social Responsibility implementation in real estate development sector Lithuania case* <http://jmk.vvf.vgtu.lt/index.php/Verslas/2021/paper/viewFile/995/247>
6. Ekonominės konsultacijos ir tyrimai, (2018) *Įmonių socialinės atsakomybės pažangos šalies lygmeniu vertinimo metodikos (2011 M.) patikslinimas* <https://socmin.lrv.lt/uploads/socmin/documents/files/veiklos-srity/darbas/partneryste/lmoniu%20soc%20atsakomyb%20projekt/%C4%AESA%20pa%C5%BEangos%20%C5%A1alies%20lygmeniu%20vertinimo%20metodikos%20patikslinimas.pdf>
7. Fernando, J., (2022) *Corporate Social Responsibility (CSR)* <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>
8. Invest Lithuania, (2021) *7th Lithuania's Business Services Report* <https://investlithuania.com/news/csr-in-lithuania-a-study-in-getting-it-right/>
9. Lietuvos atsakingo verslo asociacija (LAVA) (2019), *Tvarumo tyrimas* <https://asociacijalava.lt/tvarumo-tyrimas/>
10. Reckmann, N., (2022) *What Is Corporate Social Responsibility?* <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>
11. Reicher R. Z. (2019) *Opportunities for small and medium-sized enterprises in the field of Corporate Social Responsibility* <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=782338>
12. United Nations Industrial Development Organization, (UNIDO) (2022) *What is CSR?* <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

CSR: THEORETICAL OBSERVATION AND PRACTICAL IMPLICATION IN LITHUANIA SUMMARY

With popularity of corporate citizenship becoming popular worldwide, it is vital for organisations to be responsible. Because of that, more companies in Lithuania follow corporate citizenship rules.

ĮMONĖS PINIGŲ SRAUTŲ ANALIZĖS TEORINIAI ASPEKTAI

Rūta Slavinskaitė

Mokslinė vadovė – lekt. Jūratė Zakarienė

Vilniaus Kolegija

Įvadas

Įmonės pinigų srautai parodo įmonės pinigų srautus ir jų ekvivalentus per ataskaitinius metus. Iš ataskaitos duomenų matoma kaip keitėsi įmonės pinigų srautai iš įvairių įmonės veiklų, įvertinamas įmonės mokumas, numatomi pinigų gavimo šaltiniai, išmokami dividendai. Norint sužinoti įmonės finansinę būklę labai svarbus analizuoti įmonės pinigų srautų ataskaitas. Pinigų srautų analizė atliekama nuosekliai, atliekant analizę yra labai svarbu teisingai pasirinkti duomenys kurie bus naudojami analizės skaičiavimo būduose. Pinigų srautų teoriniai aspektai nurodo kurie duomenys yra pasirenkami.

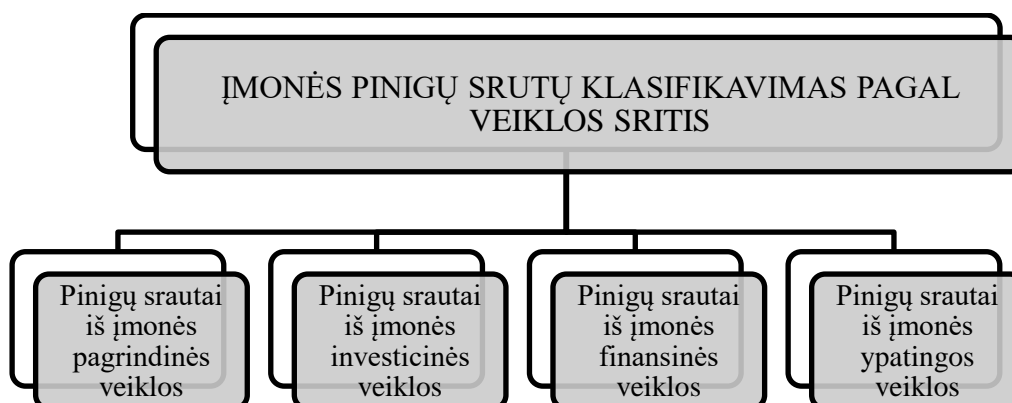
Straipsnio tikslas – pateikti įmonės pinigų srautų analizės teorinius aspektus.

Straipsnio uždaviniai:

1. Pinigų srautų analizės šaltiniai ir reikšmė.
2. Pateikti įmonės pinigų srautų analizės teorinius aspektus.

Įmonės pinigų analizės šaltiniai ir reikšmė

„Pinigų srautai – pinigų ir pinigų ekvivalentų įplaukos ir išmokos per ataskaitinį laikotarpį“ (Lietuvos Respublikos 5-asis verslo apskaitos standartas, 2016). Pinigų srautų judėjimas parodomas pinigų srautų ataskaitoje. Pinigų srautų ataskaita – finansinė ataskaita, kurioje nurodomos įmonės ataskaitinio laikotarpio pinigų ir pinigų ekvivalentų įplaukos bei išmokos. Įmonės pinigų srautai yra trys: iš pagrindinės veiklos, finansinės veiklos ir investicinės veiklos. Pagrindinė veikla, parodo pagrindines gamybos, prekybos, paslaugų teikimo veiklos piniginius judėjimus. Investicinės veiklos, parodo per ataskaitinį laikotarpį įsigyto turto išlaidas ir pinigų įplaukas turtą perleidžiant. 1 paveiksle pavaizduoti pinigų srautų klasifikavimas pagal veiklos sritis. Finansines ataskaitas Lietuvoje turi teikti visos veikiančios įmonės, mažos įmonės, labai mažos įmonės, vidutinės ir didelės įmonės (Lietuvos Respublikos įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas, 2001)



1 pav. Pinigų srautų klasifikavimas pagal įmonės veiklos sritis

Sudaryta pagal: Mackevičius J., Poškaitė D. ir Villis L. (2011). *Finansinė analizė: mokomoji knyga*. p. 124-125.

Pinigų srautų ataskaitoje pinigų srautai pinigų srautai pateikiami pagal veiklas ir jas yra svarbu išskirti pagal veiklas tam, kad ūkio subjektas pateiktų informaciją apie pinigų ir pinigų ekvivalentų pokyčius ataskaitiniu ir ankstesniais laikotarpiais. Informacija apie pinigų srautus padeda jos vartotojams nustatyti, iš kur ūkio subjektas savo veiklai finansuoti reikalingą pinigų kiekį ir kaip tie pinigai buvo panaudoti. Finansinės veiklos, parodo kaip per ataskaitinį laikotarpį įmonė naudojosi finansavimo šaltiniais, t.y nuosavo kapitalo ir skolinimosi pokyčiais. Tačiau pagrindinė atskaita yra iš pagrindinės veiklos, ji parodo pagrindinius įmonės rodiklius. Pagrindinės veiklos pinigų srautų įplaukos ir išmokos nurodytos 1 lentelėje.

1 lentelė. Pagrindinės veiklos pinigų srautų įplaukos ir išmokos.

Įplaukos	Išmokos
Pardavus prekes/suteikus paslaugas	Pinigų išmokos žaliavų, prekių ir paslaugų tiekėjams
Su komisiniais mokesčiais, autorių ir gretutinėmis teisėmis, patentu, licencija, franšize ir panašiomis teisėmis susijusios pinigų įplaukos	Pinigų išmokos įmonės darbuotojams
Gautos pirkėjams iš anksto sumokėjus už prekes	Sumokėti mokesčiai;
Gautos susigrąžinus prekybines skolas	Sumokėtos draudimo įmokos
Gautos draudimo išmokos	Sumokėti dividendai (jei šios išmokos pagal apskaitos politiką priskiriamos prie pagrindinės veiklos);
Pinigų įplaukos pardavus įsigytus kitų įmonių vertybinius popierius ir kitas investicijas (jei šios įplaukos pagal apskaitos politiką priskiriamos pagrindinei veiklai)	Sumokėtos palūkanos (jei šios išmokos pagal apskaitos politiką priskiriamos prie pagrindinės veiklos)
Iš kitų įmonių gauti dividendai (jei šios įplaukos pagal apskaitos politiką priskiriamos pagrindinei veiklai)	Pardavus įsigytus kitų įmonių vertybinius popierius (pavyzdžiui, akcijas, obligacijas) ir kitas investicijas pagal apskaitos politiką pinigų įplaukos priskiriamos pagrindinei veiklai
Sumokėtos palūkanos (jei šios išmokos pagal apskaitos politiką priskiriamos prie pagrindinės veiklos)	-

Sudaryta autoriaus pagal: Lietuvos Respublikos 5-asis verslo apskaitos standartas (2016).

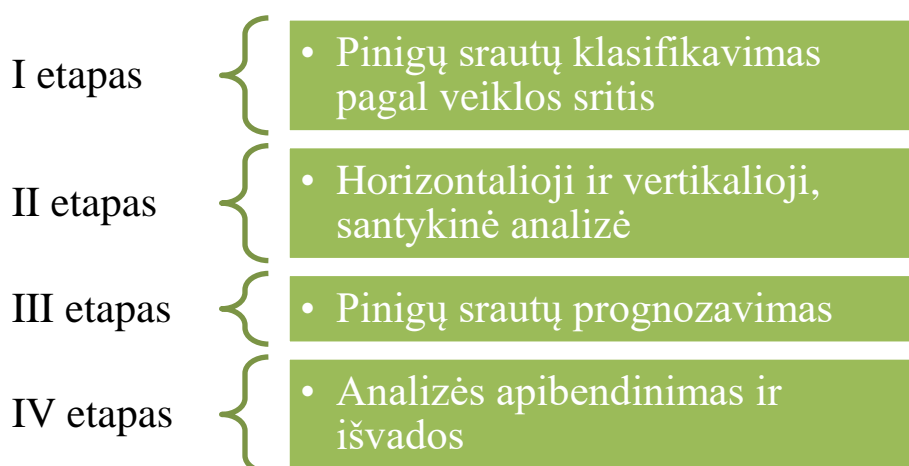
Pinigai įmonėje yra dažniausiai kintantis trumpalaikis turtas, nuo pinigų kiekio ir apyvartos priklauso įmonės mokumas, veiklos tęstinumas ir ilgaamžiškumas. Norint, kad įmonė siektų efektyvios, pelningos ir nuolatinės veiklos yra būtinas pakankamas pinigų kiekis, kad įmonės laiku sugebėtų apmokėti įsiskolinamus ir daryti kitus einamuosius mokėjimus. Pinigai privalo būti efektyviai išnaudoti kuo daugiau, kad įmonei sukurtu didesnį pelną ir naują turtą. O jeigu įmonė neturės pakankamai pinigų negalės atlikti savo įsipareigojimų. Turint pinigų perteklių reikėtų sėkmingai investuoti, kad įmonė nepraleistu galimybės papildomai uždirbti pajamų. Taigi, dėl to svarbu sistemingai analizuoti pinigus ir pinigų ekvivalentų įplaukas ir išmokas, vadinamus pinigų srautais.

Apibendrinant galima teigti, kad pinigų srautų atskaita ir kitos įmonių atskaitos parodo įmonės grynojo turto ir nuosavo kapitalo pasikeitimus, finansinę būklę ar įmonė yra moki ir likvidi, gebėjimą valdyti pinigų srautus ir kiek įmonė yra stabili.

Įmonės pinigų srautų analizės teoriniai aspektai

Analizuojant įmonės pinigų srautus, yra labai svarbūs analizės etapai pavaizduoti 2 paveiksle, pirmajame etape pasirenkama iš kokios įmonės veiklos bus atliekama analizė, antrajame etape atliekama pinigų srautų analizės dinamikos ir struktūros analizė, daromi analizės skaičiavimai horizontaliu, vertikaliu ir santykiniu būdu, trečiajame etape daromi pinigų srautų prognazavimai iš gautos analizės infomacijos, ketvirtajame etape daromos analizės apibendirimai ir išvados, nustatomi pagrindinės, investicinės ir finansinės veiklos pinigų įplaukų ir išmokų dydžiai ir pokyčiai

per tam tikrą laikotarpį, pateikiami siūlymai kaip pagerinti įmonės pinigų srautus, kad būtų užtikrintas veiklos ilgaamžiškumas.



2 pav. Įmonės pinigų srautų analizės etapai.

Sudaryta autoriaus pagal: Mackevičius J., Poškaitė D. ir Villis L. (2011).

Pinigų srautų analizės nauda: nustatomi finansinės būklės pasikeitimai analizuojamu laikotarpiu. Randami veiksniai kurie turi didžiausią įtaką finansinių rodiklių kitimams, išskiriami veiksniai kurie daro didžiausią įtaką rodiklių pasikeitimams.

Pinigų srautų analizė atliekama trimis būdais:

- Horizontaliu būdu atliekant analizę yra vertinama kokie pokyčiai įvyko straipsniuose kurie yra lyginami su praeitais laikotarpio metais. Nukrypimas yra išreiškiamas absoliučiais arba santykiniais dydžiais. Šiuo būdu analizuojant yra parodoma finansinių rodiklių dinamiką, bet neparodo dėl kokių priežasčių keitėsi rodikliai. Mackevičiaus ir D. Poškaitės (1997) teigia, kad, „vienas iš horizontaliosios analizės trūkumų yra tai, kad palyginimas su praėjusiais laikotarpiais nesuteikia jokie pagrindo spręsti apie absoliutų pasiektų rezultatų lygį.“ (p. 215).

- Vertikalioji analizė dar kitaip vadinama moksliniuose šaltiniuose struktūros analizė, ši analizė yra atliekama, kai kiekvienas ataskaitos finansinis rodiklis yra lyginamas su baziniu ataskaitos rodikliu, gauti dydžiai yra išreiškiami procentais. Atliekant vertikalią analizę yra svarbus teisingai pasirinkti bazinį rodiklį. „Pinigų srautų vertikalioji analizė atliekama vadovaujantis tik daliniais vertikaliosios analizės skaičiavimais.“ (Kazakevičius A., Jakštas E, 2018). Skaičiuojant yra būtina atskirti veiklos sritis, veiklo srityse yra vaizduojamos operacijos kuriose daro tiesioginę įtaką skirtingose srityse. Skaičiuojant tam tikros veiklos pinigų srautą sudarančios punktą rodiklis dalijamas iš tos veiklos grynojo pinigų srauto rodiklio, gautas procentinis dydis parodo kokią struktūrinę dalį sudaro tos veiklos grynajame pinigų sraute.

Santykiniu būdu skaičiuojant rodiklius yra palyginami keli rodikliai, suskaičiuojamas santykį tarp jų, parodo kuris rodiklis turi finansinę prasmę kurie atskleidžiami suskaičiuotu rodikliu. Santykiniai finansiniai rodikliai skaičiuojami pasitelkus absoliutinius rodiklius, kelių ar vieno rodiklio suma arba skirtumas padalinamas iš vieno ar kelių rodiklių sumos ar skirtumo. Dažniausiai yra lyginami vienodos apimtys dydžius, santykiniai dydžiai išreiškiami procentais arba koeficientais. Rodiklis kuris yra lyginamas įvardijamas kaip lyginamasis, o su kuriuo dydžiu lyginamas vadinamas baze. Bazę išreiškus vienetais, santykinis rodiklis išreiškiamas koeficientu, jei lyginama šimtui, tai išreiškiamas procentais. Skaičiuojant santykinius rodiklius palyginimas privalo turėti ekonominę prasmę. „Tiesioginę įtaką finansinių santykių rodiklių skaičiui daro įmonėje naudojamas finansinių atskaitų rinkinys“ (Kazakevičius ir Jakštas, 2018). Dažniausiai įmonės pinigų srautų analizė atliekama santykiniu būdu, santykiniai rodikliai paskirstomi į grupes, kad efektyviau būtų atlikta analizė. Litaratūros šaltiniuose siūloma rinktis pinigų srautų koeficientų grupes kurios daro didžiausią įtaką

įmonės veiklos efektyvumui, skaičiuojant santykinius rodiklius išskirti tris santykinų rodiklių grupes. Atliekant pinigų srautų analizės tyrimą Turkijos atveju išskiria santykinų rodiklių grupes (Güleç, Ö. F., & Bektaş, T. 2019):

- Įmonės turto amortizacijos rodiklių grupė.
- Pinigų srautų rodiklius mokumui įvertinti grupė.
- Įmonės grynujų pinigų pelningumo (efektyvumo) rodiklių vertinimo grupė.

Efektyvumo rodikliai – kaip įmonė generuoja pinigų srautus, palyginti su praeitais metais ir kitomis įmonėmis. Pinigų srauto mokumo rodikliai, parodo ilgalaikės skolos mokėjimus, dividendų išmokėjimus. Amortizacijos rodiklių grupė parodo pinigų srauto ir pardavimų santykį.

Jakštas ir Kazakevičius (2018) teigia, kad pinigų srautų rodiklių grupė apima 6 rodiklius kurie dažniausiai ji neskirstoma į pogrupius. Rodiklių grupė:

- Grynujų pagrindinės veiklos pinigų srautų santykis su pardavimais rodiklis.
- Grynujų pagrindinė veiklos pinigų srautų santykio su turtu rodiklis.
- Grynujų pagrindinė veiklos pinigų srautų santykio su nuosavu kapitalu rodiklis.
- Finansinių skolų santykio su grynaisiais pagrindinė veiklos pinigų srautai rodiklis.
- Trumpalaikių įsiskolinimų santykio su grynaisiais pagrindinė veiklos pinigų srautais rodiklis.

rodiklis.

Pinigų srautų rodikliai nagrinėja įmonės finansinius pelningumo, mokumo ir finansinio turto santykinius rodiklius.

Nagrinėjamoje literatūroje autorių nuomonės skyrėsi, dėl finansinių grupių išskirimo, Güleç, Ö. F., & Bektaş T (2019), išskiria santykinų rodiklių grupes: turto amortizacijos rodiklių grupė, pinigų srautų rodiklius mokumui įvertinti grupė, įmonės grynujų pinigų pelningumo (efektyvumo) rodiklių vertinimo grupė. Jakštas ir Kazakevičius (2018) siūlo apimti 6 rodiklius kurie nebūtu sugrupuoti. „Finansinių santykinų rodiklių paskirtis – teikti įvairiems vartotojams vertingą ir ekonominiams sprendimams priimti reikalingą informaciją.“ (Mackevičius, 2006).

Atliekant analizę svarbiausia teisingai pasirinkti rodiklius, kad juos būtų įmanoma palyginti, taip pat svarbu pasirinkti bazinį laikotarpį skaičiuojant vertikaliu būdu. Atlikus analizę yra prognozuojami pinigų srautai būsimajam laikotarpiui, prognozuojant yra imami analizuojamo laikotarpio skaičiavimai. Norint objektyviai įvertinti pinigų srautus reikia nustatyti jų lyginamąjį svorį visose įmonės veiklose, stebėti ir analizuoti pinigų srautų keitimosi dinamiką. Apibendrinant analizę yra pateikiami konkretus punktai kurie keičia ūkio subjektų veiklos pinigų srautus, siūlomos išvados kaip pagerinti subjekto veiklos rodiklius.

Apibendrinant galima teigti, kad atliekant pinigų srautų analizę pirmiausia reikia išskirti įmonės veiklos sritis, išskyrus veiklos sritį, skirtingose srityse yra atliekamos pinigų srautų analizės vertikaliu, horizontaliu ir santykiniu būdu, atlikinėjant analizę privalu išskirti santykinius rodiklius. Atlikus analizės skaičiavimus yra pateikiamos išvados ir apibendrinimas. Pinigų srautų analizė leidžia identifikuoti pagrindinius veiksnius kurie keičia ūkio subjekto veiklos pinigų srautus.

Išvados

1. Pinigų srautų judėjimas parodomas pinigų srautų atskaitoje. Įmonės pinigų srautų klasifikavimai yra: iš pagrindinės veiklos, finansinės veiklos ir investicinės veiklos. Pinigai įmonėje yra dažniausiai kintantys trumpalaikis turtas, nuo pinigų kiekio ir apyvartos priklauso įmonės mokumas, veiklos tęstinumas ir ilgaamžiškumas. Pagrindinės veiklos pinigų srautų įplaukos ir išmokos yra išvardintos 5 – tame verslo apskaitos standarte. Svarbu išskirti įplaukas ir išmokas tam, kad būtų galima sužinoti kurie straipsniai daro didelę įtaką pinigų srautų kitimui.

2. Analizuojant įmonės pinigų srautus didelis dėmesys skiriamas pinigų srautų analizės etapams, ir jų metodams. Pirmiausia išsikeliama tikslai kurie bus įvykdyti atlikus analizę, kitame etape atliekami skaičiavimai 3 būdais: Horizontaliu būdu atliekant analizę yra vertinama kokie pokyčiai

įvyko straipsniuose kurie yra lyginami su praeitais laikotarpio metais. Vertikalią analizę atliekama, kai kiekvienas ataskaitos finansinis rodiklis yra lyginamas su baziniu ataskaitos rodikliu. Santykinu būdu atliekama analizė kai skaičiuojant rodiklius yra palyginami keli rodikliai, suskaičiuojant santykį tarp jų. Atlikus analizę yra prognozuojami pinigų srautai būsimajam laikotarpiui. Nagrinėjamoje literatūroje autorių nuomonės skyrėsi, dėl finansinių rodiklių grupių išskirimo, Güleç, Ö. F., & Bektaş T (2019), teigia, kad turi būti išskirtos santykinų rodiklių grupės. Jakštas ir Kazakevičius (2018) siūlo apimti 6 rodiklius kurie nebūtu sugrupuoti. Norint objektyviai įvertinti pinigų srautus reikia nustatyti jų lyginamąjį svorį visose įmonės veiklose, stebėti ir analizuoti pinigų srautų keitimosi dinamiką. Apibendrinant analizę yra pateikiami konkretus punktai kurie keičia ūkio subjektų veiklos pinigų srautus, siūlomos išvados kaip pagerinti subjekto veiklos rodiklius.

Literatūros sąrašas

1. Güleç, Ö. F., & Bektaş, T. (2019). Cash Flow Ratio Analysis: The Case Of Turkey. *Journal of Accounting & Finance*, 247–262 p.
2. GÜLEÇ, Ö. F., & BEKTAŞ, T. (2019). Cash Flow Ratio Analysis: The Case Of Turkey. *Journal of Accounting & Finance*, 247–262. <https://doi-org.libproxy.viko.lt/10.25095/mufad.606022>
3. Kazakevičius A. ir Jakštas E. (2018). *Verslo įmonių finansinių ataskaitų analizė. Mokomoji knyga*. Kaunas: Kauno kolegijos Reklamos ir medijų centras.
4. Lietuvos Respublikos 5-asis verslo apskaitos standartas „Pinigų srautų ataskaita“ 2010m. birželio 4d. Nr. VAS-14. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.375107/asr>
5. Lietuvos Respublikos įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas 2001 m. lapkričio 6 d. Nr. IX-575 Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.154658/asr>
6. Mackevičius J. (2006). Finansinių santykinų rodiklių skaičiavimas ir grupavimas. *Ekonomika*. 20 – 33p.
7. Mackevičius J. ir Poškaitė D. (1997). *Finansinės ataskaitos*. Vilnius: Katalikų pasaulis.
8. Mackevičius J., Poškaitė D. ir Villis L. (2011). *Finansinė analizė: mokomoji knyga*. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras.
9. Кошельок, Г., & Грінченко, Р. (2020). Аналіз Грошових Потоків У Системі Управління Підприємством. *Galician Economic Journal*, 63(2), 231–242. Prieiga per internetą: https://doiorg.libproxy.viko.lt/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.231

THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE CASH FLOW ANALYSIS

Summary

The Company's cash flows represent the Company's cash flows and cash equivalents during the year. The data of the report show how the company's cash flows from various activities of the company have changed, the solvency of the company has been assessed, the sources of cash receipt have been estimated, and dividends have been paid. To find out a company's financial condition, it is very important to analyze the company's cash flow statements. Cash flow analysis is performed consistently, in the analysis it is very important to choose the correct data that will be used in the calculation methods of the analysis. Theoretical aspects of cash flows indicate which data are optional. In order to analyze the company's cash flows, the stages of analysis are very important; The focus of the cash flow analysis should be on the proceeds from the sale of fixed assets compared to the proceeds from the acquisition of fixed assets. Pay attention to financial debts, their increase or decrease.

ĮMONIŲ VEIKLOS EFEKTYVUMO VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

Samanta Šneliūtė

Mokslinė vadovė – lekt. J. Zakarienė

Vilniaus kolegija

Įvadas

Šiuolaikiniame pasaulyje įkūriama vis daugiau įmonių, tačiau, kad jos išliktų konkurencingos rinkoje būtina stebėti finansinę būklę bei atlikti veiklos efektyvumo vertinimą. Veiklos efektyvumas nusako, kaip per tam tikrą laiko tarpą buvo pasiekti išsikelti tikslai, kokios išlaidos tiesiogiai ar netiesiogiai turėjo įtakos pelno dydžiui. Įmonės, siekiančios dirbti pelningai, turi objektyviai įvertinti vykdomos veiklos efektyvumą – jei neskiriamas pakankamas dėmesys veiksniams, kurie mažina įmonės veiklos efektyvumą, ateityje gali kilti sunkumų siekiant išlaikyti organizaciją konkurencingą rinkoje. Veiklos efektyvumo analizė padeda surasti problemines sritis, kurios mažina pelno našumą.

Straipsnio tikslas – atskleisti įmonių veiklos efektyvumo vertinimo teorinius aspektus.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išanalizuoti veiklos efektyvumo sampratą.
2. Apibrėžti veiksnius darančius įtaką veiklos efektyvumui.
3. Apibūdinti įmonių veiklos efektyvumo vertinimo metodologiją.

1. Veiklos efektyvumo samprata

Efektyvumas – neatsiejama įmonių veiklos dalis, kadangi šiuolaikiniame pasaulyje, kuriame sparčiai kuriasi naujos įmonės teikiančios įvairias paslaugas, siūlančios vis kitokius gaminamus produktus bei paslaugų rūšis, sunaudoja skirtingo dydžio išteklius, kurie turi įtakos įmonės veiklos efektyvumui. Efektyvumo sąvoka apibrėžiama, kaip didžiausias našumo lygis, kuomet yra sunaudojama mažiausiai sąnaudų, kad būtų pasiektas didžiausias produkcijos kiekis (Banton, 2020). Tam, kad būtų pasiektas maksimalus efektyvumas įmonės bando sumažinti tam tikrų išteklių naudojimą, jog gaminama produkcija būtų pagaminta mažesnėmis sąnaudomis.

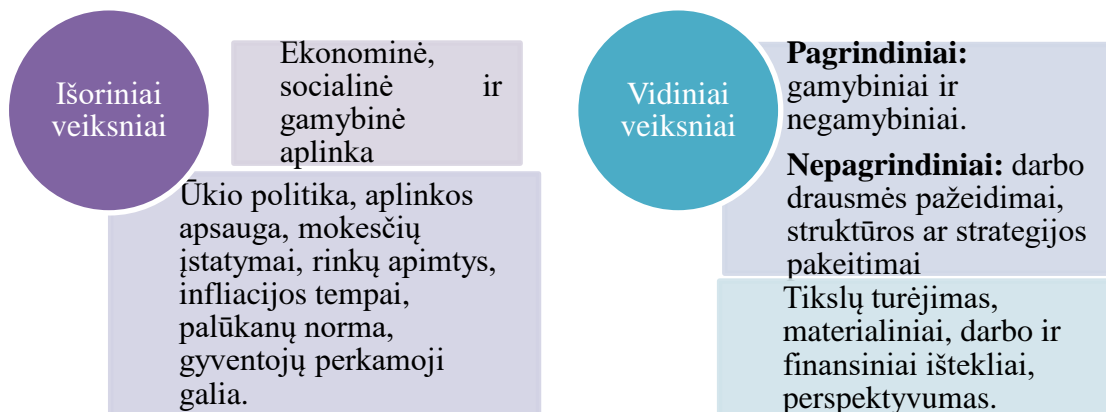
1 lentelė. Efektyvumo apibrėžimas

Šaltinis	Apibrėžimas
Vainienė (2008)	Naudojant mažiausias sąnaudas pasiekiamas maksimalus rezultatas.
Sharma (2016)	Įmonių efektyvumas nusakantis ar įmonė efektyviai pasiekia tikslus.
Goldstein (2016)	Efektyvumas – tinkamų sprendimų parinkimas įmonės veikloje ir jų veiksmingas atlikimas.
Roghanian, Rasli ir Gheysari (2012)	Minimalus resursu sunaudojimas siekiant pasiekti maksimalų rezultatą įmonės viduje.
Australian Government Productivity Commission, (2013)	Produktyvus efektyvumas – prekių ar paslaugų produkcijos pagaminimas sunaudojant mažiausiai išlaidų sąnaudoms.

Apibendrinant, galima teigti, kad skirtingas autorius kitais žodžiais apibūdino efektyvumo sampratą (žr. 1 lentelę), tačiau esmė išliko ta pati – efektyvumas reikalauja priimti teisingus sprendimus siekiant minimizuoti sąnaudas ir maksimizuoti pelną.

2. Veiklos efektyvumo veiksniai

Viena iš priežasčių kodėl įmonėms yra svarbus efektyvumas, jog patys svarbiausi ištekliai, tokie kaip: laikas, pinigai bei medžiagos yra ribotos, dėl šios priežasties būtina tinkamai paskirstyti šiuos išteklius siekiant išsaugoti tinkamą produkcijos lygį ir pelną. Tačiau plačiausiai nagrinėjami veiksniai (žr. 1 pav.), kurie turi įtakos įmonės veiklos efektyvumui – išoriniai ir vidiniai veiksniai.



