



LIETUVOS VERSLO KOLEGIJA

AKADEMINIO JAUNIMO SIEKIAI: EKONOMIKOS, VADYBOS IR TECHNOLOGIJŲ IŽVALGOS 2014

XI-osios respublikinės moksleivių-studentų mokslinės-praktinės **KONFERENCIJOS MEDŽIAGA**

Šiauliai, 2014

Autorių kalba netaisyta

Leidinį maketavo ir redagavo Lietuvos verslo kolegijos Šiaulių fakulteto administravimo katedros vedėja lekt. Vilma Bazarienė

© Lietuvos verslo kolegija, 2014

TURINYS

VADYBOS IŽVALGOS

Kristina Karalytė. <i>Doc. Dr. Ligita Šalkauskienė.</i> Įmonių socialinės koncepcijos įgyvendinimas TEOLT AB.	4
Lina Linkevičienė. <i>Doc. Dr. Ligita Šalkauskienė.</i> Personalo paieškos ir atrankos ypatumai UAB „Kalvis“ pavyzdžiu.	12
Rūta Rusakevičiūtė. <i>Doc. Dr. Ligita Šalkauskienė.</i> UAB „Nostrada“ socialinio-psichologinio mikro-klimato vertinimas ir gerinimo galimybės.	20
Karolis Šaulis. <i>Lekt. Birutė Povilianskienė.</i> Elektroninės prekybos vystimosi tendencijos.	34
Egidijus Baltrūnas. <i>Lekt. Raimonda Tamoševičienė.</i> Darbo laiko valdymas: UAB „X“ atvejo analizė.	40

EKONOMIKOS IŽVALGOS

Rasma Butkutė. <i>Lekt. Silva Blažulionienė.</i> Tiesioginių užsienio investicijų Lietuvoje analizė.	49
Žydrūnė Girtaitė. Karolina Maldūnaitė. <i>Prof. dr. Valentinas Navickas.</i> Gyvenimo kokybės sampratos multidiscipliniškumas.	55
Karolina Maldūnaitė. Žydrūnė Girtaitė. <i>Prof. dr. Valentinas Navickas.</i> Euro zonos ir ne euro zonos šalių ekonomikų lyginamoji analizė.	61
Agnė Steponavičiūtė. <i>Prof. dr. Valentinas Navickas.</i> Pieno sektoriaus reikšmė Lietuvos ekonomikai.	66
Natalija Marcinkėvič. Daumantė Paipolaitė. Skaistė Lentaitė. Aistė Aputytė. <i>Lekt. Margarita Išoraitė.</i> Jaunimo nedarbo problemų tyrimas Lietuvoje.	72
Tadas Selskis. <i>Lekt. Silva Blažulionienė.</i> Lietuvos tiesioginių investicijų analizė.	78
Gintarė Skučaitė. <i>Doc. dr. Ligita Šalkauskienė. Lekt. Audronė Rimkevičienė.</i> Elektroninė bankininkystė ir jos populiarinimas AB „SEB Bankas“ pavyzdžiu.	84
Toma Taujentytė. <i>Lekt. Silva Blažulionienė.</i> Įmonių investicijos į Klaipėdos laisvąją ekonominę zoną.	92

TECHNOLOGIJŲ IŽVALGOS

Marius Montvydas. <i>Prof. dr. Olegas Ramašauskas.</i> Debesų kompiuterija, atviro jos kodo programinės įrangos owncloud integravimas įmonėje.	96
---	----

ĮMONIŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS KONCEPCIJOS ĮGYVENDINIMAS TEO LT, AB

Kristina Karalytė

Lietuvos verslo kolegija, Šiaulių fakultetas

Doc. Dr. Ligita Šalkauskienė

Anotacija

Įmonių socialinei atsakomybei (toliau vadinama ĮSA) tampant vis populiarese tema verslo pasaulyje, straipsnyje yra pristatoma šio verslo modelio koncepcija, apžvelgiama, kaip ji kito nuo XX a. vidurio iki šių dienų. Nustatyta, kad įmonės socialinę atsakomybę įgyvendina trijose srityse: rūpinasi darbuotojais, aplinka bei visuomene. Straipsnyje analizuojamos įmonės TEO LT iniciatyvos, susijusios su ĮSA veikla, aptariami TEO LT socialinės atsakomybės ataskaitų duomenys.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: Įmonių socialinė atsakomybė, socialiai atsakingas verslas, nevyriausybinės organizacijos, akcinė bendrovė, Jungtinės Tautos, Jungtinių tautų vystymo programa, Nacionalinis atsakingo verslo apdovanojimas, žmogaus teisės, aplinkosauga.

Įvadas

Verslo tobulumo siekimas - ryškiausia šiuolaikinio verslo evoliucijos tendencija, kada strateginiame valdyme susikoncentruojama ne tik į finansinius veiklos rezultatus, bet ir į socialiai atsakingos organizacijos formavimą. Pastarojo dešimtmečio ekonominiai, technologiniai bei socialiniai pokyčiai taip pat turi didelę reikšmę įmonių socialinės atsakomybės (ĮSA) aktualumui. Kadangi šiandieninis verslas yra aplinkosauginių ir socialinių problemų dalis, jis privalo tapti ir jų sprendimo dalimi. Visai neabejotina, kad patys verslininkai ir pramonininkai turi užtektinai technikos ir ekonomikos žinių, reikalingų sėkmingam ekologiniam ir socialiniam verslo restruktūrizavimui. Taip ateina supratimas, jog socialinės aplinkos problemos nėra tik valstybinių institucijų prerogatyva, juo labiau, kai ĮSA teikia naudą visiems šio proceso dalyviams. Kasmet ir Lietuvos rinkoje atsakomybės ideologija tampa vis svarbesnė, daugėja įmonių, taikančių socialinės atsakomybės modelį savo verslo praktikoje. Neatsižvelgimas į ĮSA šiandien tampa rimtu konkurencingumo praradimo aspektu ateityje.

Todėl **tyrimo objektas:** TEO LT, AB socialiai atsakingo verslo įgyvendinimas.

Tyrimo tikslas: Išanalizuoti socialiai atsakingo verslo koncepciją TEO LT įmonėje.

Darbo uždaviniai:

1. Apibrėžti įmonių socialinės atsakomybės koncepciją.
2. Įvertinti įmonės TEO LT socialiai atsakingo verslo veiklą.

Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija

Mokslinėje literatūroje atsakingos įmonės sąvokai išreikšti yra vartojami įvairūs terminai: „atsakingas verslas“, „bendra socialinė atsakomybė“, „bendras pilietiškumas“, tačiau labiausiai dominuoja „įmonių socialinė atsakomybė“ (ĮSA). Šie terminai darbe naudojami kaip sinonimai. ĮSA tiesioginis vertinys iš anglų kalbos – Corporate social responsibility (CSR). Pasak M. Jurkaičio, D. Mažeikos bei K. Semaškaitės (2010) paaiškinti šį trijų žodžių junginį sudėtinga, nes tai labai plati ir dažnai įvairių diskusijų sulaukianti tema, o ir sukurti bendrą apibrėžimą yra sudėtinga, nes nėra metodikos siekiant patikrinti ar apibrėžimas yra objektyvus, ar ne. Todėl iki šiol įmonių socialinės atsakomybės sąvoka neturi vieno bendro apibrėžimo, diskutuojama ir dėl jos turinio esmės ir to, ką jis apima.

Sąvoka „įmonių socialinė atsakomybė“ pirmą kartą pavartota 1930 m., tačiau plačiau pradėta naudoti tik nuo 1960 metų. ĮSA pradininkėmis laikomos Jungtinėse Amerikos valstijose, Kanadoje bei Didžiojoje Britanijoje įsteigtos įmonės. Šiose šalyse buvo ne tik diskutuojama apie verslo socialinius įsipareigojimus, bet pradėta juos įgyvendinti. Domėjimąsi įmonių socialine atsakomybe XX a. pabaigoje dar labiau paskatino didėjanti ekonomikos globalizacija. Sparčiai augant vartotojiškumui siekiama jį patenkinti, iš to seka, kad vis daugiau išnaudojama gamtos išteklių, o pašaliniai gamybos produktai išskiriami į aplinką. Visa tai turi tiesioginę žalą visuomenei ir aplinkai, todėl vis dažniau buvo keliamas klausimas, kaip įmonės galėtų prisidėti prie atsakingos veiklos skatinimo, kaip darnaus vystymosi (Jurkaitis, M., Mažeika, D., Semaškaitė, K.

2010). Tad 2004 m. buvo pradėta bendradarbiauti su Jungtinių Tautų iniciatyva „Pasaulinis susitarimas“ ir Lietuvos įmonės ėmė aktyviau diegti ĮSA savo veikloje. Telkiamos bendros pajėgos integruoti ĮSA Lietuvoje: sulaukiama vis didesnio valstybės skatinimo; įmonės, neabejingos ĮSA, ėmė burtis į organizacijas, informuoti visuomenę apie savo socialiai atsakingą veiklą.

1 lentelėje pateikta keletas ĮSA sąvokų skirtinguose kontekstuose.

1 lentelė

Įmonių socialinės atsakomybės sąvoka

Nr.	Metai	Autorius	Sąvoka
1.	2001	V. Rudelius ir bendraautorai	Pateikė tris socialinės atsakomybės koncepcijas: atsakomybė už pelną; atsakomybė prieš suinteresuotus asmenis; atsakomybė prieš visuomenę (Gižienė, V., ir kt. 2011. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
2.	2001	Kok ir kt.	ĮSA – tai visuomenės gerovės siekimas nepriklausomai nuo tiesioginės įmonės naudos (Vaitkevičius, S., Stukaitė, D. 2009. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
3.	2002	R. L. Barker	Autorius apibūdina „socialinę atsakomybę“ kaip atsakomybę, kuri reikalauja iš organizacijos suderinti gaunamą naudą ir tos naudos pasiekimo būdus (Toleikienė, R., Karpinaitė, K., 2008. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
4.	2003	V. Pruskus	Teigia, jog socialinė atsakomybė reiškia tai, jog organizacija turėtų būti atsakinga už kiekvieną savo veiksmą, paveikiantį žmones, jų bendruomenes ar aplinką. Neigiamą verslo įtaką žmonėms ir visuomenei turi būti pripažįstama, o padaryta žala atlyginama (Gižienė, V., ir kt. 2011. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
5.	2003	A. Bosas	Autorius pabrėžė būtinumą derinti sudėtingus ir dažnai prieštarigus įtakos grupių interesus, nes įmonių socialinės atsakomybės plėtra priklauso nuo verslo makroaplinkos (Simanavičienė, Ž., Kovaliov, R., Šubonytė, J. 2011. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
6.	2004	D. Štreimikienė ir N. Vasiljevienė	Socialinę atsakomybę apibūdina kaip visų veiklos subjektų pasirengimą priimti atsakomybę už savo veiklos pasekmes (Gižienė, V., ir kt. 2011. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
7.	2004	T. A. Hemphill	Išskyrė strateginę atsakomybę. Ji suvokiama kaip naudos verslui ir visuomenei (bendruomenei) siekinys - abipusė nauda (---,---)
8.	2007	J. Ruževičius ir D. Serafinas	Jie pažymi, kad socialiai atsakinga įmonė turi laikytis darnaus vystymosi principų, kurie skirstomi į keturias grupes: žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos bei kovos su korupcija (Gižienė, V., ir kt. 2011. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
9.	2008	V. Jusčius ir V. Snieška	Pastebėjo, kad įmonės sugebėjimas užtikrinti vartotojų poreikius bei suderinti juos su kitomis suinteresuotomis grupėmis didina jos konkurencingumą(---,---)
10.	2009	D. Bernatonytė, R. Vilkė, E. Keizerienė	ĮSA apibūdinama kaip sąvoka, kurią pasitelkus verslininkai savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosauginius klausimus į savo įmonių veiklą ir į santykius su suinteresuotomis šalimis (Gižienė, V., ir kt. 2011. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)
11.	2009	E. Jasinskas, Ž. Simavičienė	Organizacijos socialinė atsakomybė – tai jos verslo sėkmės užtikrinimas, įtraukiant į kompanijos veiklą plačią socialinių ir aplinkosauginių klausimų įvairovę (Guzavičius, A., 2009. <i>Ekonomika ir vadyba</i>)

1 lentelėje atskleidžiama ĮSA sąvokos raida nuo 2001 metų. Atsiribojama nuo ankstyvųjų bendro pobūdžio autorių minčių, nagrinėjamos modernios bei mokslinės sąvokos. Nuo 2001 metų ĮSA sąvokoje pradėta kalbėti apie įmonės naudą, pelną. Vieni autoriai teigia, jog būtina orientuotis į visuomenės gerovę nepriklausomai nuo naudos, o kiti socialinę atsakomybę sieja su naudos bei pelno gavimu. Vienaip ar kitaip tai rodo, jog yra nagrinėjama ĮSA bei gaunamo pelno sąveika. 2003 metais V. Pruskus užsimena apie padarytos žalos atlyginimą. Pereinama į aukštesnį lygmenį, kai ne tik kalbama apie atsakingą veiklą nedarant žalos nei visuomenei, nei aplinkai, tačiau prabilta ir apie padarytos žalos atpirkimą. Lietuvių autoriai taip pat sutinka, jog būtina prisiiinti atsakomybę už savo veiklos pasekmes. Galvojama ne vien apie procesą, bet ir apie šio proceso rezultatą. Jau 2007 metais tiksliai atskleidžiami pagrindiniai ĮSA principai, naudojami ir šiandien pasauliniu mastu. Tai lietuvių autorių J. Ruževičiaus ir D. Serafino (2007) nuopelnas, kurie socialinės atsakomybės principus klasifikuoja taip: žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos bei kovos su korupcija. Tai labai svarbus įnašas Lietuvių kultūrai. Vėlesnių metų autorių mintys papildo ĮSA sampratą, bet iš esmės nekeičia.

Vienaip ar kitaip visi ĮSA apibrėžimai paprastai sistemingai apima penkias dimensijas: aplinkos, ekonominę, socialinę, suinteresuotųjų šalių ir savanorystės. Taigi, ĮSA – tai įmonės savanoriškas apsisprendimas užsiimti etiška veikla, kuri padeda spręsti socialinius, aplinkosauginius klausimus, atsižvelgti į suinteresuotųjų grupių problemas, savo veiklą, be kita ko, grindžiant teisės aktų nurodomomis normomis. Taigi aptarus koncepciją labai svarbu iširti ir jau minėtus ĮSA principus.

Įmonių socialinės atsakomybės principai

Įmonių socialinė atsakomybė turi daug išraiškų ir taikymo sričių. Tai įmonių ideologija, politika bei praktika, kai santykiuose su visais suinteresuotais atstovais vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei bei gamtai vertybiniais principais. O didžiausia savanoriška įmonių socialinės atsakomybės iniciatyva – Pasaulinis susitarimas („Global Compact“), kurio principais vadovaujasi ir kai kurios Lietuvos įmonės.

1999 m. Pasaulinį susitarimą pirmą kartą pristatė Jungtinių Tautų generalinis sekretorius Kofi Annanas. Jis pakvietė verslo lyderius jungtis prie iniciatyvos, kuri suvienijo veikti kartu verslo įmones bei organizacijas, Jungtinių Tautų organizaciją (JTO) ir pilietinę visuomenę, remiantis dešimčia universalių principų žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija srityse (Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje).

Pasaulinio susitarimo tikslas – skatinti įmones veikti atsakingai: nedaryti žalos aplinkai, bendruomenei, kitiems verslams ir bendromis pastangomis su JT, valdžios institucijomis ir nevyriausybinėmis organizacijomis dalyvauti sprendžiant socialines ir aplinkos apsaugos problemas, prisidėti prie visuomenės raidos ir ekonomikos augimo.

Pasaulinis susitarimas remiasi žmogaus teisių, darbo jėgos ir aplinkosaugos principais, įtvirtintais šiuose tarptautiniuose dokumentuose:

- Visuotinė žmogaus teisių deklaracija;
- Tarptautinės darbo organizacijos deklaracija dėl pagrindinių principų ir teisių darbe;
- Rio de Ženeiro deklaracija dėl aplinkosaugos ir plėtros;
- Jungtinių Tautų konvencija prieš korupciją.

2 lentelė

Dešimt ĮSA principų pagal pasaulinį susitarimą

Nr.	Sritis	Principo nr.	Principas
1.	Žmogaus teisės	1 principas	Siekama, kad verslo organizacijos remtų ir gerbtų tarptautinę žmogaus teisių apsaugą savo įtakos srityje;
		2 principas	Užtikrintų, kad jos pačios neprisidėtų prie žmogaus teisių pažeidinėjimo.
2.	Darbo jėga	3 principas	Siekama, kad verslo organizacijos paremtų asociacijų laisvę ir pripažintų teisę į veiksmingas bendras derybas;
		4 principas	Bet kokios formos privalomojo ar priverstinio darbo eliminavimas;

		5 principas	Vaikų darbo panaikinimas;
		6 principas	Diskriminacijos, susijusios su įdarbinimu ir profesija, panaikinimas.
3.	Aplinkos apsauga	7 principas	Siekiama, kad verslo organizacijos paremtų prevencines programas, užtikrinančias aplinkos apsaugą;
		8 principas	Imtūsi iniciatyvų aplinkosaugos atsakomybei didinti;
		9 principas	Skatintų aplinkai palankių technologijų vystimąsi ir platinimą.
4.	Kova su korupcija	10 principas	Verslo organizacijos turi kovoti prieš visas korupcijos formas (tarp jų ir papirkinėjimą bei kyšininkavimą)

*Šaltinis: Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje

Išanalizavus 2 lentelėje pateiktus ĮSA pasaulinio susitarimo principus, išskirta keletas aspektų, rodančių naudą įmonei, dalyvaujančiai pasauliniame susitarime:

- Lietuvos įmonėms, siekiančioms įsitvirtinti naujose rinkose, yra itin svarus konkurencingumo rodiklis. Įmonė, kuri pasauliniu mastu pripažįstama socialiai atsakinga, turi didelį pranašumą;
- Buvimas Pasaulinio susitarimo nariu gerina organizacijos įvaizdį, darbuotojų moralę/lojalumą ir produktyvumą, veiklos efektyvumą;
- Padeda gerinti rizikos valdymą įmonėje ir parengti išankstinius veiksmų planus galimoms kritinėms situacijoms;
- Suteikia verslo įmonėms galimybę keistis patirtimi, žiniomis ir inovacijomis apie aktualias verslui problemas;
- Padeda formuoti praktinius sprendimus globalizacijos ir darnaus vystimosi problemoms spręsti;
- Suteikia galimybę gauti iš JT informaciją ir žinias apie plėtros procesus ir jų praktinius siekius pasaulyje;
- Patvirtina, kad šios įmonės yra lyderiai, nes remia visuotinius principus ir atsakingo verslo idėjas.

TEO LT, AB socialinės atsakomybės įgyvendinimas

Įgyvendindama įmonės socialinės atsakomybės koncepciją versle, TEO ĮSA suvokia kaip nuoseklia, ilgalaikę veiklos strategiją, kuri pirmiausiai atspindi Bendrovės filosofiją: viziją, misiją, vertybes. Diegdama įmonės socialiai atsakingo verslo kultūrą bei praktiką Bendrovėje ir jos aplinkoje, TEO atsižvelgia į socialinius bei su gamtosauga (ypač telekomunikacijų rinkoje) susijusius aspektus, prisiima atsakomybę už savo veiklos trumpalaikius bei ilgalaikius padarinius kaip rinkos dalyvis, darbdavys, vartotojas ir kaip visuomenės narys.

Savo kasdienėje veikloje TEO vadovujasi šiais dokumentais:

1. TEO socialinės atsakomybės politika
2. TEO etikos kodeksu
3. „TeliaSonera“ socialinės atsakomybės politikos, etikos kodekso gairėmis
4. Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo principais
5. „Pasaulinės ataskaitų rengimo iniciatyvos“ (angl. Global Reporting Initiative (GRI) rekomendacijomis (rengiant socialinės atsakomybės ataskaitą),
6. Europos telekomunikacijų tinklo operatorių asociacijos (ETNO) Aplinkosaugos chartija,
7. Lietuvos Respublikos reklamos etikos kodeksu.

2005 m. prisidėjusi prie Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo, TEO savo iniciatyva prisiėmė įsipareigojimus laikytis visų dešimties pasaulinių principų (TEO 2012 socialinės atsakomybės ataskaita). Tyrimo tikslas – išsiaiškinti ar susitarimo yra efektyviai laikomasi visose srityse.

3 lentelė

Dešimt ĮSA principų pagal pasaulinį susitarimą

Nr.	Principo apibūdinimas	Dokumentas	TEO LT, AB ĮSA principo realizavimas
1	Siekiama, kad verslo organizacijos remtų	• TEO etikos kodeksas	• Visi TEO darbuotojai yra apdrausti nuo nelaimingų atsitikimų darbo metu.

	ir gerbtų tarptautinę žmogaus teisių apsaugą savo įtakos srityje.	<ul style="list-style-type: none"> • Teliasoner a soc. a. kodeksas 	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 m. darbuotojai nemokamai buvo skiepijami nuo gripo bei erkinio encefalito. • TEO savo darbuotojams suteikia lankstų darbo grafiką. • Įvairiose 2012 m. ugdymo programose dalyvavo 70 proc. TEO darbuotojų (darbuotojų studijoms skirta 90 tūkst. litų) • TEO pripažinta „Socialiai atsakinga įmonė 2011 m.“ • TEO pripažinta skaidriausia ir geriausiai informaciją rinkai teikiančia bendrove Baltijos šalyse. • Klientų patogumui įdiegta dar viena savitarnos galimybė – svetainėje www.teo.lt sukurta nauja skiltis „Pagalba“.
2	Užtikrintų, kad jos pačios neprisidėtų prie žmogaus teisių pažeidimų.	TEO etikos kodeksas	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 metais išlaikytas 2011 metų darbuotojų atlyginimų lygis. • Socialinių reikmių fondui skirta 559 tūkst. litų. • 156 darbuotojai dalyvavo saugos darbe kursuose ir buvo atestuoti. • Sukurtos naujos paslaugos, skirtos saugiam interneto naudojimui. • Įmonė TEO už reklamą ar konkurencijos pažeidimus 2012 metais baudų ar įspėjimų neturėjo. • 2012 m. TEO konkurencinėje aplinkoje nepadarė pažeidimų.
3	Siekama, kad verslo organizacijos paremtų asociacijų laisvę ir pripažintų teisę į veiksmingas bendras derybas.	LR reklamos kodeksas	<ul style="list-style-type: none"> • Sudaryta beveik 200 paramos ir bendradarbiavimo sutarčių. • Neatlygintinai suteikta 17 trumpųjų telefono numerių, kuriais paaukota 458 tūkst. litų. • TEO socialinės investicijos siekė 1,3 mln. litų. • Trečius metus iš eilės įgyvendinta pažangi iniciatyva – skirstant paramą, atsižvelgta į Bendrovės darbuotojų nuomonę.
4	Bet kokios formos privalomojo ar priverstinio darbo eliminavimas.	TEO etikos kodeksas	Šis principas minimas TEO etikos kodekse, tačiau konkrečių jo vykdymo apraiškų nerasta.
5	Vaikų darbo panaikinimas.	<ul style="list-style-type: none"> • TEO etikos kodeksas • Teliasoner a soc. a. k. • ETNO LR reklamos k. 	<ul style="list-style-type: none"> • TEO skiria ypatingą dėmesį vaikų apsaugai nuo išnaudojimo. • TEO kartu su VšĮ „Sėkmės mokykla“ įgyvendino unikalų profesinio ugdymo ir kūrybiškumo skatinimo projektą. • Saugesnio interneto akademijos paskaitas išklausė 4 tūkst. šalies moksleivių trylikoje šalies miestų.
6	Diskriminacijos, susijusios su įdarbinimu ir profesija, panaikinimas.	TEO etikos kodeksas	<ul style="list-style-type: none"> • Sudarytos techninės galimybės turintiesiems klausos negaliai vaizdo skambučiu gestų kalba gauti reikalingos informacijos. • 2012 m. įmonėje nebuvo užfiksuota pažeidimų dėl diskriminacijos, dėl darbuotojų rasės, lyties, religijos, politinių įsitikinimų, tautybės, socialinės kilmės ar kitų priežasčių. • 2012 m. duomenimis, TEO įmonių grupėje moterų ir vyrų pasiskirstymas buvo panašus – 1565 moterys ir 1678 vyrai. • 2012 m. TEO valdyboje buvo 6 nariai: 3 moterys ir 3 vyrai. • 2012 m. TEO įmonėje dirbo 13 darbuotojų su negalia.
7	Siekama, kad verslo organizacijos paremtų prevencines	<ul style="list-style-type: none"> • TEO etikos kodeksas • Teliasoner 	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 m. TEO toliau sėkmingai tęsė aplinkosaugos projektą „Tausok ir keiskis“. • 2012 m. apie projektą „Tausok ir keiskis“ žinojo ir jame

	programas, užtikrinančias aplinkos apsaugą.	a soc. a. k. • ETNO, LR reklamos k.	dalyvavo net 84 proc. darbuotojų. • 2012 metais vyko TEO ekologiškiausio darbuotojo konkursas. • TEO nuosekliai vadovaujasi „žaliųjų pirkimų“ kriterijais ir reikalavimais tiekėjams.
8	Imtūsi iniciatyvų aplinkosaugos atsakomybei didinti.	• TEO etikos kodeksas • ETNO	• Popierinių sąskaitų sumažėjo 1,25 proc., o sąskaitoms ir vokams buvo naudojamas tik perdirbtas popierius. • Sunaudota 11 proc. mažiau biuro popieriaus. • Suvartota 6 proc. mažiau vandens. • Elektros administravimo reikmėms suvartota 9,69 proc. mažiau. • 2012 m. buvo išrūšiuota 80 599,80 kg atliekų • CO2 emisija sumažėjo 6,68 procento.
9	Skatintų aplinkai palankių technologijų vystymąsi ir platinimą.	• TEO etikos kodeksas • ETNO	• 2012 m. beveik visi TEO dokumentai buvo pasirašomi el. parašu. • Keturiuose TEO klientų aptarnavimo skyriuose įdiegtas taupusis LED apšvietimas. Tai leido sutaupyti 50 tūkst. kWh elektros energijos.
10	Verslo organizacijos turi kovoti prieš visas korupcijos formas (tarp jų ir papirkinėjimą bei kyšininkavimą).	• TEO etikos kodeksas	• 2012 m. „Baltosios bangos“ iniciatyva įvyko 10 viešų renginių ir keletas viešinimo kampanijų: „Diena be šešėlio“, „Šioje šalyje nėra vietos šešėliui“, „Kokio skaidrumo nori Lietuvos verslas?“ • 2012 m. TEO įmonei jokių kaltinimų dėl korupcinės veiklos nebuvo išsakyta.

3 lentelės duomenys rodo, jog socialiai atsakinga įmonė TEO LT, vienaip ar kitaip į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius, aplinkosaugos ir skaidraus verslo principus.

Žmogaus teises ginantys principai, atskleidžiami TEO etikos kodekse: organizacija pasisako už laisvą ir sąžiningą prekybą, siekiant atviros konkurencijos ir etiškų sąlygų, laikydamiesi šalių, kuriose įmonė vykdo savo veiklą, teisės sistemų normų. Reklamos neturi peikti ar diskredituoti kitų produktų ar paslaugų, reklamos davėjų ar reklamos, nesvarbu, ar tai daroma sąmoningai, ar netiesioginiu būdu.

Nepritariama vaikų, kalinių ar prievartinio darbo naudojimui. Bendradarbiaujama su vyriausybinėmis bei patikimomis organizacijomis blokuojant interneto svetaines, kuriose pateikiamas su vaikų seksualiniu išnaudojimu susijęs turinys. TEO tikisi, kad taip pat ir visi jų verslo partneriai kovos su vaikų išnaudojimu. Europos telekomunikacijų tinklo operatorių asociacijos Aplinkosaugos chartija teigia, kad bendras tikslas yra padaryti internetinę erdvę saugesnę jaunesnėms kartoms.

Siekiami sukurti tokią darbo aplinką, kurioje asmenys būtų gerbiami nepaisant individualių skirtumų, gabumų ar asmeninių savybių. Nė vienas darbuotojas ar kandidatas neturi būti diskriminuojamas ar persekiojamas dėl amžiaus, rasės, lyties, religijos, negalios, tautybės, lytinės orientacijos, santuokinės ar šeiminės padėties ar politinių pažiūrų.

TEO yra įsipareigojusi vykdyti savo veiklą ekologiškai tvariu būdu. Įmonė prisideda prie pasaulio aplinkos tvarumo plėtodama, skatindama naudotis ir pati naudodamasi mažiau išteklių reikalaujančiomis bei aplinkai draugiškomis paslaugomis ir imdamasi priemonių sumažinti savo veiklos poveikį aplinkai. Lietuvos Respublikos reklamos etikos kodekse, kuriuo taip pat vadovaujasi TEO LT, teigiama, kad jokia reklama negali skatinti arba toleruoti elgesio, kenkiančio aplinkos apsaugai.

TEO kovos su korupcija nuostatos: TEO nei duoda, nei priima kyšių ar kitokio pobūdžio neteisėtų mokėjimų siekiant įgyti ar išsaugoti verslą. Bendrovė TEO užkerta kelią korupcijai, skatindama sąžiningą verslo politiką ir skaidrų bendravimą su valstybės institucijomis. Be to, TEO tapo viena pirmųjų Lietuvos įmonių, prisidėjusių prie iniciatyvos „Baltoji banga“ įgyvendinimo. Šio projekto tikslai – skatinti skaidrią šalies verslo praktiką, kovoti su ydinga praktika atlyginimo dalį darbuotojams mokėti „vokeliuose“.

Išvados

1. Spartesnis ĮSA integravimas į Lietuvos verslo pasaulį prasidėjo tuomet, kai Lietuvos įmonės pradėjo bendradarbiauti su *Jungtinių tautų* iniciatyva *Pasaulinis susitarimas* (2004 m.).
2. *Pasaulinio susitarimo* principai orientuojasi į keturias pagrindines sritis: žmogaus teisės, darbo jėga, aplinkos apsauga bei kova su korupcija.
3. Įmonėje įgyvendinama politika, kuria siekiama žmogaus teisių skaidrumo: 2012 m. įmonėje TEO nebuvo užfiksuota pažeidimų dėl diskriminacijos, dėl darbuotojų rasės, lyties, religijos, politinių įsitikinimų, tautybės, socialinės kilmės ar kitų priežasčių.
4. Darbuotojams teikiamos papildomos naudos, kurios motyvuoja dirbti efektyviau: darbuotojai apdrausti nuo nelaimingų atsitikimų darbo metu, nemokamai skiepijami, jiems suteikiamas lankstus darbo grafikas, vykdomi įvairūs darbuotojų kvalifikacijos kėlimo kursai, darbuotojai skatinami už puikiai atliktą darbą.
5. Aplinkosaugos srityje TEO LT, AB veikla taip pat vykdoma efektyviai: atliekų rūšiavimas, elektros energijos, vandens bei popieriaus tausojimas, diegiant naujausias technologijas, perdirbto popieriaus naudojimas bei kenksmingų medžiagų išmetimo į orą mažinimas. Tai rodo, jog įmonė atsakingai reaguoja į jos veiklos daromą neigiamą poveikį aplinkai.
6. TEO skiria ypatingą dėmesį vaikų apsaugai nuo visų išnaudojimo formų. Saugos interneto akademijos paskaitas išklausė 4 tūkst. šalies moksleivių trylikoje šalies miestų. Taip pat TEO kartu su VŠĮ „Sėkmės mokykla“ įgyvendino unikalų profesinio ugdymo ir kūrybiškumo skatinimo projektą.
7. Išanalizavus TEO LT, AB socialiai atsakingos veiklos ataskaitas, galima teigti, jog ši įmonė turi susiformavusias individualias ĮSA tradicijas ir yra pasiekusi aukštą socialinės atsakomybės lygmenį: yra atsakinga ne tik ekonominėje, teisinėje sferose, laikosi etinių principų, bet ir užsiima filantropine veikla.

Literatūra

1. Žukauskienė, J. 2010. *Socialiai atsakingo verslo koncepcijos įgyvendinimas*. Šiauliai
2. Jurkaitis, M., Mažeika, D., Semaškaitė K. *Įmonių socialinės atsakomybės sąvokos samprata*
3. Šimanskienė, L., Paužuolienė J. *Įmonių socialinės atsakomybės svarba Lietuvos organizacijoms*
4. *Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje*
5. Vaitkevičius, S., Stukaitė, D. 2009. *Ekonomika ir vadyba*
6. Gižienė, V., Palekienė, O., Šimanavičienė Ž. 2011. *Ekonomika ir vadyba*
7. Kazokienė, L., Virvilaitė, R. 2006. *Etikos vaidmuo rinkodaroje*
8. Pruskus, V., 2002. *Verslo etika*
9. Toleikienė, R., Karpinaitė, K., 2008. *Ekonomika ir vadyba*
10. Šimanavičienė, Ž., Kovaliov, R., Šubonytė, J. 2011. *Įmonių socialinės atsakomybės skatinimo politikos Lietuvoje SSGG analizė. Ekonomika ir vadyba*
11. Guzavičius, A., 2009. *Ekonomika ir vadyba*. Kaunas.
12. Kirkauskienė, R., Karazijienė, Ž. 2009. *Išlaidų sveikatos apsaugai naštos verslui ir valstybei įvertinimas*. Ekonomika ir vadyba
13. Juščius, V. 2009. *Įmonių socialinė atsakomybė ir organizacijų tapatumas šiuolaikinės ekonominės krizės kontekste*. Ekonomika ir vadyba
14. Ruževičius, J., Serafinas, D. 2007. *Socialiai atsakingo verslo plėtra Lietuvoje*
15. Astromskienė, A., Adamonienė, R. 2009. *Įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvų Lietuvoje tendencijos*. *Ekonomika ir vadyba*. Kaunas.
16. TEO etikos kodeksas/ Teliasonera etikos kodeksas
17. Europos telekomunikacijų tinklo operatorių asociacijos Aplinkosaugos chartija
18. Lietuvos Respublikos reklamos etikos kodeksas

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPT IMPLEMENTATION OF TEO LT, AB

Summary

As Corporate Social Responsibility (CSR) is increasingly becoming a widely discussed topic in business, the article endeavors to explore the concept of CSR and review its development from the mid-twentieth century until

the present day. Established that the enterprise implements social responsibility in three spheres: takes care about the employees, environment and the society. In the article analyses initiatives undertaken by TEO LT whose operations are associated with CSR, looks at the results of TEO LT social responsibility assessment research.

KEY WORDS: corporate social responsibility, socially responsible businesses, non-governmental organizations, public limited company, the United Nations, the United Nations Development Program, the National Responsible Business Award, human rights, environmental protection

PERSONALO PAIEŠKOS IR ATRANKOS YPATUMAI UAB „KALVIS“ PAVYZDŽIU.

Lina Linkevičienė

Lietuvos verslo kolegija

Doc. dr. Ligita Šalkauskienė

Anotacija

Pastaruoju metu darbdaviams susiduriant su kvalifikuotų specialistų trūkumu Lietuvoje, darbuotojų paieškos ir atrankos procesas tampa vis sudėtingesnis kiekvienai organizacijai. Įmonei UAB „Kalvis“ nuolat kyla poreikis darbuotojų paieškai ne tik dėl atsirandančių naujų darbo vietų, tačiau ir dėl nuolatinės darbuotojų kaitos.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: paieškos ir atrankos ypatumai.

Įvadas

Kiekviena organizacija, siekdama išlaikyti konkurencingumą rinkoje, vis daugiau dėmesio skiria žmogiškųjų išteklių valdymui, kuris padeda organizacijai siekti jos tikslų ir užimti pirmaujančias pozicijas rinkoje, todėl neatsitiktinai ši vadybinės veiklos sritis atsидūrė modernių vadybos teorijų dėmesio centre. Kaip teigia T. E. Erkan ir kt. (2012), žmogiškųjų išteklių valdyme labai svarbus procesas yra darbuotojų paieškos ir atrankos organizavimas, siekiant išsirinkti tinkamiausią darbuotoją siūlomai darbo pozicijai užimti. Darbuotojų paieška ir atranka nėra atskiri ir vienkartiniai veiksmai, o nuolatiniai, tarpusavyje susiję procesai. Atrankos tikslas - atrinkti žmones, kurie, efektyviai dirbdami ir nuolat tobulėdami, būtų naudingi organizacijai. Nuo atrankos kokybės priklauso tolimesnė darbuotojų organizacinio karjeros vystymo kokybė. Nerimtas požiūris į darbuotojų atranką lemia neefektyvų žmogiškųjų išteklių potencialo panaudojimą.

Kokybiška darbuotojų atrankos ir karjeros vystymo sistema leidžia organizacijai likti konkurencingai ir išlaikyti talentingus darbuotojus. Kaip pabrėžia W. E. Wright ir kt. (2011), organizuojant darbuotojų atranką, organizacijos gali pasirinkti daugelį darbuotojų atrankos metodų kaip pokalbis, interviu, gyvenimo aprašymo analizė, asmenybės ir sąžiningumo testai, kompiuterinio raštingumo patikrinimo testai ir pan. Visa tai padeda išsiaiškinti, kuris asmuo labiausiai tinka siūlomai darbo vietai. Be to, labai svarbu, kad pats pasirinktas kandidatas atitiktų pačios organizacijos kultūrą ir jos siekius (Wilkerson, 2008).