1 pav. Veiksniai lemiantys įmonės veiklos efektyvumą

Sudaryta autorės pagal: Povilaitytė, J. (2011). UAB „Pravista“ ekonominio efektyvumo didinimo įvertinimas. *Magistro darbas*, p. 23 – 84.

Veiksniai, kurie kyla už įmonės ribų, tačiau daro poveikį veiklos efektyvumui vadinami išoriniais veiksniais. Jei vartotojai pasirenka kitos įmonės gaminius ar produkciją, konkurentai pagerina siūlomų gaminių ar paslaugų kainą bei kokybę, o tiekėjai padidina transportavimo išlaidas ar pristatymo laikotarpį, tai tiesiogiai turės įtakos įmonės veiklos efektyvumui, nors šie veiksniai išoriniai, tačiau nuo jų priklauso nemaža dalis įmonės efektyvumo rodiklių. Vidiniai veiksniai – kylantys įmonės viduje bei gali būti sukontroliuoti pačios įmonės. Organizacijai būtina turėti aiškų tikslą, kuris apibūdintų jos misiją, tokia įmonė aiškiai suvokia kokio rezultato siekia bei kaip jį įgyvendinti. Taip pat svarbu, kad organizacijoje vyrautų sėkminga komunikacija tarp padalinių, kitu atveju, rezultatai gali būti ne tokie tenkinantys. Sekantis aspektas – kapitalas, jei įmonėje trūksta kapitalo išteklių, tokia organizacija nebus sėkminga, tik turint pakankamą biudžetą įmanoma įgyvendinti tikslus.

3. Įmonės veiklos efektyvumo vertinimo metodai

Vertinant įmonės veiklos efektyvumą svarbu, kad būtų vertinama kuo daugiau veiksnių (žr. 2 lentelę), užtikrinant išsamų bei teisingą vertinimą. Jei vertinant veiklos efektyvumą bus nagrinėjama mažai veiksnių gali kilti grėsmė, kad nebus pastebėtos priežastys, kurios turi įtakos įmonės veiklos efektyvumui.

2 lentelė. Veiklos efektyvumo vertinimo metodai

Vertinimo metodai	Vertinimas
Turto (trumpalaikio ir ilgalaikio) apyvartumo rodikliai	Turto apyvartumas parodo, kaip efektyviai įmonės turtas panaudojamas pajamų sukūrimui, lyginamos įmonės pajamos ir turtas, kuo rodiklis aukštesnis, tuo įmonė efektyviau išnaudoja turtą (Beers, 2021).

Vertinimo metodai	Vertinimas
Sąnaudų lygio rodikliai	Priimant valdymo sprendimus išlaidų duomenys yra vieni iš svarbesnių rodiklių, nes tai parodo, kaip įmonė sugeba taupiai naudoti išteklius (Morkūnaitė, 2007). Sąnaudų lygio rodikliai skirstomi į pardavimo savikainos lygį ir pagrindinės veiklos išlaidų lygį. Skirtumas tarp šių rodiklių, jog pardavimo savikaina parodo tik pagrindines išlaidas, o veiklos išlaidų lygis parodo visas veiklos išlaidas (Gasiūnienė, 2021).
Pelningumo rodikliai	Pelningumo rodikliais siekiama išmatuoti ir įvertinti įmonės gebėjimą gauti pelną lyginant su pajamomis, balansiniu turtu, veiklos sąnaudomis ir akcininkų nuosavybę per tam tikrą laikotarpį. Rodikliai parodo, kaip įmonė geba naudoti turtą siekiant didesnio pelno ir vertės akcininkams (Cosmin, 2021).
Mikroaplinkos ir makroaplinkos analizė	Siekiant kuo plačiau išnagrinėti įmonės veiklos efektyvumą atliekamos mikroaplinkos ir makroaplinkos analizės, kuriomis nagrinėjami vidiniai ir išoriniai veiksniai, lemiantys įmonės veiklos efektyvumo rodiklių didėjimą ar mažėjimą (Giniotaitė ir Kvekšienė, 2021).

Plačiau nagrinėjant pelningumo rodiklius yra išskiriamos 3 pagrindinės grupės: pardavimo pelningumas, turto pelningumas ir kapitalo pelningumas. Kiekvienai iš šių grupių priskiriami skirtingi rodikliai, kurie nusako atitinkamus veiksnius. Pardavimo pelningumo rodiklių grupei apskaičiuoti galimi keli skaičiavimo būdai, vienas iš jų – grynas pelningumas, šiuo atveju grynas pelnas dalijamas iš pardavimo pajamų, gautas rezultatas parodo, kiek procentų grynojo pelno uždirba vienas pardavimo pajamų euras. Kuo rodiklio reikšmė didesnė, tuo geresnė sąnaudų kontrolė. Turto pelningumas atspindi visos įmonės panaudojimo efektyvumą (Nasdaq OMX, 2010). Norint sužinoti kiek eurų grynojo pelno atitenka vienam turto eurui, grynas pelnas dalijamas iš pardavimo pajamų. Rodiklio dydis priklauso nuo įmonės vykdomos veiklos, ilgalaikio turto vertės ir panaudojimo dydžio.

Išvados

1. Veiklos efektyvumo sąvoką dauguma autorių apibrėžė savitais žodžiais, tačiau sąvokos esmė išliko ta pati, taigi galima teigti, kad veiklos efektyvumas – teisingų sprendimų priėmimas, siekiant minimizuoti sąnaudas ir maksimizuoti pelną. Įmonės bando sumažinti tam tikrų išteklių naudojimą, jog gaminama produkcija būtų pagaminta mažesnėmis sąnaudomis.

2. Veiksniai darantys įtaką įmonės veiklos efektyvumui klasifikuojami į išorinius bei vidinius veiksnius. Išoriniai veiksniai, kuriems priskiriama ekonominė, socialinė ir gamybinė aplinka, kyla už įmonės ribų, tačiau turi tiesioginės įtakos veiklos efektyvumo rodikliams. Vidiniai veiksniai – kylantys įmonės viduje bei gali būti sukontroliuoti pačios įmonės, šiems veiksniams priskiriami: tikslų turėjimas, materialiniai, darbo ir finansiniai išteklių, perspektyvumas.

3. Įmonės veiklos efektyvumo vertinimas gali būti nagrinėjamas įvairiais būdais, tačiau literatūroje dažniausiai yra naudojami turto apyvartumo rodikliai, sąnaudų lygio rodikliai, pelningumo rodikliai bei mikroaplinkos ir makroaplinkos analizės. Analizuojant skirtingus rodiklius siekiama, kuo tiksliau išsiaiškinti, kokie veiksniai lemia įmonės veiklos našumą, o kurie veiksniai jį mažina.

Literatūra

1. Australian Government Productivity Commission. (2013). *On Efficiency and Effectiveness: some definitions - Productivity Commission*. <https://www.pc.gov.au/research/supporting/efficiency-effectiveness>
2. Banton, C. (2020). *Efficiency Definition*. <https://www.investopedia.com/terms/e/efficiency.asp>
3. Beers, B. (2021). *How Is Asset Turnover Calculated?* Investopedia. <https://www.investopedia.com/ask/answers/032415/how-asset-turnover-calculated.asp>
4. Cosmin, B. (2021). *Management and Profitability Ratios – The Connection Between the Financial Position and the Performance of the Economic Entities*. <https://ideas.repec.org/a/ahd/journal/v2y2021i4p39-46.html>
5. Deimantė Giniotaitė ir Milda Kvekšienė. (2021). *AB „Vilkyškių pieninė“ ir AB „Rokiškio sūris“ pelningumo vertinimas*. <https://vb.kvk.lt/object/elaba:100802169/>
6. Gasiūnienė, R. (2021). *Įmonės investicinio patrauklumo vertinimas*. <https://vb.mruni.eu/object/elaba:95892636/>
7. Goldstein, D. (2016). *Peter Drucker: Is it Better to be Effective or Efficient?* <https://www.richasaking.com/peter-drucker-is-it-better-to-be-effective-or-efficient/>
8. Morkūnaitė, Ž. (2007). *Veiklos efektyvumo rodiklių analizė uždarosios akcinės bendrovės „Bodesa“ pavyzdžiu* (Žana Morkūnaitė (ed.)).
9. Nasdaq OMX. (2010). *Įmonių finansinė analizė rodiklių skaičiavimo metodika. NASDAQ OMX Vilnius*.
10. Parastoo Roghanian, Amran Rasli, H. G. (2012). *Productivity Through Effectiveness and Efficiency in the Banking Industry | Elsevier Enhanced Reader*. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877042812006969?token=28CA95AA7C5A2C7094F8EB8DBACF5682B53A225A87FB79C9B8FDA74E8A2C502475F08DDFA1D0501D27C9F00A8C1FC2FE&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220304175742>
11. Povilaitytė, J. (2011). *UAB „Pravista“ ekonominio efektyvumo dinamikos įvertinimas*. <https://dokumen.tips/documents/efektyvumo-samprata.html?page=1>
12. Sharma, D. (2016). *Organizational commitment and organizational effectiveness*. <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=4d499e31-fd93-4acf-a5f2-1a8d721b6ce2%40redis>
13. Vainienė, R. (2008). *Kas yra Efektyvumas? | VZ.LT žodynas*. <http://zodynas.vz.lt/Efektyvumas>

THEORETICAL ASPECTS OF COMPANY PERFORMANCE EVALUATION

Summary

In today's world more and more companies are being set up, but in order for them to remain competitive in the market, it is necessary to monitor their financial condition and assess their performance. Operational efficiency describes how the set goals were achieved over a period of time, what costs directly or indirectly affected the amount of profit. Companies seeking to operate profitably must objectively assess the efficiency of their operations, if insufficient attention is paid to the factors that reduce the efficiency of the company's operations, it may be difficult in the future to keep the organization competitive in the market. Performance analysis helps identify problem areas that reduce profitability.

DISCRIMINATION OF WOMEN IN THE LABOR MARKET THEORETICAL INSIGHTS

Jovita Paula Juškėvečiūtė, Solveiga Važnevičiūtė
Scientific supervisors – Žana Prokopovičienė, Ingrida Galkauskienė
Vilnius University of Applied Sciences, Faculty of Economics

Introduction

Discrimination against women in the labor market is a less favorable treatment of women solely on the basis of their gender. This involves a variety of political, economic, social, cultural, ecological processes, prejudices about the abilities and roles of women and men in society, widespread prejudices and stereotypes that hinder people's creative potential, and create opportunities for gender discrimination and inequality of opportunity. Inequality for women in the labor market is characterized by ignorance, with preference given to male representation in terms of employment or higher pay.

From an early age, a clear division into female and male occupations can be found. It is the boys who play the cops, firefighters or drivers, and the girls often get a toy kitchen or dolls. Thus, from childhood we see a division into brave and strong men and emotional, caring women. Not surprisingly, this image is recorded in consciousness and repeated. Specialists in various fields – psychologists, sociologists, economists analyze the problems of equality between women and men in the scientific literature.

The aim of the article – to reveal the problems of discrimination experienced by women in the labor market and to envisage possible solutions to these problems.

Objectives of the article:

1. Get acquainted with the concept of discrimination experienced by women in the labor market.
2. Identify the reasons of discrimination against women at work.
3. To present possible solutions to reduce discrimination against women in the labor market.

Research methods: analysis of scientific, theoretical literature and other sources of Information.

The concept of discrimination

Discrimination against women is any distinction, exclusion or restriction on the basis of sex that has the effect or purpose of harming or reversing women's human rights and freedoms in any aspect of their lives. (Svensson, E., 2020).

The labor market is dominated by the three most common forms of discrimination (Table 1):

- gender (on the basis of sex);
- age;
- by disability.

Table 1. Forms of discrimination

Forms	Explanations
Age discrimination	Age discrimination means that a person is deprived of the same opportunities as other people, only on the basis of being younger or older than other people in a similar situation.

Forms	Explanations
Gender discrimination	Gender discrimination is prejudice against someone based on that person's gender, including sexual orientation or gender identity.
Discrimination against people with disabilities	Disability discrimination occurs when an employer or other entity as amended treats a qualified individual who is an employee or applicant unfavorably because he or she has a disability.

Source: compiled by the author according to: Добрикова Е. 2017. Дискриминация в сфере труда, или Власть стереотипов.

People can be discriminated against in the labor market for a myriad of reasons, but the table lists the main ones that are most common. Many people tend to think that discrimination is most often manifested explicitly. However, discrimination can manifest itself in different ways. The most common types of discrimination are: direct and indirect discrimination:

- Direct discrimination - where a person is treated less favorably than others on the basis of their racial or ethnic origin, religion or belief, disability, age or sexual orientation. (Gumbrevičiūtė – Kuzminskienė, 2010). For example, when a person is told directly to the eye that he or she will not be promoted on the basis of gender or sexual orientation, will not be hired on the basis of age, or will not be admitted to a public position because of race.

- Indirect discrimination - occurs when a seemingly neutral condition, criterion or action applies to all groups, but members of one group are disadvantaged. (Gumbrevičiūtė – Kuzminskienė, 2010). For example, when a person is lied about not being hired because they have too little experience, but the reason was actually age, race, or gender.

Another type of discrimination is mobbing:

- Mobbing - psychological violence, harassment, intimidation of an employee to humiliate, discriminate, ignore or even cause aggression. Psychological terror or mobbing at work involves hostile and unethical communication directed at systematic methods by one or more individuals, usually in a desperate position against one individual as a result of mobbing. (Vveinhardt, 2010).

The concept of mobbing also covers a situation of conflict in the work environment where an employee is psychologically assaulted and expelled by colleagues or superiors in order to force him to leave the job or demote him.

Mobbing can occur in different ways, but there are several types of mobbing that are most common:

- Restriction of access to information.
- No sharing of knowledge and experience.
- A permanent requirement for an employee to perform non-assigned work.
- Discriminatory achievements.
- Constant criticism for no apparent reason.
- Listening and not hearing the employee.

The features listed above are basic, but they can be endless and they can be different. The manifestations of mobbing also directly or indirectly have a negative impact on the reputation of the organization. There is a risk that mobbing will become a cultural part of the organization if managers do not respond to it or react inappropriately. Such an organization runs the risk of becoming unattractive both as an employer and as an organization providing goods or services.

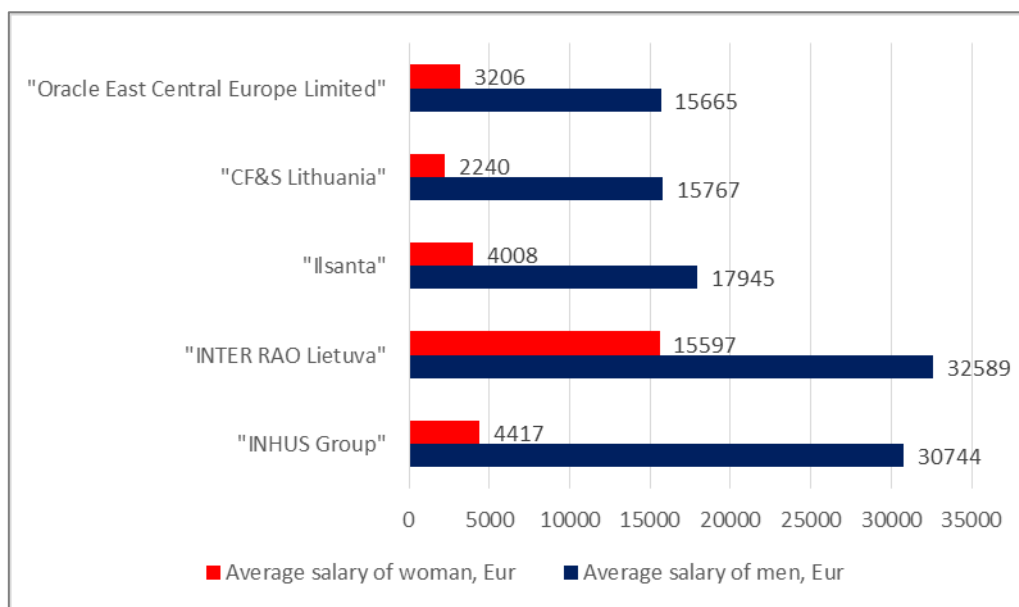
In conclusion, it can be said that discrimination is the fact that a person cannot live fully, his or her rights are restricted due to his or her nationality, race, language, religion or political beliefs. Discrimination is divided into direct, indirect and mobbing. The most common reasons why a person suffers from discrimination at work is based on gender, age and disability. Each of these types has a

negative effect on a person's psychological and physical condition. The person becomes closed-minded, ignored, humiliated, threatened, and intimidated in other ways. We must strive to be tolerant, to accept people as they are, because each person is unique and exclusive..

Reasons for discrimination against women at work

Discrimination against women can be briefly defined as the restriction or deprivation of rights based on gender, due to prejudiced negative attitudes towards women. Women include all those who identify as such, including transgender women. Widespread gender stereotypes that determine the role and place of women in society have a strong impact on the social status of girls and women and often lead to gender discrimination. These stereotypes are often broadcast by public, religious and political figures, teachers and lecturers, employers and colleagues, family members and even strangers. As a result, women, despite the formally declared gender equality, are forced to fight daily for the realization of their rights, including overcoming stereotypes.

Women still often work the same jobs cheaper than men, realize themselves in less prestigious jobs and thus secure a financially inferior old age. In most companies, men earn more and in Lithuania the largest pay gap between men and women was recorded in the real estate development company „INHUS Group“. In a company with only 17 employees, men earned 26.3 thousand in April. more than women. The average salary of men in the company is 30.7 thousand euros and 4.4 thousand for women. euros. The average salary in the company is 11.4 thousand euros. The independent electricity supplier „INTER RAO Lietuva“ was in second place in terms of the pay gap. In a company with 25 employees, men earn on average 16.9 thousand euros more. The average salary of men is 32.5 thousand euros, women - 15.5 thousand euros. The average salary in the company is 26 thousand euros. The other three companies thus see a drastic pay gap between men and women. (Picture 1.)



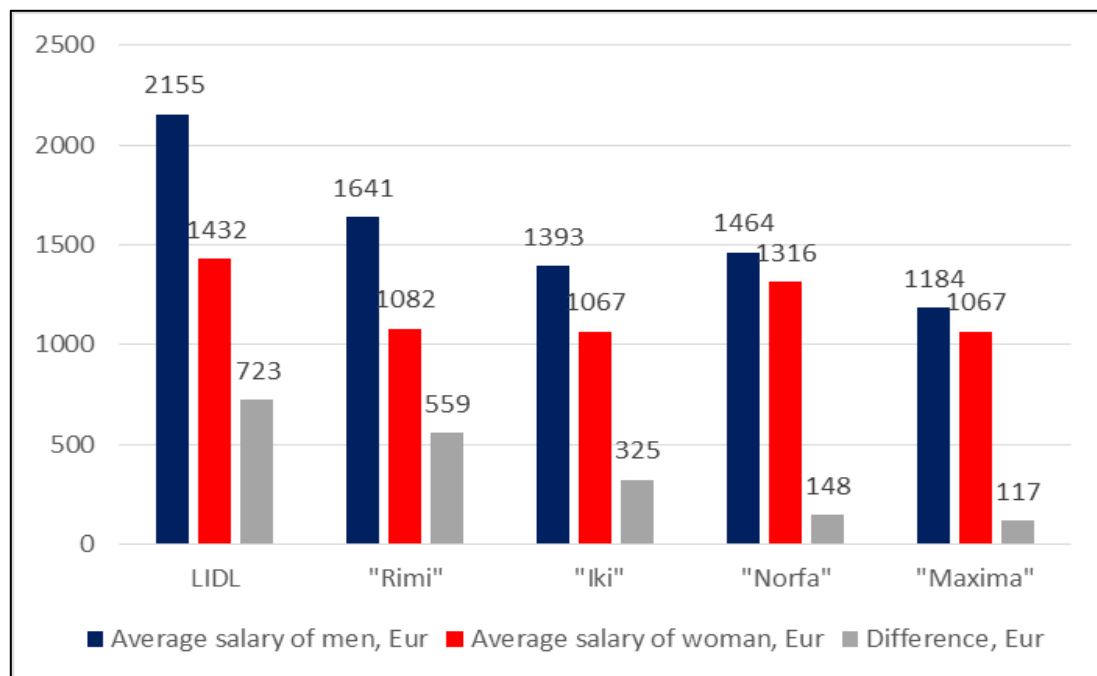
Picture 1. TOP 5 companies where men earn more than women.

Source: compiled by the author according to: „Atvira Sodra“ (2021). Atviri įmonių duomenys.

The pay gap between men and women can also be seen in the retail sales of food. The largest pay gap between men and women among food retailers was recorded in the „Lidl“ retail chain. Men earn on average 723 euros more than women here. The salary of men is 2,155 euros and that of women is 1,432 euros. „Rimi“ ranks second in terms of the gender pay gap. In this company, men earn 1,641 euros a month on paper and women 1,082 euros (559 euros difference). In the „Iki“ retail

chain, men earn on average 325 euros more than women. Men earn 1,393 euros on paper and women 1,067 euros. At „Norfa“, men earn an average of 148 € more than women. The average salary here is 1,464 euros for men and 1,316 euros for women.

The lowest pay gap between men and women was recorded in „Maxima“. Men in this company earn 117.7 euros more. However, the average salary in „Maxima“ is the lowest: men earn an average of 1,184 euros and women 1,067. (picture 2.)



Picture 2. Wage differences between men and women in retail sale of food.

Source: compiled by the author according to: „Atvira Sodra“ (2021). Atviri įmonių duomenys.

„It is worth noting that the data published by „Atvira Sodra“ have been prepared regardless of the positions held by men and women in the workplace. Therefore, if women hold higher positions or perform more complex jobs in the company, it is likely that their average salary will be higher and vice versa.“ (Daveikis, 2021).

For women gender discrimination in the workplace can have far-reaching effects on a person’s physical, psychological, and emotional health. Many of the problems faced by women in the workplace can be found, but the main ones that are most common will be listed (Pruskus, 2002):

Some women face a stereotype from the past, such as gender inequality and the belief that only men can hold high-ranking positions. The literature highlights several key factors that cause such sex discrimination. (Table 2).

Table 2. Factors that cause gender discrimination

1.	An employer shall not hire a woman because of a preference given to other co-workers, clients or consumers.
2.	The employer does not hire a woman because of the heavy workload, a lot of travel, a lot of manual work.
3.	An employer does not hire a woman because she has children.
4.	The employer ignores women or forces them to take unpaid maternity leave,.
5.	The employer refuses to promote because the employee is a woman.
6.	The employer does not give a job because it is traditionally done by men.

Source: compiled by the author according to: Pruskus V. 2002. Verslo etika, Vilnius.

The factors mentioned by the author are timeless and remain relevant even after 20 years.

All this can be called a „glass ceiling“, which complicates a woman's career path. „Glass ceiling refers to the fact that a qualified person wishing to advance within the hierarchy of his/her organization is stopped at a lower level due to a discrimination most often based on sexism or racism. The glass ceiling refers thus to vertical discrimination most frequently against women in companies.“(Babic, A. & Hansez, I., 2021). When considering the existence of a „glass ceiling“ in the public sphere, it is often argued that women cannot and do not want to reach career heights. There are certainly women who do not want to do this, but it would be wrong to say that this lack of ambition and motivation is always just a subjective phenomenon, unaffected by stereotypes, prejudices or other barriers.

It is the existence of these barriers listed above that often weakens women's motivation. It can be upsetting to feel unable to control how you're treated or viewed by others on account of your gender, and this can affect all aspects of employment, from perceived safety of your work environment to your ability to perform job responsibilities fully and to the best of your abilities.

Effects of gender discrimination on women in the workplace may include:

- decreased productivity.
- low self-esteem.
- feelings of frustration, anger, or paranoia.
- feeling unsafe or fearful.
- isolation from other coworkers.
- mental health and substance abuse issues.
- workplace conflict.
- pregnancy complications.

Without a 'glass ceiling', if women were truly given the same opportunities and equal opportunities to pursue a career as men, they would be more motivated and pursue a career at a higher level. Until these barriers are reduced, the prospects for the growth of women's economic power are not great.

In conclusion, it can be said that there are situations in every company where women are discriminated against, but it is worth taking care that such situations are kept to a minimum. The data show that the pay gap between men and women is large. There are stereotypes that women cannot take up higher positions because they are traditionally reserved for men. Employers in the organization do not hire women for endless reasons: heavy workload, physical work, lack of good examples, and so on. It is often thought that women cannot and do not want to pursue a career, but this is completely untrue. The more vulnerable women are to their gender, the less motivated, ambitious and self-confident they become. Efforts must be made to value women, not only to consider them good housewives and mothers, but also to see them as a skilled worker with a lot of power and desire.

Ways to reduce discrimination against women in the labor market

Millions of women around the world are losing access to education and employment, are forced to engage in certain unwanted activities or are paid less than they deserve for their gender alone. Despite its many manifestations, discrimination often takes invisible, secret forms, undermining people's dignity and depriving them of their future.

Women need economic equality, and their work deserves pay. Discrimination against women in the workplace must end everywhere, and the gender pay gap should be eliminated. Housekeeping work is no different from other work and must be rewarded. There is no reason why only women should work in this job. Gender norms that support the stereotypes that women should

perform all their household duties free of charge and in addition to their other responsibilities must be changed in order to create a fairer and more equal society.

When analyzing other cases of discrimination for relevant reasons, it is possible to distinguish etiquette norms according to which any employee and employer can reduce the factors of discrimination (Table 3.).

Table 3. Methods of combating discrimination

Methods	Explanations
Remove the gender pay gap	Employers can promote gender equality in the workplace by being transparent about wages, to ensure women aren't receiving less than men in equivalent roles. Pay brackets can encourage female applicants and employees to negotiate their wage by giving an indication of reasonable expectations for a particular role.
Introduction of anti - discrimination policy in the company	It is important that the company you work for has commissions or other bodies that you can report in case of discrimination. This solution benefits not only the employees but also the company.
Use skills-based assessments	Asking candidates to perform tasks they would be expected to carry out in the role they are applying for, enables organizations to assess their suitability based on their performance. These tasks need to be standardized across all applicants to ensure fairness.
Have women mentor men	Another way to improve gender equality in the workplace is by letting women mentor men. Mentoring in the workplace can prove invaluable in helping an employee progress their career. The benefits of junior business women having a mentor to help break the barriers they face are well documented. Specifically having women mentor men could benefit both parties, and society as a whole, by allowing people to learn more about different working and leadership styles.
Make work-life balance a priority	Improving work-life balance can benefit both men and women. Gender equality in the workplace also widens considerably after women have children – an issue which can be tackled by shared parental leave policies and enabling working parents to share childcare more equally.

Source: compiled by the author according to: Marchant, N., 2021. 5 ways to improve gender equality in the workplace.

The etiquette standards mentioned in the table are basic, but they can be endless. In the event of a problem, the employer must respond quickly and assist the employee in every way possible.

In conclusion, in order to reduce gender discrimination at work, managers should develop workplace policies that prohibit discrimination, respond to all complaints of misconduct, and address these issues in a timely and effective manner. The gender pay gap in the workplace must also be closed, skills-based assessments must be introduced, and work-life balance must be a priority. Thus, even in the face of discrimination in the workplace, etiquette and its norms can be used to try to address an existing problem. It is possible to create an atmosphere that does not allow differences of opinion to escalate into mutual insults and humiliation.

Conclusions

Discrimination against women in the labor market slowly affects women physically, psychologically and emotionally. The conclusion from the work are the following:

1. In today's world, discrimination is still an existing process. Situations in which a person is treated unfairly without objective justification for what he or she is are considered discriminatory. Discrimination occurs when people underestimate the skills, abilities and circumstances of a particular person and are guided by negative attitudes and stereotypes based on personal characteristics. Discrimination takes many forms and can occur in a variety of areas of life, both direct and indirect. It can also be expressed in unwanted behavior - mobbing. In the labor market, workers often face discrimination based on gender, age and disability.

2. In our society, women experience far more gender-based violence than men. Working in the same job or of equal value, women earn less and are less likely to reach senior management positions. For such and similar reasons, women become dependent on men, which significantly worsens their situation and opportunities, limits their roles and makes them more vulnerable. To this day, a stereotypical view of the role of women in the family persists, which still occasionally hinders women's integration into the labor market.

3. Due to discrimination against women in the labor market, women do not have the opportunity to find a job and are forced to work in a job they do not want. It is necessary to understand the role of women in the labor market, to eliminate all stereotypes and to start treating them as good employees. There are different ways to eliminate discrimination: introducing a discriminatory policy, closing the gender pay gap, using skills-based assessments. If there is discrimination against women in the company, the employer must take action to eliminate the problem as soon as possible.

List of References

1. „Atvira Sodra“ (2021). Atviri įmonių duomenys. Access from Internet: <https://atvira.sodra.lt/imonos/paieska/index.html>
2. Babic, A. & Hansez, I. (2021). The Glass Ceiling for Women Managers: Antecedents and Consequences for Work-Family Interface and Well-Being at Work.
3. Daveikis, J. (2021). Viešinami vyrų ir moterų darbo užmokesčio skirtumai: žinomose įmonėse vyrai uždirba ir iki 2 tūkst. eurų daugiau nei moterys. Access from Internet: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1417614/viesinami-vyru-ir-moteru-darbo-uzmokescio-skirtumai-zinomose-imonese-vyrai-uzdirba-ir-iki-2-tukst-euru-daugiau-nei-moterys>
4. Gumbrevičiūtė – Kuzminskienė, D. (2010). Tiesioginės diskriminacijos samprata pagal rasių lygybės, užimtumo lygybės ir lyčių lygybės direktyvas. // Socialinių mokslų studijos = Social Sciences Studies: mokslo darbai. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
5. Marchant, N. (2021). 5 ways to improve gender equality in the workplace. Access from Internet: <https://www.weforum.org/agenda/2021/03/gender-equality-in-the-workplace-ways-to-improve/>
6. Pruskus, V. (2002). Verslo etika. Vilnius
7. Svensson, E. (2020). Discrimination needs to be eliminated, even if it's unintentional. Access from Internet: <https://www.wrc.org.uk/blog/definition-of-discrimination-article-1-cedaw>.
8. Vveinhardt, J. (2010). Mobingo kaip diskriminacijos darbuotojų santykiuose diskursas Socialiniai mokslai. Ekonomika ir vadyba.
9. Добрикова, Е. (2017). Дискриминация в сфере труда, или Власть стереотипов.

DISCRIMINATION OF WOMEN IN THE LABOR MARKET

Summary

Discrimination against women in the labor market is a very common problem in the modern world, which negatively affects the physical and psychological condition of every woman. The labor market is dominated by a huge pay gap between men and women. In many parts of the world, there are still beliefs that women who face obstacles in their professional careers tend to underestimate themselves and avoid pursuing a higher position in the workplace. In order to understand what discrimination against women means, it is necessary to make all people aware of it. Due to long-standing attitudes and beliefs, there are countless reasons why employees are reluctant to hire a woman. Many women in the labor market are not immune to discrimination, so immediate action is needed to address and resolve problems. Thus, reducing the prevailing difficulties of discrimination against women in the labor market, raising public awareness of the obstacles that may arise and ways to improve them will reduce threats, harassment, psychological violence and gender inequalities in the labor market.

SOCIALINĖS REKLAMOS ĮTAKOS VISUOMENEI TYRIMAS

Aneta Jodkaitė

*Mokslinė vadovė – Lekt. Gitana Mečėjienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos Fakultetas*

Įvadas

Šiandien norint pasiekti tikslinę auditoriją bei optimizuoti socialinius interesus, jų priežastis bei prekės ženklo žinomumą naudojant atitinkamas priemones yra naudojamos socialinės žiniasklaidos platformos. Viena iš reklamos rūšių naudojanti socialinės žiniasklaidos platformą yra socialinė reklama, atliekanti vis didesnę vaidmenį šiuolaikiniame gyvenime. Socialinė reklama - viena iš komunikacijai skirtų formų, kuri įtakoja visas sritis, kuriose žmogus veikia. Tai yra skaitmeninės reklamos forma, kuri teikdama naujienas tikslinei auditorijai įvairiais būdais pasiekia vartotojus, atsižvelgiant į jų norus ir poreikius (Deshpande I., 2020). Socialinė reklama yra apibūdinama kaip emociškai sukrečianti, šokiruojanti reklama, kuri siekia pritraukti visuomenės dėmesį, informuoti visuomenę apie egzistuojančias problemas bei nukreipti visuomenę teisinga linkme (Marketing91, 2021).

Straipsnio tikslas: Apžvelgus socialinės reklamos teorinius aspektus, funkcijas bei savybes įvertinti jos įtaką visuomenei bei pateikti tyrimo rezultatus.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti socialinės reklamos sampratą, funkcijas bei jos savybes.
2. Pateikti anketinės apklausos „Socialinė reklama ir jos įtaka visuomenei“ tyrimo rezultatus.

Socialinės reklamos samprata, funkcijos bei jos savybės

XX a. pradžioje atsiradus socialinės reklamos pradmenims, 1996 m. „Amerikos visuomeninė asociacija“ buvo pirmoji visuomeninė organizacija sukūrusi pirmąją socialinę reklamą. Plintant socialinių reklamų naudojimusi žymiausi rašytojai pradėjo analizuoti socialinės reklamos apibrėžimą bei jos svarbą visuomenei. Vienas iš tokių buvo G. Mažeikis, kuris 2006 m. teigė, jog „socialinė reklama yra tikslinė įtikinėjimo priemonė, skatinanti keisti socialines nuostatas, elgesį, vertybes konkrečiu atveju (Mokslo darbai, 2013).

Socialinė reklama yra apibrėžiama kaip reklamos metodas, skirtas visuomenei šviesti, įtikinti žiūrovus bei klausytojus keisti elgesio modelį atsisakant nuostatų, arba imtis naujos naudingos veiklos. 2008 m. Učkorienė teigė, jog „socialinė reklama – tai rašytinė, vaizdinė, garsinė informacija, kuria siekiama remti nepelno siekiančių organizacijų vykdomą socialinės apsaugos sveikatos, aplinkos apsaugos, švietimo, kultūros politikos ir mokslo nuostatas“ (p. 9). (Mokslo darbai, 2013).

Socialinė reklama yra apibūdinama kaip informacijos skleidimas, kurios pagalba yra siekiama atkreipti visuomenės dėmesį į ekonomines ir socialines problemas bei skatinama imtis naujų visuomenei reikalingų iniciatyvų keičiant požiūrius, nuostatas. Tai yra reklama, kuri visuomenei suteikia naujų idėjų, prisideda prie jų kūrybiškumo, taip skatindama keisti žmonių pokyčius jų asmeniniame gyvenime (Accountlearning/Contents for Management Studies, 2022). Toleikienė ir Karpinaitė 2008 m. socialinę reklamą apibrėžė kaip „viena iš priemonių viešojo administravimo institucijoms vykdyti socialinę politiką“ (Toleikienė R., Karpinaitė K., 2008).

Socialinė reklama pasižymi tokiomis savybėmis:

- **Teisingumas** - tai bruožas, apibūdinantis, jog visa informacija teikiama reklaminiuose plakatuose yra teisinga, pasižymi tikrumu (Mokslo darbai, 2013);

- **Planingumas** – savybė, parodanti, kad socialinė reklama yra planuojama bei įgyvendinama. Po jos įgyvendinimo yra vertinamas reklamos efektyvumas bei veiksmingumas;
- **Orientavimasis į visuomenę** – vienas iš pagrindinių socialinės reklamos bruožų, parodantis, jog yra orientuojamasi visuomeniškai. Socialinė reklama turi pasiekti ne kurį nors individą, o tam tikrą visuomenės dalį, į kurią ji yra orientuota (Lietuvos ir Šveicarijos bendradarbiavimo programa, 2014);
- **Viešumas** – savybė, kuri apibūdina, jog socialinė reklama yra atvira visur ir visiems, ypač tiems, kurie ja domisi ir nori suvokti ją tinkamai, tai įtakoja bendrą visuomenės dalį, kadangi socialinė reklama gali paveikti viešąją nuomonę (Mokslo darbai, 2013).

Šiuolaikiniame gyvenime reklama yra svarbi ir būtina formuojant ne tik visuomenės sąmonę, bet ir elgesio socialines normas, vertybių sistemas (Kolosova, Kurenova, Murtazina ir Pavloskaja, 2021). Pasak Vveinhardt J. ir Tamutienės L., „socialinė reklama turi atsakyti į klausimą, kaip reklama atlieka savo funkcijas, tenkinant gyventojų poreikius, juos formuojant, plečiant žinias apie šiandieninėje visuomenėje egzistuojančias socialines problemas“ (Toleikienė R., Karpinaitė K., 2008). Socialinės reklamos efektyvumą parodo pagrindinės jos atliekamos funkcijos:

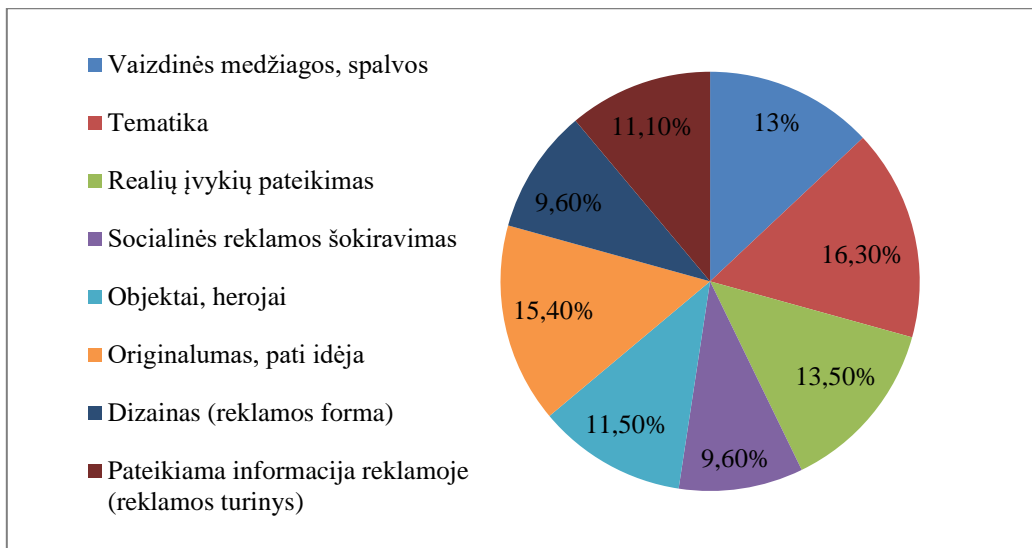
- **Informavimas** – socialinė reklama informuoja visuomenę, suteikia informacijos apie socialines ir ne tik egzistuojančias problemas. Socialinė reklama plečia gyventojų akiratį, turtina jų žinias, supažindina su mokslo ir technikos vyksančiomis naujovėmis;
- **Įtikinėjimas** – reklamos metodu, t.y. naudojant plakatus, kultūrinius renginius, atvirukus bei kt. įtikinėja visuomenės dalį keisti savo požiūrį į socialinio pobūdžio reiškinius, siekiant suformuoti ir sudaryti teigiamą nuomonę;
- **Skatinimas** – skatina bei ragina spręsti, vengti egzistuojančias problemas: moko saugoti ir tausoti gamtą, kovoti su netinkamomis vartojimo reiškiniais, skatina formuoti teigiamus socialinės elgsenos stereotipus, pastovias elgesio normas, padeda atsikratyti atgyvenusių ir žalingų vartojimo įpročių, taip kuriant tarpusavio atmosferą;
- **Priminimas** – socialinė reklama primena žiūrovams apie jų elgesį, požiūrį, žmogaus jausmus bei emocijas esant tam tikroje situacijoje. Tai yra socialinės reklamos priminimas apie žmogaus grįžtamąjį ryšį, pagarbą kitiems, solidarumą ir pagalbą seniems žmonėms (Mokslo darbai, 2013).

Galima teigti, jog socialinė reklama pasižyminti savo teisingumu, orientavimusi į visuomenę ne tik suteikia informacijos visuomenei, turtina jų žinias, bet taip pat skatina ieškoti naujos veiklos, primena žiūrovams apie pagarbą, gerovę bei solidarumą kitiems žmonėms.

Anketinės apklausos „Socialinė reklama ir jos įtaka visuomenei“ tyrimo rezultatai

Buvo pateikta apklausa, kurioje dalyvavo 80 respondentai, 45 moterų ir 33 vyrų, kurių didžiausios dalies amžius buvo 18-20 metų. Apklausos metu išryškėjo respondentų nuomonės bei atsakymai susiję su socialine reklama bei jos svarba visuomenei. Didžioji respondentų dalis teigia, jog socialinė reklama jiems siejasi su reklama skatinančią aukoti pinigais, su akcijomis per kurias galima paaukoti žaislų bei kitų dalykų bei socialinė reklama yra siejama su reklama prieš žalingus įpročius. Didžioji respondentų dalis socialines reklamas dažniausiai pastebi socialiniuose tinkluose, internetiniuose puslapiuose bei televizijoje.

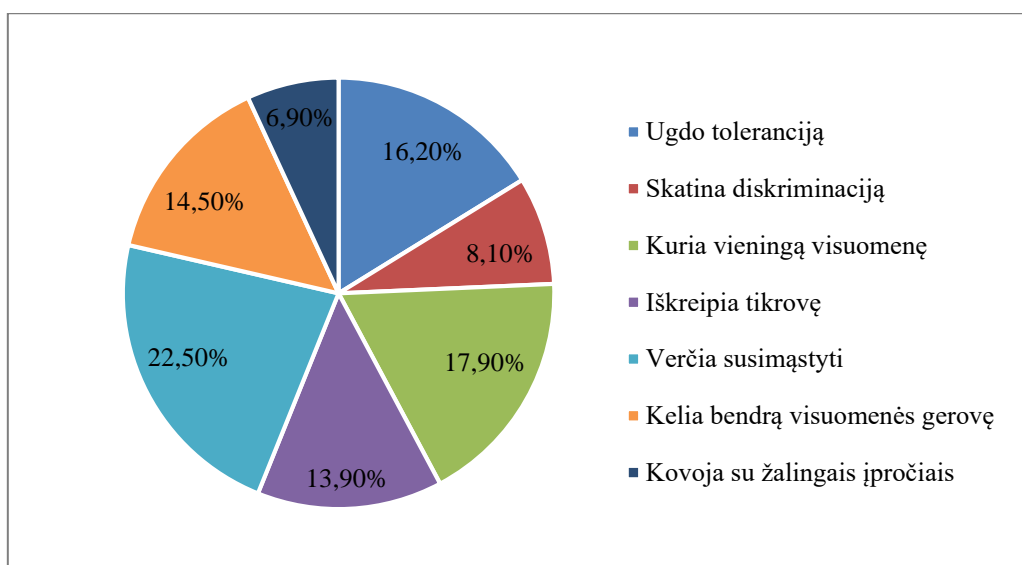
Apklausos metu (žr. 1 pav.) išryškėjo, jog socialinės reklamos veiksniai, kurie labiausiai įtakoja jos efektyvumą yra pati tematika, originalumas, pateikiama informacija reklamoje bei realių įvykių pateikimas.



1 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal veiksnius, įtakančius socialinės reklamos efektyvumą

Didžioji apklaustųjų dalis teigia, jog socialinės reklamos paskirtis yra atkreipti dėmesį, sudominti patį žiūrovą. Apklausoje metu išryškėjo, jog 50 visų respondentų mano, jog socialinė reklama daro įtaką žmogaus mąstymui, 40 respondentų teigia, jog socialinė reklama taip pat padeda spręsti socialines problemas. 37 visų respondentų teigia, jog socialinė reklama yra reikalinga internete ir didžioji jų dalis mano, jog reklama yra naudinga vartotojui.

Apklausoje metu (žr. 2 pav.) paaiškėjo, jog respondentų nuomone socialinė reklama verčia susimąstyti, kuria vieningą visuomenę, ugdo toleranciją bei kelia bendrą visuomenės gerovę.



2 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal socialinės reklamos funkcijas

Apibendrinant, galima teigti, jog respondentams socialinė reklama tai reklama, kurioje yra galimybė paaukoti pinigų, maisto ir kt., jų nuomone socialinės reklamos paskirtis yra sudominti klausytoją bei atkreipti jo dėmesį. Respondentų didžioji dalis mano, jog socialinė reklama yra naudinga vartotojui, kadangi padeda spręsti socialines problemas, taip ugdamas toleranciją bei pagarbą.

Anketinės apklausoje tyrimas parodė, jog socialinė reklama stipriai įtakoja visuomenę, jos nuomonę bei požiūrį, todėl yra siūloma, jog verslo įmonėms verta vystyti tokio pobūdžio reklamas naudojant atitinkamas priemones, kadangi tokiu būdu galės pritraukti daugiau vartotojų į savo verslą.

Išvados

1. Socialinė reklama tai reklamos rūšis, kurios pagrindinis tikslas - visuomenės informavimas apie problemų egzistavimą bei paskatinimas priimtinais būdais veikti siekiant tų problemų išvengti. Socialinė reklama – reklamos metodas, pasižymintis savo teisingumu, tikrumu, orientavimusi į visuomenę bei savo planavimu. Socialinės reklamos pagalba visuomenė yra informuojama, įtikinama, skatinama veikti bei jos dėka yra primenama apie solidarumą, pagarbą kitiems.
2. Buvo pateikta apklausa, kurioje dalyvavo 80 respondentų, 45 moterų ir 33 vyrų. Apklausos metu paaiškėjo, jog socialinė reklama yra reikalinga internete bei naudinga vartotojams, kadangi tai yra reklama, kurios pagrindinis tikslas yra sudominti žiūrovą. Respondentai teigia, jog socialinė reklama ne tik verčia susimąstyti, bet taip pat kuria vieningą visuomenę bei ugdo toleranciją.

Literatūra

1. Accountlearning/Contents for Management Studies (2022). 10 Positive Social Effects of Advertisements. Prieiga per internetą: <https://accountlearning.com/10-positive-social-effects-advertisements/>
2. Anketinė apklausa. Prieiga per internetą: <https://apklausa.lt/f/socialine-reklama-ir-jos-itaka-visuomenei-1j4cbya.fullpage>
3. Deshpande I. 2020. Whats Is Social Media Advertising? Definition, Costs, Best Practices, Benefits, and Examples. Prieiga per internetą: <https://www.toolbox.com/marketing/social-media/articles/what-is-social-media-advertising/>
4. Kolosova O., Kurenova D., Murtazina G., Pavloskaja O. (2021). The impact of advertising on social processes. Prieiga per internetą: <https://link-springer-com.libproxy.viko.lt/article/10.1007/s11299-021-00279-z>
5. Lietuvos ir Šveicarijos bendradarbiavimo programa (2014). Socialinė reklama ir jos priemonės. Prieiga per internetą: <http://sidmc.org/msys/mod/page/view.php?id=137>
6. Marketing91 (2021). Social advertising – definition, examples benefits and platforms. Prieiga per internetą: <https://www.marketing91.com/social-advertising/>
7. Mokslo darbai (2013). Socialinės reklamos sąvoka, savybės ir funkcijos. Prieiga per internetą: <http://kursiniai.blogspot.com/2013/09/socialines-reklamos-savoka-savybes-ir.html>
8. Toleikienė R., Karpinaitė K. (2008). SOCIALINĖ REKLAMA - VIEŠOJO ADMINISTRAVIMO INSTITUCIJŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS VYKDYMO PRIEMONĖ. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 1 (10), p. 193-199. Prieiga per internetą: <https://www.lituanistika.lt/content/14534>

THE IMPACT OF SOCIAL ADVERTISING ON SOCIETY

Summary

Social advertising it is advertising that educates in a particular field, encourages behavior in a way that is acceptable to society, or encourages the avoidance of activities that are not acceptable to society. This type of advertising is characterized by justice, orientation towards society, publicity and its planning. The main functions of social advertising are informing, persuading, encouraging and reminding the public about respect and solidarity. Social advertising is defined as a form of advertising designed to educate the public, persuade viewers and listeners to change their behavior by abandoning their attitudes, or engaging in new activities.

KARJEROS PLANAVIMO ŽINGSNIAI IR JŲ SVARBOS SUVOKIMAS DARBUOTOJO IR DARBDAVIO ATŽVILGIU

Autorė: Arūnė Šliogerytė

Mokslinė vadovė: Laima Steiblienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Sėkmingai suplanuota ir pasiekta karjera – daugelio laimingų žmonių gyvenimo tikslas, kuris yra sunkiai pasiekiamas, nes reikalauja daug pastangų, noro ir vieno iš svarbiausių žmogaus turimo turto – laiko. Šiuolaikiniame pasaulyje egzistuoja visos galimybės įgauti trokštamą profesiją ir siekti tos srities karjeros aukštumų. Dažnai žmogus pats nebūna tikras kurią mokslo kryptį norėtų mokytis ar studijuoti, todėl susidaryti aiškią ateities viziją bei karjeros planą tampa itin sudėtinga. „Sėkminga karjera yra pagrindinė sąlyga asmenybės socialinei adaptacijai, jos pasitikėjimui savo jėgomis, atsakingumui bei gyvenimo stabilumui, galimybei planuoti savo ir šeimos ateitį“ (Augienė & Lamanauskas, 2017, p. 98). Pasak šių rašytojų „visuomenei žmogaus karjera taip pat labai svarbi, nes optimalus jos narių pasiskirstymas įvairiose veiklos srityse sudaro sąlygas racionaliam žmogiškųjų išteklių panaudojimui, o visą tai tiesiogiai daro įtaką socialinei pažangai“. Taigi, sėkminga karjera ne tik atneša žmogui laimę, pilnatvės jausmą bei saugumą gyvenime finansine prasme, bet ir kelia šalies ekonominį lygį, gerina pragyvenimą šalyje bei keičia įvairius demografinius rodiklius.

Straipsnio tikslas: apžvelgus teorinius aspektus įvertinti karjeros planavimo žingsnius ir jų svarbos suvokimą darbuotojo ir darbdavio atžvilgiu.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išanalizuoti karjeros planavimo žingsnius;
2. Palyginti darbuotojo ir organizacijos požiūrį į karjeros planavimą.

Tyrimo metodai: Mokslinės, teorinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Karjeros planavimo žingsniai

Išgirdus terminą karjeros planavimas daugelis žmonių pagalvoja apie gerai apmokamą ne fizinį darbą, patogią poziciją ir didelį atlyginimą, tačiau tai yra kur kas daugiau: „Karjeros sampratos mokslinėje literatūroje pateikiamos šiomis prasmėmis: karjera kaip laimėjimai, tai daugiausiai taikoma darbo aplinkoje; karjera kaip profesija, kuri gali būti daugiau ar mažiau prestižinė; karjera kaip nuolatinio darbo nuosekli tąsa, kiekvienas dirbantis žmogus turi savo darbo istoriją, karjerą“ (Kantautaitė, 2016, p. 10). „Vis labiau pabrėžiama, kad asmeninės karjeros pagrindas – nuolatinis mokymasis, tobulėjimas, naujų žinių ir kompetencijų, patirties, įgytos per žmogaus gyvenimą vykdant įvairių veiklą, įgijimas“ (Tolutienė & Paliutienė, 2020, p. 114). Taigi karjera yra ilgas laiko tarpas žmogaus gyvenime, kuriame jis nuolat tobulėja kaip asmenybė.

Daugelis žmonių nesiima planuoti savo karjeros nes paprasčiausiai nežino nuo ko pradėti, jiems yra geriau būti gerai pažįstamoje darbo aplinkoje nors ji ir netenkina visų žmogaus poreikių, tačiau joje žmogus jaučiasi saugus. Tačiau taip yra užgniaužiama žmogaus kūryba ir talentai, todėl reikia visada siekti visko kas yra geriausia tiek gyvenime tiek darbe. Norint teisingai ir kryptingai susidėlioti savo karjerą ir jos galimybes reikia:

1. Pažinti save. Tai žingsnis per kurį žmogus turėtų apgalvoti savo asmenybės bruožus, savo temperamentą, pomėgius, bendravimą su kitais asmenimis, savo vertybes bei kitas asmenines savybes. Iš esmės, ne visos žmogaus savybės yra geros ir naudingos: bendradarbiavimas, jausmingumas, pasitikėjimas savimi, geraširdiškumas ir rūpestingumas – tai pozityvios savybės

kurios apjungia pačius svarbiausius asmenybės geruosius veiksnius. Toks žmogus yra malonus, todėl kiti asmenys yra linkę su juo bendradarbiauti, taip žmogui atsiveria platesnės karjeros galimybės ir partneriai, tačiau nerūpestingumas, atsiskyrimas, neveiksmingumas, impulsyvumas bei kiti neigiami bruožai – tai atstūminčios individo savybės, kurių būtų geriausia atsisakyti norint siekti karjeros. Reikia išsianalizuoti savo būdo bruožus, suskirstyti į teigiamus bei neigiamus ir žinoma teigiamus išryškinti bei paversti privalumais bei rinktis labiausiai tinkančią profesiją ir siekti jos karjeros aukštumų.

2. Tinkamai pasirinkti profesiją. Tai žingsnis, kurio metu reikia išsirinkti profesiją bei įvertinti teigiamus ir neigiamus dalykus, kurie turi įtakos norint tapti perspektyviu darbuotoju bei siekti karjeros toje srityje. Verta pasiskaityti įvairių knygų apie profesijos kelio pasirinkimą, pasiklausti draugų bei artimųjų, kokia profesija galėtų asmeniui tikti. Žinoma yra galimybė pasiskaityti apie pasirinktos profesijos karjeros galimybes internete, tačiau geriausią pasikalbėti su tos profesijos specialistu, kuris atsakytų į rūpimus klausimus bei pakonsultuotų.

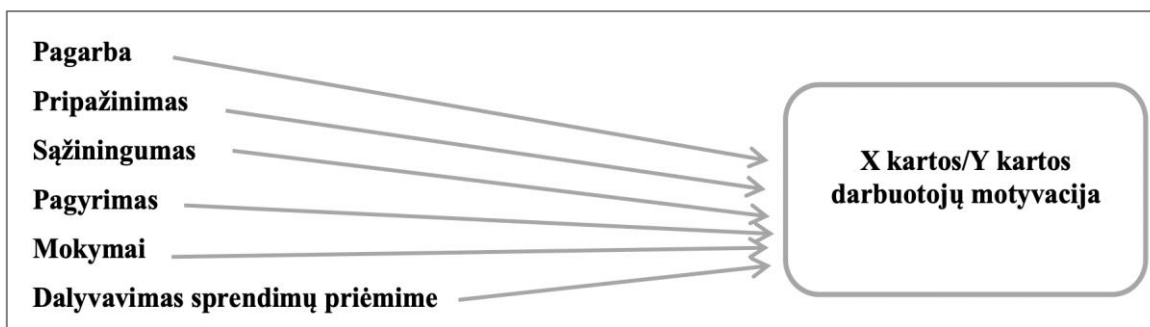
Išsirinkti mokymosi kelią. Kiekviena specialybė reikalauja tam tikro išsilavinimo bei žinių, kurios yra suteikiamos profesinėje mokykloje, kolegijoje ar universitete. Įstojus į tos specialybės studijas, žmogus dar labiau susipažįsta su pasirinktąja profesija, tai padeda lengviau planuoti karjerą. Žinoma gali atsitikti ir taip, jog žmogus šiek tiek pasimokęs nuspręš, jog tai skirta ne jam ir atsisakys studijų – tai leis išvengti nesėkmingo karjeros planavimo ir sutaupyti laiko.

Susirasti darbą pagal norimą specialybę. Dirbant jau pagal specialybę žmogus realizuoja save, savo talentus, teikia džiaugsmą ne tik sau bet ir klientams ar kartu dirbantiems asmenims. Praėjus šiek tiek laiko ir susipažinus su darbu ir jo aplinka, žmogus gali apsvarstyti, ar šis darbas jį tenkina bei teikia malonumą, ar yra karjeros kilimo galimybės, ar vadovas skatina tobulėti bei suteikia galimybes kelti kvalifikaciją, ar pats žmogus kyla karjeros laiptais taip kaip planavo.

Apibendrinant galima teigti, jog nuosekliai planuojant ir vykdant šiuos žingsnius: savęs pažinimas, tinkamai pasirinkta profesija, išsirinktas mokymosi kelias bei darbo praktika leidžia tinkamai planuoti ir dėliotis savo darbo ateities viziją. Karjeros planavimas tampa lengvesnis ir aiškesnis, žmogus susipažįsta su savimi, apgalvoja kokias savybes turi ir kokia specialybė jam labiausiai tiktų. Žinoma reiktų nepamiršti savo užsibrėžtų tikslų bei nenukrypti nuo pasirinkto tikslo, nes dabartiniame pasaulyje žmogaus nuomonė gali greitai pasikeisti, tačiau norint pakilti karjeros laiptais ir pasiekti jos viršūnę reikalingas stiprus pačio žmogaus užsispyrimas, artimų žmonių palaikymas bei nuoseklus karjeros planavimo žingsnių pritaikymas.

Darbuotojo ir organizacijos požiūris į karjeros planavimą

Ne paslaptis, jog tinkamai žmogaus karjeros įgyvendinimui reikalingas darbas kažkurioje organizacijoje. Tačiau žmonės itin kruopščiai renkasi savo būsimą darbo vietą atsižvelgdami į daugybę aspektų: nuolat domisi tam tikros organizacijos atsiliepimais internete, ką kiti žmonės mano apie tą įmonę. Tai parodo, jog žmonės nenori dirbti bet kurioje įmonėje, jie įvertina savo lūkesčius ir pasirenka jiems labiausiai priimtina variantą. Taipogi, žmogui svarbus yra kolektyvas, kuriame teks dirbti, na ir svarbiausia – atlyginimas bei pats vadovas ir kaip jis bendrauja su savo darbdaviais. Dirbančiam žmogui įmonėje yra svarbus darbuotojų motyvavimas kuris susideda iš įvairių būdų bei žmogaus vertybių (1 pav.):



1 pav. X kartos ir Y kartos darbuotojų motyvacijai darantys įtaką nepiniginio atlygio būdai
 Šaltinis: Smaliukaitė, D. ir Stankevičienė, A.(2018). *Nepiniginio atlygio poveikis X ir Y kartų darbuotojų motyvacijai*. VU EVAF studentų mokslinės draugijos konferencijos straipsnių rinkinys, 2017, p. 6.