Objektas: UAB „Kalvis“ personalo paieška ir atranka.

Tikslas: Įvertinti UAB „Kalvis“ personalo paieškos ir atrankos etapus.

Uždaviniai:

1. Atskleisti personalo paieškos ir atrankos teorinius aspektus.
2. Įvertinti UAB „Kalvis“ personalo paieškos ir atrankos šaltinius bei metodus.
3. Pateiktis UAB „Kalvis“ personalo paieškos ir atrankos tobulinimo galimybes.

Personalo paieškos ir atrankos samprata

Žmogiškųjų išteklių strategijos tikslas – atrinkti reikalingus išteklius – darbuotojus, turinčius reikiamų gebėjimų, patirties, žinių ir mokymosi potencialo. Kompetentingai atlikta personalo paieška ir atranka, bei adaptacija greitai duoda rezultatų, t.y. įmonė netrukus pajaučia teigiamą naujojo darbuotojo indėlį. Tinkamas pasirinkimas – laiko ir pinigų taupymas, tiek įmonės tiek darbuotojo. Yra teigiama, kad reikiamas dėmesys personalo atrankai turi įtakos ilgalaikiam organizacijų efektyvumui.

Dažniausiai personalo atranka yra apibrėžiama kaip procesas, kurio metu nustatoma, kurį iš pretendentų pasamdyti tam tikram darbui, pasirenkant iš keleto kandidatų labiausiai tinkamą tam darbui. Tuo tarpu personalo paiešką galima apibūdinti, kaip veiklų rinkinį, kurį naudoja organizacija, kad sudomintų kandidatus, turinčius gabumų ir požiūrį, kuris reikalingas organizacijai siekiant savo tikslų. Tačiau reikia pabrėžti, kad mokslinėje literatūroje galima aptikti begalę įvairių personalo atrankos sampratų ir apibrėžimų.

Parinkant naujus darbuotojus, reikia tiksliai žinoti kiek ir kokių yra laisvų darbo vietų, kur ieškoti reikalingų darbuotojų ir pasirinkti pačius geriausius. Kitaip tariant, egzistuoja personalo atrankos kokybę nulemiantys veiksniai, iš kurių galima išskirti šiuos:

- Personalo pasiūla (tiekimas) – apsprendžia kandidatų į darbo vietą sąrašo ilgį ir jame esančių pretendentų atitikimą organizacijos pageidavimams;
- Etikos standartai – kaimynų, pažįstamų samdymas, dovanos ir kyšiai iš įdarbinimo organizacijų;
- Organizacijos įtaka – samdymo politika, požiūris į atrankos procesą;
- Įstatymų įtaka (Lietuvoje: darbo sutarties, žmonių saugos darbe įstatymai, vyriausybės nutarimai, ministerijų įsakymai) (Bakanauskienė, 2002).

Tuo tarpu N. Thom ir A. Ritz (2004) pabrėžia, kad personalo atrankos pagrindą sudaro du pamatiniai principai:

1) Išsamus užimamai darbo vietai keliamų reikalavimų išmanymas, kaip veiksmingos pretendentų atrankos prielaida;

2) Pretendentų atrankos vykdymas, siekiant keliamų reikalavimų ir kandidato turimų gebėjimų sutapimo.

Kiekviena organizacija, verbuodama darbuotojus, naudoja tam tikrus personalo paieškos būdus, bei neišvengiamai turi praeiti personalo paieškos procesą, kurį skirtingi autoriai apibūdina taip pat labai skirtingai.

Mokslininkai R. Hale ir P. Whitlam (2009) pripažįsta, kad reikiamas dėmesys personalo paieškai ir atrankai turi įtakos ilgalaikiam organizacijų efektyvumui. Kaip jau buvo minėta, klaidos atrankos etape gali turėti neigiamų pasekmių. Neatidi ir nekompetentinga kandidatų atranka ir samdymas gali sukelti teisinių padarinių dėl diskriminacijos ar kitokių teisių pažeidimo. Todėl pasak K. Lukaševičiaus ir B. Martinkaus (2001) organizacijos vadovas turi itin atidžiai formuoti personalą, t.y. jį pasirinkti ir priimti.

Paprastai darbuotojų atrankos metu organizacijų vadovai siekia įvertinti kandidatų pažintinius (protinius) bei fizinius gebėjimus, kad būtų galima įvertinti, kaip jam pavyks susidoroti su darbo užduotimis. Tačiau kaip pažymi S. P. Robbins (2003), ne mažiau svarbūs ir asmens motyvuotumas, jo vertybės bei sugebėjimas bendrauti. Nuo organizacijoje vykdomos atrankos praktikos priklauso, kas bus priimtas į darbą. Jei šis procesas teisingai sukurtas, tinkami kandidatai bus rasti ir tiksliai parinkti darbui organizacijoje.

Apibendrinant galima teigti, kad personalo atranka – tai procesas, kurio metu iš turimų pretendentų į tam tikrą darbo vietą atrenkamas ir pasamdomas tinkamiausias. Personalo atrankos procesas prasideda pretendentų sąrašo pateikimu priėmimui ir baigiasi samdos sprendimu. Personalo atrankos metu organizacijų vadovai siekia įvertinti kandidatų protinius ir fizinius sugebėjimus, tam kad būtų galima įvertinti, atitinkamo asmens tinkamumą užimti tam tikras pareigas organizacijose. Tuo tarpu personalo paieškos tikslas - surasti tam tikrai darbo vietai, tam tikrai darbo grupei bei komandai labiausiai tinkantį kandidatą, kuris geriausiai atitiktų keliamus reikalavimus bei kurio veikla organizacijoje būtų efektyvi ir naudinga (žr. 1 lent.).

1 lentelė

Personalo atrankos ir paieškos sąvokos

Metai	Autorius	Samprata
2001	B.Leonienė	Personalo atranka – procesas, kurio metu iš turimų pretendentų į tam tikrą darbo vietą atrenkamas ir pasamdomas tinkamiausias asmuo.
2002	I.Bakanauskienė	Personalo atranka – tai procesas, kurio metu iš daugelio kandidatų atrenkamas ir pasamdomas geriausias.
2006	A.Stankevičienė, L.Lobanova	Personalo atranka - atsakinga užduotis, nes su parinktais žmonėmis teks dirbti ilgą laiką. Atrankos procesas apima abipusį sprendimą: organizacija sprendžia, ar siūlyti darbą, ar ne ir kaip maloniai tai daryti, o kandidatas į tą darbo vietą sprendžia, ar atitinka organizacijos siūlomas darbas jo poreikius ir tikslus.
2009	A.Zaliapūgas B.Zaliapūgienė	Personalo atranka– tai procesas, kurio metu atrenkamas geriausias kandidatas. Atrankos

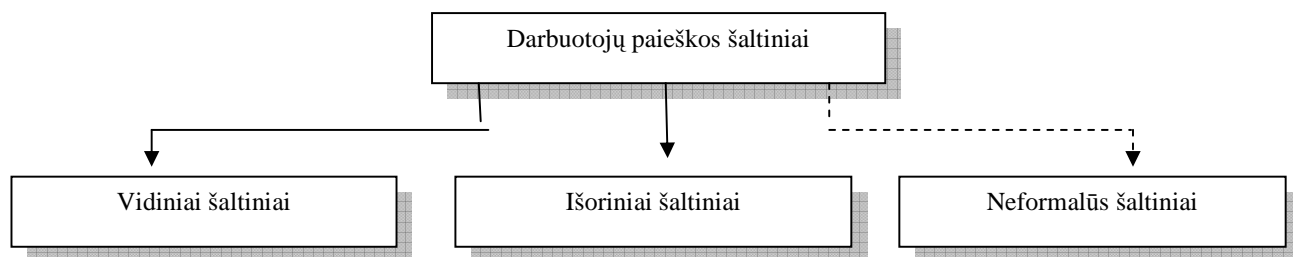
		proceso pradžia- personalo poreikių nustatymas ir pabaiga – kandidato įdarbinimas.
2012	A.B.Holm	Personalo atranka – tai organizacijų atliekami veiksmai, kuriais siekiama identifikuoti ir pritraukti kompetentingus kandidatus į naują darbo vietą.
2014	N.V.Florea	Personalo atranka – tai procesas, kurio metu ieškomi būsimi kandidatai į laisvas darbo vietas.
2001	B. Leonienė	Darbuotojų paieška – procesas, kuriuo surandami ir „priviliojami“ į laisvas darbo vietas tinkami kandidatai.
2006	A. Milašius	Darbuotojų paieška yra daug pastangų reikalaujantis darbas. Ieškant darbuotojų didžiausią dėmesį reikia kreipti į tas paieškos priemones, kurios yra veiksmingiausios tame krašte, rajone ar mieste.
2006	A. Stankevičienė, L. Lobanova	Personalo paieška – tai visuma veiksmų, kurie atliekami organizacijoje, norint patraukti į darbo vietas kandidatus, turinčius reikiamus sugebėjimus organizacijos tikslams siekti.

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės.

UAB „Kalvis“ metodika - 14 -

Įmonei UAB „Kalvis“ labai dažnai tenka ieškoti naujų darbuotojų, nes jų kaita įmonėje yra pakankamai dažna. Įmonėje UAB „Kalvis“ personalo atranka yra suvokiama kaip procesas, kurio metu iš turimų pretendentų į tam tikrą darbo vietą atrenkamas ir pasamdomas pats tinkamiausias. UAB „Kalvis“ turi patvirtinęs savo vidinę personalo vadybos, kompetencijų ir mokymų procedūrą, kuria vadovaujasi priimant naujus darbuotojus į darbą, juos apmokant ir vystant jų kompetencija.

Naujo darbuotojo paieška užtrunka nuo vienos iki dviejų savaitių. Darbuotojų paieška visų pirma prasideda sprendimais, koku būdu bus ieškomi nauji darbuotojai, t.y. vadovai nusprendžia, ar įmonėje galima tam tikra darbuotojų rotacija, ar reikia pasinaudoti išoriniais darbuotojų paieškos metodais. Todėl galima teigti, kad įmonėje UAB „Kalvis“ yra naudojami du pagrindiniai formalūs darbuotojų paieškos šaltiniai, t.y. vidiniai ir išoriniai, bet galima paminėti ir neformalius (žr. 1 pav.).



1 pav. UAB „Kalvis“ darbuotojų paieškos šaltiniai

Vidiniai šaltiniai:

- Kandidatų pasirinkimas iš savo darbuotojų tarpo;
- Kandidatų pasirinkimas iš buvusių bendradarbių toje įmonėje (iš anksčiau dirbusių toje įmonėje);

- Kandidatų pasirinkimas iš buvusių bedradarbių kitose įmonėse ir iš pažįstamų tarpo (rekomendavus pažįstamiems).

Išoriniai šaltiniai:

- Personalo paieška per darbo biržą;
- Kreipimasis į įdarbinimo agentūras, konsultavimo įmones;
- Vieši skelbimai masinės informacijos priemonėse;
- Kandidatų pasirinkimas iš mokslo įstaigų;

Neformalūs šaltiniai:

- Darbuotojų paieška remiantis įmonėje dirbančių darbuotojų rekomendacijomis.

Tikslinga paanalizuoti UAB „Kalvio“ per paskutiniuosius penkis metus įdarbintų darbuotojų statistiką, kurioje matosi, kokiais metodais, priemonėmis ir šaltiniais buvo priimti atitinkamų pareigų darbuotojai (žr. 2 lent.).

2 lentelė

UAB „Kalvio“ 2009-2013 m. darbuotojų vidinės ir išorinės darbuotojų paieškos statistika

Metai	Ieškomas darbuotojų skaičius	Pareigybės	Šaltiniai	Paieško s laikotarpis	Šaltinis per kurį buvo surastas darbuotojas
2013 m.	9	Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Darbo birža
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Suvirintojas	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Suvirintojas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
		Suvirintojas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
		Suvirintojas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
2012 m.	30	Dizainerė	Neformalūs	1 sav.	Darbuotoją dirbantį UAB „Kalvis“
		Pardavimų vadybininkas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Sandelio darbuotoja	Išoriniai	1 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Elektro-auto karistas	Neformalūs	2 sav.	Darbuotoją dirbanti UAB „Kalvis“
		Staklininkas	Išoriniai	1 mėn.	Darbo birža
		Staklininkas	Išoriniai	1 mėn.	Darbo birža
		Staklininkas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
		Staklininkas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas
		Šaltkalvis	Išoriniai	1 mėn.	Internetas

2009 m.	10	Technologas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Kūrikas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Kūrikas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Kompiuterinės įrangos administratorius	Neformalūs	1 sav.	Darbuotoją UAB "Kalvis"
		Darbo vadovas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Darbo vadovas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Elektrikas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
		Elektrikas	Išoriniai	2 mėn.	Įdarbinimo agentūra
Staklininkas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis		
Suvirintojas	Išoriniai	1 mėn.	Laikraštis		

Šaltinis: UAB „Kalvis“ duomenys

Šaltinių struktūroje, žiūrėti (2 pav.) matome, jog UAB „Kalvis“ darbuotojų paieškos šaltinius renkami – išorinius, apie tai byloja net 64 proc. neformalūs – 3 proc. ir 2 proc. sudaro vidiniai šaltiniai.



2 pav. UAB „Kalvis“ šaltinių struktūra.

UAB „Kalvis“ gerinimo galimybės

Įvertinus įmonės UAB „Kalvis“ personalo paieškos ir atrankos šaltinius bei etapus, rekomenduojama:

1. Išnaudoti kuo įvairesnius darbuotojų paieškos šaltinius: karjeros muges, paiešką aukštosiose mokyklose, interneto skelbimus ir duomenų bases. Šie darbuotojų paieškos šaltiniai leistų greičiau rasti reikalingus ir kvalifikuotus darbuotojus.
2. Darbuotojų atrankos metu neapsiriboti vien pokalbiu su kandidatu, bet įtraukti kuo daugiau įvairesnių darbuotojų atrankos metodų kaip įvairūs gebėjimų testai, kas leistų įvertinti darbuotojų asmeninius gebėjimus, reikalingus atlikti tam tikrą siūlomą darbą.

Išvados

1. Išsiaiškinta, kad labiausiai paplitę ir populiariausi yra šie darbuotojų paieškos, šaltiniai, etapai ir atrankos metodai ir etapai: anketinių duomenų, gyvenimo aprašymo ir rekomendacijų analizė, įvairūs testai, atrankos pokalbis bei priėmimas bandomajam laikotarpiui. Tuo tarpu populiariausi personalo paieškos metodai yra šie: skelbimai vietiniuose laikraščiuose, įdarbinimo agentūros, asmeniniai kontaktai bei vidinė darbuotojų paieška.
2. Nustatyta, kad įmonėje UAB „Kalvis“ pagrindiniai darbuotojų paieškos šaltiniai yra Darbo birža bei populiariausi siūlomų darbo vietų internetiniai portalai. Tokių UAB „Kalvis“ darbuotojų paieškos strategijos pasirinkimą visų pirma įtakoja patogumas bei mažiausios piniginių išteklių sąnaudos.
3. Įmonėje UAB „Kalvis“ darbuotojų atranka vyksta pagrindiniais penkiais etapais, kurie prasideda dokumentų užpildymu, kandidatų sąrašo sudarymu, pokalbiu, pasiūlymo dirbti pateikimu bei darbo sutarties pasirašymu. Šių penkių etapų puikiai įmonei UAB „Kalvis“ užtenka efektyviai ir tinkamai suorganizuoti darbuotojų atranką.
4. Nustatyta, kad įmonėje UAB „Kalvis“ populiariausias personalo atrankos metodas – pokalbis, kurį organizuoja patys skyrių direktoriai. Tai rodo, kad UAB „Kalvio“ skyrių direktoriams yra svarbu pažinti pretendentus į laivą darbo vietą, įvertinti jų asmenines savybes, bendravimo ir kitus profesinius įgūdžius.

Literatūra

1. Bakanauskienė, I. 2002. *Personalo valdymas*. Kaunas: VDU.
2. Erkan, T. E., Rouyendegh, B. D. 2012. Selection of academic staff using the fuzzy analytic hierarchy process: a pilot study. *Tehnicki vjesnik / Technical Gazette*. Oct-Dec2012, Vol. 19 Issue 4, p. 923-929. [žiūrėta 2014-04-14]. Prieiga internetu: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=fb6d3385-e2f3-401c-8ed7-77bb74b9ac06%40sessionmgr111&hid=120>
3. Florea, N. V. 2014. Using recruitment agencies to obtain the best candidates. *Management and economics*, 1 (73). [žiūrėta 2014-04-14]. Prieiga internetu: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=8fb4d8ce-bf54-4e58-83de-b80a60c771a0%40sessionmgr4001&hid=4101>
4. Holm, A. B. 2012. E-recruitment: Towards an Ubiquitous Recruitment Process and Candidate Relationship Management. *Zeitschrift für Personalforschung*. Vol. 26 Issue 3, [žiūrėta 2014-04-14]. Prieiga internetu: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=8fb4d8ce-bf54-4e58-83de-b80a60c771a0%40sessionmgr4001&hid=4101>
5. Leonienė, B. 2001. *Darbuotojų vadyba*. Kaunas: Šviesa
6. Lukaševičius, K., Martinkus, B. 2001. *Mažųjų ir vidutinių įmonių vadyba*. Kaunas: Technologija.
7. Robbins, S. P. 2003. *Organizacinės elgsenos pagrindai*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
8. Stankevičienė, A., Lobanova, L., 2006. *Personalo vadyba organizacijos sistemoje*. Vilnius: Technika.
9. Wilkerson-Burgess, B. 2008. Selection and interview procedures at a multinational company. *Business Communication Quarterly*. Mar2008, Vol. 71 Issue 1, p. 100-102. Žiūrėta [2014-04-14]. Prieiga internetu: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=fb6d3385-e2f3-401c-8ed7-77bb74b9ac06%40sessionmgr111&hid=120>

10. Wright, E. W., Domagalski, T. A., Collins, R. 2011. Improving Employee Selection With a Revised Resume Format. *Business Communication Quarterly*. Sep 2011, Vol. 74, Issue 3, p. 272-286. Žiūrėta [2014-04-14]. Prieiga internetu: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=fb6d3385-e2f3-401c-8ed7-77bb74b9ac06%40sessionmgr111&hid=120>.
11. Zaliapūgas, A., Zaliapūgienė, B., 2009, *Personalo valdymas*. Klaipėda: KU.

SPECIFICS OF PERSONNEL SEARCH AND SELECTION IN JSC „KALVIS“ CASE

Personnel search and selection is a process when among several applicants the most suitable one for a certain position is selected and hired.

The personnel search and selection process starts with submission of an applicants list and ends with the decision of hiring.

When choosing the most appropriate technique of personnel search and selection, these factors should be judged: potential employee's level of responsibility, their supply sources; time that company's employees can spend for personnel selection; existing staff qualifications and experience in recruitment; budget, which the company can allocate for the search and selection process etc.