Atlygio būdai suteikia pilnavertiškumo dirbančiam žmogui jausmą: pagarba ir pripažinimas asmeniui ypatingai svarbu - darbuotojas jaučiasi saugus įmonėje. Sąžiningumas ir pagyrimai didina darbuotojo savivertę: tai parodo, jog vadovas pastebi žmogaus įdirbį ir jį įvertina. Kiekvienam darbuotojui kuris planuoja savo karjerą yra svarbu mokymai bei asmeninis tobulėjimas, tai yra vienas iš svarbiausių dalykų, kuriuos dirbantis žmogus vertina organizacijoje. Na ir žinoma vienas iš būdų motyvuoti darbuotoją yra pakviesti jį dalyvauti sprendimų priėmime, nes kiekvienam asmeniui yra įdomu kas vyksta įmonėje kurioje jis dirba ir kokie pakeitimai ar sprendimai yra priimami. Tai yra tik keletas pačių svarbiausių būdų kuriuos žmogus įvertina dirbdamas įmonėje, tačiau reiktų nepamiršti, jog šie būdai kartais gali paskatinti darbuotoją dirbti ne efektyviau, o priešingai – darbuotojas gali jaustis labai ypatingas ir šiek tiek atsipalaiduoti.

2 lentelė. Darbuotojo ir organizacijos vaidmuo formuojant darbuotojo karjerą

Karjeros formavimas	Darbuotojas	Organizacija
Atsakomybė	Atsako už individualų karjeros planą.	Atsako už darbuotojo tobulėjimo plano sutvarkymą.
Informacija	Gauna informacijos analizuodamas save ir rinkdamas duomenis: <ul style="list-style-type: none"> • Ką mėgstu daryti? • Kokios yra mano stipriosios savybės? • Kur noriu pasukti? 	Suteikia tikrovę atspindinčios informacijos: <ul style="list-style-type: none"> • Kaip vadovas vertina darbuotoją? • Kaip kiti vertina darbuotoją? • Kokia yra reali situacija?
Planavimas	Sudaro individualų karjeros planą.	Padedą darbuotojui įvertinti planą.
Veikla	Rodo iniciatyvą, vykdydamas plano užduotis	Konsultuoja ir teikia informacijos apie ateities galimybes

Šaltinis: Petkevičiūtė, N. (2013). *Karjeros valdymas : organizacinė perspektyva: mokomoji knyga* , p. 13.

Karjeros formavimas yra įvairialypis procesas ir viskas priklauso tiek nuo darbuotojo norų, tiek nuo organizacijos suteikiamų galimybių. Pats darbuotojas turi analizuoti save ir rinkti duomenis, o organizacijos pareiga padėti darbuotojui save įsivertinti tinkamai. Darbuotojas sudaro savo karjeros planą pagal svarbiausius žingsnius planavimo, o organizacija padeda įvertinti darbuotojo karjeros planą, konsultuoja ir suteikia visą reikiamą informaciją.

Apibendrinant galima teigti, jog darbuotojo ir organizacijos požiūriai į karjeros planavimą yra glaudžiai susiję: abu turi rodyti iniciatyvą ir vienas kitam padėti, nes organizacija, kuri suteikia

galimybės tobulėti, moka atlyginimą kuris tenkina darbuotoją ir skatina įvairiais motyvavimo būdais gauna atgalinį darbininko ryšį kuris pasireiškia noru dirbti ir siekti karjeros. Darbuotojas turi būti motyvuotas, norėti tobulėti, mokytis, susidaryti savo karjeros planavimo žingsnius ir atkakliai siekti savo karjeros tikslų. Organizacijai lieka prižiūrėti, jog asmuo nenukryptų nuo karjeros planavimo žingsnių, konsultuoti ir teikti galimybės persikvalifikuoti į aukštesnę darbo poziciją.

Išvados

1. Karjeros planavimą įtakoją įvairūs planavimo žingsniai: savęs pažinimas, tinkamai pasirinkta profesija, išsirinktas mokymosi kelias bei darbo praktika leidžia nuosekliai pažinti save bei savo būdo bruožus, ko pasekoje, žmogus atranda savo norimą specialybę, ją išsimokslina ir pagal ją pradeda dirbti ir planuoti savo karjerą.

2. Darbuotojo ir organizacijos požiūriai į karjeros planavimą yra gana panašūs: abu turi rodyti iniciatyvą ir vienas kitam padėti. Perspektyvus darbuotojas norintis kilti karjeros laiptais yra naudingas įmonei, nes ateityje atneš didesnę pelną, todėl pati įmonė suteikia asmeniui mokymus, padeda žmogui tobulėti bei perkvalifikuoja jį į aukštesnes pareigas.

Literatūra

1. Augienė, D. & Lamanauskas, V. (2017). Magistrantūros studijų programa karjeros edukologija: modernus požiūris į karjeros valdymą *Švietimas: politika, vadyba, kokybė = Education policy, management and quality*, 9(2), 98–106.
2. Kantautaitė, L. (2016). *Jaunuolių, užaugusių socialines rizikas patiriančioje šeimoje, darbo ir profesinės karjeros subjektyvi samprata: magistro darbas*. Vytauto Didžiojo universitetas. Prieiga per eLABa <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:15971906/datastreams/MAIN/content>
3. Petkevičiūtė, N. (2013). *Karjeros valdymas : organizacinė perspektyva: mokomoji knyga* (p. 224). Vytauto Didžiojo universitetas.
4. Smaliukaitė, D., & Stankevičienė, A. (2018). *Nepiniginio atlygio poveikis X ir Y kartų darbuotojų motyvacijai*. VU EVAF studentų mokslinės draugijos konferencijos straipsnių rinkinys, 2017, 60–78.
5. Tolutienė, G. & Paliutienė, A. (2020). *Profesinio orientavimo paslaugų ypatumai andragogo konsultanto veiklos aspektu*. Tiltai, 111–133.

Carrer planning steps and undarstanding their importance

Summary

Career planning is presented differently in various sources and there is no single exact definition. It is a constant vision of your work and its planning to improve yourself as a personality and achieve the highest position in your desired work to be satisfied with it. Consistency and stubbornness are needed to successfully plan your career. Self-knowledge, carefully chosen profession, chosen learning path and work practice allow you to consistently know yourself and the features of one's own way, in fact, a person understands his desired specialty, educates it and starts working on it. The attitude of the employee and the organization towards career planning is quite similar: both must show initiative and help each other. A promising employee who wants to climb the career ladder is useful to the company because it will bring higher profits in the future, therefore, the company itself provides training and motivates the person in many ways.

KLIENTŲ APTARNAVIMO TAISYKLĖS

Rugilė Tamulytė

*Mokslinio darbo vadovė – lekt. Nijolė Kašėtienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas*

Ivadas

Gyvenama pasaulyje, kuriame vyrauja kapitalistinė santvarka. Kapitalinė sistema pasižymi tuo, kad ji skatina konkurenciją tarp gamintojų, o tai reiškia, jog organizacijos varžosi norėdamos užimti vis didesnę rinkos dalį bei gauti kuo didesnį pelną. Kiekvienos įmonės pagrindinis tikslas yra kokybiškas klientų aptarnavimas, nes būtent nuo efektyvaus klientų aptarnavimo priklauso įmonės pelnas. Garsus Jungtinių Amerikos Valstijų rašytojas bei buvęs Naujojo Orleano universiteto vadybos profesorius Michaelas LeBoeufas (2000) yra pasakęs, jog kiekvienos įmonės pats didžiausias turtas yra klientai, nes be klientų įmonė nebūtų sėkminga.

Taktiškas klientų aptarnavimas yra pats geriausias įmonės prestižo parodymas. Įmonės, kurių darbuotojai žino ir laikosi tinkamų klientų aptarnavimo taisyklių turi didelius šansus išlaikyti klientų pasitikėjimą ir tokiu būdu sėkmingai plėtoti savo verslą.

Straipsnio tikslas: išanalizuoti klientų aptarnavimo taisyklių svarbą.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išnagrinėti klientų aptarnavimo principus.
2. Išanalizuoti klientų aptarnavimo kokybės reikšmę organizacijai.
3. Apibendrinti klientų aptarnavimo taktiško elgesio praktiką.

Straipsnio metodai – mokslinės teorinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Klientų aptarnavimo principai

Klientų aptarnavimas yra lyg parama, kurią siūlo organizacijos savo klientams – tiek prieš perkant ir naudojant produktus ar paslaugas, tiek po to, kuri padeda jiems lengvai ir maloniai bendrauti su organizacija. Siūlyti nuostabų klientų aptarnavimą svarbu, jei norima išlaikyti klientus ir plėsti verslą. Šiandienos klientų aptarnavimas gerokai viršija tradicinį pagalbos telefonu agentą. Jis pasiekiamas el. paštu, žiniatinklyje, tekstiniu pranešimu ir socialiniuose tinkluose. Daugelis įmonių taip pat teikia savitarnos palaikymą, todėl klientai gali rasti atsakymus bet kuriuo dienos ar nakties metu. Klientų aptarnavimas yra daugiau nei tik atsakymų teikimas; tai svarbi prekės ženklo klientams duodamo pažado dalis (Salesforce, 2021). Kiekviena įmonė, kuri teikia paslaugas klientams privalo laikytis numatytų klientų aptarnavimo taisyklių. Įstaigos klientų kokybiškas aptarnavimas pagrįstas principais, kuriuos privalo taikyti visi darbuotojai savo veikloje (Klientų aptarnavimo valstybės garantuojamos teisinės pagalbos tarnyboje standartas, 2020):

- **Orientacija į klientą ir profesionalus elgesys.** Svarbus kiekvienas įstaigos klientas, dėl jų dirbama. Profesionalumą darbuotojai demonstruoja kompetentingai atlikdami užduotis ir pozityviai žvelgdami į išskylančius iššūkius bei problemas. Labai vertinamas kliento grįžtamasis ryšys, nes jis leidžia tobulėti.

- **Pagarba ir bendradarbiavimas.** Visi klientai ir bendradarbiai nusipelno tokio pat pagarbaus ir mandagaus elgesio, darbuotojai turi siekti padėti kiekvienam, besikreipiančiam į įstaigą. Siekiant kokybiško klientų aptarnavimo, kolegoms turi veikti išvien. Tik bendradarbiaujant su klientu ir su kolegomis galima aptarnauti kokybiškai.

- **Reprezentuojanti išvaizda ir elgesys.** Klientams darbuotojai ir įstaiga yra tas pats subjektas. Darbuotojai privalo atrodyti dalykiškai, nes tai atspindi požiūrį tiek į įstaigą, kurioje dirbama, tiek į

besikreipiantį klientą. Aptarnaudamas darbuotojas visą dėmesį turi skirti klientui, būti atidus kliento poreikiams.

- **Įsipareigojimų vykdymas ir atsakomybė.** Pelnyti klientų pasitikėjimą galima tik atsakingai priimant atsakomybę už savo įsipareigojimus ir atsakingą jų vykdymą.

- **Iniciatyvumas ir tobulėjimas.** Darbuotojai siekia nuolat tobulėti, ieškoti efektyvesnio būdo (tausojant visų išteklius) aptarnauti klientą, siūlyti novatoriškus sprendimus įstaigos veiklos kokybės gerinimui.

- **Konfidencialumas.** Klientą identifikuojanti informacija, naudojama aptarnavime turi būti apsaugota (nebent įstatymai numato kitaip) (Klientų aptarnavimo valstybės garantuojamos teisinės pagalbos tarnyboje standartas, 2020).

Remiantis „Business Ethics and Leadership“ (liet. „Verslo etika ir lyderystė“) atliktu tyrimu apie klientų aptarnavimo kokybės įvertinimą, dažniausiai klientams patinka kuomet darbuotojai yra kompetentingi ir empatiški (Abuwande, 2017). Klientų aptarnavimas įvertintas pagal klientų išskirtus svarbiausius kriterijus (1 lentelė).

1 lentelė. Klientų aptarnavimo kriterijų reitingavimas pagal klientų vertinimą

Darbuotojų empatija	Darbuotojų pasirengimas ištaisyti klaidas prieš klientą	82,5%
	Mandagus personalo požiūris į klientus, geranoriškumas	77%
Darbuotojų kompetencija	Darbuotojai yra atviri klientų problemų sprendimui ir tuo domisi	80,9%
	Aukšto lygio žinios apie paslaugų spektrą, jų teikimo ypatybes	76,5%
Personalo reaktyvumas	Įmonės personalo savalaikis įsipareigojimų užsakovui vykdymas.	72,8%
	Klientams nereikia ilgai laukti konkrečios paslaugos	63,3%
Patikimumas	Patikima įmonės reputacija	71,9%
	Darbuotojų įsipareigojimų vykdymas tiksliai ir patikimai	73,7%
Organizacinė aplinka	Atmosfera įmonėje	66,2%
	Darbuotojų išvaizda	55,3%

Šaltinis: Abuwande, S. (2017). Evaluation of Customer Service Quality. *Business Ethics and Leadership*, 1(3), 84-92. Prieiga per internetą <https://core.ac.uk/reader/141466121>.

Įvertinus šio tyrimo rezultatus, galima teigti, kad tarp visiškai aukštų rodiklių vyrauja darbuotojų pasirengimas ištaisyti klaidas prieš klientą (82,5%) ir tai, kad darbuotojai yra atviri klientų problemų sprendimui ir tuo domisi (80,9%). Taip pat klientams labai svarbu ir tai, kad darbuotojų požiūris į klientus yra mandagus ir geranoriškas (77%). Taigi, galima teigti, kad šio tyrimo rezultatai atspindi, jog klientų aptarnavimo taisyklės yra svarbios bendraujant su klientu, nes klientams patinka kai darbuotojai su jais elgiasi taktiškai ir profesionaliai.

Apibendrinant galima teigti, jog klientų aptarnavimas yra lyg parama klientui, kuri turi teigiamą poveikį pačiai organizacijai. „Business Ethics and Leadership“ (liet. „Verslo etika ir lyderystė“) 2017 metais atlikto tyrimo metu paaiškėjo, jog klientai vertina tai kaip su jais bendrauja darbuotojai, o tai reiškia, jog klientų aptarnavimo taisyklės yra ne tik privalomos, tačiau ir turi stiprų teigiamą poveikį patiems klientams, o tai naudinga organizacijoms.

Klientų aptarnavimo kokybės reikšmė organizacijai

Klientų aptarnavimas susideda iš politikos kryptių, planų ir veiklos, kurios reguliuoja organizacijos sąveiką su klientais. Kai su klientais elgiamasi gerai, jie vertinami darbuotojų, tai yra kokybiškas klientų aptarnavimas. Negalima per daug ne sureikšminti klientų aptarnavimo svarbos,

nes šiais laikais klientai dalijasi savo požiūriu ir nuomone apie organizaciją internete ir socialiniuose tinkluose, todėl reikia investuoti į savo klientų aptarnavimą ir užmegzti gerus santykius su klientais, kad parodytume gerą įvaizdį (Support.cc, 2021). Pagrindinė didėjančio susidomėjimo teikti paslaugų kokybę varomoji jėga yra poreikis, jog klientai liktų patenkinti ir lojalūs (Govender, 2003). Investavimas į klientų aptarnavimą padeda pritraukti naujus klientus, nes lojalūs klientai padės įmonei nemokamai įgyti naujų klientų, įtikindami potencialius asmenis bendrauti su prekės ženklu. Be to, jų teigiami atsiliepimai bus veiksmingesni nei bet kurios dabartinės įmonės rinkodaros pastangos – ir pigesnės (Amaresan, 2021). Remiantis „State of Customer Service in 2020“ (liet. „Klientų aptarnavimo būklė 2020 metais“) klientų aptarnavimas svarbus organizacijoms dėl šių priežasčių:

- Klientų aptarnavimas atspindi prekės ženklo įvaizdį, misiją ir vertybes. Klientų aptarnavimo komanda, tai asmenys, kurie tiesiogiai kalba su klientais ir yra atsakingi už prekės ženklo atstovavimą bendraudami su esamais ar potencialiais pirkėjais. 96% klientų teigia, kad klientų aptarnavimas yra svarbus renkantis lojalumą prekės ženklui.

- Gerai aptarnauti klientai rekomenduoja organizaciją kitiems. Kai klientai yra laimingesni, jie labiau linkę skleisti gerumą draugams, šeimos nariams ir bendradarbiams. Dažniausiai kai žmonės patiria geras emocijas su prekės ženklu, jie nori kuo greičiau pasidalinti savo patirtimi su kitais. 72% klientų pasidalina teigiama patirtimi su šešiais ar daugiau žmonių. Tai natūralu, nes žmonės nori, jog jų artimieji taip pat įsipareigotų tam prekės ženklui, kuriuo jie gali pasitikėti.

- Klientai yra pasirengę mokėti daugiau toms įmonėms, kurios teikia geresnį klientų aptarnavimą. 67 % klientų pasiryžę sumokėti daugiau, kad gautų geresnę klientų aptarnavimo patirtį. Akivaizdu, kad klientų aptarnavimas yra toks svarbus klientams, kad jie tiesiog mokėtų daugiau, kad bendrautų su prekės ženklu, kuris gerai aptarnauja klientus. Pirmenybė teikiama klientų aptarnavimo palaikymui padeda pritraukti ir išlaikyti lojalius klientus ir gali turėti didelės įtakos įmonės pelnui.

- Puikus klientų aptarnavimas yra konkurencinis pranašumas. Nesvarbu, kurioje pramonės šakoje yra įmonės, kiekviena nori išsiskirti ir būtų pati geriausia. Įmonės, nori būti geresnės už visas kitas su kuriomis konkuruoja. Būtent klientų aptarnavimas yra raktas į sėkmę. Geras klientų aptarnavimas įmonei pritrauks naujus klientus ir išlaikys esamus (Amaresan, 2021).

Apibendrinant galima teigti, jog kokybiškas klientų aptarnavimas turi didelę reikšmę organizacijoms. Kokybiškas aptarnavimas klientams palieka puikias emocijas, kurias jie nori patirti ne kartą, todėl kaskart vis grįžtą į organizaciją ir tokiu būdu tampa lojalūs klientai. Taip pat svarbu ir tai, kad kokybiškas klientų aptarnavimas turi didelės įtakos įmonės pelnui. Didžioji dalis klientų teikia pirmenybę įstaigoms teikiančioms gerą, kokybišką aptarnavimą, todėl yra pasiryžę sumokėti daugiau vien tik dėl geresnio klientų aptarnavimo.

Klientų aptarnavimo taktiško elgesio praktika

Taktiškas klientų aptarnavimas, tai toks klientų aptarnavimas, kuris yra pagrįstas tinkamu, pagarbiu elgesiu su klientais. Daugelis įmonių nustato savo paslaugų standartą kaip dalį savo klientų aptarnavimo strategijos ir apmoko darbuotojus, kaip jie turėtų elgtis bendraudami su klientais. Klientų aptarnavimo valstybės garantuojamos teisinės pagalbos tarnyboje standartas pateikia kokybiško elgesio tiesiogiai aptarnaujant klientus etapus:

1. **Asmeninio ryšio su klientu kūrimas – pokalbio pradžia, pasisveikinimas.** Darbuotojas klientą turi pasitikti žvilgsniu, stengtis pasisveikinti pirmas, o jeigu pirmasis pasisveikino klientas – darbuotojas turi atsakyti į kliento pasisveikinimą. Bendrauti turi ramiai ir pagarbiai, pozityviai nusiteikęs.

2. **Kliento poreikių išsiaiškinimas.** Darbuotojas, siekdamas išsiaiškinti kliento poreikius, turi: Atidžiai išklaudyti klientą, parodyti dėmesį veidu ir kūnu (pavyzdžiui, linktelėjimu), prireikus paprašyti patikslinti kreipimosi esmę; papildomus, patikslinančius klausimus užduoti nepertraukiant kliento.

3. **Informacijos teikimas, konsultavimas (kliento poreikius atitinkančios informacijos ar sprendimų pateikimas).** Darbuotojas, komunikuoja aiškiai, konkrečiai, tiksliai perteikia reikalo esmę. Informacija klientui turi būti pateikiama taip, kad jos nebūtų galima interpretuoti dviprasmiškai. Darbuotojas informaciją teikia ar konsultuoja tik gerai išsiaiškinęs kliento kreipimosi priežastį.

4. **Papildomos aktualios informacijos pateikimas (tai dienai aktualios informacijos perteikimas, papildomų paslaugų siūlymas pagal kliento poreikį).** Aptarnavęs klientą, darbuotojas turi informuoti apie aktualias įstaigos teikiamas paslaugas, kitus būdus gauti asmeninę informaciją ir (arba) pasiūlyti informacinę medžiagą (lankstinukas, skrajutė, informacija el. būdu ar kt.).

5. **Pokalbio pabaiga, atsisveikinimas.** Atsisveikindamas su klientu, darbuotojas turi: Pasiteirauti kokių klientas turi papildomų klausimų; padėkoti (jei tinka situacijai); mandagiai atsisveikinti; neskubinti kliento – leisti jam ramiai susidėti daiktus, dokumentus (Klientų aptarnavimo valstybės garantuojamos teisinės pagalbos tarnyboje standartas, 2020).

Sėkmingas bendravimas su žmogumi leidžia pasiekti norimus tikslus, darbuotojo atžvilgiu tai reikštų patenkinti kliento poreikius pasitelkiant kokybiško elgesio aptarnaujant klientą etapus (Almontienė ir kt., 2001). Kokybiškas elgesys bendraujant su klientu yra privalomas ir kiekviena organizacija turi tai užtikrinti, nes nuo netinkamo aptarnavimo ne tik gali nukentėti įmonės reputacija, tačiau taip pat tai reikštų, jog įmonės darbuotojai nesilaiko įmonės reglamentuojamo paslaugų standarto.

Apibendrinant galima teigti, jog klientų taktiškas elgesys yra neatsiejamas nuo pagarbos ir aptarnavimo profesionalumo. Bendraujant su klientu darbuotojas turi pasitelkti ne tik verbalinį (žodinį), tačiau ir neverbalinį (nežodinį) bendravimą. Kokybiškas, taktiškas bendravimas su klientu susideda iš šių 5 etapų: asmeninio ryšio su klientu kūrimo (pokalbio pradžia), kliento poreikių išsiaiškinimo, informacijos teikimo – konsultavimo, papildomos aktualios informacijos pateikimo, pokalbio pabaigos (atsisveikinimo). Kiekviena organizacija reglamentuoja savo paslaugų standartą kaip dalį savo klientų aptarnavimo strategijos, todėl darbuotojai privalo jo laikytis.

Išvados

1. Klientų aptarnavimas yra lyg parama klientui, kuri turi teigiamą poveikį pačiai organizacijai. Aptarnaujant klientus darbuotojai privalo laikytis įmonės reglamentuojamų taisyklių, kurios yra pagrįstos pagarba ir profesionaliu elgesiu. Atlikti tyrimai rodo, jog klientams patinka kuomet darbuotojai yra kompetentingi ir empatiški. Klientai vertina tai kaip su jais bendrauja darbuotojai, o tai reiškia, jog klientų aptarnavimo principai yra ne tik privalomi, tačiau ir turi stiprų teigiamą poveikį patiems klientams, o tai naudinga organizacijoms.

2. Kokybiškas klientų aptarnavimas turi didelę reikšmę organizacijoms. Kokybiškas aptarnavimas klientams palieka puikias emocijas, kurias jie nori patirti ne kartą, todėl kaskart vis grįžtą į organizaciją ir tokiu būdu tampa lojalūs klientai. Taipogi, kokybiškas klientų aptarnavimas turi didelės įtakos įmonės pelnui. Didžioji dalis klientų teikia pirmenybę įstaigoms teikiančioms gerą, kokybišką aptarnavimą, todėl yra pasiryžę sumokėti daugiau vien tik dėl geresnio klientų aptarnavimo.

3. Kiekviena organizacija reglamentuoja savo paslaugų standartą kaip dalį savo klientų aptarnavimo strategijos, todėl klientų taktiškas elgesys yra neatsiejamas nuo pagarbos ir aptarnavimo profesionalumo. Kokybiškas, taktiškas bendravimas su klientu susideda iš 5 etapų: asmeninio ryšio su klientu kūrimo (pokalbio pradžia), kliento poreikių išsiaiškinimo, informacijos

teikimo – konsultavimo, papildomos aktualios informacijos pateikimo, pokalbio pabaigos (atsisveikinimo). Bendraujant su klientu darbuotojai turi pasitelkti ne tik verbalinį (žodinį), tačiau ir neverbalinį (nežodinį) bendravimą.

Literatūra

1. Abuwande, S. (2017). Evaluation of Customer Service Quality. *Business Ethics and Leadership*, 1(3), 84-92. Prieiga per internetą <https://core.ac.uk/reader/141466121>
2. Almonaitienė, J., Antinienė, D., Ausmanienė, N., Lekavičienė, R., Matulienė, G., Ruibytė, L., Vasiliauskaitė, Z. (2001). *Bendravimo psichologija: Kauno technologijos universiteto vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
3. Amaresan, S. (2021). *Why Customer Service is Important: 16 Data – Backed Facts To Know*. Prieiga per internetą <https://blog.hubspot.com/service/importance-customer-service>.
4. Govender, T (2003). Service Quality Enhances Customer Satisfaction (master thesis, University of Natal). Prieiga per internetą <https://core.ac.uk/reader/196546318>.
5. LeBoeuf, M. (2000). *How to Win Customers and Keep Them for Life: Revised and Updated for Digital Age*. New York: Berkley Books.
6. Salesforce (2021). *What is Customer Service? Definiton&Tips*. Prieiga per internetą <https://www.salesforce.com/products/service-cloud/what-is-customer-service/?d=cta-right-nav-0>
7. Support.cc (2021). *8 Reasons Why Customer Service is Important for an Organization*. Prieiga per internetą <https://support.cc/importance-of-customer-service>
8. Valstybės garantuojamos teisinės pagalbos tarnyba (2020). *Klientų aptarnavimo valstybės garantuojamos teisinės pagalbos tarnyboje standartas*. Prieigą per internetą <https://vgtpt.lrv.lt/uploads/vgtpt/documents/files/KLIENT%C5%B2%20APTARNAVIMO%20VALSTYB%C4%96S%20GARANTUOJAMOS%20TEISIN%C4%96S%20PAGALBOS%20TARNYBOJE%20STANDARTAS.pdf>

CLIENT SERVICE RULES

Summary

Customer service is the fundamental goal of every company. Every company that provides services to customers must adhere to the company's customer service rules, which are based on respect and professional conduct. Quality customer service is beneficial if organizations wish to retain customers and grow their business. Research shows that customers like it when employees are competent and empathetic. Companies whose employees know and follow the appropriate customer service rules have a high chance of maintaining customer trust and thus developing their business successfully.

DARBO POKALBIAI: PRINCIPAI IR KLAIDOS

Roberta Meškauskaitė

Mokslinė vadovė – lekt. Nijolė Kašėtienė

Vilniaus kolegija

Ivadas

Kiekvienam žmogui tenka sudalyvauti darbo pokalbyje. Vieni pirmojo savo pokalbio sulaukia vos sukakus pilnametystei, kiti, pasirinkę studijuoti ir nedirbti – kiek vėliau. Tačiau tai yra neišvengiama dalis, norint įsidarbinti į tam tikras pareigas. Ir dažnai žmonės prieš darbo pokalbį svarsto, kokių klausimų klaus darbdavys, kaip į juos atsakyti, ką apsirengti, kaip elgtis ir t.t. Todėl būtina pasidomėti apie darbo pokalbių pagrindinius principus bei dažniausiai daromas klaidas.

Darbo paieška aktualus klausimas ir šiandien. Svarbu žinoti, kaip elgtis pokalbio metu, kokios dažniausiai daromos komunikacijos, išvaizdos ir pirmojo įvaizdžio sudarymo klaidos, kaip organizuojami darbo pokalbiai ir kt.

Straipsnio tikslas - išanalizuoti darbo pokalbių principus ir klaidas.

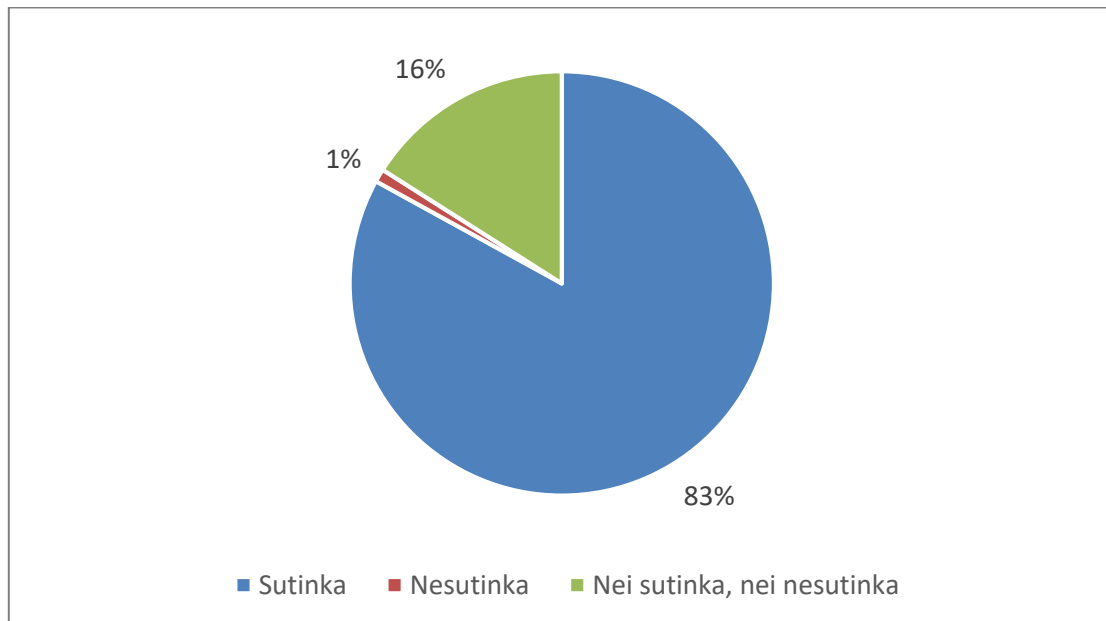
Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti darbo pokalbių organizacinius principus.
2. Atskleisti darbo pokalbių klaidas.

Darbo metodas. Mokslinės teorinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Darbo pokalbių organizavimo principai.

Vienas svarbiausių aspektų darbo pokalbyje yra pirmas įspūdis. Buffet (2022) straipsnyje „Traits and qualities employers look for in 2022“ pateikia tyrimo rezultatus, kuriuose matoma ar darbdaviams svarbus pirmasis įspūdis. Galima pamatyti, jog net 83% darbdavių tai yra svarbu.

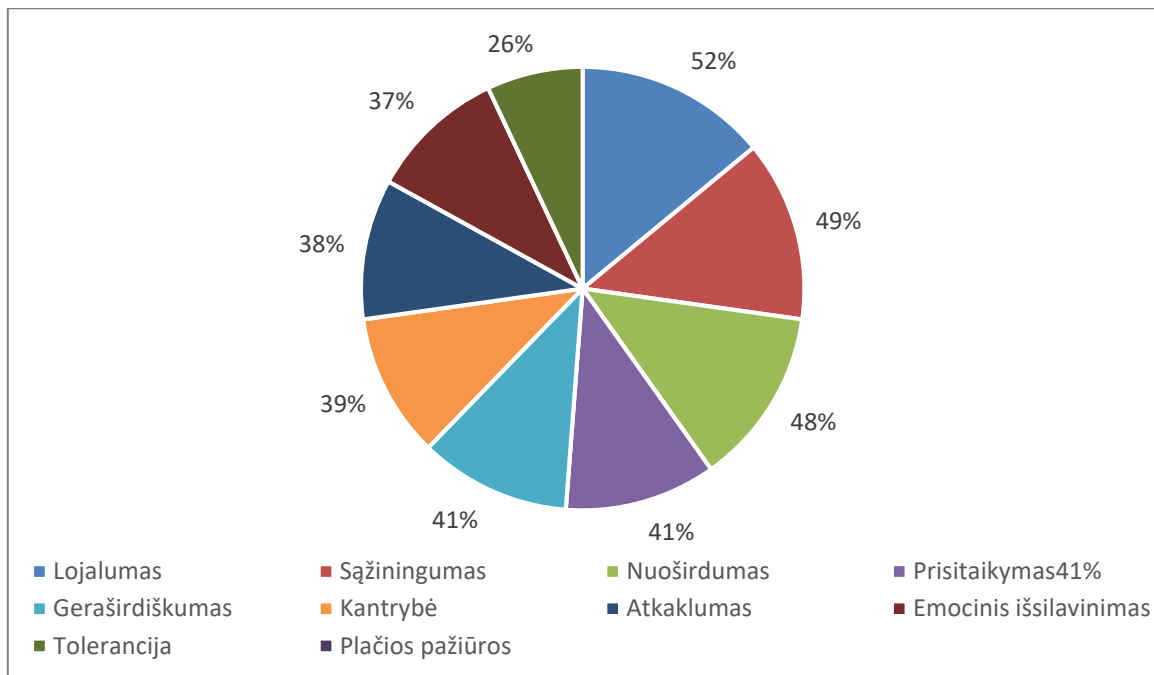


1 pav. Darbdavių nuomonės pasiskirstymas apie pirmo įspūdžio svarbą
Sudaryta autorės pagal: Buffet, 2022.

Todėl norint įsidarbinti į tam tikrą darbo vietą, derėtų neužmiršti, jog pirmąjį įspūdį galima užtikrinti tik vieną kartą. Svarbiausia – nevēluoti. Jei darbuotojas pavėluoja į pirmą darbo pokalbį,

ypač nepasiteisinęs ir be pateisinamu priežasčių – didelė tikimybė, jog darbdavys nežiūrės į jį kaip į rimtą kandidatą šiai darbo vietai. Juk darbuotojas tokiu atveju sudaro įspūdį, jog jam trūksta punctualumo ir jis tikriausiai vėluos ir kitomis dienomis, jei į darbą bus priimtas.

Taip pat labai svarbu – komunikacija. Darbdavys su norinčiuoju įsitarbinti turi aiškiai susikalbėti, išsiaiškinti tikslus, norus, bei ko tikimasi. Pvz. ko darbuotojas tikisi iš siūlomo darbo, iš kolektyvo, iš atlyginimo ir kitų svarbių darbo sąlygų, arba, ko darbdavys tikisi iš būsimojo darbuotojo – tam tikros patirties, kuria pasidalintų darbovietėje, komunikacijos įgūdžių, išsilavinimo, atsidavimo darbei bei įmonei ir t.t. Jei darbdavys su norinčiuoju įsitarbinti nesugebės komunikuoti tikslingai – gali nutikti taip, jog įdarbinimas neįvyks, kadangi darbuotojui pritrūks tam tikrų privalumų darbe, o darbdaviui tam tikrų savybių iš darbuotojo. Kad įvyktų sklandus darbo pokalbis, ir būtų gera komunikacija, reikia „<...> suvokti ir taikyti komunikacijos taisykles, t. y. tinkamai paversti savo žinias konkrečiais veiksmais, taikyti turimas lingvistines žinias (parinkti žodyną, tartį, gramatines struktūras ir pan.)“ (Kuprienė, 2013, p. 104). Jei darbuotojas parodys, jog jis geba komunikuoti, reikšti mintis drąsiai ir aiškiai, nesiblaško ir turi gerus kalbėjimo įgūdžius – darbdavys į tai atkreips dėmesį, ir tai bus vienas iš privalumų ar priežasčių, kodėl tas žmogus turėtų būti įdarbintas. Darbo pokalbyje komunikuojant darbdavys gali įvertinti charakteristiką, kuriai priklauso įvairūs gebėjimai – „Bendrieji mąstymo gebėjimai, kognityvieji gebėjimai, problemų sprendimo gebėjimai, mąstymo potencialas, intelektas <...>“ (Žukauskaitė, 2017, p. 57). Bendrieji mąstymo gebėjimai svarbūs norint užtikrinti, jog darbuotojas nepasimes įvairiose sudėtingose situacijose, ras teisingus sprendimus, kadangi jis yra išsilavinęs ne tik moksliai, tačiau ir „žmogiškai“. Turi daug patirties gyvenime, yra ne kartą išsprendęs problemas, kurios reikalauja žmogiškumo, o ne mokslinio išsilavinimo. „Ilgalaikiai tyrimai atskleidė, kad asmens bendrieji mąstymo gebėjimai leidžia prognozuoti karjeros pasiekimus <...>“ (Žukauskaitė, 2017, p. 57). Darbuotojo karjeros pasiekimai taip pat lemia ir įmonės pasiekimus, būtent todėl stengiamasi užtikrinti, jog įdarbintas žmogus turėtų galimybių ir reikiamų savybių siekti karjeros. Kognityvieji gebėjimai yra ne mažiau svarbūs, nei bendrieji mąstymo gebėjimai, kadangi kognityvieji gebėjimai parodo žmogaus protinį išsilavinimą. „Tai visų pirma gebėjimas ilgesnį laiko tarpą išlaikyti dėmesį. Taip pat padaryti tai per daug nereaguojant į išorinius dirgiklius. Stebima ir ar žmogus moka vienu metu daryti du dalykus. Testuojama ilgalaikė ir trumpalaikė atmintys. Taip pat loginiai ir argumentacijos gebėjimai. Kaip pavyksta apdoroti bei suvokti garsinę ir vizualinę informaciją. Galų gale, matuojamas įvairių užduočių atlikimo greitis“ (Braingym, 2020). Darbdavys į darbuotojo susikaupimą pažvelgs teigiamai, kadangi tai padeda norint darbą atlikti greitai bei tikslingai. Atmintis taip pat vienas svarbiausių charakteristikos kriterijų, ypač, jei pareigos siūlomos tokios, kokiose reikės įsiminti daug informacijos, nuolat mokintis naujų dalykų. Taip pat gera atmintis gali padėti darbuotojui atsinešti daugiau patirties ir įgūdžių tiek iš studijų, tiek iš patirties kitose darbovietėse. O darbuotojui suvokiant įvairią informaciją ir atliekant užduotis greitai, darbdavys liks patenkintas darbo rezultatais. Intelektą darbdaviai vertina labiausiai, nes norima užtikrinti stiprią, išsilavinusią įmonę. Todėl svarbu komunikuojant įvardyti didžiausius savo plusus – įvairius mąstymo gebėjimus, intelektą, asmenybės bruožus ir t.t. Buffet (2022) atliktame tyrime, galima pastebėti darbdavių nuomonių pasiskirstymą apie darbuotojų svarbiausias savybes:



2 pav. Darbdavių nuomonė apie svarbiausias darbuotojų savybes

Sudaryta autorės pagal: Buffet, 2022

Tačiau yra dalykų, kuriuos reikia padaryti prieš darbo pokalbį. Pvz. pasiruošti darbo pokalbiui pasidomint apie įmonę, į kurią pretenduojama. Derėtų pasidomėti įmonės tikslus, vizijas, misijas. Ką įmonė atlieka, kokias paslaugas teikia. Taip darbdaviui bus suteikiamas įvaizdis, jog darbuotojas tikrai nori dirbti būtent toje įmonėje, kad jis supranta, kur darbinasi, kokie bus jo uždaviniai šioje įmonėje. Taip pat darbuotojas sudarys teigiamą nuomonę apie save, kadangi rado laiko, noro ir pastangų pasidomėti apie šią įmonę. Darbdavys darbo pokalbyje tikisi iniciatyvos ir iš besidarbinančiojo, jog galėtų nuspręsti, ar šis žmogus yra suinteresuotas lojaliai ir atsakingai dirbti bei rūpintis įmone. Taip pat prieš darbo pokalbį rekomenduojama paruošti klausimus darbdaviui. Taip darbuotojas atrodys labiau susidomėjęs darbo vieta. Žvaginytė (2020) pateikia keletą pavyzdžių, kokius klausimus galima paruošti darbdaviui einant į darbo pokalbį:

1. Dėl kokių priežasčių ieškote darbuotojo?
2. Kaip atrodytų mano darbo diena?
3. Kokie didžiausi iššūkiai gali būti šioje pozicijoje?
4. Kokią sprendimų laisvę turėčiau, jeigu būčiau priimtas į šį darbą?
5. Kaip įmonė vertina/investuoja į savo darbuotojus?
6. Kokie jūsų plėtros planai?
7. Kokia yra įmonės struktūra? Kokia komandos sudėtis, kuriai priklausyčiau?
8. Kokie yra veiklos vertinimo rodikliai (KPI)?
9. Kokie yra pagrindiniai klientai?
10. Kokie kompanijos konkurenciniai pranašumai?
11. Kokiomis vertybėmis vadovaujatės darbe?

Šie klausimai padės geriau apsispręsti, ar šis darbas yra tinkamas. Ar žmogus įsivaizduoja save tokioje darbo vietoje, ir ar tai yra geriausia vieta, kurioje jis gali įsidarbinti lyginant su kitomis įmonėmis. Po įsidarbinimo klausti įvairių dalykų gali būti per vėlu. Galbūt tik po kelių dienų darbo paaiškės, jog ši darbo vieta nėra tinkama. O išeiti iš darbo vietos yra sunkiau, nei į ją neįsidarbinti. „Vadovaujantis Darbo kodekso 55 straipsnio 1 dalimi, yra rašomas prašymas nutraukti darbo sutartį praėjus 20 kalendorinių dienų. <...> Darbdaviui nesutikus atleisti darbuotojo anksčiau, darbuotojas privalo dirbti iki atleidimo dienos, kitaip neatėjus į darbą bus traktuojama kaip pravaikšta“ (UAB

„Justicija“, n.d.). Todėl teks dar tam tikrą laiką toliau dirbti įmonėje, kurioje nepatinka, iki kol darbdavio paliepimu bus galima išeiti iš darbo.

Prieš einant į darbo pokalbį, derėtų pasirinkti išvaizda. Derėtų tinkamai pasirinkti aprangą, šukuoseną, aksesuarus, ar makiažą, kad išvaizda būtų tvarkinga ir profesionali. „Pagrindinė aprangos darbo pokalbio metu taisyklė: apranga turi būti „teisinga“, t.y. atspindėti pareigas, į kurias pretenduojate“ (Brazaitytė, 2017). Kiekviena specialybė turi savo aprangos kodeksą. Vienur gali dirbti su laisvalaikio drabužiais, o kitose tenka apsivilkti formalius, puošnius drabužius. Taip pat jei darbinamasi pavyzdžiui įvairiose grožio ar makiažo kompanijose, darbdavys tikrai atkreips dėmesį į makiažą ar higieną. Tačiau, „net jei pareigoms, į kurias pretenduojate nėra taikomi griežti aprangos reikalavimai, daugiau laimėsite į pokalbį atėję vilkėdami oficialiais drabužiais“ (Brazaitytė, 2017). Formalūs drabužiai parodys pagarbą darbdaviui, darbovietai, jog iš tikrųjų stengiamasi dėl darbo vietos, ir tokie drabužiai neabejotinai atrodys tvarkingiau, nei įprasta laisvalaikio apranga. Renkantis, ką apsirengti į darbo pokalbį taip pat derėtų pasirinkti tinkamas drabužių spalvas. „<...> geriausia rinktis tamsios spalvos kostiumą ir subtilių spalvų marškinius. Baltas kostiumas ir raudoni marškiniai pokalbyje dėl darbo atrodytų keistai“ (Brazaitytė, 2017).

Apibendrinant galima teigti, kad darbo pokalbyje yra svarbu daug aspektų. Vienas jų – pasiruošimas prieš darbo pokalbį. Pavyzdžiui pasidomėjimas apie įmonę, darbą ar net tinkamos aprangos pasirinkimas, kuri būtų formali, neryški, pasirinkti tinkami aksesuarai ir t.t. Taip pat atėjus darbo pokalbio dienai svarbu nevēluoti ir padaryti gerą pirmąjį įspūdį darbdaviui. Taip pat labai svarbu sudaryti gerą įspūdį komunikuojant: taisyklingai kalbant, klausiant klausimų, papasakojant savo stipriąsias savybes ir t.t.

Darbo pokalbių klaidos

Darbo pokalbiai ne visada eina sklandžiai ar be trūkumų. Dažnai yra daromos tam tikros klaidos, apie kurias kartais besidarbinantieji darbuotojai net nepagalvoja.

Viena iš klaidų, kurias daro norintys įsidarbinti – eidami į darbo pokalbį neapgalvoja klausimų, kuriuos galėtų užduoti darbdaviui. Kaip ir anksčiau buvo minėta, tai yra svarbus principas darbo pokalbyje. Kadangi užduodant klausimus galima susižinoti, ar ši įmonė tinkama darbuotojui. „Darbdavys visada susidaro teigiamą įspūdį apie darbuotoją, kai jis yra pasiruošęs klausimus apie darbo poziciją arba jei ir nepasiruošia klausimų, klausia jų per darbo pokalbio eigą <...>. <...> Klausdamas, Tu atrodysi, jog esi motyvuotas, pasiruošęs ir rimtas kandidatas, ir kad Tau rūpi, ką sako darbdavys“ (International student identity card [ISIC], 2021).

Kita dažnai daroma klaida, kuri buvo nurodyta darbo pokalbių principuose – vėlavimas. Kaip jau buvo minėta, pirmą įspūdį gali sudaryti tik vieną kartą. O vėlavimas sudarys neigiama įspūdį darbdaviui. Geriausia yra atvykti net anksčiau, nei nurodytas darbo pokalbio laikas. „Geriausia yra atvykti į darbo pokalbį, jei jis vyks gyvu kontaktiniu būdu, 15 minučių prieš paskirtą laiką. <...> Jei kalbame apie virtualų darbo pokalbį, kuris yra populiarus ypač šiais laikais, geriausia yra prisijungti 5 minutėmis anksčiau <...> „ (ISIC, 2021)

Darbo pokalbyje derėtų neužmiršti, jog yra svarbu ne tik verbalinė kalba, tačiau ir neverbalinė. Dažnas darbuotojas, atėjęs į darbo pokalbį jaučia stresą, ir dėl to jo kūnas tarsi „užsirakina“. Tokia kalba pasidaro kaip roboto. Judant kūnui, gestikuliuojant, rodant veido mimikas besidarbinantysis atrodo labiau atsipalaidavęs, pasitikintis savimi, gerai pasiruošęs darbo dienai ar būsimajam darbui. Dauguma darbdavių į savo komandą ir nori priimti kuo laisvesnius, draugiškesnius, atsipalaidavusius žmones, jog ne tik darbas būtų geras, tačiau ir kolektyvas. Pasitikėjimas savimi taip pat darbdaviui parodys, jog darbuotojas yra užtikrintas, kad žino kur darbinasi, kokį darbą jam reikės atlikti ir tai, jog tą darbą gebės atlikti nepriekaištingai, greitai ir be trikdžių. Padėti atrodyti pasitikinčiam savimi taip pat gali akių kontaktas. Derėtų stengtis kuo rečiau nukreipti žvilgsnį kitur. Palaikant akių

kontaktą darbuotojas parodys, jog jis iš tiesų yra suinteresuotas darbu, jis ne tik girdi, tačiau ir klausosi. Darbdavys pastebės tai, ir tikrai įvertins.

Viena didelių ir dažnų klaidų, daromų darbo pokalbyje – melavimas. Darbuotojai mėgsta meluoti apie save, savo savybes, plusus, minusus vien tam, kad įtiktų darbdaviui ir būtų užtikrinti, jog bus įdarbinti. Tačiau kas įvyks po darbo pokalbio? Derėtų suvokti, jog visą darbo laiką nepavyks apsimetinėti kažkuo kitu. Nepavyks visada atrodyti tvarkingam, charizmatiškam, paslaugiam ir t.t. Anksčiau ar vėliau yla išlenda iš maišo, ir kolegos pamatys tikrąjį veidą. Tačiau baisesnis melas yra, kai meluojama apie darbo patirtį. Juk atėjus laikui, kai teks atlikti darbą, visi supras, jog patirties neturima jokios.

Taip pat darbo pokalbyje derėtų vengti banalumo. Pasakojant apie save, beveik kiekvienas gali papasakoti, kokie jie šaunūs, draugiški, komunikabilūs ir t.t. Tačiau darbdaviai tikisi visai ko kitko. „Pateik rimtus argumentus, kodėl nori įsidarbinti į šią darbo poziciją, visas savo darbinės patirtis paversk privalumais, kurie rodytų, kaip tai gali prisidėti prie būsimo darbo“ (ISIC, 2021)



3 pav. Dažniausiai daromos klaidos darbo pokalbyje

Sudaryta autorės pagal: ISIC, 2021

Kaip jau buvo minėta darbo pokalbių principuose – labai svarbu komunikacija. O viena didžiausių klaidų, kurias daro darbuotojas darbo pokalbyje – per mažai komunikuoja, tarsi būtų ne pokalbyje, o interviu. Į darbdavio pateikiamus klausimus derėtų atsakyti pilnais sakiniais, kuo išsamiau. Netinka atsakinėti po vieną žodį, ar labai trumpais sakiniais. Tokiu atveju darbuotojas neatrodys suinteresuotas ir motyvuotas gauti darbo vietą.

Apibendrinant galima teigti, jog darbo pokalbyje visi daro klaidų. Vienos yra didesnės, kitos mažesnės. Viena iš didesnių klaidų – melavimas. Melavimas apie save, savo gyvenimą, darbo patirtį ir t.t. Kitos klaidos gali būti mažesnes, pvz. banalumas, neverbalinės (akių kontakto nepalaikymas, susikaustymas, atsitraukimas nuo pašnekovo ir kt.) ar verbalinės (netinkamai parinkti žodžiai, neišsamus kalbėjimas, nevertotinos kalbos vartojimas ir kt.) kalbos klaidos ir t.t.

Išvados

1. Darbo pokalbiai ne vienam gali sukelti stresą, tačiau žinant pagrindinius principus ir ko darbdavys tikisi iš darbuotojo, besidarbinantysis gali pasirodyti tinkamu darbo pozicijai, ir išvengti streso. Pirmiausia derėtų nepamiršti apie pirmojo įspūdžio svarbą, ir tai, kad jo negali pakeisti. Kad darbuotojas parodytų gerą pirmąjį įspūdį apie save, jis gali pasirinkti tinkamą aprangą, laiku atvykti. Darbo pokalbio eigoje derėtų nepamiršti komunikacijos svarbos. Tiek verbalinės, tiek neverbalinės. Reikia nepamiršti, jog kalbėti reikia mandagiai, išsamiai, užduoti klausimus, o taip pat ir neužmiršti akių kontakto, bei kitų neverbalinės kalbos aspektų. Taip pat yra daug kitų dalykų, kuriuos reikia atlikti prieš darbo pokalbį – pasidomėti apie įmonę, susigalvoti klausimų ir kt. Suvokiant ir žinant šiuos darbo pokalbių principus, pokalbis praeis sklandžiai ir darbuotojas jausis pasiruošęs, o darbdavys – sužavėtas.

2. Darbo pokalbiuose yra nemažai klaidų, kurias daro darbuotojai. Jos susideda iš netinkamo kalbėjimo, vėlavimo ir kt. Svarbu yra nemeluoti apie save, savo patirtį ir gyvenimo būdą. Reikia gebėti išsiskirti iš minios, ir nedaryti daugumos darbuotojų daromos klaidos – būti banaliam, trumpai ir paprastai atsakinėti į klausimus, apie save papasakoti per mažai ir netiksliai, neapibūdinti savo tikslų, siekių ir ko tikimasi iš darbovietės.

Literatūra

1. Braingym (2020). Kas yra kognityvieji įgūdžiai? Kuo jie tokie svarbūs mūsų intelektui, talentams bei gebėjimams? Prieiga per internetą: <https://www.braingym.lt/kas-yra-kognityviniai-igudziai-kuo-jie-tokie-svarbus-musu-intelektui-talentams-bei-gebejimams/>
2. Brazaitytė E. (2017). Pokalbis dėl darbo: aprangos kodas. Prieiga per internetą: <https://www.visasverslas.lt/portal/categories/13/1/0/1/article/12/pokalbis-del-darbo-aprangos-kodas>
3. Buffet, J. (2022). Top Traits and Qualities Employers Look for in 2022. Prieiga per internetą: <https://zety.com/blog/traits-and-qualities-employers-look-for>
4. International student identity card [ISIC] (2021). 12 klaidų, kurias Tu darai per darbo pokalbį. Prieiga per internetą: <https://www.isic.lt/12-klaidu-kurias-tu-darai-per-darbo-pokalbi/>
5. Kuprienė, L. (2013). *Dalykinio pokalbio struktūra ir jos taikymas darbuotojų atrankos interviu metu*. Profesinės studijos : teorija ir praktika, p. 104-108. Prieiga per EBSCOhost <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=0f77eab3-5f6b-4f1f-b3b1-1cc5384407ac%40redis>
6. UAB „Justicija“ (n.d.). Išėjimas iš darbo. Ar reikia „atidirbti“ 20 kalendorinių dienų? Prieiga per internetą: <https://justicija.eu/isejimas-darbo-ar-reikia-atidirbti-20-kalendoriniu-dieniu/>
7. Žukauskaitė, I. (2017). *Pretendentų bendrųjų gebėjimų įvertinimo sąsajos su karjera Lietuvos valstybės tarnyboje. Psichologija*, 56, 56-71. Doi: <https://doi.org/10.15388/Psichol.2017.56.11526>
8. Žvaginytė, E. (2020). Darbo pokalbis: ką reikia žinoti ir kaip pasiruošti? Prieiga per internetą: <https://www.amston.lt/blog/darbo-pokalbis-ka-reikia-zinoti-ir-kaip-pasiruosti/>

JOB INTERVIEWS: PRINCIPLES AND MISTAKES

Summary

Almost everyone have to experience job interviews. Sometimes they might be hard and stressful or sometimes it can be easy, especially if you know main job interviews principles and which mistakes to avoid.

The main principles in job interviews are how you act during them. For example, it is very important to know how to communicate. Communication is the main thing in interviews. Employee must be ready to communicate well. They need to talk in fluent language, avoid slang, be polite and relaxed. If employee won't be relaxed, he will almost talk like a robot. Then an employer will think that he is not self-confident, and it will be a negative impact in the job interview. Employers often look for someone, who is self-confident, so that they know, that the employer will know what they are doing, where are they applying etc.

Also, employers must do some “homework” before the job interview. For example, to learn something about the company, or to even choose the right clothes, jewelry, makeup, or hair. There is a thing, that usually for job interviews it is best to wear dark, neutral colors, like black, dark blue or brown.

Also, we cannot forget about doing the best first impression we can, because you can only do it once. For example, employers should not be late to the job interview, because they will make a bad first impression to the employer. If they will see that worker tend to be late, they might think that he is not suitable for them, just because of lack of punctuality.

And for mistakes, it could be said, that the main and often done mistakes are – lying. Employees tend to lie about themselves, or job experience. Soon or later, employer and co-workers will see the truth about a worker, and it will not benefit them. You cannot pretend for a long time.

Also, one of the mistakes is that people forget to use nonverbal communication. They forget to use gestures, face mimicry or to maintain eye contact, to look more relaxed and self-confident.

And finally, employees should not forget about questions, that they could ask employers. That way they will look more ready and organized.

PARDAVIMO PERSONALO MOTYVACINĖS PRIEMONĖS: TEORINĖ ANALIZĖ

Virginija Vaškevič

Lektorė Nijolė Kašėtienė

Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Pardavimo skatinimas yra svarbiausias marketingo komunikacijos elementas, susidedantis iš įvairių (dažniausiai – trumpalaikių) priemonių, skatinančių vartotojus ar prekybininkus išmėginti konkrečią prekę ar ją pirkti dažniau ir didesniais kiekiais. Reklama teikia priežastį pirkti, o pardavimo skatinimas – paskatą pirkti. Pardavimo skatinimo veiksniai gali būti nukreipti į vartotojus (mėginiai, kuponai, pinigų grąžinimas, nuolaidos, premijos, prizai, vartotojų apdovanojimai, nemokamas prekių išmėginimas, garantijos, priedai, kombinuotas skatinimas, prekės reklama pirkimo vietoje ir prekės demonstravimas); į prekybininkus (kainų mažinimas, reklamos išmokos ir nemokamos prekės) ir įmonių pardavimo personalą (pardavimo parodos, pardavimo atstovų konkursai ir speciali reklama).

Straipsnio tikslas – apžvelgti pardavimo personalo valdymo teorinius aspektus.

Darbo uždaviniai:

1. Išnagrinėti pardavimo personalo tikslų reikšmę.
2. Išanalizuoti pardavimo personalo valdymo principus.
3. Apibūdinti pardavimo personalo rezultatyvumo ir motyvavimo būdus.
4. Išnagrinėti asmeninio pardavimo principus.

Darbo metodai – mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Pardavimo personalo tikslai

Įmonės turi nustatyti konkrečius tikslus, kurių privalo siekti pardavimo darbuotojai. Pavyzdžiui, įmonė gali norėti, kad jos pardavimo darbuotojai 80 procentų laiko skirtų esamiems vartotojams ir 20 procentų – potencialiems vartotojams, taip pat 85 procentų laiko – esamoms prekėms ir 15 procentų – naujoms prekėms.

Konkreči darbo schema priklauso nuo pasiūlymų ir vartotojų, tačiau nepriklausomai nuo prekių pardavėjai turi atlikti vieną ar kelias iš šių funkcijų: ieškoti potencialių vartotojų; spręsti, kaip paskirstyti savo laiką tarp esamų ir potencialių vartotojų; bendrauti (perduoti informaciją apie įmonės prekes); parduoti (susisiekti su vartotojais, pristatyti prekes, atsakyti į klausimus ir įvykdyti pardavimą); aptarnauti (padėti spręsti problemas, teikti techninę pagalbą, organizuoti finansavimą bei prekių pristatymą); rinkti informaciją (atlikti rinkos tyrimus, sisteminti informaciją); paskirstyti prekes (kai trūksta prekių, spręsti, kuriems vartotojams pristabdyti jų teikimą) (Dudėnas, 2008).

Norėdami įgyvendinti įmonės pardavimo tikslus pardavimo darbuotojai turėtų laikytis „vartotojų valdytojų“ strategijos ir siekti užmegzti naudingus ryšius tarp perkančiosios ir parduodančios organizacijų. Efektyvus pardavimas kuo toliau, tuo labiau reikalauja komandinio darbo ir personalo narių paramos, - pavyzdžiui, aukščiausios grandinės vadovų pagalba reikalinga tada, kai iškyla pavojus netekti nacionalinės reikšmės vartotojų ar prarasti didelę pardavimo dalį; techninio personalo – kai vartotojams reikalinga techninė pagalba bei aptarnavimas; vartotojų aptarnavimo specialistų – kai reikia sumontuoti ir prižiūrėti įrenginius bei teikti kitas paslaugas; administracijos – atlikti pardavimo analizę, užsakymus, administracinį darbą.

Pasirinkusi prekių pardavimo būdą, įmonė turi nuspręsti, ar naudotis:

- Įmonės pardavimo padalinio darbuotojų, dirbančių visą darbo dieną ar dalį darbo dienos, paslaugomis. Tai vidaus personalo, bendraujantis su vartotojais įmonės viduje (telefonu,

faksu, elektroniniu paštu) ir priimantis potencialius vartotojus; bei mobilusis personalas, kuris keliauja ir lanko vartotojus.

- Nepriklausomais pardavimo atstovas. Tai gamintojų atstovai, pardavimo agentai ir makleriai, kuriems mokami nuo pardavimo apimčių priklausantys komisiniai.