The purpose of the article is to provide and suggest more diverse personnel search and selection ways, to propose development possibilities and analyze personnel search and selection in JSC „Kalvis“ case. Theoretical characteristics in work and study of various Lithuanian and foreign authors provide the most important and main aspects of personnel search and selection.

Internal JSC „Kalvis“ sources show that 64 percent of personnel selection is based on internal sources, as it is the most acceptable method for new employee's and personnel search, 3% is based on informal and 2% is based on external sources.

Various ways of personnel search and selection may be found in the article, that will help you in selecting a reliable team and skilled workers.

Keywords: personnel search and selection.

UAB „NOSTRADA“ SOCIALINIO-PSICHOLOGINIO MIKROKLIMATO VERTINIMAS IR GERINIMO GALIMYBĖS

Rūta Rusakevičiūtė

Lietuvos verslo kolegija

Doc. dr. Ligita Šalkauskienė

Anotacija

Pirmaujančioms organizacijoms rinkoje nebepakanka vadovautis tradiciniais vadybos principais, įmonės turi būti lanksčios, kūrybingos ir gebėti greitai prisitaikyti prie rinkos pokyčių. Daugelis organizacijų pamažu teikia pirmenybę horizontaliajam vadybos modeliui, kurio pagrindinis elementas yra organizacijos socialinis-psichologinis mikroklimatas. Straipsnyje apžvelgiami socialinio-psichologinio mikroklimato teoriniai aspektai, išskiriami socialinio-psichologinio mikroklimato veiksniai, analizuojami UAB „Nostrada“ atlikto tyrimo rezultatai, pateikiamas įmonės socialinio-psichologinio mikroklimato vertinimas ir rekomendacijos, kurios leistų pagerinti organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą. **PAGRINDINIAI ŽODŽIAI:** socialinis-psichologinis mikroklimatas, organizacija, veiksniai.

Įvadas

Šiuolaikinės rinkos sąlygomis, įmonių konkurencija didėja kiekvieną dieną. Viešojoje erdvėje publikuojama nemažai straipsnių temomis: efektyvus finansų valdymas, naudingos investicijos ir jų grįžtamoji nauda, inovacijų poreikis organizacijoje, reklamos strategijos kūrimas ir įgyvendinimas, įvairūs tyrimai, kurių metu siekiama išsiaiškinti kuo vadovaudamiesi vartotojai renkasi vienas ar kitas prekes ir paslaugas. Ne dažnas organizacijos vadovas savo personalui skiria tiek pat dėmesio ir lėšų, kiek jų yra skiriama patenkinti vartotojų poreikius.

Darbuotojų darbo našumas ir jo didinimas yra daugelio organizacijų problema. Ieškoma optimaliausių priemonių, kurios leistų turint ribotus išteklius pasiekti geriausių rezultatų. Viena iš priemonių – įmonės socialinio-psichologinio mikroklimato vertinimas ir gerinimas. Vertinant organizacijos mikroklimatą didžiausias dėmesys skiriamas: sociokultūrinei aplinkai, struktūrai, technologijoms, taip pat lyderių elgesiui, lyderiavimo stiliui, tarpusavio santykiams ir bendradarbiavimui. Susiformavęs palankus socialinis-psichologinis mikroklimatas įmonėje pasireiškia: darbuotojų produktyvumo padidėjimu, pagerėjusia informacijos sklaida, išaugusia darbuotojų motyvacija, sumažėjusia darbuotojų kaita.

Organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato tyrimo problemą nusako susiformavęs įmonių vadovų požiūris į organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą, nes skiriamas mažas dėmesys jo analizavimui. Siekiant tapti pirmaujančia organizacija rinkoje nebepakanka vadovautis tradiciniais vadybos principais, įmonė turi būti lanksti, kūrybinga ir sugebėti greitai prisitaikyti prie rinkos pokyčių. Pastebima tendencija, kad daugelis organizacijų vertikalios modelio hierarchines ir formalias sistemas pakeičia į horizontaliu vadovavimo modeliui besivadovaujančias organizacijas, kurių pagrindinis organizacijos kultūros elementas yra organizacijos mikroklimatas (Šalkauskienė, Gedvilienė, 2008). Produktyvaus darbo rezultatai priklauso ne tik nuo mechaninių įmonės pajėgumų, bet lygiai taip pat priklauso nuo esamo organizacijos mikroklimato.

Objektas: įmonės socialinis-psichologinis mikroklimatas.

Tikslas: įvertinti UAB „Nostrada“ socialinį-psichologinį mikroklimatą, numatant gerinimo galimybes.

Uždaviniai:

1. Atskleisti organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato sampratą.
2. Įvertinti UAB „Nostrada“ socialinį-psichologinį mikroklimatą.
3. Pateikti UAB „Nostrada“ socialinio-psichologinio mikroklimato gerinimo galimybes.

Organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato samprata

Organizacija – tai grupė žmonių, kuriuos vienija bendra veikla bendriems tikslams pasiekti. Galime teigti, kad organizacija yra visuomenės pagrindas. Žmogus nori priklausyti tam tikrai grupei ir jaustis jos dalimi. Seilius (1993) kalbėdamas apie organizaciją pažymi, kad tai grupė žmonių, kuriuos vienija bendra veikla ir tikslas. Organizacija, tai grupė žmonių, kurie derina savo asmeninę veiklą ir siekia bendrų tikslų (Kučinskas, Kučinskienė, 2002). Grupėje dirbančių žmonių motyvacija, bendravimas, tarpusavio įtaka, dalyvavimas priimančioms sprendimams, tikslų nustatymas ir kontrolė lemia organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą, o jis daro įtaką darbo rezultatams. Dėl šios priežasties organizacijos mikroklimato vertinimas, tobulinimo galimybės ir tų galimybių įgyvendinimas gali žymiai pakoreguoti įmonės produktyvumą, pelningumą ir žinomumą rinkoje į gerąją pusę.

Psichologijos mokslas glaudžiai siejamas su socialinių organizacijos mikroklimatu. Socialinė psichologija – tai mokslas, kuris analizuoja žmonių grupių ir pavienių individų sąveikos reiškinius, o pagrindiniu objektu laikomas – žmonių grupių psichiniai reiškiniai (Jacikevičius, 1995). Socialinis mikroklimatas – tai vidiniai ir išoriniai veiksniai veikiantys, organizacijoje dirbančių žmonių tarpusavio santykius, darbo našumą ir visos organizacijos veiklą.

Taip kaip socialinis mikroklimatas, taip ir psichologinis mikroklimatas yra vienas iš pagrindinių veiksnių lemiančių organizacijos mikroklimatą. „Psichologinio klimato termino autoriais laikomi James ir Sells (1981) siekė pademonstruoti, kaip priimdami situaciją žmonės jai suteikia psichologinę reikšmę ir svarbą“ (Vveinhardt, 2009, p. 286). Jacikevičius (1995) teigia, kad psichologinis mikroklimatas – tai psichologinė atmosfera arba emocinė būseną susiformavusi komandoje, kuri priklauso nuo darbo sąlygų, vadovavimo stiliaus ir grupės narių santykių. Pagal Jucevičienę (1996) psichologinis mikroklimatas parodo grupės narių psichologinę savijautą, kuris susidaro dirbant kartu, bendraujant asmeniniais ir darbo klausimais. Psichologinis mikroklimatas – atspindi grupės narių psichologinę būseną, kuri susidaro bendradarbiaujant tarpusavyje (Šalkauskienė, Gedvilienė, 2008).

Mokslinėje literatūroje organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą nagrinėja nemažai užsienio ir lietuvių autorių (McGregor, 1960; Forehand, Gilmer, 1964; Litwin, Stringer, 1968; Taguiri, 1968; Findlater, Margulies, 1969; Shneider, Hali, 1972; James, Jones, 1974; Shneider, 1975; Payne, 1976; James, 1978; Litwin, Stringer, 1978; Joyce, Slogum, 1979; James, Sell, 1981; Schneider, Reichers, 1983; Glick, 1985; French, Kast, Mullins, 1991; Schein, 1992; Shirazi, 1994; Jucevičienė, 1996; Sakalas, 1996; Furhman, 1999; Tierney, 1999; Kangis, 2000; James, Stoner, Freeman, Gilbert, 2000; Altman, 2000; Mathisen et al., 2004; Merkys, 2005; Rekačiūtė, 2005; Zakarevičius, 2006; Vveinhardt, 2009; Lymantaitė, 2010; Vveinhardt, 2010).

Mokslininkų ir tyrėjų darbuose galime pastebėti, kad organizacijos socialinio-psichologinio klimato sąvoka yra naudojama kur kas dažniau nei, kad organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato sąvoka. Tačiau naudojant viena ar kitą sąvoką autoriai kalba apie organizacijų darbuotojus veikiančius veiksnius, kurie lemia darbo našumą ir produktyvumą. Dėl šio pastebėjimo, organizacijos socialinio-psichologinio klimato ar organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato sąvokos yra laikomos lygios viena kitai.

Organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą apibūdinančių apibrėžimų galime rasti nemažai, tačiau nėra vienos sąvokos, kuri tiksliai nusakytų, kas vis dėlto yra organizacijos socialinis-psichologinis mikroklimatas. Dėl šios priežasties, dauguma autorių, organizacijos mikroklimatą ir veiksnius, kurie daro įtaką jam, interpretuoja savaip.

I lentelėje pateikta organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato sąvokos chronologija nuo 1960 iki 2010 metų.

Organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato (klimato) sąvokos chronologija

Autorius	Apibrėžimas
McGregor (1960)	Organizacijos mikroklimatas – tai kasdienis tiesioginio vadovo ir kitų svarbių žmonių elgesys valdant organizaciją.
Forehand, Gilmer (1964)	Organizacijos mikroklimatas – tai savybė išskiria vieną organizaciją iš kitų, veikianti visą laiką ir turinti įtakos žmonių elgesiui organizacijoje.
Litwin, Stringer (1968)	Organizacijos mikroklimatas – tai darbo aplinkos ypatybių visuma, kuri gali būti išmatuojama.
Taguiri (1968)	Organizacijos mikroklimatas – tai organizacijos atmosfera, sąlygos, kultūra ir ekologija.
Findlater, Margulies (1969)	Organizacijos mikroklimatas – tai savybės susiformuojančios tarp organizacijos charakteristikų ir elgesio.
Shneider, Hali (1972)	Organizacijos mikroklimatas – tai darbuotojų suvokimas apie organizacijas, kuri lemia organizacijos ir individo savybės.
James, Jones (1974)	Organizacijos mikroklimatas – tai psichologiškai reikšmingas pažintinis situacijos perteikimas, suvokimas.
Shneider (1975)	Organizacijos mikroklimatas – tai suvokimas arba interpretacija, kuri padeda individams suprasti pasaulį ir atitinkamai elgtis tam tikroje situacijoje.
Payne (1976)	Organizacijos mikroklimatas – tai bendras tarpusavio sutarimas, kaip individai apibrėžia organizaciją.
James (1978)	Organizacijos mikroklimatas – tai organizacijos narių suvokimas apie savo organizaciją.
Litwin, Stringer (1978)	Organizacijos mikroklimatas – tai psichologinis vyksmas, kuris įsiterpia tarp organizacijos savybių ir organizacijos elgsenos.
James, Sell (1981)	Organizacijos mikroklimatas – tai individų aplinkos suvokimas, išreikštas psichologine prasme ir reikšme, individo atributas, kurio išmokstama, kuris turi istoriją ir nesikeičia.
Schneider, Reichers (1983)	Organizacijos mikroklimatas – tai mokslininkų išvados arba suvokimo įvertinimas pagal konkretnę suvokimą.
Glick (1985)	Organizacijos mikroklimatas – tai terminas apimantis organizacijos, o ne psichologinių kintamųjų, apibūdinančių individų veiksmų kontekstą.
French, Kast ir Mullins (1991)	Organizacijos mikroklimatas – tai organizacijos aplinkų apjungimas.
Schein (1992)	Organizacijos mikroklimatas – tai būdas, kuriuo remiantis organizacijos nariai bendrauja tarpusavyje ar su klientais.
Shirazi (1994)	Organizacijos mikroklimatas –tai organizacijos kultūra ir savybės, kurios leidžia organizacijai išsiskirti iš kitų organizacijų.
Jucevičienė (1996)	Organizacijos mikroklimatas – tai psichologinė organizacijų kokybė, atspindinti darbuotojų savijautos, emocijų būsenų bendrumus.
Sakalas (1996)	Organizacijos mikroklimatas – tai organizacijos socialinis kontekstas.
Furhman (1999)	Organizacijos mikroklimatas –tai organizacijos skyrių ir padalinių psichologinė atmosfera.

Tierney (1999)	Organizacijos mikroklimatas –tai socialiai sukonstruojamas fenomenas, kuris turi įtakos tam, kaip darbuotojai apibrėžia savo situacijos elementus.
Kangis (2000)	Organizacijos mikroklimatas – tai ilgalaikių santykių suvokimas, organizacijoje vykstančių įvykiai formuojantys darbuotojų elgesį.
James, Stoner, Freeman ir Gilbert (2000)	Organizacijos mikroklimatas –tai organizacijos narių patiriama ilgalaikė vidinė aplinkos įtaka, pasireiškianti organizacijos narių elgesiui.
Altman (2000)	Organizacijos mikroklimatas – tai kaip darbuotojai suvokia savo darbo aplinką.
Mathisen et al. (2004)	Organizacijos mikroklimatas – tai charakteristikos ir ypatybės, kurios skiria vieną organizaciją nuo kitos rinkinys, ir yra laikomas pagrindiniu veiksniu darančiu įtaką darbuotojų elgesiui ir motyvacijai.
Merkys (2005)	Organizacijos mikroklimatas – tai dominuojantis socialinių santykių profilis konkrečiame organizacijos padalinyje.
Rekačiūtė (2005)	Organizacijos mikroklimatas – tai psichologinis veiksnys siejamas su emocijomis, kurios padeda komandos nariams orientuotis aplinkoje, parodantis tarpusavio santykių būseną, bei stipriai veikiantis organizacijos darbuotojų reakcijas ir elgseną.
Zakarevičius (2006)	Organizacijos mikroklimatas – tai darbuotojų emocinis pasitenkinimas arba nepasitenkinimas esama situacija arba tarpusavio santykiais.
Vveinhardt (2009)	Organizacijos mikroklimatas – tai organizacijos narių, įskaitant ir vadovus, tarpusavio santykių padarinys ir reakcijų į šiuos santykius suma.
Lymantaitė (2010)	Organizacijos mikroklimatas – tai ryšys tarp komandos narių, kuris parodo individo motyvaciją, pagarbą, savęs realizavimo, tarpusavio santykių poreikius ir kitas kategorijas.
Vveinhardt (2010)	Organizacijos klimatas – tai veiksnys, grindžiamas emocijomis, padedantis organizacijos nariams suvokti aplinką, parodantis tarpusavio santykių būklę ir stipriai veikiantis organizacijos narių reakcijas bei elgseną.

Šaltinis: Lentelė sudaryta ir papildyta autoriaus remiantis Rousseau, D.M. 1988. The construction of climate in organizational research. International review of Industrial and Organizational Psychology. New York: Wiley. Furnham, A. 1999. The psychology of behaviour at work. United Kingdom: Biddles Ltd, p. 582. Organizacijos klimatas kaip vertinimo ir tarpkultūrinių tyrimų objektas [žiūrėta 2014-03-15]. Prieiga per internetą: <http://www.scripgroup.com/limba/lituaniana/263/ORGANIZACINIS-KLIMATAS-KAIP-VEI3436.php>.

Organizacijos socialinis-psichologinis mikroklimatas tampa vis svarbesnis organizacijų vadovams ir įdomesnis mokslininkams. Organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato sąvokos formavimas buvo pradėtas dar 1920 metais, bet iki šių dienų vis dar nėra vienos sąvokos, kuri tiksliai apibrėžtų organizacijos klimatą. Daugelis autorių apibūdinami organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą kalba apie vadovo elgesį valdant organizaciją, savybes veikiančias visą laiką ir turinčios įtakos žmonių elgesiui, bendravimą ir tarpusavio sutarimą, organizacijos kultūrą, darbo aplinkos suvokimą, emocinį pasitenkinimą arba nepasitenkinimą, ryšį tarp komandos narių. Organizacijos socialinis-psichologinis mikroklimatas – tai organizacijos vadovo vadovavimo stiliaus įtaka darbuotojų tarpusavio bendravimui, bendradarbiavimui, vienas kito supratimui, darbo našumui, motyvacijai ir darbuotojų poreikių patenkinimui organizacijoje.

Organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato veiksniai

Vadovaujantis mokslininkų darbuose pateikiamais socialinio-psichologinio mikroklimato veiksniais galime vertinti organizacijos socialinį-psichologinį mikroklimatą. Kiekvienas autorius išskiria skirtingus ir skirtingą

veiksnių skaičių, jų eiliškumas taip pat skiriasi. Lentelėje (žr. 2 lentelė) pateikiami autoriai, autorių grupės, kurios išskiria skirtingus socialinio-psichologinio mikroklimate veiksniai.