Nuo pardavimo personalo strategijos priklauso ir pardavimo personalo struktūra. Jei įmonė parduoda vieną prekių asortimento liniją vienos pramonės šakos galutiniams vartotojams, esantiems skirtinguose vietovėse, ji naudos teritorinę pardavimo struktūrą. Jei įmonė parduoda daug prekių skirtingų tipų vartotojams, jai gali prireikti prekės ar rinkos pardavimo atstovų. Kai kurioms įmonėms reikia sudėtingesnės struktūros. Pavyzdžiui, „Motorola“ turi keturių tipų pardavimo atstovus:

1. strateginės rinkos pardavimo atstovai – tai technikos, programų ir kokybės inžinieriai bei aptarnaujantysis personalas, skirtas pagrindiniams vartotojams;
2. geografiniai pardavimo atstovai, orientuoti bendrauti su vartotojais, esančiais įvairiose teritorijose;
3. paskirstytojai, bendraujantys su įmonės prekių tarpininkais ir jiems padedantys;
4. vidiniai pardavimo atstovai, vykdančys telemarketingą ir priimančys užsakymus.

Strategija taip pat galima laikyti tam tikrų, sąmoningų įmonės veiksmų planu, padedančių siekti numatytų tikslų. Strategija – tai nuolatos judėjimas, tobulinant, koreguojant strateginį planą, remiantis iš aplinkos gaunama informacija, kuri siejama su įmonės veikla ir ją veikiančiais veiksniais (Ibrahim, Harrison, 2019).

Pasirinkusi pardavimo personalo strategiją ir struktūrą bei atsižvelgdama į tai, kiek vartotojų reikia pasiekti, įmonė yra pasirengusi priimti sprendimą dėl pardavimo darbuotojų skaičius. Itin paplitęs pardavimo personalo skaičiaus nustatymo būdas – iš penkių etapų susidedantis darbo krūvio skaičiavimo metodas:

1. sugrupuoti vartotojus į klases pagal metinio pardavimo apimtį,
2. nustatyti, kaip dažnai su jais reikėtų bendrauti, kiek kartų per metus reikėtų kreiptis į kiekvieną kiekvienos grupės vartotoją,
3. padauginti vartotojų, priskirtų kiekvienai grupei, skaičių iš kreipimosi į jį kartų; gautas skaičius reiškia, kiek iš viso kartų reikia kreiptis į vartotojus per metus,
4. nustatyti, kiek vidutiniškai kontaktų per metus gali atlikti pardavimo atstovas,
5. padalyti bendrą metinį kreipimosi į vartotojus skaičių (gautą 3 etape) iš vieno atstovo kreipimosi į vartotojus skaičiaus (gauta 4 etape); gautas skaičius reiškia, kiek pardavimo atstovų jums reikia.

Norėdama pritraukti aukščiausios kvalifikacijos pardavimo darbuotojus įmonė privalo siūlyti patrauklų kompensacijų paketą. Pardavimo darbuotojų kompensaciją sudaro keturios dalys: fiksuota kompensacijos dalis, kintanti kompensacijos dalis, išlaidų apmokėjimas ir privilegijos. Fiksuota dalis (darbo užmokestis) užtikrina stabilus pardavimo darbuotojų pajamas (Dudėnas, 2008). Kintanti dalis (komisiniai, premijos ar pelno dalis) yra skatinamoji priemonė. Išlaidų apmokėjimas – tai pardavimo darbuotojų kelionių, nakvynės, maitinimosi ar reprezentacinių išlaidų apmokėjimas. Privilegijos (apmokėtos atostogos ar gyvybės draudimas) teikia saugumo ir pasitenkinimo jausmą.

Tradicinė marketingo strategijos apibrėžtis yra įmonės tikslų siekimo planas arba kaip įmonė ketina pasiekti marketingo tikslus su konkrečiu rinkos segmentu (Rahman, Sultana, Sharkar, 2019). Tai paaiškina, kad marketingo strategija yra planas apie tai, kaip įmonė sieja savo turimus išteklius su aplinka ir siekia įmonės tikslų, stengiantis sukurti ekonominę vertę, ir išlaikyti įmonę prieš konkurentus.

Apibendrinant galima teigti, kad strategija – tai apgalvota ir ilgalaikė organizacijos plėtros kryptis bei apibrėžtam laikotarpiui veiklos veiksmų sistema, kuri sudaro galimybes organizacijai įgyvendinti jos tikslus ir yra pagrįsta remiantis jos veiklos sritimis ir formomis, vidiniais ištekliais bei

pozicija išorinėje aplinkoje. Aiškios veiklos strategijos bei veiksmų plano įgyvendinimas sudarytų sąlygas įmonėms įgyti konkurencinį pranašumą bei sąmoningai ir efektyviai valdyti savo verslą.

Pardavimo personalo valdymas

Norint įdiegti pasirinktą pardavimo personalo formą ir pasiekti užsibrėžtų pardavimo personalo tikslų būtina efektyviai valdyti pardavimo personalą. Pardavimo personalo valdymas - tai pardavimo darbuotojų pritraukimas, atranka, mokymas, priežiūra, motyvavimas bei įvertinimas (1 paveikslas).



1 pav. Pardavimo personalo valdymas

Šaltinis: Kotler, P. (2007). Marketingo valdymo pagrindai. Klaipėda: Logitema.

Vykdydama pardavimo atstovų atranką įmonė iš pradžių gali apklausti vartotojus, kokias pardavėjų savybes jie labiausiai vertina. Dauguma vartotojų noro sąžiningų, patikimų, patyrusių bei paslaugių pardavimų darbuotojų. Tačiau nustatyti, kokios savybės lemia pardavimo sėkmę, sunku. (Dudėnas, 2008). Daugybė tyrimų parodė, kad pardavimo sėkmė mažai priklauso nuo pardavimo atstovų žinių, patirties, užimamo statuso, gyvenimo stiliaus, požiūrių, asmenybės bruožų ar įgūdžių. Asmens tinkamumą pardavimo darbuotojo darbui geriau įvertina tyrimų ir vertinimo centrai, kur sukuriama darbinė aplinka, ir kandidatai vertinami aplinkoje, panašioje į potencialios darbovietės aplinką. Tellezas (2017) priduria, jog marketingas ne tik paprasta valdymo sistema, bet ir mokslas, edukacinis procesas ir filosofija.

V. Sūdžius teigia, kad pardavimų valdymas, kaip pardavimo tikslų siekimo procesas, yra analizuojamas, planuojamas, koreguojamas ir kontroliuojamas. Pardavimų valdymas yra pardavimų funkcijų ir operacijų valdymas siekiant užsibrėžtų įmonės ūkinės komercinės veiklos tikslų, todėl tam naudojamos visos pardavimų valdymo priemonės, pardavimų personalo valdymo principai ir galimybės. Yra įvairių marketingo komplekso modelių skirtingiems tikslams, kurių kiekvienas turi skirtingus komponentus. Marketingo komplekso sąvokos taikymas tebėra tinkamas ir efektyvus įmonės veiklos valdymui ir analizei, nes jis išskiria pagrindinius įmonės komponentus, teikiančius įmonės planavimą, valdymą ir kontrolę (Sahadev, Muralidharan, Singh, 2021).

Apibendrinant galima teigti, jog gerinant pardavimo personalo valdymą, reikėtų suformuoti kryptingą personalo valdymo strategiją, pasiekti užsibrėžtų pardavimo personalo tikslų, o tam svarbu vykdyti glaudesnę bendradarbiavimą tarp personalo politikos formavimo grupės, personalo tarnybos ir tarnybų vadovų. Į personalo tarnybą priimti naujų žmonių, turinčių darbo patirtį ir vadybinį, teisinį, ekonominį ar psichologinį išsilavinimą, nes šiandien asmeniniam pardavimui ypač svarbūs derybų ir santykių marketingo įgūdžiai.

Pardavimo darbuotojų rezultatyvumas ir motyvavimas

Kiek kartų per metus įmonė turėtų kreiptis į konkretų vartotoją? Kai kurie tyrimai rodo, kad pardavimo darbuotojai per daug laiko skiria smulkesniems ir ne itin mokiems vartotojams, o turėtų atvirkesniai - daugiau dirbti su didesniais ir mokesniais vartotojais.

Todėl įmonės dažnai nurodo, kiek laiko pardavimo darbuotojai turi skirti naujų vartotojų paieškai. Pavyzdžiui, bendrovė „Spector Freight“ reikalauja, kad pardavimo darbuotojai potencialių vartotojų paieškai skirtų 25 procentų laiko ir nustotų kreiptis į juos po trijų nesėkmingų skambučių (Dudėnas, 2008). Potencialių vartotojų paieškos standartai taikomi tam, kad pardavimo darbuotojai, dirbdami savarankiškai, didžiąją dalį laiko skirtų esamiems vartotojams, kurių pirkimo galimybės jau žinomos, nei bendrautų su potencialiais vartotojais, kurie gali niekada nieko nenupirkti. Kai kurios įmonės naujų vartotojų paiešką patiki misionieriaus tipo pardavimo atstovams.

Tyrimai rodo, kad geriausi pardavimo darbuotojai yra tie, kurie moka efektyviai valdyti savo laiką. Viena iš planavimo priemonių yra laiko ir užduočių analizė, padedanti pardavimo darbuotojams suprasti, kaip jie išnaudoja savo laiką ir kaip galėtų padidinti rezultatyvumą. Iš tikrųjų pardavimo darbuotojai leidžia laiką planuodami, keliaudami, laukdami, pardavinėdami ir atlikdami įvairiais administracines užduotis (rašydami ataskaitas, išrašinėdami sąskaitas, dalyvaudami susirinkimuose, kalbėdamiesi su įmonės kolegomis apie prekes, pristatymą, sąskaitas, prekybos rezultatus ir kitus reikalus). Nenuostabu, kad turėdami tiek daug pareigų pardavimo darbuotojai savo tiesioginiam savo darbui atlikti - prekėms ir paslaugoms parduoti – gali skirti tik 29 procentų viso darbo laiko.

Norėdami padidinti pardavimo darbuotojų motyvaciją marketingo specialistai turi pasitelkti visų tipų atlygius. Tyrimas, kurio metu buvo vertinama skirtingų atlygių svarba, parodė, kad labiausiai yra vertinamas piniginis užmokestis, po to – paaukštinimas, asmeninis tobulėjimas ir pasiekimo jausmas. Mažiausiai vertinami – pasitikėjimas ir pagarba, saugumas bei pripažinimas. Kitaip tariant, pardavėjus labiausiai motyvuoja piniginis atlygis, galimybė tobulėti bei patenkinti savo vidinius poreikius, o mažiausiai motyvuoja komplimentai ir saugumas (Dudėnas, 2008). Tyrėjai pastebėjo, kad motyvuojančių veiksmų svarba priklauso ir nuo demografinių ypatybių: piniginį atlygį labiausiai vertino vyresni, seniai dirbantys ir didesnes šeimas turintys žmonės. Pripažinimą vertino jauni, nesusituokę ar mažas šeimos turintys žmonės, įgiję labiau formalų išsilavinimą.

Daugelis įmonių savo pardavimo darbuotojams nustato metines pardavimo normas pinigine išraiška, prekių vienetais, marža, pardavimo pastangomis ar veikla bei prekių tipu. Vadovybė dažnai susieja pardavėjų kompensaciją su pardavimo normos įvykdymu. Pardavimo normos nustatomos marketingo planu. Pirmiausia vadovybė parengia pardavimo prognozę, kuri tampa pagrindu gamybos, darbo jėgos ir finansinių reikmių planavimui. Tuomet įmonė gali nustatyti pardavimo normas atskiriems regionams bei teritorijoms, - dažniausiai truputį didesnes nei prognozuojamas pardavimas, - kad paskatintų vadybininkus ir pardavėjus labiau stengtis. Net jei šiems nepavyktų įvykdyti pardavimo normų, įmonė vis tiek gali pasiekti prognozuotas pardavimo apimtis. (Kotler, 2007).

Apibendrinant galima teigti, jog išskirti konkretūs tikslai duoda geresnius darbo rezultatus nei bendro pobūdžio tikslai, pavyzdžiui, „stengitės parduoti kuo daugiau“ – tokį tikslą kiekvienas interpretuotų skirtingai, parduoti dvidešimt komplektų per dieną vienam būtų daug, o kitam mažai. Kadangi vienas iš motyvacinių veiksmų – pasiekimai, pardavimo darbuotojams svarbu žinoti, kad jų darbo rezultatai bus įvertinti, o per pripažinimą bus siekiamą aukštesnių rezultatų. Įmonėje turėtų būti taikomas tikslinis valdymas, nes kartų išsikelti tikslai nurodo pardavimo darbuotojams veiklos kryptį bei padeda siekti geresnių rezultatų.

Asmeninio pardavimo principai

Asmeninis pardavimas – tai tam tikras menas su daugybe taisyklių. Pagrindiniai žingsniai, būdingi sėkmingam pardavimui, parodyti 1 lentelėje. Be to, asmeniniam pardavimui svarbūs derybų įgūdžiai ir santykių marketingas.

Marketingas yra susijęs su mainais ir sandorio sąlygos nustatomos nusistovėjusia įmonės kainodaros ir paskirstymo politika. Jei mainai yra susitarimo objektas, kainos ir kitos sąlygos nustatomos derybų, kurių metu dvi ar daugiau šalių derasi dėl ilgalaikių susitarimų, kelių. Be kainos, deramasi dėl sutarties laiko, prekių ir paslaugų kokybės, pirkimo apimčių, finansinės atsakomybės, rizikos prisiėmimo, rėmimo, nuosavybės į prekę teisių, prekės saugumo. Deryboms vadovaujantis pardavimo darbuotojas privalo turėti pasiruošimo derybos ir derybų planavimo įgūdžių bei žinių apie derybų objektą, gebėti aiškiai ir greitai mąstyti įtampos ir neapibrėžtumo sąlygomis, mokėti aiškiai reikšti mintis, išklaudyti pašnekovą, įvertinti jo siūlymus, būti inteligentiškas, sąžiningas, kantrus bei sugebantis įtikinti kitus (Dudėnas, 2008).

1 lentelė. Pagrindiniai sėkmingo asmeninio pardavimo etapai

Asmeninio pardavimo etapai	Taikymas gamybinės paskirties prekių pardavime
Potencialių vartotojų paieška ir įvertinimas	Įmonių pardavimo darbuotojai ieško naujų galimybių, ir, pabendravę telefonu ar paštu, įvertina jų priimtinumą ir finansinių galimybių lygį. Priimtini potencialūs vartotojai perduodami pardavimo vietose dirbantiems pardavimo darbuotojams, mažiau priimtiniams taikomas telemarketingas.
Darbas iki kontakto su vartotoju	Pardavimo darbuotojai tiria, ko reikia potencialiems vartotojams, kas priima sprendimą pirkti, kokios asmeninės savybės jiems būdingos ir koks jų pirkimo stilius. Pardavimo darbuotojo tikslas – įvertinti potencialų vartotoją, gauti informacijos ar iškart parduoti prekes; jis sprendžia, ar apsilankyti pas vartotoją, ar jam paskambinti, ar parašyti; renkasi kontakto su vartotoju laiką ir nustato bendrą pardavimo strategiją.
Kontaktas su vartotoju	Norėdamas, kad santykiai su vartotoju taptų gero bendro darbo pradžia, pardavėjas turi užtikrinti pradinių kontaktų pozityvumą – užduoti vartotojui svarbiausius klausimus ir išklaudyti vartotoją siekdamas išsiaiškinti jo poreikius.
Pristatymas ir demonstracija	Pardavimo darbuotojas pasakoja vartotojui apie prekę apibūdindamas jos ypatybes, privalumus, teikiamą naudą ir vertę. Pardavimo darbuotojai neturėtų skirti per daug laiko prekės ypatybėms (orientacija į prekę) ir per mažai – jų teikiamai naudai bei vertei (orientacija į vartotoją).
Prieštaravimų įveikimas	Pardavimo darbuotojai turi atremti vartotojų prieštaravimus, išsakytus prekės pristatymo metu, ar kai yra klausimai dėl užsakymo pateikimo. Labai svarbu laikytis teigiamo požiūrio, paprašyti paaiškinti, paklausti, kas sukėlė pirkėjo prieštaravimą, ir jį paneigti arba paversti paskata pirkti.
Pardavimo proceso baigimas	Norėdamas baigti pardavimo procesą pardavimo darbuotojas gali parašyti pateikti užsakymą, reziumuoti, kas susitarta, pasiūlyti pagalbą surašant užsakymą, paklausti, gal vartotojas pageidauja rinktis tarp A ar B prekės, leisti vartotojui pasirinkti prekės spalvą ar dydį arba paaiškinti, ką vartotojas praras neužsisakydamas prekių dabar. Pardavimo darbuotojas gali siūlyti vartotojui specialią kainą ar dovanėlę, paskatinančią užbaigti pardavimo procesą.

Asmeninio pardavimo etapai	Taikymas gamybinės paskirties prekių pardavime
Santykių su vartotoju tęstinumas po pardavimo	Norėdamas užtikrinti vartotojo pasitenkinimą ir bendravimo tęstinumą, pardavimo darbuotojas iškart po pardavimo proceso užbaigimo turi suderinti su vartotoju pristatymo laiką ir pirkimo sąlygas. Be to, pardavimo darbuotojas turi įtraukti į savo planus tolesnį kontaktą su darbuotoju ir patikrinti, ar pristatyta prekė tinkamai sumontuota, ir ar tinkamai mokytas vartotojo personalas. Tokie tikrinamieji kontaktai padeda atskleisti problemas, rodo įmonės domėjimąsi vartotoju bei sumažina santykių nutraukimo galimybes. Toliau būtinas santykių su vartotojais tęstinumas.

Šaltinis: Dudėnas, R. (2008). *Rinkodara*. Šaliai: Lucilijus.

Rinkodara įmonėje prasideda nuo strateginių tikslų, taip apimdama produktą, kainą, rėmimą, pateikimą – keturis rinkodaros komplekso vienetus. Anksčiau įmonėse buvo tokios rinkodaros koncepcijos kaip kad gamybos (kada gaminama daug prekių, kurių maža kaina turėtų skatinti vartotoją pirkti), prekės (įmonė investuoja į prekę, gerindama kokybę, kas turėtų būti lemiamas veiksnys ją įsigyjant), prekybos (svarbiausia bet kokia kaina parduoti produktą). Šiai dienai rinkoje pagrindinės koncepcijos yra rinkodaros (kada visi įmonės tikslai susiveda, į jau minėtą, kuo geresnį vartotojo poreikių patenkinimą) ir socialinio rinkodaros koncepciją (kurios esmę sudaro pastangos siekti verslo tikslų tenkinant vartotojų poreikius ir tuo pačiu atsižvelgiant į visuomenės interesus) (Bunokaitė, 2018). Visos šios koncepcijos keitė ir keičia patį pardavimų skaičių per vartotojo ir pardavėjo santykių prizmę.

Apibendrinant galima teigti, kad pagrindiniais asmeninio pardavimo principais laiko interesų suderinamumo, partnerystės, kvalifikacijos, atsakomybės, optimalių darbo sąlygų, ekonomiško principus. Asmeninio pardavimo ir derybų principai labiau tinka konkrečiam sandoriui (pardavimo procesui) užbaigti. Daugeliu atvejų įmonė trokšta užmegzti ilgalaikius tiekėjo ir vartotojo santykius, todėl stengiasi parodyti, kad ji geriausiai gali patenkinti vartotojo poreikius.

Išvados

1. Pardavimo strategija – tai apgalvota ir ilgalaikė organizacijos plėtros kryptis bei apibrėžtam laikotarpiui veiklos veiksmų sistema, kuri sudaro galimybes organizacijai įgyvendinti jos tikslus ir yra pagrįsta remiantis jos veiklos sritimis ir formomis, vidiniais ištekliais bei pozicija išorinėje aplinkoje. Aiškios veiklos strategijos bei veiksmų plano įgyvendinimas sudarytų sąlygas įmonėms įgyti konkurencinį pranašumą bei sąmoningai ir efektyviai valdyti savo verslą. Strategijos projektavimo procese svarbios trys sąvokos: strategija, strateginis valdymas ir strateginis planavimas.

2. Pardavimo personalo valdymas susideda iš penkių etapų: pardavimo darbuotojų pritraukimo ir atrankos, pardavimo darbuotojų ir techninio personalo mokymo suteikiant jiems informaciją apie įmonės prekes, politiką, dėmesį vartotojui patenkinti; asmeninio pardavimo priežiūros ir pagalbos efektyviai panaudoti darbo laiką; asmeninio pardavimo motyvavimo bei pardavimo normų, piniginių ir papildomo atlygio subalansavimo; individų ar darbo grupių rezultatų vertinimo.

3. Pardavimo personalas atlieka tarpininko funkciją tarp įmonės ir jos vartotojų. Formuojant pardavimo personalą tenka priimti sprendimus dėl jų tikslų, strategijos, struktūros, dydžio ir atlyginimo už darbą. Norėdama nustatyti pardavimo darbuotojų skaičių, vadovybė įvertina bendrą darbo krūvį ir apskaičiuoja, kiek reikės darbo valandų (taigi ir pardavėjų). Kadangi vienas iš

motyvacinių veiksnių – pasiekimai, pardavimo darbuotojams svarbu žinoti, kad jų darbo rezultatai bus įvertinti, o per pripažinimą bus siekiama aukštesnių rezultatų.

4. Asmeninio pardavimo ir derybų principai labiau tinka konkrečiam sandoriui (pardavimo procesui) užbaigti. Daugeliu atvejų įmonė trokšta užmegzti ilgalaikius tiekėjo ir vartotojo santykius, todėl stengiasi parodyti, kad ji geriausiai gali patenkinti vartotojo poreikius. Dideli ir visame pasaulyje veikiantys vartotojai teikia pirmenybę tiekėjams, kurie parduoda ir tiekia tarpusavyje suderintas prekes bei paslaugas į bet kurią vietą, greitai sprendžia išskylančias problemas ir, artimai bendradarbiaudami su vartotojais, tobulina prekes bei procesus.

Literatūra

1. Bunokaitė, A. (2018). *Individualizuotas asmeninis pardavimas: telemarketingo įmonės atvejis* (magistro disertacija, Šaulių universitetas). Prieiga per eLABa http://vddb.laba.lt/obj/LT-eLABa-0001:E.02~2013~D_20130801_123726-39592
2. Dudėnas, R. (2008). *Rinkodara*. Šauliai: Lucilijus.
3. Ibrahim, E. B., Harrison, T. (2019). *The impact of internal, external, and competitor factors on marketing strategy performance*. Prieiga per Taylor & Francis Online duomenų bazę: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0965254X.2019.1609571>
4. Kotler, P. (2007). *Marketingo valdymo pagrindai*. Klaipėda: Logitema.
5. Rahman, M., Sultana, R., Sharkar, A. (2019). *Effective Factors of Service Marketing Mix on Tourist Satisfaction: A Case Study*. Prieiga per ResearchGate duomenų bazę: https://www.researchgate.net/publication/334125733_Effective_Factors_of_Service_Marketing_Mix_on_Tourist_Satisfaction_A_Case_Study
6. Sanclemente-Téllez, J. C. (2017). *Moving between broadening the concept of marketing and social factors as a marketing strategy*. Prieiga per ESIC <https://fardapaper.ir/mohavaha/uploads/2017/11/Marketing-and-Corporate-Social-Responsibility-CSR.-Moving-between-broadening-the-concept-of-marketing-and-social-factors-as-a-marketing-strategy.pdf>
7. Sahadev, S., Muralidharan, S., Singh, P. (2021). *Introduction to the special issue on marketing communications and sustainability*. Prieiga per Taylor & Francis Online duomenų bazę: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527266.2021.1942145>

Motivation measures for sales staff: theoretical analysis

SUMMARY

A strong sales strategy plan creates the foundation for a cohesive and successful sales organization. Sales strategies and initiatives also align salespeople on shared goals and empower them to do their best work — keeping them happy and successful, too. A sales strategy is a plan by an individual or a company to sell products or services to generate and increase revenue. It enables you to sell your products or services over and over again successfully. This strategy is always tested, evaluated, and optimized to achieve the desired results. A sales strategy is concerned about generating real, quantifiable profits. No matter how good your product or marketing plan is, it will be for nothing if your sales process can't produce results. Sales managers often start this process by creating a list of potential customers called accounts. They then prioritize those accounts based on factors such as size, growth rate, and buying power, so they can focus on selling only to the most likely prospects first instead of wasting time pursuing unlikely buyers who won't buy anyway.

After salespeople have identified their accounts, they determine which products or services to sell. Then they create a sales plan that maps out the steps needed to turn prospects into customers and keep them satisfied so they will remain loyal in the future. Sales planning can be an ongoing process throughout the year, where sales reps are constantly reevaluating every account's status on a regular basis by tracking new leads or new opportunities with existing ones. This can be done each month or each quarter. It allows sales managers to better understand how their team is performing against quotas for different types of customer business segments at specific times of the year based on seasonality factors associated with product lines being sold.

Pasitikėjimo savimi įtakos karjerai tyrimas
Veronika Kochanska
Mokslinė vadovė – lektorė Gitana Mečiejienė
Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas

Įvadas

Sparčiai besivystančiame pasaulyje kiekviena diena atneša naujų pokyčių visose gyvenimo srityse: ekonomikoje, politikoje bei technologijose. Dėl šių pokyčių atsiranda naujų profesijų, keičiasi darbo pobūdis, darbo aplinka ir t.t. Karjera – viena iš svarbiausių žmogaus gyvenimo dalių. Dažniausiai sėkmę karjeroje patiria žmonės, kurių profesija atitinka jų poreikiams. Savęs pažinimas – tai kelias į karjerą. Norint save pažinti, reikia suprasti, kad tai nuolatinis darbas, kuris padeda atskleisti stipriąsias savo puses ir silpnąsias, kurias reikėtų stiprinti. Tik gerai save žinantis žmogus, gali pasirinkti karjerą ir gyvenimo kelią, kuris teikia džiaugsmą, pilnatvės bei pasitikėjimo savimi jausmą. Todėl pasitikėjimo savimi tema yra labai aktuali visiems.

Straipsnio tikslas – apžvelgus pasitikėjimo savimi teorinius aspektus, apklausos dėka įvertinti pasitikėjimo savimi įtaką sėkmingai karjerai bei pateikti išvadas.

Straipsnio uždaviniai:

1. Aptarti pasitikėjimo savimi teorinius aspektus bei jo reikšmę ir svarbą žmogaus gyvenime.
2. Atlikti apklausos tyrimą apklausiant dirbančius studentus apie pasitikėjimo savimi įtaką kylant karjeros laiptais.

Pasitikėjimas savimi

Pasitikėjimas savimi – savo veiksmų ir sugebėjimų vertinimas. Pasitikėjimas savimi susideda iš dviejų komponentų. Pirmasis yra tikėjimas asmenine kompetencija, tai problemų sprendimas, emocijų kontrolė ir tinkamas bendravimas su kitais asmenimis. Antrasis komponentas yra pagarba sau - savęs pažinimas, savęs vertinimas bei priėmimas. Norint labiau mylėti save, reikia pasirūpinti savimi, atleisti sau už padarytas klaidas, pagirti save, gerbti savo kūną bei skirti laiko savo pomėgiams (Cikanavičius, 2012).

Žmonės patikintys savo jėgomis ir galintys kontroliuoti savo emocijas, veiksmus bei patį gyvenimą – yra savimi pasitikintys žmonės. Pasitikintys žmonės neišvengia klaidų ar nesėkmių, bet jie gali prisiimti atsakomybę už savo veiksmus bei suprasti, kad visą gyvenimą reikia mokytis ir tobulėti (Perry, 2022). Nepasitikintys savimi žmonės priklauso nuo kitų žmonių nuomonės ir aplinkinių įvertinimo. Jie bijo padaryti klaidas, dėl to nelinkę rizikuoti (1 lentelė).

1 lentelė. Pasitikinčių ir nepasitikinčių savimi žmonių savybių skirtumas

Pasitikinčio savimi žmogaus savybės:	Nepasitikinčio savimi žmogaus savybės:
Žino savo stipriąsias ir silpnąsias savybes;	Pervertinamos bei akcentuojamos neigiamos savybės ir nuvertinamos, ignoruojamos teigiamos;
Didžiuojasi savo pasiekimais ir ramiai priima nesėkmes, kritiką;	Nuvertina savo pasiekimus ir pernelyg emocionaliai priima nesėkmes bei kritiką;
Prisiima atsakomybę už savo veiksmus ir pasirinkimus;	Bijo prisiimti atsakomybę už savo veiksmus, elgesį bei sprendimus;
Vertina kitų nuomonę, tačiau esant poreikiui gali veikti ir be palaikymo;	Jaučiasi nieko nevertas, prastesnis už kitus;

Šaltinis: sudaryta autorės pagal nurodytus literatūros šaltinius.

Pasitikėjimas savimi formuojasi santykiuose su kitais žmonėmis ir jis yra viena svarbiausių sąlygų tarpusavio santykiams. Nuo tėvų požiūrio į savo vaikus priklauso tai, kaip vaikai vertina save vaikystėje. Tėvai turi išmokyti vaiką savarankiško gyvenimo, vaikas turi būti skatinamas nebijoti iššūkių ir sunkumų. Tėvai turi pasirūpinti bei palaikyti savo vaikus, dėl to, jie jaučiasi galintys pasiekti tikslą ir ateityje nebijos daryti klaidų. Priešingai, kai vaikas yra kritikuojamas tėvais, tuo pačiu kritika skatina žemos savivertės formavimą, nes vaikas nėra mokamas susidoroti su problemomis, o yra skatinamas bijoti nesėkmių. Mokykloje labai svarbus bendravimas bei palaikymas iš mokytojo pusės. Jeigu mokinys sulaukia palaikymo iš mokytojų, jį lydės sėkmė moksle, nes palaikymas stiprina pasitikėjimą savimi. Bet jeigu mokykloje nėra palaikymo, supratimo ir patiriamos patyčios, tokiu būdu formuojasi nepasitikėjimas savimi. Draugai irgi turi įtaką pasitikėjimo savimi jausmui, jei žmogus apsuptas supratingais, jo laimėjimais besidžiaugiančiais ir sunkiomis akimirkomis palaikančiais draugais, tikriausiai, kad tas žmogus bus savimi pasitikintis.