2 lentelė

Organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimate (klimato) veiksniai

Autorius	Veiksniai
Sims, Lafollette (1975), Muchinsky (1976), Ireland et al. (1978), Landy (1985), Koys, DeCotiis (1991), Simons, Naylor-Stables (1997), Furtman (1999), Fey, Beamish (2001), Mork, Au-Yeung (2002)	Psichologinis spaudimas ir aukšti darbo atlikimo standartai, organizacijos struktūra, paaugštinimo pareigose ir organizacijos politika, struktūra ir darbo funkcijos, priimtų sprendimų rizika, komunikacija tarp vadovų ir darbuotojų, parama iš vadovo, bendradarbių ir likusius organizacijos darbuotojų suvokimas, darbuotojų supažindinimas su tiesioginiu darbu ir užduotimis.
West (1990)	Vizija, apibrėžtumo jausmas organizacijoje, tikslų siekimas, parama.
Koys ir DeCottis (1991)	Savarankiškumas, sanglauda, pasitikėjimas, įtampa, palaikymas, pripažinimas, teisingumas, inovacijos.
Jacikevičius (1995)	Pasiekimų motyvacija, tarpasmeninių santykių kokybė, darbuotojų autonomija, organizacijos struktūra, statusų poliariškumas.
Kasiulis ir Barvydienė (2003)	Darbuotojų vertikalūs ir horizontalūs tarpusavio santykiai, vadovavimo grupei stilius, darbo sąlygos konkrečiose darbo vietose, darbo ir darbuotojų poilsio organizavimas, materialinis ir moralinis skatinimas.
Palidaskaitė (2003)	Pasitikėjimas, pagarbi atmosfera, atsakomybė, draugiškumas, orientacija į taisykles, įtampa, rutina ir iniciatyvumas.
Barvydienė, Kasiulis (2004) ir Jacikevičius (1995)	Darbuotojų motyvacija, tarpasmeninių santykių kokybė, organizacijos struktūra, statusų poliariškumas.
Merkys et al. (2005)	Saugumo/apibrėžtumo jausmas, psichologinis komfortas, verbalinė komunikacija, neverbalinė komunikacija, konfliktai, santykiai su vadovais, kūrybiškumo ir iniciatyvumo skatinimas, baismės, informacija/komunikacija, atvirumas, tolerantiškumas, gandai, apkalbos, veidmainiavimas, kartų santykiai, tarpusavio santykiai, neformalios grupės, „klikų“ susidarymas, valdymo/motyvacijos stilius, santykius ir darbingumą trikdanti aplinka, kontrolė, atėjimas į organizaciją/išėjimas iš jos, vertybės ir kultūra, tradicijos, šventės.
Šalkauskienė, Gedvilienė (2008)	Organizacijos ir asmeninių tikslų sutapimas, lanksti organizacijos struktūra, vadovavimo stilius, abipusis pasitikėjimas visos organizacijos lygmeniu, dėmesys darbo ir gyvenimo kokybei, įdomus ir atsakingas darbas, teisinga atlygio sistema ir skatinimas, asmeninio tobulėjimo galimybės, sąžininga personalo ir pramoninių santykių politika, atviras

	konfliktų sprendimas, tapatumo su organizacija jausmas, lojalumo ir reikalingumo jausmas.
Guščinskienė (2009)	Veiklos turinys bei pobūdis, darbo sąlygos, darbo organizavimo lygis, darbo skatinimo sistemos, darbo vertinimo ir moralinio skatinimo sistemos, individualios psichologinės kolektyvo narių savybės, vadovo asmenybė, jo santykiai su pavaldiniais, vadovo vadovavimo stilius, vadovo santykiai su pavaldiniais tipas, vadovo elgesys, požiūris į veiklą.
Vveinhardt (2009)	Saugumo/apibrėžtumo jausmas, kūrybiškumas/ iniciatyvumas, vertybės/tradicijos, atėjimas į organizaciją/išėjimas, komunikacija, informacijos sklaida, santykiai su vadovais, kontrolė, darbuotojų tarpusavio santykiai, atvirumas, tolerantiškumas neformalios grupės, konfliktai organizacijoje, mobingas kaip diskriminacija darbuotojų santykiuose, diskriminuojantys mobingo veiksniai.
Vveinhardt (2010)	Darbuotojų santykiai, neformalios grupuotės, atėjimas į organizaciją ir išėjimas, komunikacija, atvirumas ir tolerantiškumas, informacijos sklaida, kontrolė, konfliktai, saugumo apibrėžtumas, kūrybiškumas ir iniciatyvumas, santykiai su vadovais.
Andruškienė, Bliznikienė, Andersson ir kt. (2011)	Organizacijos tikslai, vadovavimo stilius, darbuotojų motyvacija, formalus ir neformalus bendravimas, sprendimų priėmimas, kontrolė, darbuotojų saugumo pojūtis.

Šaltinis: sudaryta autorės

Kiekvienas autorius pateikia skirtingas socialinio-psichologinio mikroklimato veiksnių grupes. Galime pastebėti, kad vieni veiksniai veiksnių grupėse kartojasi dažniau nei, kad kiti. Dažniausiai pateikiami veiksniai: organizacijos ir darbuotojų tikslai, tradicijos, savijauta organizacijoje, santykiai tarp bendradarbių, bendradarbiavimas su kolegomis, vadovo gebėjimas vadovauti organizacijai, vadovo ir darbuotojų santykiai, darbuotojų motyvacija ir skatinimas, vadovas kaip organizacijos lyderis, vadovo gebėjimas valdyti konfliktines situacijas, darbuotojų kaita organizacijoje. Remiantis šiais veiksniais galime atlikti organizacijos socialinio-psichologinio mikroklimato vertinimą. Nemažai autorių mano, kad apibrėžtumo jausmas, kontrolė, vertybės, kultūra, parama ir iniciatyvumas taip pat turi įtakos socialiniam-psichologiniam įmonės mikroklimatui, tačiau jie nėra tokie svarbūs, kaip prieš tai išvardinti veiksniai. Vis dėl to skirtingu autorių pateikti veiksniai turi didesnės ar mažesnės įtakos socialiniam-psichologiniam mikroklimatui.

Tyrimo metodika

2014 metais buvo vykdoma UAB „Nostrada“ administracijos darbuotojų anketinė apklausa, kurios metu buvo siekiama įvertinti įmonės socialinį-psichologinį mikroklimatą.

Remiantis mokslinės literatūros rekomendacijomis, šio tyrimo apklausai atlikti buvo sudaryta anketa iš vienuolikos blokų: kiekvieno bloko tikslas išsiaiškinti, kaip darbuotojas vertina organizaciją. Pirmojo bloko teiginių – tikslas išsiaiškinti kaip darbuotojai vertina organizacijos ir savo tikslų sutapimą, antrasis blokas skirtas įvertinti esamas tradicijas, trečiasis – įvertinti darbuotojų savijautą organizacijoje, ketvirtasis – įvertinti santykius tarp bendradarbių, penktasis – įvertinti bendradarbiavimą su kolegomis, šeštasis – vadovo gebėjimą

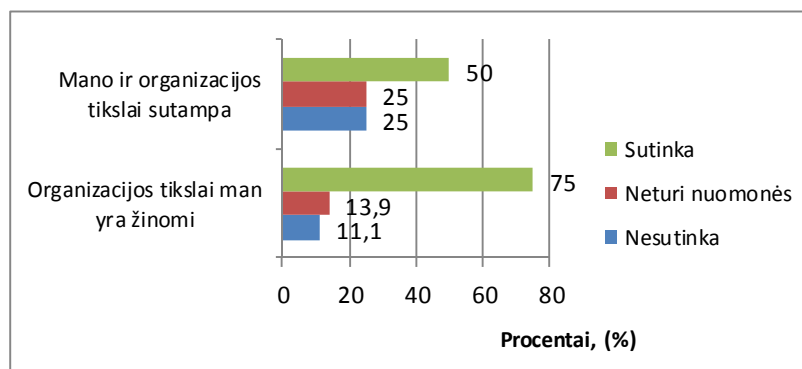
vadovauti organizacijai, septintasis – įvertinti vadovo ir darbuotojų santykius, aštuntasis – įvertinti darbuotojų motyvaciją ir skatinimą, devintasis – įvertinti vadovą kaip organizacijos lyderį, dešimtas – įvertinti vadovo gebėjimą valdyti konfliktines situacijas, vienuoliktasis – įvertinti darbuotojų kaitą organizacijoje.

Anketinėje apklausoje dalyvavo UAB „Nostrada“ administracijos darbuotojai, kurie užpildė 36 anketas (buvo paruoštos 42). Apklausiant administracijos darbuotojus, iniciatyvą parodė administracijos darbuotojai, kurie padėjo tyrime dalyvavusiems darbuotojams išplatinti anketas.

Tyrimo rezultatai

UAB „Nostrada“ socialinio-psichologinio mikroklimate tyrimo rezultatai parodė, kad darbuotojų pasiskirstymas pagal lytį yra panašus, moteris sudaro 56 proc., o vyrai – 44 proc., visų administracijoje dirbančių darbuotojų. Darbuotojų amžius svyruoja nuo 21 iki 46 metų ir daugiau. Amžiaus grupės nuo 21 – 25 ir nuo 31 – 35 metų sudaro po 25 proc. darbuotojų, didžioji dalis įmonės administracijos (31 proc.) patenka į grupę nuo 26 – 30 metų. Likusi darbuotojų dalis atitinkamai 8 proc. ir 11 proc. patenka į šias amžiaus grupes nuo 36 – 45 ir nuo 46 ir daugiau metų. Didžioji dalis administracijos (47 proc.) įmonėje dirba pirmus ar antrus metus, o 28 proc. darbuotojų įmonėje dar ne dirba pilnų metų. Tačiau 11 proc. darbuotojų įmonės veikloje dalyvauja 3 – 5 metus, o 14 proc. net daugiau nei 6 metus.

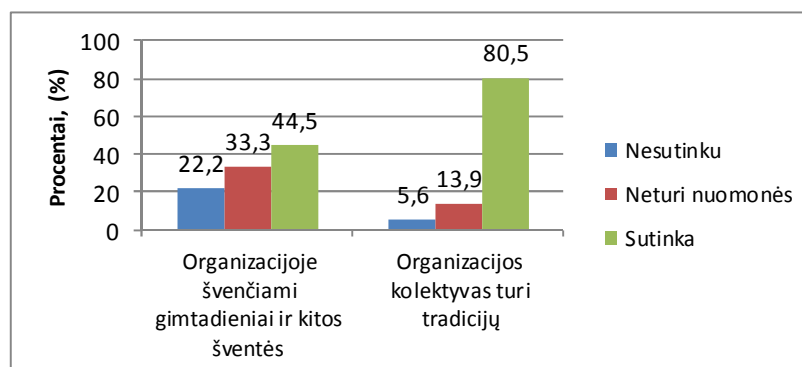
Pirmasis teiginių blokas buvo skirtas įvertinti, kaip darbuotojai vertina savo ir organizacijos tikslus. Bloką sudarė du teiginiai. Gauti rezultatai pateikti 1 paveiksle.



1 pav. Organizacijos ir darbuotojų keliamų tikslų vertinimas

Remiantis apklausoje dalyvavusių administracijos darbuotojų atsakymais, galime teigti, kad 75 proc. žino organizacijos tikslus, o tik 11 proc. teigia, kad jų nežino. Pusės (50 proc.) darbuotojų tikslai sutampa su organizacijos keliamais tikslais, o 25 proc. apklaustųjų teigia, kad jų ir organizacijos tiksliai nesutampa.

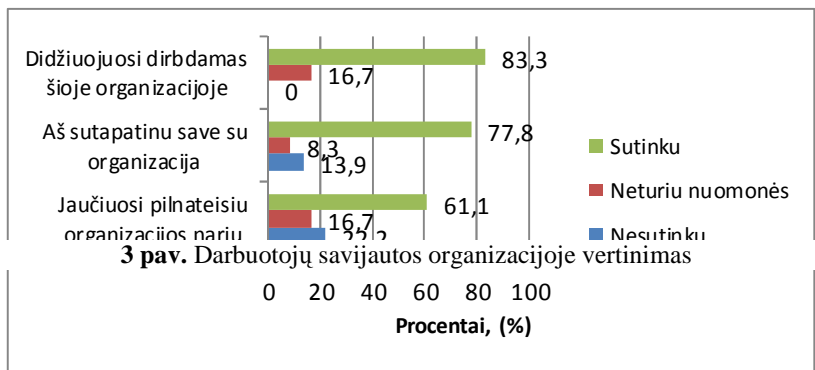
Antrąjį bloką sudarė du teiginiai, kurių pagrindinis tikslas – organizacijoje esamų tradicijų vertinimas. Rezultatai pateikti 2 paveiksle.



2 pav. Organizacijoje esamų tradicijų vertinimas

Didžioji dalis (81 proc.) darbuotojų teigia, kad organizacijos kolektyvas turi tradicijų, o tik 6 proc. pasisakė priešingai. Antrasis teiginys darbuotojų prašė įvertinti, ar organizacijoje švenčiami gimtadieniai ir kitos šventės. Atsakymai pasiskirstė, taip 45 proc. sutinka su teiginiu, o 22 proc. – nesutinka.

Trečiasis blokas siekė išsiaiškinti, kokia nuotaika vyrauja organizacijoje. Bloke buvo pateikti trys teiginiai. Gauti rezultatai pavaizduoti 3 paveiksle.

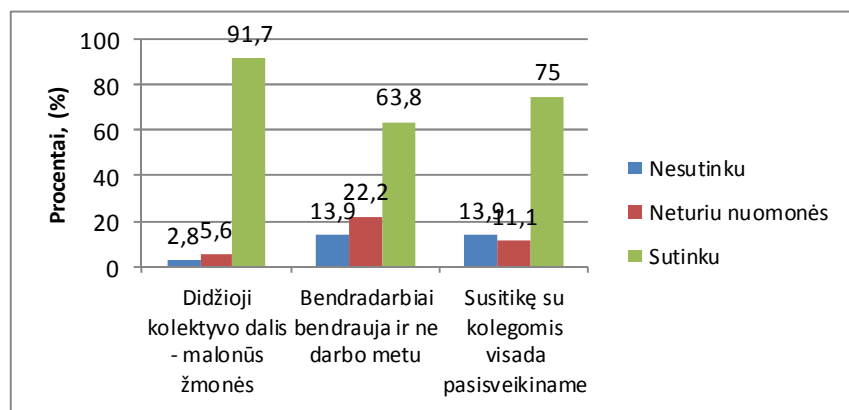


(83

Dauguma darbuotojų (81 proc.) teigia, kad didžiuojasi dirbdami šioje organizacijoje.

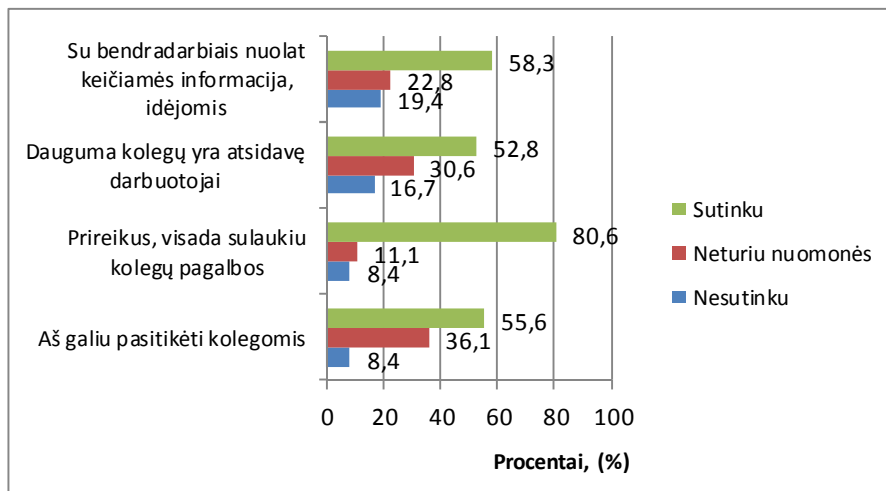
Administracijos darbuotojai paklausti ar sutapatina save su organizacija net 78 proc. pasisakė teigiamai, o mažoji dalis (14 proc.) teigia priešingai. Organizacijoje pilnateisiais nariais jaučiasi 61 proc., o 22 proc. teigia, kad pilnateisiais nariais nesijaučia.

Ketvirtajame bloke buvo pateikti trys teiginiai. Teiginių tikslas – santykius tarp bendradarbių vertinimas. Gauti rezultatai pateikti 4 paveiksle.



4 pav. Santykių su bendradarbiais vertinimas

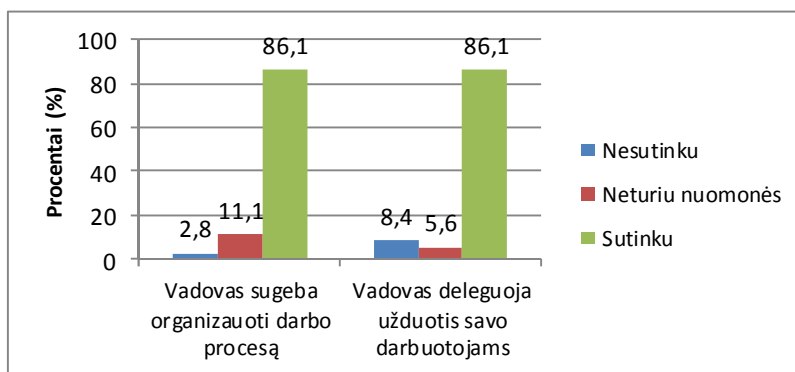
Gauti rezultatai leidžia manyti, kad organizacijos kolektyve dirba malonūs žmonės, taip teigia net 92 proc. respondentų. 64 proc. darbuotojų sutiko su teiginiu, kad bendradarbiai bendrauja ir ne darbo metu, o 14 proc. pasisakė prieš šį teiginį. Dauguma (75 proc.) darbuotojų susitikę su kolegomis visada pasisveikina, o 14 proc. su kolegomis ne visada pasisveikina.



5 pav. Bendradarbiavimo su kolegomis vertinimas

58 proc. darbuotojų sutinka su teiginiu, kad su bendradarbiais nuolat keičiamės informacija ir idėjomis, o 19 proc. mano priešingai. Paklausti ar sutinka su teiginiu, kad dauguma kolegų yra atsidavę darbuotojai, 53 proc. sutiko, o 17 proc. nemanoma, kad kolegos yra atsidavę darbuotojai. Dauguma (81 proc.) administracijos darbuotojų sutinka su teiginiu, kad prireikus, visada sulaukia kolegų pagalbos, o tik 8 proc. mano priešingai. Buvo siekta išsiaiškinti, ar kolegos pasitiki vienas kitu, 56 proc. darbuotojų pasisakė teigimai, o 8 proc. teigia, kad nepasitiki kolegomis.

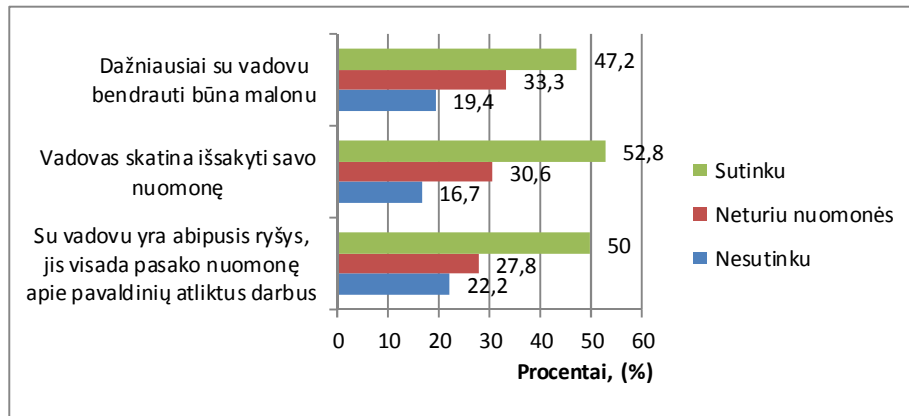
Šeštasis teiginių blokas buvo skirtas pateikti organizacijos narių nuomonę apie vadovo gebėjimą vadovauti organizacijai. Bloką sudarė du teiginiai. Gauti rezultatai pavaizduoti 6 paveiksle.



6 pav. Vadovo vadovavimo gebėjimų vadovauti vertinimas

Administracijos darbuotojai paklausti, ar vadovas sugeba organizuoti darbo procesą, net 86 proc. atsakė teigiamai ir sutiko su teiginiu, o tik 3 proc. – nesutiko. Paprašyti su tikti arba nesutikti su teiginiu, ar vadovas deleguoja užduotis savo darbuotojams, 86 proc. respondentų sutiko, o 8 proc. pasakė nesutinkantis su teiginiu.

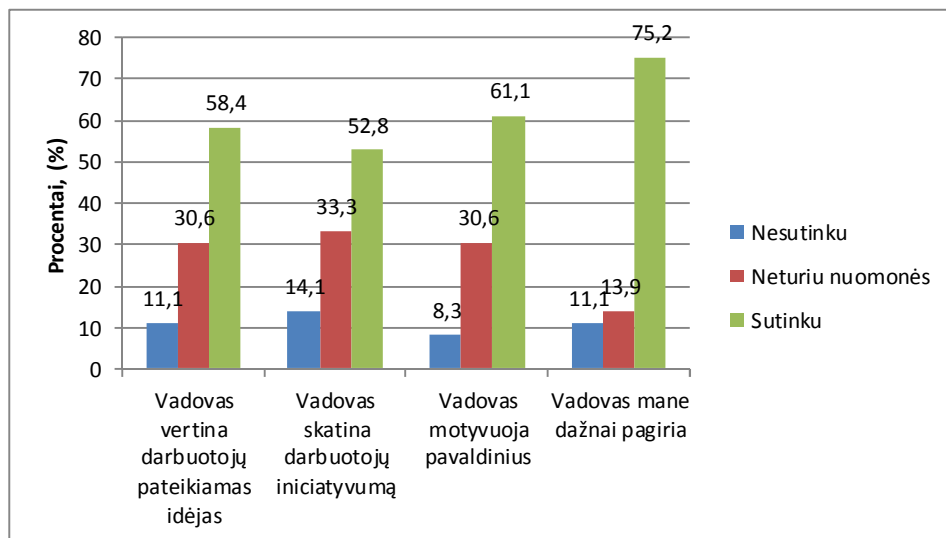
Septintojo bloko tikslas – vadovo ir darbuotojų santykių vertinimas. Bloką sudaro trys teiginiai. Rezultatai pateikti 7 lentelėje.



7 pav. Vadovo ir darbuotojų santykių vertinimas

Remiantis rezultatais galime teigti, kad organizacijoje dirbantis darbuotojai mano, kad dažniausiai su vadovu bendrauti būna malonu, o 19 proc. – nesutinka ir laikosi priešingos nuomonės. Į pateiktą teiginį, vadovas skatina išsakyti savo nuomonę, nuomonės pasiskirstė: 53 proc. – sutinka, o 17 proc. – nesutinka su prieš tai pateiktu teiginiu. 50 proc. respondentų teigia, kad su vadovu yra abipusis ryšys, jis visada pasako nuomonę apie pavaldinius atliktus darbus, o net 22 proc. teigia priešingai ir nesutinka su teiginiu.

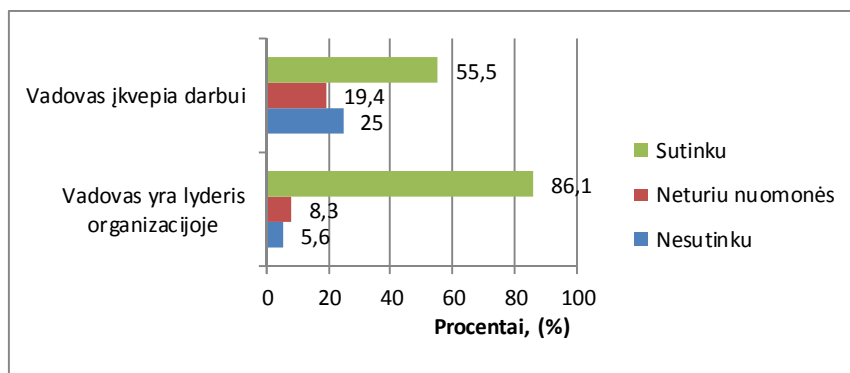
Aštuntasis blokas skirtas įvertinti darbuotojų motyvaciją ir skatinimą organizacijoje. Bloke pateikti keturi teiginiai. Gauti rezultatai pavaizduoti 8 paveiksle.



8 pav. Darbuotojų motyvavimo ir skatinimo vertinimas

Didžioji dalis (58 proc.) administracijos darbuotojų mano, kad vadovas vertina darbuotojų pateikiamas idėjas, o 11 proc. turi priešingą nuomonę. 53 proc. respondentų sutinka su teiginiu, kad vadovas skatina darbuotojų iniciatyvą, o 14 proc. – nemano, kad vadovas skatina darbuotojų iniciatyvumą. Net 61 proc. apklaustųjų mano, kad vadovas motyvuoja pavaldinius, o 8 proc. su teiginiu nesutinka ir nejaučia, kad vadovas juos motyvuotu. 75 proc. respondentų sutinka su teiginiu, kad vadovas mane skatina, 11 proc. nesutinka su pateiktu teiginiu.

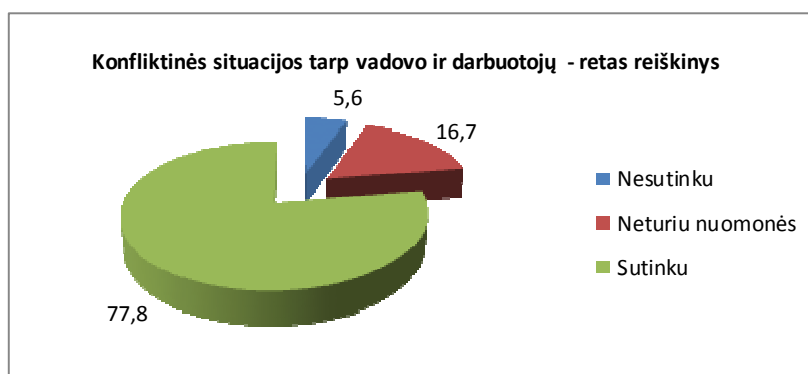
Devintąjį bloką sudaro du teiginiai, kurių tikslas – pateikti vadovo kaip organizacijos lyderio įvertinimą. Gauti rezultatai pateikiami 9 paveiksle.



9 pav. Vadovo kaip organizacijos lyderio vertinimas

Gauti apklausos rezultatai leidžia teigti, kad 56 proc. respondentų mano, kad vadovas juos įkvepia darbui, tačiau net 25 proc. mano priešingai. Paklausi, ar vadovas yra lyderis organizacijoje, net 86 proc. respondentų sutinka su teiginiu, o 6 proc. nesutiko su pateiktu teiginiu.

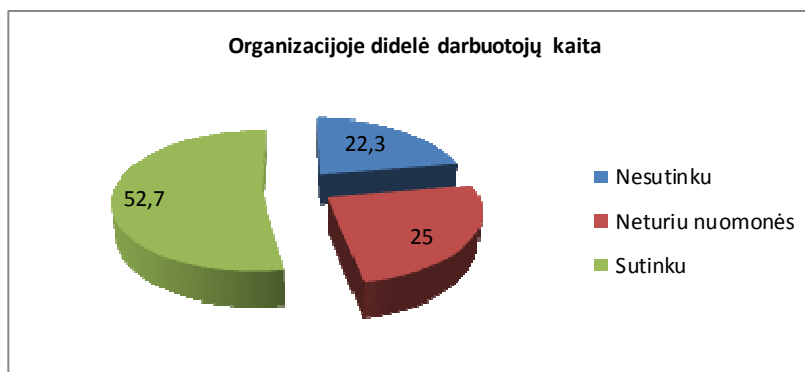
Dešimtas blokas skirtas įvertinti vadovo gebėjimą valdyti konfliktines situacijas. Bloką sudaro vienas teiginys. Rezultatai pateikti 10 paveiksle.



10 pav. Vadovo gebėjimo valdyti konfliktines situacijas vertinimas

Didžioji dalis (78 proc.) organizacijos darbuotojų teigia, kad konfliktinės situacijos tarp vadovo ir darbuotojų retas reiškinys, o 6 proc. nesutinka su pateiktu teiginiu.

Vienoliktojo bloko teiginys skirtas išsiaiškinti, ar organizacijoje yra didelė darbuotojų kaita. Bloką sudaro vienas teiginys. Gauti rezultatai vaizduojami 11 paveiksle.



11 pav. Darbuotojų kaitos organizacijoje vertinimas

Gauti rezultatai parodė, kad 53 proc. apklausoje dalyvavusių darbuotojų mano, kad organizacijoje yra didelė darbuotojų kaita, o 22 proc. nesutinka ir teigia priešingai.

Remiantis įvairių autorių išskirtais veiksniais, kurie turi įtakos organizacijos socialiniam-psichologiniam klimatui, buvo sudaryta vienuolika blokų, kurių tikslas – įvertinti organizacijos socialinį psichologinį mikroklimatą. Remiantis gautais rezultatais galime drąsiai teigti, kad organizacijos socialinis-psichologinis mikroklimatas yra vertinamas teigiamai, kadangi daugiau nei pusė, apklausoje dalyvavusių administracijos darbuotojų, pateiktus teiginius įvertini teigiamai. Tačiau teiginys, jog organizacijoje didelė darbuotojų kaita, sulaukė 53 proc. teigiamų atsakymų, tai verčia sunerinti ir apsvarstyti priežastis ir apgalvoti galimus problemas sprendimo būdus.

UAB „Nostrada“ socialinio-psichologinio mikroklimato gerinimo galimybės

UAB „Nostrada“ socialinis-psichologinis mikroklimatas įvertintas teigiamai, tačiau visada galima esama situaciją pagerinti. Todėl socialiniam-psichologiniam organizacijos mikroklimatui gerinti siūlytina atlikti tokius veiksmus:

- 1) Labiau akcentuoti organizacijos misiją, viziją, tikslus ir uždavinius. Šiuos esminius dalykus turi žinoti kiekvienas organizacijos darbuotojas nuo žemiausios iki aukščiausios grandies. Tai leis organizacijos darbuotojams savo tikslus tapatinti su organizacijos tiksliais ir kartu jų siekti.
- 2) Dalis darbuotojų netapatina savęs su organizacija. Siekiant išvengti darbuotojų išėjimo iš darbo pravartu išsiaiškinti to priežastis. Taip pat galima darbuotojams skirti naujas uždavymus, patikėti daugiau atsakomybės, supažindinti su nauja informacija, programa.
- 3) Rekomenduojama atkreipti dėmesį į darbuotojų skatinimo, motyvavimo sistemų formavimą. Kadangi dalis darbuotojų jaučiasi neskatinami ar nemotyvuojami savo darbą atlikti geriau, nei kad iš jų yra reikalaujama. Pravartu išbandyti materialines ir nematerialines skatinimo priemones. Užtikrinti, kad darbuotojas dėl savo ateities ir turimos darbo vietos jaustųsi saugiai, teikti papildomas socialines garantijas jam ir jo šeimos nariams. Rinkti mėnesio darbuotoją, teikti įvairias nominacijas, pasidaryti garbės lentą, kurioje darbuotojas galės stebėti savo ir kolegų darbo rezultatus, pasiekimus ir laimėjimus.
- 4) Reiktų suformuoti darbuotojų vertinimo sistemą, kurios kriterijai būtų taikomi visiems darbuotojams priklausomai nuo darbo pobūdžio ir specifikos. Vertinimo sistemos kriterijai turi būti puikiai suprantami kiekvienam darbuotojui.
- 5) Rekomenduojama organizacijoje taikyti Koučingo metodą. Šis metodas padės pagerinti abipusį ryšį tarp darbuotojų ir vadovo. Vadovas turės galimybę apžvelgti darbuotojo darbo rezultatus, pasakyti pastabas, patarimus, pagirti ir paskirti naujas uždavimus. Darbuotojas turės galimybę pateikti savo pasiūlymus, pastabas, naujas idėjas ar pastebėjimus.

Išvados

1. Mokslinės literatūros šaltinių analizė atskleidė, kad nėra susiformavusios vienos socialinio-psichologinio klimato sąvokos. Dėl šios priežasties daugelis autorių šia sąvoką interpretuoja savaip.
2. Organizacijos socialinis-psichologinis mikroklimatas – tai organizacijos vadovo vadovavimo stiliaus įtaka darbuotojų tarpusavio bendravimui, bendradarbiavimui, vienas kito supratimui, darbo našumui, motyvacijai ir darbuotojų poreikių patenkinimui organizacijoje.
3. Kiekvienas autorius pateikia skirtingas socialinio-psichologinio mikroklimato veiksmų grupes. Galime pastebėti, kad vieni veiksniai veiksmų grupėse kartojasi dažniau nei, kad kiti. Dažniausiai pateikiami veiksniai autorių veiksmų grupėse: organizacijos ir darbuotojų tikslai, tradicijos, savijauta organizacijoje,

santykiai tarp bendradarbių, bendradarbiavimas su kolegomis, vadovo gebėjimas vadovauti organizacijai, vadovo ir darbuotojų santykiai, darbuotojų motyvacija ir skatinimas, vadovas kaip organizacijos lyderis, vadovo gebėjimas valdyti konfliktines situacijas, darbuotojų kaita organizacijoje.

4. UAB „Nostrada“ socialinio-psichologinio klimato tyrimo rezultatai parodė:
 - 50 proc. darbuotojų tikslai sutampa su organizacijos keliamais tikslais.
 - Didžioji dalis (81 proc.) darbuotojų teigia, kad organizacijos kolektyvas turi tradicijų.
 - Dauguma darbuotojų (83 proc.) teigia, kad didžiuojasi dirbdami šioje organizacijoje.
 - Organizacijos kolektyve dirba malonūs žmonės teigia net 92 proc. respondentų.
 - 58 proc. darbuotojų sutinka su teiginiu, kad su bendradarbiais nuolat keičiasi informacija ir idėjomis.
 - Net 86 proc. sutiko su teiginiu, vadovas sugeba organizuoti darbo procesą.
 - 50 proc. respondentų teigia, kad su vadovu yra abipusis ryšys, jis visada pasako nuomonę apie pavaldinius atliktus darbus.
 - 61 proc. apklaustųjų mano, kad vadovas motyvuoja pavaldinius.
 - Vadovas yra lyderis organizacijoje mano 86 proc. respondentų.
 - 78 proc. organizacijos darbuotojų teigia, kad konfliktinės situacijos tarp vadovo ir darbuotojų retas reiškinys.
 - 53 proc. apklausoje dalyvavusių darbuotojų mano, kad organizacijoje yra didelė darbuotojų kaita.
5. UAB „Nostrada“ socialinis-psichologinis mikroklimatas įvertintas palankiai, tačiau rekomenduojama:
 - Akcentuoti organizacijos misiją, viziją, tikslus ir uždavinius.
 - Darbuotojams skirti naujas užduotys, patikėti daugiau atsakomybės, supažindinti su nauja informacija, programomis.
 - Atkreipti dėmesį į darbuotojų skatinimo, motyvavimo sistemų formavimą.
 - Formuoti darbuotojų vertinimo sistemą.
 - Rekomenduojama organizacijoje taikyti Koučingo metodą.

Literatūra

1. Furnham, A. 1999. *The psychology of behaviour at work*. United Kingdom: Biddles.
2. Jacikevičius, A. 1995. *Žmonių grupių (socialinė) psichologija*. Vilnius: Žodynas.
3. Jucevičienė, P. 1996. *Organizacijos elgsena*. Kaunas: Technologija.
4. Kučinskas, V., Kučinskienė, R. 2002. *Vadybos įvadas*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla.
5. Rousseau, D.M. 1988. *The construction of climate in organizational research*. International review of Industrial and Organizational Psychology. New York: Wiley.
6. Seilius, A. (1993). *Valdymo funkcijos*. Klaipėda: Rytas.
7. Šalkauskienė, L., Gedvilienė, M. 2008. Kolegijos socialinio-psichologinio mikroklimato vertinimas. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 4 (13), p. 353-360.
8. Vveinhardt, J. 2009. Mobingo kaip diskriminacijos darbuotojų santykiuose poveikis organizacijos klimatui. *Verslas: teorija ir praktika*. 10 (4), p. 285-297.
9. *Organizacijos klimatas kaip vertinimo ir tarpkultūrinių tyrimų objektas* [žiūrėta 2014-03-15]. Prieiga per internetą: <http://www.scrigroup.com/limba/lituaniana/263/ORGANIZACINIS-KLIMATAS-KAIP-VEI13436.php>

THE EVALUATION AND IMPROVEMENT POSSIBILITIES OF THE SOCIAL-PSYCHOLOGICAL MICROCLIMATE OF UAB „NOSTRADA“

A lot of companies to consumers offer high quality services and goods. In market we can see intensive competition between enterprises. If companies want to be first and have the biggest part of market share it have to be flexible, creative and have to be prepare to change style of management, services, goods and all this

depends on costumers. An enterprise old management styles changed into horizontal model who's the main element is climate of organization.

The problem of research – the organization in Lithuania pays not enough attention to the social-psychological climate. If companies have conditions and opportunities to formed healthy organization climate it will achieve the goals of enterprises, higher worker productivity and get better spread of information, increase level of motivation and lower turnover of employees.

The aim of article is to give an evaluation and offer improvement possibilities and analyse the aspects of social-psychological microclimate in UAB „Nostrada“. Work and researches theoretical peculiarities of different foreign and Lithuanian authors help to define the most important and main aspects of social-psychological climate, such as the behaviour of leader, motivation, team work, management and communication styles.

In the article you can find concrete recommendations and offers how to improve the social-psychological microclimate in company.

Keywords: social-psychological microclimate, organization, factor.

ELEKTRONINĖS PREKYBOS VYSTYMO SI TENDENCIJOS

Karolis Šaulis

Lietuvos verslo kolegija

Lekt. Birutė Povilianskienė

Anotacija

Šiame darbe analizuojamas elektroninio verslo valdymo procesas elektroninėje prekyboje. Pateikta elektroninio verslo samprata, išskirti elektroninio verslo elementai naudojami elektroninėje prekyboje. Ištirtos 9 elektroninių mažmeninių knygų parduotuvės bei atliktas kiekybinis šių elektroninių parduotuvių vartotojų tyrimas. Nustatyta, kad tinkamai naudojant bei derinant įvairius elektroninio verslo valdymo elementus galima pasiekti didesnių konversijų rodiklių. Tyrimas atskleidė elektroninio verslo Lietuvoje mažmeninėje prekyboje trūkumus.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: elektroninis verslas, elektroninė komercija, valdymas.