Nuo pasitikėjimo savimi priklauso tai, kaip žmogus mato bei suvokia aplinkinį pasaulį. Jeigu žmogus gerai save vertina bei pasitiki savimi – tai pasaulį mato pozityviai, draugiškai ir spalvingai. „Nuo mūsų požiūrio ir savijautos priklauso beveik viskas. Nuo to, kaip priimsime aplinkos dirgiklius ir kaip reaguosime į esamą situaciją, priklausys mūsų savijauta ir mintys, kurios turi didelės įtakos pasitikėjimui savimi.“ (Satkutė, 2020). Pasitikėti savimi – reiškia būti atviram šalia esančiam žmogui, netikėtiems įvykiams ir naujai informacijai. Pasitikinčio savimi žmogaus gyvenimas tampa paprastesnis, nes adekvačiai vertina save, tiki savo jėgomis bei nebijo klysti. Toks žmogus gali akimirksniu susiorientuoti iškylančioje situacijoje ir sureaguoti tinkamiausiu būdu. Pasitikėjimas – tai puikus gebėjimas, kuris reikalingas bet kokiai sėkmingai veiklai vystyti bei pasiekti nustatytą tikslą. Priešingai, jeigu žmogus nepasitiki savimi, jis negali atsispirti kitų daromai įtakai bei neklausyti kitų nuomonės, nes pasitikėjimas reiškia atsargumą, žmogus yra nusiteikęs, jog viskas bus blogai – tai gali sukelti stresą bei nerimą. Pasitikintis savimi žmogus atvirai bendrauja su jį supančiais žmonėmis, nes jis linkęs bendradarbiauti (Lūžaitė, 2014).

Pasirenkant karjeros kelią yra svarbu save pažinti, nes „Karjera – tai žmogaus kūrybinių pasiekimų kelias, apibūdintas socialiai reikšmingų žmogaus vaidmenų seka (darbo vietos, pareigos) bei mokymosi, profesinės veiklos ir asmeninės saviraiškos rezultatais (apdovanojimai, vardai, moksliniai laipsniai ir pan.).“ („Profesinės karjeros planavimo gebėjimų ugdymo“, 2008, p. 8) ir tai svarbus pasirinkimas, kuris gali pakeisti visą gyvenimą. Karjeros kelyje reikia žinoti apie savo pomėgius ir visada ieškoti bei užsiimti tik dominančia veikla. Pasitikėjimas savimi svarbus darbe, nes padeda geriau spręsti konfliktus, gerina bendravimo įgūdžius bei gali padėti tapti geru vadovu ar lyderiu, nes tokie žmonės gali sukurti pozityvesnę darbo vietą įmonės viduje (Symonds, 2022).

Apibendrinant, galima teigti, kad pasitikėjimas savimi - neatsiejama vidinės harmonijos, sėkmės ir pasitenkinimo gyvenimu dalis. Pasitikėjimas savimi prasideda nuo vaikystės, tėvų palaikymas, pagyrimai – yra labai svarbūs, nes kritika turi neigiamą poveikį vaiko ateičiai. Paauglystėje vis didesnę svarbą įgyja draugų ratas, dėl to, labai svarbu, kad žmogus būtų apsuptas palaikančiais draugais. Pasitikintis savimi žmogus atvirai bendrauja su aplinkiniais, nes pasitikėjimas – reiškia girdėti ir priimti kitą žmogų, jo nuomonę. Tokie žmonės adekvačiai priima kritiką bei gali pasimokyti iš savo bei kitų klaidų, o nepasitikintis savimi žmogus bijo padaryti klaidas, nerizikuoja, tokie žmonės priklauso nuo kitų žmonių nuomonės ir aplinkinių įvertinimo.

Tyrimo „Pasitikėjimo savimi įtaka karjerai“ analizė

Kad išsiaiškinti, ar pasitikėjimas savimi turi įtaką žmogaus karjerai, reikia atlikti tyrimą. Buvo parinktas kiekybinis tyrimo metodas – apklausa. Norint sužinoti respondentų minimalų kiekį, reikia apskaičiuoti imties dydį naudojant Paniotto formulę (1 formulė):

$$n = \frac{1}{\left(\Delta^2 + \frac{1}{N}\right)}, (1)$$

kur:

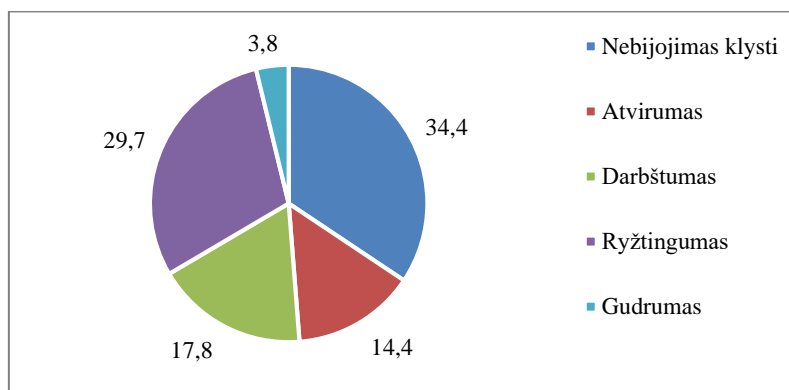
n – atvejų skaičius atrankinėje grupėje;

N – generalinė aibė;

Δ - paklaidos dydis.

Apskaičiavę imties dydį, paaiškėjo, jog apklausoje turi dalyvauti mažiausiai 80 respondentų. Buvo pateikta apklausa antro kurso nuolatinių studijų studentams, susidedanti iš 10 klausimų, atlikta tyrimo „Pasitikėjimo savimi įtaka karjerai“ analizė bei pateikti gauti rezultatai.

Apklausoje dalyvavo 82 žmonės, 29 vyrų ir 53 moterų. Didžioji atsakiusiųjų dalis turi nuo 18 iki 20 metų, o trečdalis respondentų turi nuo 21 iki 23 metų. 81 respondentas žino pasitikėjimo savimi apibrėžimą bei pasitiki savimi arba pasitiki savimi priklausomai nuo situacijos apie 90 proc. apklaustųjų, 10 proc. studentų neturi pasitikėjimo savimi. Dauguma respondentų mano, jog savybės, kurios geriausiai atspindi savimi pasitikintį žmogų, yra nebijojimas klysti bei ryžtingumas (1 pav.).



1 pav. Savybės geriausiai atspindinčios savimi pasitikintį žmogų (proc.)

Iš apklausos rezultatų galima buvo sužinoti, kad didžiąjai daliai antro kurso studentams karjera yra svarbi, dėl to, net 65 proc. apklaustųjų studentų jau dirba ir bando susikurti sėkmingą karjerą. Iš tų dirbančiųjų studentų, net 47 iš 53 studentų teigia esą patenkinti savo darbo vietą, bei 43 studentai mano, kad pasitikėjimas savimi padeda save realizuoti darbe bei esą įsitikinę, kad pasitikėjimas savimi padėtų siekti sėkmingos karjeros. 11 iš 53 dirbančiųjų studentų mano, kad pasitikėjimas savimi nepadėtų kilti karjeros laiptais (Apklausa, 2022).

Apibendrinant, galima teigti, kad didžioji respondentų dalis laiko save pasitikinčiais žmonėmis bei jų pasitikėjimas gali priklausyti nuo įvairių aplinkybių. Dauguma teigia, kad geriausiai atspindi savimi pasitikintį žmogų – nebijojimas klysti ir ryžtingumas. Didžioji dalis apklaustųjų dirba bei tvirtina, kad pasitikėjimas savimi gali padėti siekti sėkmingos karjeros.

Išvados

1. Pasitikėjimas savimi – tai žmogaus tikėjimas savo jėgomis bei galimybėmis. Kad pasiekti norimo tikslo, reikia tikėti savo galimybėmis, išmokti mokytis iš savo ir kitų klaidų bei sužinoti savo stipriąsias ir silpnąsias puses, tam kad jas sustiprinti. Pasitikėjimo tema yra tiesiogiai susijusi su žmogaus efektyvumu tiek darbe, tiek asmeniniame gyvenime. Santykiai su žmonėmis ir tų santykių kokybė, gyvenimo krypties pasirinkimas ir gebėjimas pasiekti tikslus yra tiesiogiai susiję su tuo, ar pasitikite savo jėgomis.

2. Apklausoje dalyvavo 82 antro kurso nuolatinių studijų programos studentai. Daugiausiai buvo moterų. Iš 82 respondentų, 81 apklaustasis žino pasitikėjimo savimi sampratą.

Dauguma respondentų esą pasitikinti savimi žmonės bei jų pasitikėjimas priklauso nuo situacijos. Didžioji respondentų dalis galvoja, kad pasitikintys žmonės nebijo klysti ir yra ryžtingi. Dauguma respondentų dalyvavusių apklausoje supranta karjeros svarbą gyvenime, jau antrame kurse 54 iš 82 studentų dirba. Apie 89 proc. apklaustų dirbančių studentų esą patenkinti savo darbo vieta. 43 iš 54 dirbančių respondentų, teigia, kad pasitikėjimas savimi padeda realizuoti save darbe bei tai gera galimybė pasiekti sėkmingos karjeros. Iš tyrimo rezultatų, galima teigti, kad pasitikėjimas savimi darbe yra raktas į sėkmingą karjerą.

Literatūra

1. Apklausa (2022) Pasitikėjimo savimi įtaka karjerai. Prieiga per internetą <https://apklausa.lt/f/pasitikejimo-savimi-itaka-karjerai-rn786s6/answers.html>
2. Cikanavičius, D. (2012) Pasitikėjimas savimi. Prieiga per internetą <http://blog.saviarheologija.lt/2012/06/pasitikejimas-savimi.html>
3. [Lūžaitė, J. \(2014\)](https://www.bernardinai.lt/2014-03-24-pasitikejimas-santykiuose-su-kitais-ir-savimi/) Pasitikėjimas – santykiuose su kitais ir savimi. Prieiga per internetą <https://www.bernardinai.lt/2014-03-24-pasitikejimas-santykiuose-su-kitais-ir-savimi/>
4. Perry, E. (2022) Build real self-confidence: These tips get beneath the surface. Prieiga per internetą <https://www.betterup.com/blog/how-to-build-confidence>
5. Profesinės karjeros planavimo gebėjimų ugdymo D metodika (2008) Vytauto Didžiojo universitetas. Prieiga per internetą http://skktg.vdu.lt/downloads/prof_orient/profesines_karjeros_planavimo_gebejimu_ugdymo_d_metodik_a.pdf
6. Satkutė, D. (2020) Pasitikėjimas savimi – kaip jo turėti daugiau. Prieiga per internetą <https://www.planavimoguru.lt/patarimai/pasitikejimas-savimi/>
7. Symonds, V. (2022) Why Is Confidence Important in Business and in the Workplace?. Prieiga per internetą <https://symondsresearch.com/confidence-important-business/>

THE IMPACT OF SELF-CONFIDENCE ON A CARRIER

Summary

Self-confidence is the evaluation of one's actions and abilities. A confident person - believes in his/her strength, can control his/her emotions and actions in communication with other people. People who do not trust themselves depend on the opinions of other people and the appreciation of those around them. They are afraid to make mistakes, so they are reluctant to take risks. How a person sees and perceives the world around him or her depends on self-confidence. If a person values himself and is confident, he then sees the world positively and friendly. The survey found that most working respondents believe that self-confidence is key to a successful career, because a self-confident person knows their likes, hobbies and can also easily choose a career path.

MATEMATINIAI METODAI NAUDOJAMI SPORTO LAŽYBOSE: TEORINĖ APŽVALGA

Martynas Miliūnas ir Titas Martusevičius

Mokslinė vadovė – lekt. Inga Pašiušienė

Vilniaus kolegijos Ekonomikos fakultetas

Išvadas

Lažybos be matematikos, kaip krepšinis, be kamuolio, tiesiog du neatsiejami dalykai. Norint tapti geru lažybininku, pagrindinės matematinės žinios yra privalomos. Lošimų įmonės naudoja matematika ir laimi žymiai dažniau negu lošėjai. Taip yra todėl, kad, matematika yra naudojama griežtinti lažybų kontoros atliekamus statymus: tikslūs matematiniai skaičiavimai gali labai stipriai sugriežtinti taisykles ir jas pasukti į lažybų kontoros pusę. Didelės maržos gaunamos atlikus matematinis skaičiavimus pagal formulę, su kuria susiduria kiekvienas lošėjas. Ir galiausiai, svarbu nepamiršti kontorų naudojamos sistemos, kurią sudaro galutinių skirtumo ir tikimybių įvykiai.

Lietuvoje daugiausiai yra domimasi krepšinio lažybomis. Įvertinus įmestų taškų, padarytų klaidų, rezultatyvių perdavimų ir abiejų komandų taškų skaičių skirtumus, yra išlošiama daugiausia pinigų. Remiantis lošimo būdais straipsnyje atskleidžiama kokius matematinis triukus naudoja bukmekeriai ir kaip jie pasuka net ir mažiausią tikimybę laimėti jų naudai. Tokie būdai yra keli. Jie yra naudojami ir kasdieniniame gyvenime – jų nepastebėjus kiti žmonės tuo naudojasi ir „maudosi“ svetimuose piniguose.

Straipsnio tikslas – pristatyti kokie matematiniai metodai yra naudojami sporto lažybose.

Straipsnio uždaviniai:

1. Apibūdinti sporto lažybas kaip vieną iš lošimų rūšių.
2. Pateikti skaičiavimų lažybose pavyzdžių.
3. Apžvelgti sporto lažybose taikomus matematinis modelius.

Sporto lažybos

Sporto lažybos yra sporto rezultatų prognozavimas. Lažinamasi gali būti dėl rungtynių nugalėtojo, pelnytų taškų, įmuštų įvarčių skaičiaus, taškų ar įvarčių tarp komandų skirtumo ir pan. Lošėjas pasirenka įvykį ir stato tam tikrą sumą pinigų. Jeigu jo prognozė pasitvirtina, lošėjui atitenka pinigų suma, kurią jis statė padauginta iš koeficiento. Pralaimėjimo atveju statyta pinigų suma atitenka lažybų bendrovei.

Lažinimasis gali būti ilgalaikis ir trumpalaikis. Ilgalaikės lažybos yra tada kai žmogus stato kas laimės visą čempionatą, yra statoma už įvykį, kuris įvyks po ilgo laiko tarpo. Trumpalaikės lažybos yra tos, kai statomo įvykio baigtis atsitiks kelių dienų bėgyje ar netgi tą patį vakarą. Dar viena galimybė lažintis yra jau prasidėjus rungtynėms. Rungtynių eigoje galima statyti už tam tikrą įvykį iki to laiko kada leidžia lažybų bendrovė. Prasidėjus rungtynėms ir keičiantis rezultatui, kartu keičiasi ir komandų koeficientai.

Lietuvoje populiariausios lažybų kryptys yra krepšinis ir futbolas.

Skaičiavimai lažybose

Pagrindiniai dydžiai, kurie nusako laimėjimo tikimybę, yra koeficientai. Kuo koeficientas mažesnis, tuo tikimybė laimėti statymą yra didesnė. Tikimybės procentą galima apskaičiuoti vieną dalijant iš koeficiento ir dauginant iš 100 procentų. Pavyzdžiui, esant 2,5 koeficientui, gauname 40 proc. laimėjimo tikimybę:

$$\frac{1}{2,5} \times 100 = 40 \text{ proc.}$$

Skaičiavimai reikalingi ir norint sudaryti komandų koeficientus. Jie apskaičiuojami naudojant statistikos analizavimą. Statymų pavyzdys: statant už 10 atskirų įvykių po 10 Eur su 1,5 koeficientu gaunama 66 proc. tikimybė laimėti kiekvieną įvykį atskirai. Vadinas, pagal šiuos skaičiavimus išlošiama apytiksliai 35 Eur ir pralošiama 30 Eur. Lažybų ekspertų teigimu, mažiausia rizika statyti yra tada, kai koeficientas neviršija 1,5.

Skaičiuojant laimėjimo tikimybę reikia atsižvelgti į komandos žaidimą namuose bei išvykoje ir pagal tai įvertinti statymo riziką. Populiarūs statymai yra susiję su komandų pelnomais taškais. Analizė atliekama nagrinėjant komandos rungtynių žaidėjų statistikas (žr. 1 pav.).

Dažniausiai lošėjai išanalizuoja komandos, už kurią stato, paskutinių penkerių rungtynių pelnomų taškų kiekį. Atsižvelgus į išanalizuotus duomenis atliekamas statymas ar komanda įmes daugiau nei x taškų ar mažiau. Taip pat dažnai analizuojama kiek komanda vidutiniškai įmeta per kėlinį, kokie žaidėjai rezultatyviausi.

NO		MIN	FGM-A	2PM-A	3PM-A	FTM-A	REB D-O	REB	AS	ST	TO	BS	RBS	PF	RF	PTS	EFF
0	<u>Tai Webster</u>	14:35	2-7 29%	1-5 20%	1-2 50%	0-2 0%	0-0	0	3	0	0	0	0	2	3	5	2
21	<u>Artūras Milaknis</u>	20:41	2-4 50%	0-0 -%	2-4 50%	2-2 100%	1-0	1	1	0	0	0	0	3	1	8	6
34	<u>Tyler Cavanaugh</u>	15:47	1-3 33%	0-0 -%	1-3 33%	0-0 0%	1-0	1	1	0	2	0	0	5	1	3	-3
77	<u>Joffrey Lauvergne</u>	13:47	4-7 57%	4-7 57%	0-0 -%	2-2 100%	2-0	2	0	0	0	0	0	1	4	10	12
92	<u>Edgaras Ulanovas</u>	28:51	2-5 40%	1-3 33%	1-2 50%	0-2 0%	0-0	0	6	0	1	0	0	2	4	5	7
4	<u>Lukas Lekavičius</u>	25:25	8-13 62%	6-10 60%	2-3 67%	2-2 100%	3-0	3	2	0	0	0	1	1	4	20	22
7	<u>Josh Nebo</u>	22:37	2-7 29%	2-7 29%	0-0 -%	1-2 50%	4-4	8	2	1	3	2	2	1	1	5	7
10	<u>Regimantas Miniotas</u>	8:55	1-2 50%	1-1 100%	0-1 0%	1-2 50%	4-1	5	0	0	0	0	0	4	1	3	3
13	<u>Paulius Jankūnas</u>	10:03	0-1 0%	0-0 -%	0-1 0%	0-0 0%	1-0	1	0	1	2	1	0	2	0	0	-2
16	<u>Karolis Lukošius</u>	23:02	4-8 50%	0-0 -%	4-8 50%	0-0 0%	2-0	2	1	0	0	0	0	1	0	12	10
55	<u>Niels Giffey</u>	16:17	4-7 57%	4-4 100%	0-3 0%	0-1 0%	2-2	4	1	1	0	0	0	2	2	8	10
		200	30-64 47%	19-37 51%	11-27 41%	8-15 53%	20-9	29	17	3	8	3	3	24	21	79	76

1 pav. Kauno „Žalgirio“ komandos rungtynių žaidėjų statistikos pavyzdys (Basketnews, 2022)

Apibendrinant galima teigti, kad koeficientai yra pagrindiniai dydžiai, kurie lemia laimėjimo tikimybę. Koeficientų rūšys bei jų prasmė aptariama sekančiame straipsnio skyrelyje. Skaičiuojant laimėjimo tikimybę labai svarbi yra komandos statistikos analizė.

Lažybose taikomi matematiniai modeliai

Norint tapti sėkmingu sporto lažybų dalyviu, reikia strateginio mąstymo, išankstinio pasiruošimo bei turėti bazinių matematinės tikimybės žinių. (VPULF.lt, 2017).

Lažybų tarpininkų kontora – tas pats, kas kazino: ji visada laimi. Tačiau Švedijos Upsalos universiteto matematikos profesorius Davidas Sumpteris tvirtina, kad sukurtu modeliu galima ne tik tiesiog atspėti rungtynių rezultatus, bet ir lažybomis gauti 200 proc. pelną. Apie savo strategiją jis pasakoja Economist Group leidinyje „1843“. (Delfi mokslas, 2016). Jis sukūrė futbolo rungtynių rezultatų numatymo modelį. Matematiko išbandyta strategija – statymai už laukiamus įvarčius. Šis modelis atsižvelgia į kiekvienos komandos įmuštų įvarčių skaičių, jos žaidimą ir, remdamasis statistika, istoriniais duomenimis, atakų aštrumu, vertina žaidimo kokybę ir prognozuoja būsimas rungtynes. Pavyzdžiui, rašo D. Sumpteris, iš baudos aikštelės smūgiuoto kamuolio tikimybė atsidurti vartuose yra 12 proc., o štai įvarčio iš už jos ribų tikimybė tesiekia 3 proc. Statymai, daromi remiantis tikėtinais įvarčiais, kelis kartus sezono pradžioje matematikui leido uždirbti didelius laimėjimus.

Kita strategija buvo neobjektyvus statymas. Anglijoje sirgaliai bei lošėjai yra linkę nuvertinti lygiųjų tikimybę. Matematikas išanalizavęs statistiką statydavo ant lygiųjų tarp panašaus pajėgumo komandų ir tai pasiteisindavo. Taip pat buvo ir tokių komandų, kurios nuvertinamos sirgalių žurnalistų bei lažybų bendrovių. Tačiau profesorius į tas komandas pasižiūrėjo objektyviai ir statė už jas. Komandos pasirodė geriau negu buvo iš jų tikėtasi.

Norint tapti lošėju, reikia gerai suprasti lažybose naudojamų koeficientų reikšmę ir prasmę. Yra trys populiarios koeficientų rūšys: trupmeniniai, dešimtainiai ir pinigų linijos koeficientai. (Sohail, 2022).

Trupmeniniai koeficientai

Trupmeniniai koeficientai (dar žinomi kaip „britų“, „JK“ arba „tradiciniai“ koeficientai) yra populiarūs tarp britų ir airių lažybų kontorų. Jie paprastai rašomi trupmena su pasvirusiu brūkšniu (/) arba brūkšneliu (-) ir juos naudoja kai kurie didžiausi pasaulio lažybų tarpininkai. Šios rūšies koeficiento užrašas 6/1 (nuo šešių iki vieno) reikštų, kad bus laimimi 6 \$ prieš kiekvieną 1 \$, kuris statomas, be to bus atgautas ir savas doleris (t. y. sumą, kuri buvo pastatyta). Kitaip tariant, bendra išmoka bus 7 \$. Jei bus statoma 10 \$ su šiuo koeficientu 6/1 ir bus laimėta, tai gauta bendra išmoka bus lygi 70 \$ (60 \$ pelnas + 10 \$ statyta suma).

$$\text{Visa laimėta suma} = \text{Statymas} \times \frac{\text{Skaitiklis}}{\text{Vardiklis}} + \text{Statymas},$$

kur: $\frac{\text{Skaitiklis}}{\text{Vardiklis}}$ yra trupmeninis koeficientas (pvz., 28/6).

Pagal Sh. Sohail 2022 m. sausio 29 d. pavyzdį, NBA čempionato pretendentai į čempionų titulą ir jų trupmeniniai koeficientai buvo tokie:

- ✓ Bruklino „Nets“ – 13/5;
- ✓ „Golden State Warriors“ – 9/2;
- ✓ Milvokio „Bucks“ – 7/1.

Iš šių duomenų galima nustatyti, kad Bruklino „Nets“ yra favoritai, o „Golden State Warriors“ ir Milvokio „Bucks“ komandų šansai laimėti yra mažesni. Galima laimėti 13 JAV dolerių už kiekvieną 5 \$ statymą už Bruklino komandą, jei ji laimėtų čempionatą. Tuo tarpu už „Golden State Warriors“ pergalę, kuri yra šiek tiek mažiau tikėtina, galima laimėti 9 JAV dolerius už kiekvieną 2 \$ statymą. Pastačius už Milvokio klubą galima laimėti 7 \$ už kiekvieną pastatytą dolerį. Jei šiame pavyzdyje būtų statoma 100 \$ už Bruklino pergalę ir ši komanda laimėtų, būtų gautas 260 \$ pelnas ($100 \$ \times (13/5)$) ir dar atgautas pradinis 100 \$ įnašas. Taigi, iš viso būtų gauta 360 \$ išmoka. Tačiau jei 100 \$ būtų pastatyti už „Golden State Warriors“, šios komandos pergalės atveju, be 100 \$ pradinio įnašo dar būtų gautas 450 \$ pelnas ($100 \$ \times (9/2)$), todėl bendra išmokų suma būtų 550 \$. Pelnas už Milvokio

pergalę būtų dar didesnis: šios komandos pergalės atveju 100 dolerių statymas atneštų 800 \$ sumą (700 \$ (100 \$ × (7/1) ir 100 \$ statymas).

Dešimtainiai koeficientai

Dešimtainiai koeficientai (dar vadinami "europietiškais", "skaitmeniniais" arba "kontinentiniais" koeficientais) yra populiarūs Europoje, Australijoje, Naujojoje Zelandijoje ir Kanadoje. Su jais dirbti ir juos suprasti yra šiek tiek paprasčiau. Pažvelgus į šį koeficientą apibūdinančius skaičius, galima iš karto pastebėti favoritus ir pralaimėtojus. Dešimtainis koeficientas rodo sumą, kurią galima laimėti už kiekvieną pastatytą JAV dolerį. Dešimtainio koeficiento atveju skaičius rodo bendrą išmoką, o ne pelną. Kitaip tariant, statymas jau yra įskaičiuotas ir statymo jau nebereikia pridėti, todėl bendra išmoka apskaičiuojama lengviau. Bendra (potenciali) statymo grąža apskaičiuojama taip:

$$\text{Bendra išmoka} = \text{Statymas} \times \text{Dešimtainis koeficientas}$$

Pavyzdys susijęs su 2020 m. JAV prezidento rinkimais. Dešimtainiai kandidatų į prezidentus koeficientai:

- ✓ Donaldas Trumpas – 4,0;
- ✓ Joe Bidenas – 1,3.

Šie koeficientai (4,0 ir 1,3) rodo kokią sumą galima laimėti už kiekvieną pastatytą dolerį. Taigi, jei būtų pastatyta 100 \$ už tai, kad Donaldas Trumpas bus perrinktas prezidentu, iš viso galima gauti 400 \$ išmoką (100 \$ × 4,0). Į šią sumą įskaičiuota ir pradinė 100 \$ statymo suma, todėl grynasis pelnas yra 300 \$. Panašiai skaičiuojant, galima gauti 130 \$ (100 \$ × 1,3) bendrą išmoką, jei bus sėkmingai pastatyta 100 \$ suma už Joe Bideną. Iš šios grąžos atėmus 100 \$ statymo sumą, gaunamas 30 \$ uždirbtas grynasis pelnas. Koeficientai rodo, kad lažybų tarpininkas buvo teisingai nustatęs J. Bideno, kaip favorito laimėti rinkimus, kainą. Kuo didesnė bendra išmoka (t. y. kuo didesnis dešimtainis koeficientas), tuo mažesnė tikimybė (ir rizika), kad į sąrašą įtrauktas kandidatas laimės.

Pinigų linijos koeficientai

Pinigų linijos koeficientai (dar vadinami „amerikietiškais“ arba „JAV“ koeficientais) yra populiarūs Jungtinėse Amerikos Valstijose. Prie favoritų šansų pridedamas minuso („-“) ženklas ir nurodoma suma, kurią reikia pastatyti, norint laimėti 100 JAV dolerių. Tuo tarpu atsiliekančiųjų koeficientai žymimi pliuso („+“) ženklu ir prie jų nurodoma suma, kurią galima laimėti už kiekvieną pastatytą 100 JAV dolerių. Abiem atvejais laimėtojai, be laimėtos sumos, atgauna ir pradinę įmoką.

Pavyzdys. Lažybų svetainėje NFL rungtynės tarp „Pittsburgh Steelers“ ir „Kansas City Chiefs“ buvo įvertintos tokiais pinigų linijos koeficientais:

- ✓ „Pittsburgh Steelers“: +585;
- ✓ „Kansas City Chiefs“: -760.

Lažybų kontora „Pittsburgh Steelers“ komandai pasiūlė koeficientą +585, o tai reiškia, kad lažybų tarpininkas šiai komandai nustatė daug mažesnę laimėjimo tikimybę. Kad „Pittsburgh Steelers“ komandos laimėjimo atveju būtų galima „uždirbti“ 585 \$, reikia rizikuoti 100 \$. Jeigu šiai komandai pavyktų laimėti, būtų atgauti ne tik laimėti 585 \$, bet ir pradinis 100 \$ įnašas. Taigi, iš viso būtų gauta 685 \$ išmoka. Jei lošėjas nuspręs statyti už „Kansas City Chiefs“ komandą, kuri, pasak lažybų bendrovės, turi didesnę numanomą tikimybę laimėti rungtynes, norėdamas laimėti 100 \$, turės pastatyti 760 \$. Tokiu atveju, jei „Kansas City Chiefs“ komanda nugalės, lošėjas laimės 100 \$, o bendra išmoka bus lygi 860 \$ (pradinė statymo suma 760 \$ + 100 \$ pelnas).

Visi šie koeficientų skaičiavimo būdai didžiausių lošimų kontorų yra taikomi apskaičiuojant tikimybes ir galimybes laimėti. Kiekvienas būdas yra savaip apgaulingas, tačiau tuo pačiu ir naudingas tiek lošėjui tiek lažybų kontorai.

Puasono pasiskirstymo modelis

Prognozės indeksui įvertinti yra naudojamas ir Puasono modelis. Jį pritaikius yra sukurtas įrankis, kuris geba įvertinti kaip dažnai pasitvirtina lažybų agentūrų prognozės. Tam tikslui varžybų lažybų koeficientai paverčiami į tikimybes.

Puasono pasiskirstymas arba skirstinys – tai diskretus tikimybių paskirstymo dėsnis, kuris nusako įvykių tikimybes įvykti per tam tikrą laiko intervalą, jeigu įvykiai vyksta pastoviu dažniu ir yra nepriklausomi vienas nuo kito. Šį dėsnį pirmasis aprašė prancūzų mokslininkas S. Puasonas. Jei per tam tikrą laiko intervalą įvyksta vidutiniškai λ įvykių, tuomet tikimybė, kad per tą laiką įvyks tiksliai k įvykių bus lygi:

$$P(k; \lambda) = \frac{e^{-\lambda} \lambda^k}{k!},$$

čia

e – natūrinių logaritmų pagrindas ($e \approx 2,71828 \dots$),

k – įvykių skaičius ($k = 0, 1, 2, \dots$),

λ – teigiamas realusis skaičius, kuris reiškia vidutinį įvykių skaičių per tam tikrą laikotarpį.

Jei Puasono pasiskirstymas yra naudojamas futbolo lažyboms prognozuoti, tai k reikštų įvarčių skaičių, kuriam norima rasti tikimybę, o λ parametras – vidutinis komandos įvarčių skaičius.

Lažybų bendrovės naudoja sukurtas internetines skaičiuokles, kuriose Puasono skirstinys yra užprogramuotas. Tai leidžia lažybų tarpininkams 100 procentų tikimybę paskirstyti tarp kelių kiekvienos komandos įvarčių. Skaičiuoklės leidžia rasti kiekvieno įvarčio tikimybę. Norint pamatyti visų galimų įvarčių įmušimo rezultatus, galima tiesiog sukurti matricą (žr. 2 pav.). Šios matricos mėlynuose langeliuose yra surašytos tikimybės, kad kiekviena komanda įmuš konkretų įvarčių skaičių (pvz., tikimybė, kad „Stoke“ komanda įmuš 1 įvartį, yra 33,99 proc. arba 0,3399). Padauginus abiejų komandų tikėtinas įvarčių tikimybes, galima apskaičiuoti numanomą konkrečiau rungtynių rezultato tikimybę. Šiame pavyzdyje labiausiai tikėtinas rezultatas yra komandos „Tottenham“ pergalė rezultatu 2:0.

	Tottenham goals	0	1	2	3	4	5
Stoke goals	Poisson for number of goals per team	13.32%	26.85%	27.07%	18.19%	9.17%	3.70%
0	52.05%	6.93%	13.98%	14.09%	9.47%	4.77%	1.92%
1	33.99%	4.53%	9.13%	9.20%	6.18%	3.12%	1.26%
2	11.10%	1.48%	2.98%	3.00%	2.02%	1.02%	0.41%
3	2.42%	0.32%	0.65%	0.65%	0.44%	0.22%	0.09%
4	0.39%	0.05%	0.11%	0.11%	0.07%	0.04%	0.01%
5	0.05%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.005%	0.002%

2 pav. „Stoke“ ir „Tottenham“ futbolo komandų galimų įvarčių tikimybės (Smarkets)

Prognozuojama „Tottenham“ pergalės 2:0 tikimybė yra lygi atitinkamų tikimybių sandaugai:

$$0,2707 \times 0,5205 = 0,1409 \text{ arba } 14,09 \text{ proc.}$$

Gautą Puasono rezultatą dar reikėtų palyginti su lažybų bendrovių arba biržų siūlomais koeficientais ir juos įvertinti. Numanomoms tikimybės konvertavimas į lažybų koeficientus gali būti naudojamas daugelio kitų lažybų rinkų rezultatams prognozuoti.

1 lentelėje pateikiama keletas lažybose taikomi metodų, nurodant juose naudojamus skaičiavimų būdus.

1 lentelė. Lažybose taikomi metodai

Metodas	Kur tinkamas naudoti	Taikomas skaičiavimo būdas
Puasono	Įmuštų įvarčių skaičiui nustatyti	Matrica
Sumpsterio	Rungtynių rezultato nustatymui	Tikimybių skaičiavimas, statistikos analizavimas
Sohailio	Čempiono nustatymui	Didžiausio pelno paskaičiavimas, atsižvelgiant į pradinio įnašo atsiėmimą

Sudaryta autorių.

Apibendrinant galima teigti, kad norit būti sėkmingu lošėju reikia gerai išmanyti matematiką. Neužtenka tik įvertinti vieną ar kitą koeficientą, kuriuos pateikia lažybų bendrovės. Matematinų lošimo modelių išmanymas ir taikymas lažybose atneša sėkmę, nes tai padeda pasirinkti patikimesnius įvykius statymui.

Išvados

1. Populiariausios sporto lažybų kryptys yra krepšinis ir futbolas. Lažybos gali apimti daug aspektų, nuo rungtynių nugalėtojo iki komandos pelnomų taškų ar įmuštų įvarčių.
2. Vertinant lažybų įvykio tikimybę svarbūs yra koeficientai, kurie leidžia apskaičiuoti atliekamo statymo laimėjimo tikimybę. Prieš atliekant statymą pagrindiniai aspektai, į kuriuos reikia atsižvelgti, yra komandos bei žaidėjų statistika.
3. Lažybose taikomi matematiniai modeliai leidžia laimėti dažniau. Matematinų modelių kūrimas reikalauja kruopštumo analizuojant statistiką bei įžvalgumo pastebint tam tikrus veiksnius, galinčius padaryti įtaką įvykio baigčiai. Sukurti modeliai leidžia apskaičiuoti kaip dažnai gali pasitvirtinti lažybų kontorų prognozės. Taikant skaičiavimus galima pasirinkti patikimesnius įvykius ant kurių statoma. Lažybose daug įtakos daro emocijos: kuo jų yra mažiau ir daugiau vadovaujamesi skaičiavimais, tuo didesnė yra laimėjimo tikimybė.

Literatūra

1. Basketnews. (2022). *Kauno „Žalgirio“ statistika*. Prieiga per internetą <https://www.basketnews.lt/komandos/265-kauno-zalgiris.html>
2. Delfi mokslas. (2016). *Neįtikėtina matematikos profesoriaus istorija: paskaičiavo, kaip apgauti lažybų bendroves*. Prieiga per internetą <https://www.delfi.lt/mokslas/mokslas/neitiketina-matematikos-profesoriaus-istorija-paskaiciavo-kaip-apgauti-lazybu-bendroves.d?id=71602968>
3. Sohail, Sh. (2022). *How Do Odds Work in Betting? There are three different formats for odds*. Investopedia. Prieiga per internetą <https://www.investopedia.com/articles/investing/042115/betting-basics-fractional-decimal-american-moneyline-odds.asp#toc-what-are-five-to-one-odd>
4. Smarkets. (n. d.). *How to calculate Poisson distribution for football betting*. Prieiga per internetą <https://help.smarkets.com/hc/en-gb/articles/115001457989-How-to-calculate-Poisson-distribution-for-football-betting>
5. VPULF.lt. (2017). *Ko reikia, kad sporto lažybos atneštų naudą?* Prieiga per internetą <https://vpulf.lt/ko-reikia-kad-sporto-lazybos-atnestu-nauda/>

THE IMPORTANCE OF MATHEMATICS IN SPORTS BETTINGS

Summary

Betting without mathematics, like basketball, without a ball, just two inseparable things. In order to become a good bookmaker, basic mathematical knowledge is mandatory. Gambling companies use mathematics and win much more often than gamblers. This is because mathematics is used to tighten bets made by a betting firm: accurate

mathematical calculations can tighten the rules very strongly and turn them to the side of the betting firm. High margins are obtained by performing mathematical calculations according to the formula that every gambler encounters.

In Lithuania, the main interest is in basketball betting. Taking into account the differences in points scored, mistakes made, assists and the number of points scored by both teams, the most money is won. Based on the methods of gambling, the article reveals what mathematical tricks bookmakers use and how they turn even the slightest probability of winning in their favor. There are several such ways. They are also used in everyday life – without noticing them, other people use it and "bathe" in other people's money. When assessing the probability of a betting event, the odds are important, which allow you to calculate the probability of winning the bet being made. Before making a bet, the main aspects that need to be taken into account are team and player statistics. The mathematical models used in betting allow you to win more often. The development of mathematical models requires careful analysis of statistics and discernment in noticing certain factors that can influence the outcome of an event. The developed models allow you to calculate how often the predictions of betting firms can be confirmed. With the help of calculations, it is possible to select more reliable events on which to bet.

THE IMPORTANCE OF MATHEMATICS IN OUR EVERYDAY LIFE

Jovita Paula Juškėvečiūtė, Solveiga Vážnevičiūtė

*Scientific supervisors: Ingrida Galkauskienė, Inga Pašiušienė, doc. dr. Neringa Slavinskaitė
Vilnius University of Applied Sciences, Faculty of Economics*

Introduction

Mathematics is the science that deals with the logic of shape, quantity and arrangement. Math is all around us, in everything we do. It is the building block for everything in our daily lives, including mobile devices, computers, software, architecture (ancient and modern), art, money, engineering and even sports. (Gordon & Hom, 2021).

Since the beginning of human existence, this incredible science has become people's companion and helper. When a person first wanted to answer questions like "How much?" he invented mathematics. Almost every career is related to math. Scientists, psychologists and even humanities need it. Students consider mathematics complicated and useless, and only inventive implementation could provide positive experience (Lechuga, Faura & Martínez, 2020). With no understanding of basic Math, a person would face confusion and chaos.

The aim of the article – to analyze the true importance of mathematics in our everyday life.

Objectives of the article:

1. Analysis where mathematics is found in our everyday life.
2. Application of mathematics in different professions.
3. Analysis of people's opinion on Math's importance in everyday life.

Use of mathematics in our everyday life

Math is beneficial in everyday life. Math can help us do many things. (Sadiku, Berisha & Sadiku, 2019). It is no less important to learn basic mathematics in primary and secondary schools since it becomes harder to understand later (table 1).

Table 1. Uses of the Mathematics in everyday life

Uses	Explanation
In construction	When planning to construct a new building, costs, required materials as well as the duration of the project need to be calculated. Therefore, math is an important part when it comes to any construction work.
Cooking	When cooking dinner or baking a cake we, often, follow a recipe. We have to measure the ingredients and calculate the proportions.
Time management	Time management does not only involve reading an annual clock but also planning one's day accordingly. For most of us, time is a limiting factor and we need to fulfill several tasks within a couple of hours. Mathematical concepts help us to manage our day to finish all of our tasks.
Driving a car	When driving a car we always see signs at the sight of the road indicating a certain speed. Furthermore, in order to arrive in time, we need to calculate time, distance, and speed. Math can help us to plan our trip and to always arrive in time. Furthermore, it prevents us from getting a speeding ticket.
Music and dancing	Whether you compose music, listen to it, or learn dance choreography, there is always math involved. Every song follows a certain pulse. And every dance follows a certain rhythm. Therefore, math is really important for music as well as for dancing.

Uses	Explanation
Problem solving	When knowing about important mathematical concepts, one also has the skills to solve certain problems more easily. Math does not only teach us how to solve calculations but also how to think in a logical and analytical way. With these analytical skills we can solve problems more easily.
Manufacturing companies	In order to maximize profits, a company needs to sell its products or services at a certain price. However, finding this price is not that easy. Mathematical calculations help to find the best price so that companies can maximize their profits. They can find out which quantities they need to produce and how to reduce costs.

Source: compiled by the author according to: Bayly, J., (2021). 7 ways you are using math in your daily life, even if you don't know it.

The listed cases are the main ones and are most commonly used in daily life, but there are infinitely many of them, and they are all different. Most people don't notice the simple math when they do their homework.

In conclusion, not all people who graduate from university or college solve math problems every day. Mathematics is essential both for the development of the whole of humanity and for the intellectual development of a particular individual.

The use of mathematics in different professions

There is no single profession in the world that does not have mathematics. And the students' opinion that math is not suitable for us is wrong. In any profession, a person needs math. Even a person whose work is not related to math needs it.

Professions in which mathematics is integral:

- Doctor: One of the ubiquitous applications of mathematics in medicine is the use of probability and statistics in validating the effectiveness of new drugs, or procedures, or estimating the survival rate of cancer patients undergoing certain treatments. (Zayed, 2019).
- Accountant: These experts calculate wages, record tangible assets, and calculate production costs. In performing these functions they are closely related to the use of mathematical methods in the work. (Petrauskas, 2021).
- Composer: „In using mathematics, composer is in search for something that might allow the music to compose itself automatically. He establishes sequences of numbers and translates them literally into melodies, harmonies or rhythms. In doing so, he manages to make the mathematical background clearly appear.“ (Delor, 2022)
- Architect: Both ancient and contemporary buildings amaze symmetry and shape, thanks to accurate mathematical calculations.
- Meteorologist: In this field, mathematics is used in research on physical phenomena, to calculate the pressure atmospheric temperature and other factors related to the weather.
- Pharmacy technician: „Pharmacy technicians have many tasks involving quantities, counting and pricing. They pre-pack bulk medicines, fill bottles with prescribed medications, price prescriptions that have been filled, count stock of medications and inventory – and they are constantly verifying quantities and weights. There is very little room for error in this job, so math needs to be precise and double-checked.“ (Mesrobian, 2022).
- „Epidemiologists: Epidemiologists analyze large datasets and statistics to find patterns and trends. Being able to see the story in the numbers—understanding human behavior through quantities, percentages and transmission rates, for example is key in being able to communicate various risks of disease and injury, as well as how to prevent them.“ (Mesrobian, 2022).

- Auditors: „Auditors use math to prepare and propose budgets, organize financial data and make comparisons from year to year, or quarter to quarter, in order to give management a clear picture of how the organization’s time, effort and energy are being spent. Being detail-oriented with numbers is key to presenting an accurate and useful view of an organization’s strengths and areas for improvement.“ (Mesrobian, 2022).

The professions listed are primary and closely related to mathematics, however, there are infinitely many of them and math skills are all needed. Without the ability to count, it is difficult to predict, host, build and think logically.

In conclusion, mathematics affects many areas in society and in the life of the individual. Some professions are inconceivable without it, many have emerged only as a result of the development of individual fields. Modern technological advances are closely related to the complication and development of mathematical apparatus. Computers and telephones, airplanes, and spacecraft would never have appeared if not for math.

People’s Opinion on Math’s Importance in our everyday life

The purpose of creating a questionnaire was to analyze the general opinion on Math’s importance in our everyday life.

Before conducting a survey, it is necessary to calculate sample size. Sampling allows deciding on the properties, connections and features of a set of objects based on examining a part of objects.

The sample size is determined by the formula:

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}} (1)$$

where:

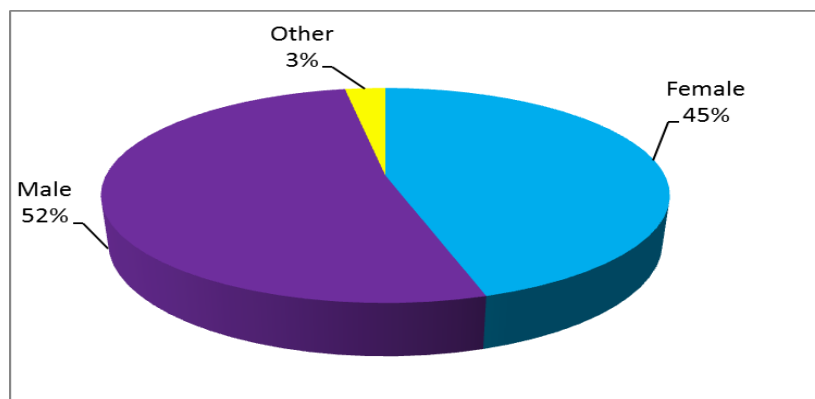
n – the number of cases in the sample;

N – the population;

Δ – the magnitude of the error (10%).

The general population consists of 214 students. For the student survey to be representative and reliable with a 10 percent error, the survey must review 68 students.

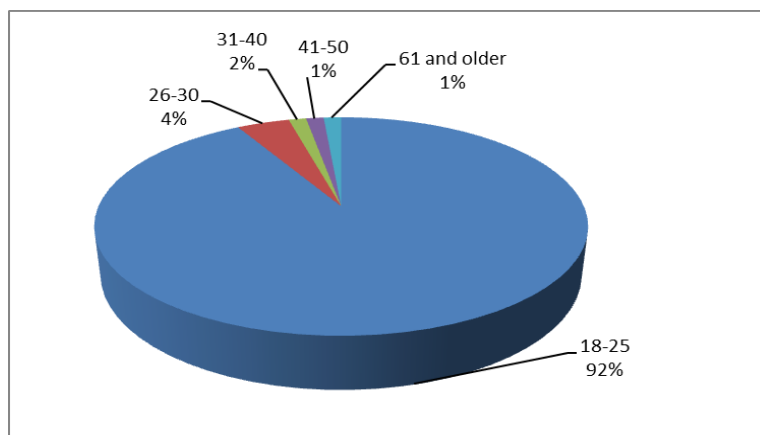
The population chosen for this work was two first year university student groups from Vilnius University of Applied Sciences, out of two hundred and fourteen people seventy three answered the questionnaire. There was a total of ten questions. Out of seventy three who answered thirty-eight were male (52 percent), thirty three female (45 percent) and two other people (3 percent) which is shown in 1 picture.



Picture 1. Who answered the questionnaire

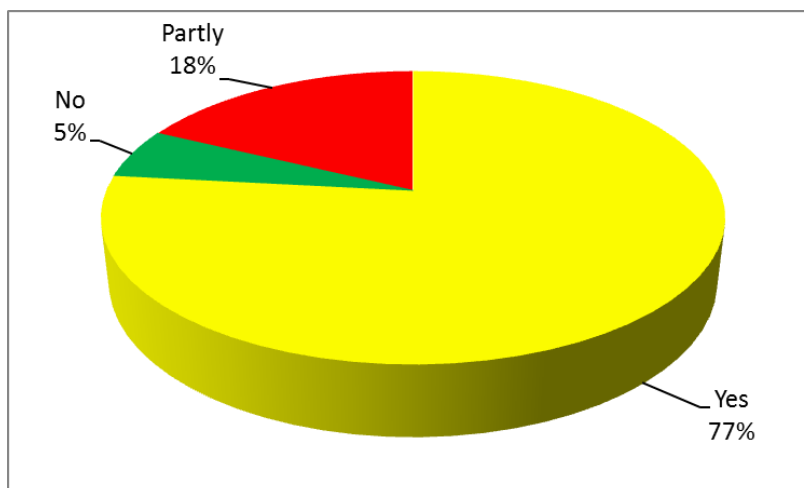
The majority of respondents were students aged 18-42 (92% of all respondents), 4% of interviewees were 26-30 years old and only 1% of respondents were age-dependent for a group of

31 to 61 years and older. Dividing the participants of the questionnaire into age groups is expedient, as it shows that the majority of students in the college are students aged 18 to 25 which is shown in picture 2.



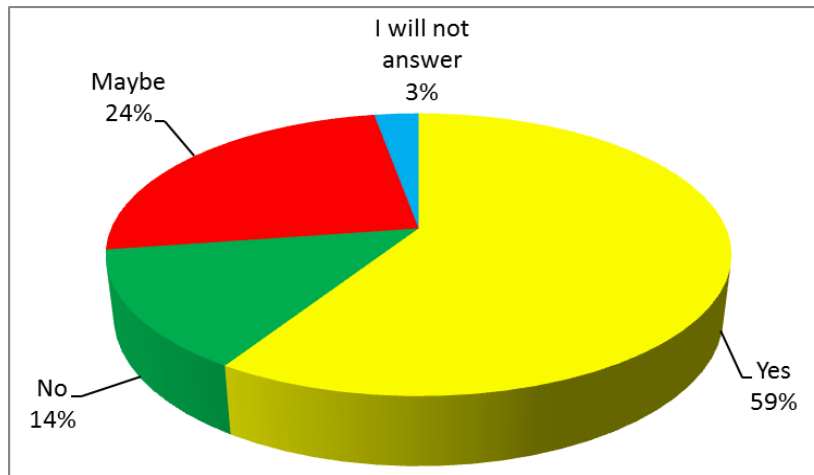
Picture 2. Age of respondents

The third question „Does your study profession require mathematics?“ 77 percent (56 people) of respondents answered „Yes“, 5 percent (4 people) answered „No“ and 18 percent (13 people) answered „Partly“, as shown in 3 picture, this means that in many of the professions studied, mathematics is required.



Picture 3. „Does your study profession require mathematics?“

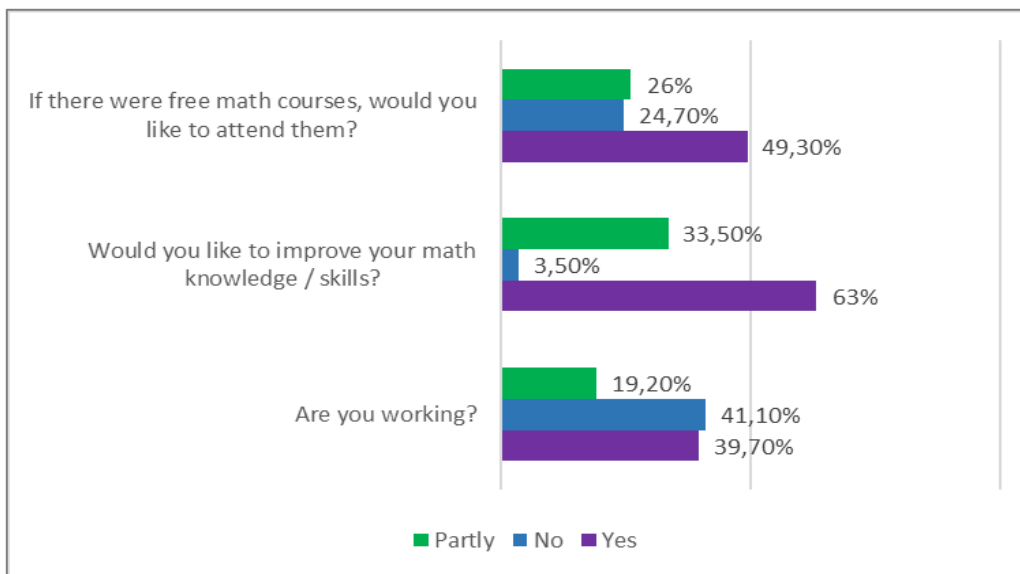
The fourth question was „Do you like mathematics?“ as 4 picture shows forty three respondents (59 percent) answered „Yes“, 14 percent (10 people) answered „No“, 24 percent (18 respondents) answered „Maybe“, and everyone else chose the option of not answering.



Picture 4. „Do you like mathematics?“

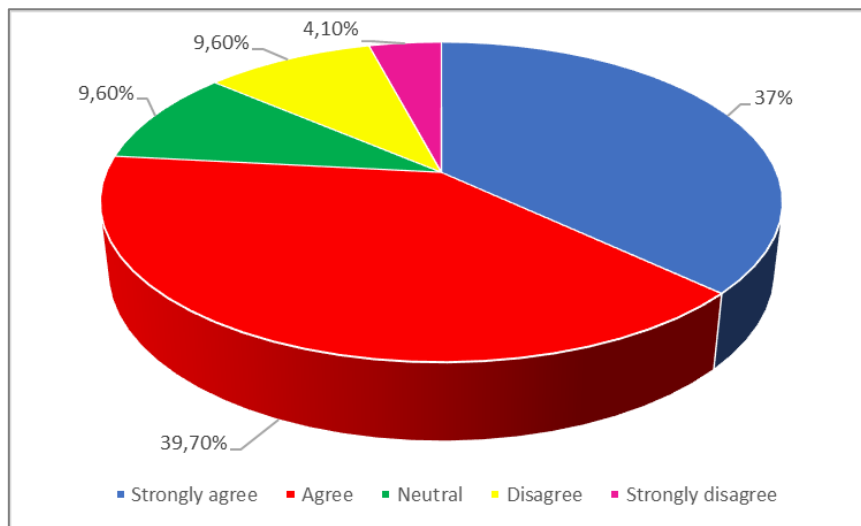
Another question worth mentioning is number five „Is math important in our everyday life? Why?“. It was an open-ended question in which each interviewee was able to say whether math was needed in their life and where it was found. Most respondents said that mathematics helps them in their daily lives and is most often used at work, shopping, solving problems, calculating money, and paying taxes.

The other three questions show whether students are working, their desire to improve their math skills, and their opinion of free math courses. As picture 5 shows most respondents are not working (41.1 percent), want to improve their math knowledge (63 percent) and would like to take a math course if they were free (49.3 percent).



Picture 5. Student work, math skills and opinion about free courses

The last question was that students express their opinion on whether mathematics develops thinking, helps to make decisions in current situations, and allows finding new ideas. The majority of respondents (39.7%) agree with the statement that mathematics develops reflection, helps to master relevant situations and allows creation of innovative ideas. Thirty-seven percent of respondents fully agree with the information above, (9.6 percent) have a neutral and negative opinion, and 4.1 percent of respondents who disagree entirely with this, which is shown in picture 6.



Picture 6. „Do you agree with the statement? "Mathematics develops thinking, helps to make decisions in relevant situations, and enables finding new ideas."

The answers to the questionnaire were various since people understand Math differently.

In conclusion, the questionnaire showed a positive opinion of Math in our everyday life. 73 students from two first year university student groups from Vilnius University of Applied Sciences participated in the survey. The majority of respondents are students aged 18-25. Many questioned students (59 percent) like Math. Students use Math often and there are not many people who never use Math. 63 percent want to improve math knowledge and also almost 50 percent of them would like to attend math courses if they were free. Respondents use math in their daily lives because it helps them drive a car, shop, and solve problems.

Conclusions

1. Thanks to our knowledge and skills in mathematics, we solve more than just arithmetic problems. This science allows you to develop the flexibility of the mind that is necessary to solve any problem in everyday life objectively. This is not only a mathematical problem, but also a various life situation that need to be considered "from different angles". So our attitude towards mathematics is shaped by the social environment and culture.

2. Math is needed in almost all professions. It is tied to new technologies. And modern technology is everywhere. So in your specialization, to be a professional, an expert in your field, you need mathematical knowledge. People apply their math skills by doing various statistical researches and developing software.

3. 73 people who answered the questionnaire were 18-25 years university students, who often use Math in their studies. About 40 percent of students are not working, and 56 of them need math in their study profession. More than half of the students (59 percent) like Math and they agree that mathematics develops thinking, helps make decisions in relevant situations, and enables finding new ideas. Also, most respondents agree that math is important in our everyday life, because it can be used to pay taxes, solve problems and drive a car.

List of References

1. Bayly, J. (2021). 7 ways you are using math in your daily life, even if you don't know it. Access from Internet: <https://bangordailynews.com/2021/01/10/homestead/whether-you-realize-it-or-not-youre-probably-using-math-in-your-daily-life/>

2. Delor, G. (2022). Music and mathematics in Tom Johnson's work: the composer's view. Access from EZproxy <https://www-tandfonline-com.libproxy.viko.lt/doi/full/10.1080/03080188.2022.2035104>
3. Gordon, J. & Hom, E. J. (2021). What is mathematics? Access from Internet: <https://www.livescience.com/38936-mathematics.html>
4. Lafuente-Lechuga, M., Cinfuentes-Faura, J. & Faura-Martinez, U. (2020). Mathematics Applied to the Economy and Sustainable Development Goals: A Necessary Relationship of Dependence. MDPI
5. Mesrobian, C. (July 2, 2022). Jobs That Use Math: 10 Appealing Options for Number Crunchers. Access from Internet <https://www.rasmussen.edu/student-experience/college-life/jobs-that-use-math/>
6. Petrauskas, L. (2021). Viskas apie profesijas, susijusias su matematika ir fizika. Access from Internet: https://madingas.info/gyvenimo-stilius/savs-ugdymas/viskas-apie-profesijas-susijusias-su-matematika-ir.html?fbclid=IwAR3y-KCrHT-WFj4pPsROmStHXJ4sUuDaQ50SDXjEPwMjRqZaKYo_Ir5J7Lo
7. Sadiku, M., Berisha, N. & Sadiku, L. (2019). The Teaching And Learning Of Mathematics For Economics And Business At University Level. KNOWLEDGE – International Journal. Vol.31.5
8. Zayed, A. (2019). A new perspective on the role of mathematics in medicine. National Library of Medicine. Access from Internet: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31193335/>

THE IMPORTANCE OF MATHEMATICS IN OUR EVERYDAY LIFE

Summary

Mathematics is vital in every person's daily life. It plays an important role in achieving that to develop logical thinking, the ability to solve problems independently, and to be able to quickly grasp the essence and find the most appropriate and most straightforward solution. Overcoming fear of failure is essential for successful usage and understanding of Math. And the last questioned student's opinion is that Math is always in any life situation.