Įvadas

Straipsnio aktualumas. Pastarajame dešimtmetyje verslo organizacijų veiklos tobulinimui ir inovacijų diegimui skiriama vis daugiau dėmesio, pabrėžiant interneto vaidmenį marketingo plotmėje. Internetinio marketingo priemonių panaudojimas paslaugų versle sietinas su veiklos išplėtimu, nes jos kuriamos tikslingais veiksmais, todėl tai užima svarbų vaidmenį ne tik pačios organizacijos, bet ir visos visuomenės atžvilgiu. Tai savo ruožtu suteikia naujas galimybes verslui. Daugelis prekybos ar tam tikras paslaugas teikiančių įmonių jau perkėlė savo veiklą į virtualiąją erdvę. Verslo vykdymas internete neretai padeda sumažinti veiklos kaštus. Įmonėje mažėja darbuotojų skaičius, fizinių patalpų išlaikymo kaštai. Taip pat internetas padeda: atlikti rinkos tyrimus, bendrauti su vidine ir išorine verslo aplinka, greičiau aptarnauti klientus, atsiskaityti elektroniniu būdu, gauti išorinę aktualią informaciją ir t.t. Be to, interneto populiarumas auga labai sparčiai, todėl potencialių vartotojų skaičius internete jau beveik prilygsta potencialių vartotojų skaičiui fizinėje erdvėje. Prielaidą elektroninio verslo vystymuisi daro visuomenės intensyvus tobulėjimas naudojant informacines technologijas: didžioji visuomenės dalis turi asmeninius kompiuterius, prieigą prie interneto, išmaniuosius telefonus bei moka jais naudotis. Visa tai leidžia daryti prielaidą, kad rinka virtualioje erdvėje nuolat auga, todėl būtina pasinaudoti šia verslo plėtros galimybe.

Nepaisant aiškiai išvelgiamos naudos verslui, verslo perkėlimas į virtualiąją aplinką bei jo valdymas reikalauja specifinių vadybos, rinkodaros bei kitų disciplinų žinių. Pasitaiko nemažai atvejų, kai sėkmingai veikiančios įmonės fizinėje erdvėje, internete patiria nesėkmę. Dažniausiai tai įvyksta dėl fizinio verslo sutapatavimo su elektroninio verslo valdymu. Todėl valdant elektroninį verslą būtina taikyti specifinius, jam būdingus verslo valdymo metodus.

Straipsnio objektas: elektroninio verslo valdymas Lietuvos elektroninėse parduotuvėse.

Straipsnio tikslas: išanalizuoti elektroninio verslo valdymo ypatumus bei pateikti jo vystymosi tendencijas Lietuvos elektroninės prekybos įmonėse.

Straipsnio uždaviniai:

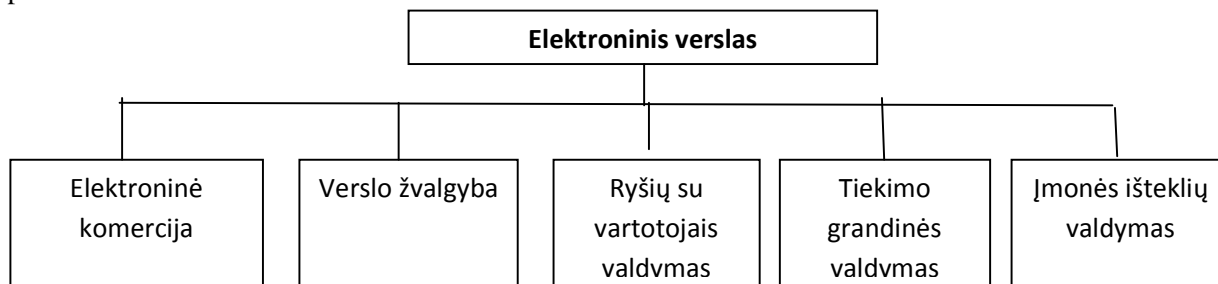
1. Pateikti elektroninio verslo teorinius ypatumus.
2. Ištirti elektroninio verslo valdymo procesą realiai veikiančiose Lietuvos įmonėse.
3. Pateikti elektroninio verslo prekyboje vystymosi tendencijas.

Straipsnyje naudoti metodai: mokslinių šaltinių analizė, sintezė, anketinė apklausa, stebėjimo metodas.

Elektroninio verslo ypatumai

Pirmą kartą elektroninio verslo terminą 1996 metais pasiūlė IBM korporacijos generalinis direktorius Louis Gerstner savo knygoje „Kas pasakė, kad drambliai negali šokti?“. Tuo metu e. verslą jis apibūdino kaip pagrindinių verslo procesų transformaciją naudojant interneto technologijas (Mikalajūnas, Pabedinskaitė, 2010). Tačiau nuo to laiko ši sąvoka gerokai pasikeitė bei buvo išskirtos e. verslo sudedamosios dalys (1 pav.).

Įvairūs autoriai įvairiuose moksliniuose darbuose ir teisės aktuose pateikia skirtingus elektroninio verslo apibūdinimus. L. Ulevičius (2001) teigia jog elektroninis verslas tai naujosios ekonomikos reiškinys, kai verslo procedūros perkeliamos į elektroninę formą. Kiti lietuvių autoriai mano jog apibrėžimas turėtų būti kuo platesnis ir aiškesnis, pavyzdžiui L. Sodžiūtė ir V. Sūdžius (2006) elektroninį verslą apibrėžia kaip verslą, kuris, siekdamas naudoti sau ir vartotojams bei naudodamasis informacine valdymo ir kita verslo struktūra, kuria, platina ar sudaro sąlygas naudoti produktus ar paslaugas, pirmiausia tam pasitelkiant elektroninio ryšio ir kitas priemones.



1 pav. E. verslo sudedamosios dalys

*Šaltinis: Baršauskas ir kt., 2006

Užsienio autorių apibrėžimai šiek tiek skiriasi nuo Lietuvos autorių apibrėžimų, nors ir esminė informacija išlieka ta pati. S. McKie (2001) teigia jog e. verslas gali būti apibūdinamas dvejopai: kaip verslo rūšis arba kaip verslo strategija.

E. verslas, kaip verslo rūšis, yra kai įmonė tiekia produktus ar paslaugas tik per internetą. E. verslas, kaip verslo strategija, yra kai įmonė vykdydama savo veiklą naudojami elektroniniais kanalais pranašumui prieš konkurentus įgyti ar pagerinti savo paslaugų kokybę. J. Groucutt ir P. Griseri (2004) teigia jog e. verslo apibrėžimas dažnai tapatinamas su elektroninės komercijos apibrėžimu. Tačiau el. verslo samprata yra daug platesnė – ji įvertina politikos, ekonomikos, visuomenės, technologijų legalumo ir aplinkos įtaką.

Vienas naujausių ir išsamiausių apibrėžimų yra J. Gordijn ir R. Wieringa (2010), kurie teigia, jog elektroninis verslas – tai verslo procesai, kurie yra įgyvendinami kompiuterių tinklų pagalba, ir kurie gali sumažinti šiems procesams atlikti reikalingas išlaidas, išlaikant tokį pat veiklos pelningumą arba net jį padidinant.

E. verslas apima santykių, susijusių su tarptautinių pardavimų ir nacionalinių sandorių sudarymu elektroniniu būdu rūšis: pirkimą, pardavimą, elektroninius aukcionus, elektroninę bankininkystę, elektroninį tarpininkavimą, tiekimą, užsakymus, reklamą, konsultavimą, įvairius susitarimus bei dalykinio bendradarbiavimo formas. Privalomi e. verslo komponentai: produkcija, interneto tinklalapis, tinklalapio pasiekiamumas (registruotas tinklalapio adresas), užsakymų priėmimo tvarka, atsiskaitymo už prekes ir paslaugas sistema, grąžinamų produktų priėmimo tvarka ir kt. (Davidavičienė ir kt., 2009). Teigtina, kad e. verslo vystymui yra būtini trys sudėtiniai elementai:

- Dalyviai (įmonės, pirkėjai, Vyriausybė);
- Procesai (rinkodara, prekyba, komunikacija, logistika);
- Tinklai (internetas, intranetas, ekstranetas).

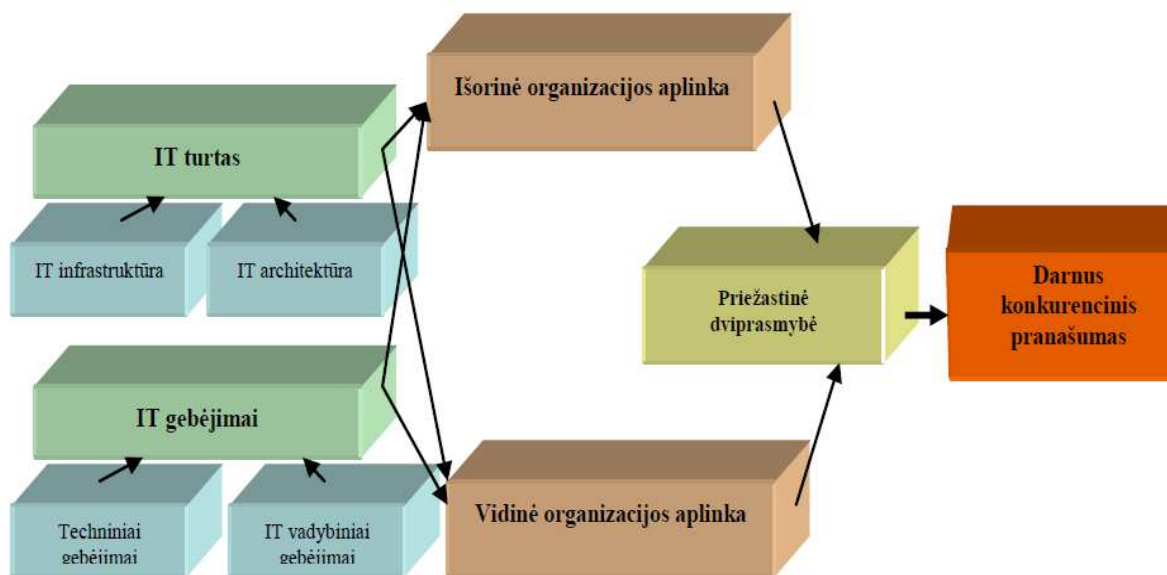
E. verslo procesą galima apibrėžti kaip bet kokią procesą, kuriame verslo organizacija ir kiti dalyviai dalyvauja naudodamiesi kompiuteriniais tinklais. Nepaisant to, kad e. verslas apima daugybę elementų, e. prekyboje svarbiausias iš jų yra e. komercija, kurios sudedamosios dalys – ryšių su vartotojais valdymas ir tiekimo grandinės valdymas.

E. komercija – tai komercinė veikla, susijusi su prekių ir paslaugų pirkimu bei pardavimu, kitomis verslo transakcijomis, kurių dalyviai yra nebūtinai toje pačioje fizinėje vietoje ir todėl sandoriams sudaryti, jiems įvykdyti yra pasitelkiamos elektroninės ar joms adekvačios priemonės (Paliulis ir kt., 2007).

Galima sutikti, kad e. komercija plačiau prasme priartėja prie e. verslo, jei ji suvokiama kaip savarankiškas verslo objektas, turintis verslui būdingą valdymo struktūrą ir priemones. Tačiau, jei įmonė specializuojasi tarpininkauti ar pardavinėti prekes, tai bus prekybos įmonė, kitais atvejais komercija bus vertės kūrimo dalis: aprūpinti prekėmis ir žaliavomis, gauti paslaugas bei parduoti savo produkciją, teikti paslaugas.

E. prekyboje gali būti teikiamos paslaugos bei prekiaujama dviejų rūšių produktais: materialiais produktais ir skaitmeniniais produktais (Kiškis ir kt., 2006), kurie realizuojami populiariausiomis formomis: elektroninėse parduotuvėse (B2C modelis) bei elektroniniai aukcionai (dažniausiai C2C) modelis (Baranauskas, 2012). Tai pagrindžia ir V. Dovidavičienė bei J. Tolvaišas (2011), akcentuodami, kad vienas iš būdų konkuruoti informacinių technologijų amžiuje – interneto svetainės, kurios vis plačiau naudojamos komerciniais tikslais. Informacijos paslaugų esmė yra ta, kad apdorota ir tinkamai pateikta informacija yra pagrindinė vertybė ir ja keičiamasi tarp dviejų šalių, pavyzdžiui, pirkėjo ir pardavėjo. Tai lemia, kad e. prekyba yra vienas iš labiausiai augančių verslo sektorių. Tačiau perkeliant dalį savo verslo į internetą, negarantuojamas konkurencinis pranašumas. E. prekybos įmonėms svarbu turėti kokybišką interneto svetainę, kuri kuo geriau tenkintų lankytojų lūkesčius, padėtų didinti pardavimą, o svarbiausia – išlaikytų nuolatinius klientus.

N. K. Paliulis ir J. Sabaitytė (2011) analizavo darnaus konkurencinio pranašumo modelį e. versle ir išskyrė, jog IT turtas ir IT gebėjimai veikia išorinę ir vidinę organizacijos aplinkas, sukeldami priežastinę dviprasmybę, kurios pasekmė yra darnus konkurencinis pranašumas (2 pav.).



2 pav. Darnaus konkurencinio pranašumo modelis

**Šaltinis: Paliulis, Sabaitytė, 2011*

Kaip pažymi A. Mikalajūnas ir A. Pabedinskaitė (2010), Lietuvoje jau yra nemažai įmonių, kurių veikla yra orientuota į elektroninės prekybos vystymą. Vis daugiau šalies įmonių plėtoja informacines sistemas, jungiasi prie interneto, vykdo atsiskaitymus ir susirašinėja su verslo partneriais informacinių technologijų priemonėmis. Įmonės, kurios jau išbandė naujosios rinkos privalumus, didina investicijas į elektroninę prekybą ir tikisi pelno. Informacija tampa verslo strateginiu resursu, o informacinės infrastruktūros išvystymo lygis ir teisinė aplinka – svarbiausiomis elektroninės prekybos plėtojimo sąlygomis. Šalyje yra pakankamas mokslo ir švietimo potencialas – universitetai ir mokslo įstaigos, galintys rengti reikalingus e. verslui aukštos kvalifikacijos specialistus.

E. prekyba tampa neatskiriama tradicinio verslo dalimi. Plėtodamos e. prekybą įmonės gali pasiekti potencialius klientus visame pasaulyje. Taip jos susikuria tam tikrą konkurencinį pranašumą (Luqman, Abdullah, 2011).

Apibendrinant galima teigti, kad elektroninis verslas – tai bet koks procesas, kuris informacinių technologijų pagalba vyksta įmonėje. Išskiriamos šios e. verslo sudedamosios dalys: e. komercija, verslo įžvalga, santykių su vartotojais valdymas, įmonės išteklių planavimas. Viena populiariausių e. verslo elementų – e. komercija, o kiti elementai yra skirti e. komercijos normaliam funkcionalumui palaikyti. E. komercijos organizavime ypač

svarbus tinklapis, kurį galima įvardinti „e. prekybos įmonės veidu“. Tinklapis daro vartotojui pirminį emocinį poveikį, o tai nulemia, ar vartotojas pasiliks tinklalapyje ir apsipirks, ar sugrįš į e. parduotuvę dar kartą.

Elektroninio verslo valdymo elektroninėje prekyboje praktinis tyrimas

Siekiant ištirti elektroninio verslo valdymo proceso ypatumus ir vystymosi tendencijas Lietuvoje nuspręsta atlikti tyrimą, sudarytą iš dviejų dalių:

- Bendras e. prekybos tyrimas;
- E. prekybos vartotojų tyrimas.

Šio tyrimo tikslas ne vertinti tam tikrus tinklalapius, tačiau apibūdinti dabartinę e. prekybos būklę lietuviškose interneto parduotuvėse ir numatyti jų vystymosi tendencijas.

Atliekant bendrą elektroninės prekybos Lietuvoje tyrimą, ištirta 170 lietuviškų interneto parduotuvių pagal įvairius kriterijus. Tačiau daugelyje parduotuvių prekių įsigyti nebuvo galimybės, tai buvo tiesiog elektroniniai katalogai. Dėl šių priežasčių sąrašas sutrumpintas iki 144 parduotuvių, kuriose galima ne tik peržiūrėti prekes, bet ir jas įsigyti. Išskirtas segmentas – elektroninės knygų parduotuvės. Šis segmentas didžiausias, kuriame galima įsigyti daugiausiai vienos rūšies prekes – knygas. Naudojant paieškos sistemas surastos 9 lietuviškos interneto parduotuvės, prekiaujančios daugiausiai vien tik knygomis.

Stebėjimo metu surinkta informacija iš 9 elektroninių knygynų. Visos parduotuvės pagal dydį yra priskiriamos prie didelių parduotuvių, t.y. jų siūlomų prekių skaičius viršijo 100 prekių. Nustatyta, kad visos parduotuvės planuojant savo veiklą, pasirinko dalinę elektroninio verslo integraciją – visi užsakymai vykdomi virtualioje erdvėje, tačiau išlieka fizinis prekių judėjimas. Visos ištirtos e. parduotuvės siūlo savo klientams įsigyti popierines knygas.

E. knygynai savo veiklą planavo Lietuvos viduje. Tai parodė visų tiriamų e. parduotuvių kalbos pasirinkimo galimybė. Prekės yra teikiamos vietinei rinkai pagal standartinį logistikos variantą. Prekės siunčiamos naudojant populiariausių siuntų tarnybas (AB „Lietuvos paštas“, UAB „DPD Lietuva“ ir kt.).

Pagrindiniai tirtų e. knygynų vartotojo motyvavimo metodai: paieškos variklių optimizavimas, „Google AdWords“ sistemos naudojimas, klientų aptarnavimas telefonu, naudojant tiesioginius pokalbius internete, prekių paieškos ir atsiliepimų apie prekes pateikimo galimybė, kryžminių pardavimų naudojimas, galimybė įsigyti prekes be registracijos, užsakymo patvirtinimo žingsniai, įvairios nuolaidos, atsiskaitymas e. bankininkystės ir kitomis atsiskaitymo sistemomis, nemokamas prekių pristatymas.

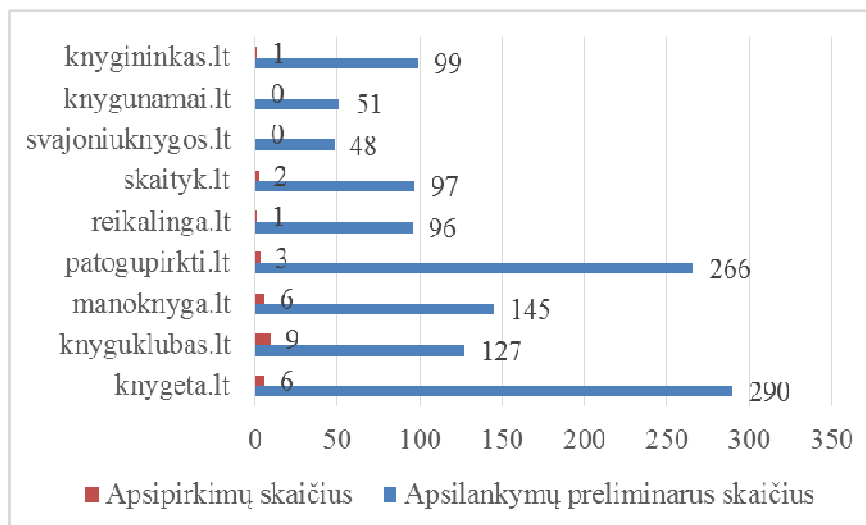
Atlikus stebėjimą teigtina, kad tik 3 tirti e. knygynai yra sėkmingai valdomi, nes juose galima identifikuoti efektyviai įgyvendinamas valdymo funkcijas (planavimą, organizavimą, motyvavimą ir kontrolę):

- Knygeta.lt;
- Knygklubas.lt;
- Manoknyga.lt.

Empirinio tyrimo metu buvo apklausti 61 Lietuvos piliečiai, kurių amžius 18-24 metai ir kurie bent vieną kartą pastaraisiais metais pirkė internete. Jiems pritaikytas anketinės apklausos metodas.

Tarp tiriamųjų – 77 proc. moterų ir 23 proc. vyrų. Turintys aukštąjį išsilavinimą sudarė 70 proc. respondentų, nebaigtą aukštąjį išsilavinimą – 25 proc. ir vidurinį išsilavinimą turintys 3 proc. respondentų. 79 proc. apklaustųjų pajamos per mėnesį siekia iki 1000 Lt, 18 proc. – nuo 1001 iki 2000 Lt, 3 proc. – nuo 2001 iki 4000 Lt. E. knygynų vartotojai – jauni, išsilavinę ir mažas bei vidutinės pajamas gaunantys asmenys, kurių didžiąją dalį sudaro moterys.

Visi respondentai yra apsilankę analizuojamose e. parduotuvėse, kuriose jie per pastaruosius metus iš viso yra apsipirkę 46 kartus (3 pav.).



3 pav. Respondentų apsilankymų ir apsipirkimų skaičiaus išsidėstymas

*Šaltinis: sudaryta autoriaus

Pagal tyrimo metu gautus rezultatus apskaičiuotas kiekvieno e.knygyno konversijos rodiklis, kuris parodo apsipirkimo ir apsilankymo skaičiaus procentinį santykį. Nustatyta, kad aukščiausiu konversijos rodikliu išsiskyrė šie trys e. knygnai:

- Manoknyga.lt – 4,14 proc.;
- Knygeta.lt – 2,07 proc.;
- Skaityk.lt – 2,06 proc.

Integruojant stebėjimo ir empirinio tyrimo rezultatus teigtina, kad manoknyga.lt turi pagrindinį privalumą, lyginant su kitais e. knygnais – naudoja kryžminius pardavimus, todėl tai yra efektyvi priemonė siekiant sėkmės rinkoje.

Lietuvoje dauguma e. knygnų valdomi labai silpnai. Šiuolaikinėmis rinkos vystymosi ir konkurencijos sąlygomis, e. parduotuvė – tai e. verslo dalis, kuri turi būti intensyviai ir inovatyviai valdoma. Būtina nuolat stebėti e. parduotuvių vartotojų elgseną, tobulinti rinkodaros ir e. verslo vystymo strategijas. Tam tikslinga naudoti web analitikos instrumentus, skatinti vartotojus, nustatyti automatizuotus ryšius su daugeliu verslo partnerių, vartotojų bei tiekėjų.

Planuojant e. verslą prekyboje reikėtų atsakyti į daug įvairių klausimų, susijusių su veiklos tinkamumu virtualioje erdvėje, sistemos parinkimu, kuri padėtų įgyvendinti e. verslo strategiją. Reikia maksimaliai išnaudoti informacines technologijas, siekti automatizuoti komunikacijos procesą įmonės viduje ir su išorine aplinka. E. verslas siekiant spartesnio vystymosi ir palankesnių perspektyvų turėtų būti organizuotas taip, kad visos transakcijos vyktų automatiškai, minimaliai įsikišant į jų vykdymą darbuotojams.

Valdant e. verslą ir atsižvelgiant į sparčias vystymosi tendencijas reikia išnaudoti visas valdymo proceso funkcijas: sistemingai planuoti, nuosekliai organizuoti, tinkamai motyvuoti vartotojus bei efektyviai kontroliuoti. Tokiu atveju e. prekybos valdymas bus efektyvus, e. parduotuvės sugebės pritraukti daugiau vartotojų, užimti didesnę rinkos dalį bei daugiau parduoti.

Išvados

Elektroninis verslas – bet koks procesas, kuris informacinių technologijų pagalba vyksta įmonėje. Daugelis autorių pateikia panašias elektroninio verslo sudedamąsias dalis: elektroninė komercija, verslo įžvalga, santykių su vartotojais valdymas, įmonės išteklių planavimas. Svarbiausias elektroninio verslo elementas – elektroninė prekyba, kuri skirta elektroninio verslo funkcionalumo vystymui.

Išanalizavus 9 interneto parduotuves – elektroninius knygnus, užsiimančius knygų mažmenine prekyba, nustatyta, kad tik 3 tirti e. knygnai yra sėkmingai valdomi, nes juose identifikuotas visų valdymo funkcijų įgyvendinimas. Atlikus elektroninių knygnų vartotojų apklausą ir nustačius konversijos rodiklius, nustatyta, kad

efektyviausiai rinkoje veikia 3 knygynai. Tinkamai plėtojant elektroninio verslo valdymo metodus, galima pasiekti didelį lankytojų skaičių ir aukštą konversijos rodiklį.

Įvertinant elektroninės prekybos spartų vystymąsi, teigtina, kad elektroninės parduotuvės privalo būti orientuotos į inovacijų optimalų pritaikymą, vartotojų poreikių nuolatinį vertinimą ir bendras elektroninio verslo vystymosi tendencijas.

Literatūra

1. Baranauskas A. *Integruotosios marketingo komunikacijos*. Vilnius: VDU. 2012.
2. Baršauskas P., Šarapovas T., Cvilikas A. *Elektroninės komercijos modeliai verslo efektyvumui didinti*. Kaunas: ISM Vadybos ir ekonomikos fakultetas. 2006.
3. Davidavičienė V., Gatautis R., Paliulis N., Petrauskas R. *Elektroninis verslas*. Vilnius: Technika. 2009.
4. Davidavičienė V., Tolvaišas J. Elektroninės prekybos interneto svetainių Lietuvoje vertinimas. *Informacijos mokslai*, 2011, Nr. 55, p. 103-116.
5. Gordijn J., Wieringa R. *A value-oriented approach to E-business process design*. 2010. Prieiga internete: <http://e3value.few.vu.nl/docs/bibtex/pdf/ValueProcess03.pdf>
6. Groucutt J., Griseri, P. *Mastering E-business*. London: Palgrave MacMillan. 2004.
7. Kiškis M., Petrauskas R., Rotomskis I., Štivilis D. *Teisės informatika ir informatikos teisė*. Vilnius: MRU. 2006.
8. Luqman A., Abdullah N. K. E-business Adoption amongst SMEs: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2011, Vol. 16, No.2, p. 2-20.
9. McKie S. *E-business best practices. Leveraging technology for business advantage*. USA: John Wiley & Sons. 2001.
10. Mikalajūnas A., Pabedinskaitė A. Elektroninio verslo plėtra Lietuvoje. 2010. Prieiga internete: http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/005/pdf/Art-Mikalajunas_Pabedinskaite.pdf
11. Paliulis N. K., Pabedinskaitė A., Šaulinskas L. *Elektroninis verslas: raida ir modeliai*. Vilnius: VGTU. 2007.
12. Paliulis N. K., Sabaitytė J. E. Verslo modelių panaudojimas verslo plėtrai. *Contemporary issues in business, management and education*. 2011. P. 237-252.
13. Sodžiutė L., Sūdžius V. *Elektroninis verslas: pardavimas ir finansinės priemonės*. Monografija. Vilnius: Kronta, 2006.

DEVELOPMENT TRENDS OF ELECTRONIC TRADE

Summary

Internet popularity is growing very rapidly, so the potential number of users on the Internet is almost equal to the number of potential users in the physical space. Of e-business development makes intensive development of society through information technology: the majority of society have personal computers, internet access, smart phones and pay them to use. All of this suggests that the market is constantly growing in the virtual space, it is necessary to take advantage of this business opportunity development.

It was found that nine of the e-bookstore, carrying books in retail trade, only 3 are successfully managed, as they identified the management function. After electronic bookstore consumer, survey and found conversion rates showed that the most efficient on the market has 3 e-bookstores. Proper development of e-business management techniques, can achieve high traffic and high conversion rate.

E-shop must be focused on innovation, optimum adjustment; the user needs continuous evaluation and overall e-business trends.

DARBO LAIKO VALDYMAS: UAB „X“ ATVEJO ANALIZĖ

Egidijus Baltrūnas

Lietuvos verslo kolegija Šiaulių fakultetas

Lekt. Raimonda Tamoševičienė

Anotacija

Straipsnyje nagrinėjamas laikas ir darbo laikas teoriniu aspektu. Taip pat pateikiami UAB „X“ buhalterių ir vadybininkų darbo laiko valdymo gebėjimai. Nurodomiatlikto tyrimo rezultatai siekiant palyginti skirtingas pareigas užimančių darbuotojų gebėjimus tinkamai planuoti laiką darbo vietoje. Kadangi darbuotojai vis kalba apie laiko stoką, siekiama išsiaiškinti to priežastis. Būtent gebėjimas tinkamai organizuoti ir valdyti savo darbo laiką yra puiki priemonė išvengt tokių problemų. Tačiau vis dar pagrindiniu klausimu išlieka tai, kokiais gebėjimais ir darbo laiko valdymo įpročiais pasižymi tiek buhalteriai, tiek vadybininkai.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: laikas, darbo laikas, valdymas, įgūdžiai, gebėjimas.

Įvadas

„Laikas – tai viena pagrindinių materijos būties formų, kuriai būdinga trukmė, nuoseklumas, nenutrūkstama ir negrįžtama tėkmė“ (Dabartinės lietuvių kalbos žodynas, 2000). Geriausias to pavyzdys yra aptariamas Josph Murphy knygoje „Pasąmonės galia darbe ir versle“. „Tarkime, ateina pas jus žmogus ir sako: Kasdien duosiu tau po 86400 dolerių, bet kaskart turėsi juos visus išleisti per dieną. Kiekvieną dieną tiek pat, nei daugiau nei mažiau. Ir negalima jų pasilikti arba taupyti. Argi ne nuostabi dovana?“ Būtent panašia dovana kiekvienas yra apdovanotas, tik ne pinigais, o laiku, šiuo atveju sekundėmis – būtent 86400 per dieną. Kiekvienas asmeniškai sprendžia, kaip jį panaudos. Ar jis bus iššvaistytas, ar praleistas turiningai ir produktyviai.

Anot Martinkaus, laiko negalima atidėti, nes neišnaudotas jis yra prarandamas amžinai. Todėl itin svarbu kiekvieną dieną, valandą, minutę ar sekundę išnaudoti arba kitaip tariant investuoti į save.

Tikslas: apibūdinti laiko ir darbo laiko sampratą, išanalizuoti gautus tyrimo rezultatus, atlikti palyginamąją buhalterių ir vadybininkų darbo laiko valdymo įpročių analizę.

Uždaviniai:

- Pateikti teorinę darbo laiko traktuotę atskleidžiant tinkamo jo išnaudojimo svarbą šiuolaikinėje rinkoje.
- Apžvelgti buhalterių ir vadybininkų darbo laiko valdymo įpročius ir jų veiksmingumą.

Darbo laikas

Remiantis Lietuvos Respublikos darbo kodekso 142 str. darbo laikas yra tas, kurį darbuotojas privalo dirbti jam pavest¹ darb¹ ir kiti jam prilyginti laikotarpiai.

Remiantis Europos Parlamento išleista Direktyva, darbo laikas yra apibrėžiamas kaip bet koks laikotarpis, kurio metu darbuotojas atlieka savo darbą pagal darbdavio nurodymą vykdydamas savo atsakomybes ir pareigas pagal nacionalinius įstatymus. Visi kiti laikotarpiai laikomi nedarbo laiku. Direktyva nepriskiria jokių laikinių kategorijų. Ši direktyva nurodo maksimalią 48 valandų darbo savaitę įskaitant ir viršvalandžius.

Kadangi darbo laikas įeina į 86400 sekundžių turimo laiko per parą, galima teigti, jog žmogus, įsidarbindamas parduoda ne tik save, bet ir savo laiką, kuris, kaip žinia, nesugražinamas. To pasekoje tampa dar svarbiau tinkamai valdyti darbo laiką.

Laiko valdymas

Šių laikų profesinėje kasdienybėje laiko trūkumas yra dažnai pasitakantis fenomenas. Darbo procesai spartėja kartu su augančiu konkurenciniu spaudimu, todėl sugebėjimas valdyti asmeninį laiką tampa lemiamu veiksniumi, siekiant sėkmės ir gerų rezultatų moderniai planuojant laiką ir pasirenkant tikslingą darbo metodiką (Hink, 2006). Laiko valdymas būtent ir yra turimo laiko planavimas ir organizavimas. Vadybininkui – darbuotojų laiko ir darbo organizavimas. Būti organizuotam reiškia žinoti, kas yra atsakingas ir kada ir kas turi nutikti. (Ferr, 2007). Vis greitėjant šiuolaikiniam gyvenimo tempui tampa itin svarbu racionaliai planuoti laiką ir efektyviai jį panaudoti. Taip susiduriama su problema, kad anaipol ne kiekvienas geba jį valdyti. Dėl to dažnai būna daromos esminės laiko vadybos klaidos: nenoras rengti darbo tvarkaraščius, netikslus formulavimas veiklos tikslų ir užduočių, nenustamomi arba ignoruojami prioritetai ir daugelis kitų. Būtent laikas yra didžiausias žmogaus turtas, o gebėjimas jį valdyti, tai gebėjimas kontroliuoti save.

Laiko planavimas. Planuoti laiką reikėtų pradėti nuo laiko radimo savo laiko planavimo sistemos sudarymui. Tada yra būtina išsikelti tikslus, kurie yra konkretūs, išmatuojami, realūs ir, žinoma, pasiekiami, nes tik žinant, kokio konkretaus rezultato yra norima ir kada, tikslai gali būti įgyvendinami. Dėl to laiko planavimas ir tikslo siekimas yra neatsiejami vienas nuo kito. Kitas žingsnis - prioritetų nusistatymas. Kalendoriuje arba darbo knygoje būtina susiskirstyti savo veiklas ir darbus nuo svarbiausio iki mažiausiai svarbaus. Itin svarbu yra naudoti darbų sąrašą. Kas vakarą reikia pasidaryti kitos dienos darbotvarkę minučių tikslumu. Reikėtų pasilikti laiko atsargą ir nenumatytiems darbams. Išmokus planuoti laiką, darbotvarkes galima susidaryti ir ilgų laikotarpių. Lankstumas yra taip pat vienas iš laiko planavimo aspektų. Reikia leisti sau atsikvėpti ir pailsėti. Anot laiko planavimo ekspertų, rekomenduojama planuoti tik 50 proc. savo laiko, kad kitus 50 proc. būtų galima išnaudoti kaip norima ir nemąstant, jog nukrypstama nuo plano. Svarbiausia, nepamiršti savo tikslų ir vos tik pajutus, kad švaistomas laikas, paklausti savęs, ką galima nuveikti naudingo šiuo metu ir kodėl tai nėra daroma. Taip pat itin reikšminga yra žinoti savo energijos antplūdžio laiką, kada yra geriausias metas sunkiausiems darbams. Taip bus sutaupoma brangaus laiko ir visi darbai bus atlikti greitai ir kokybiškai, o, kad tai dar labiau paspartinti, svarbu iškart atlikti neatidėliotinus darbus. (Šiškauskienė, 2012).

Anketinės apklausos duomenų analizė

Pagrindinis šio tyrimo tikslas – įvertinti buhalterių ir vadybininkų darbo laiko valdymo gebėjimus ir įpročius „X“ įmonėje. Jiems buvo pateiktos anoniminės apklausos anketos. Apklausoje dalyvavo 21 respondentas.

Pagal teorinę darbo laiko valdymo medžiagą buvo sudaryta anketa iš 2 blokų: pirmasis blokas buvo sudarytas siekiant sužinoti respondento lytį, darbo stažą įmonėje ir užimamas pareigas, o antrasis – apie darbo laiko valdymo įgūdžius.

Apklausoje, kaip jau buvo minėta anksčiau, dalyvavo 21 respondentas (administracijos darbuotojas): 10 buhalterių (47,6 proc.) ir 11 vadybininkų (52,4 proc.).

1 lentelė

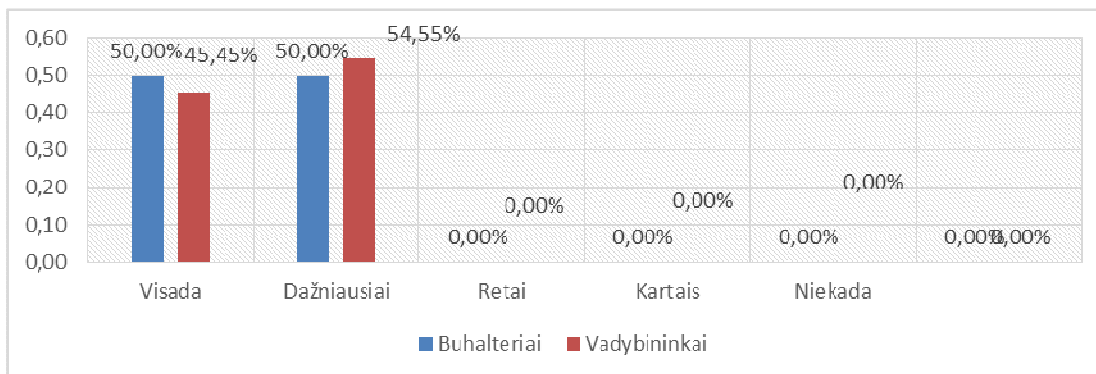
Buhalterių ir vadybininkų pasiskirstymas pagal darbo stažą įmonėje

5-10 m	1	0
Darbo stažas įmonėje	Buhalteriai darbuotojai	Vadybininkai
10-15 m	0	1
Iki 1 m.	2	1
1-2 m.	6	7
2-5 m.	1	2

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Apibendrinus gautus atsakymus apie darbo stažą įmonėje pastebėta, jog dauguma darbuotojų dirba ganėtinai neseniai. 8 iš 10 buhalterių darbo stažas įmonėje – vieneri arba dveji metai. Vadybininkų – atitinkamai 8 iš 11. Galima teigti, jog įmonėje vyrauja sąlyginai naujų darbuotojų kolektyvas, nes tik 2 buhalteriai ir 3 vadybininkai įmonėje dirba ilgiau nei dvejus metus.

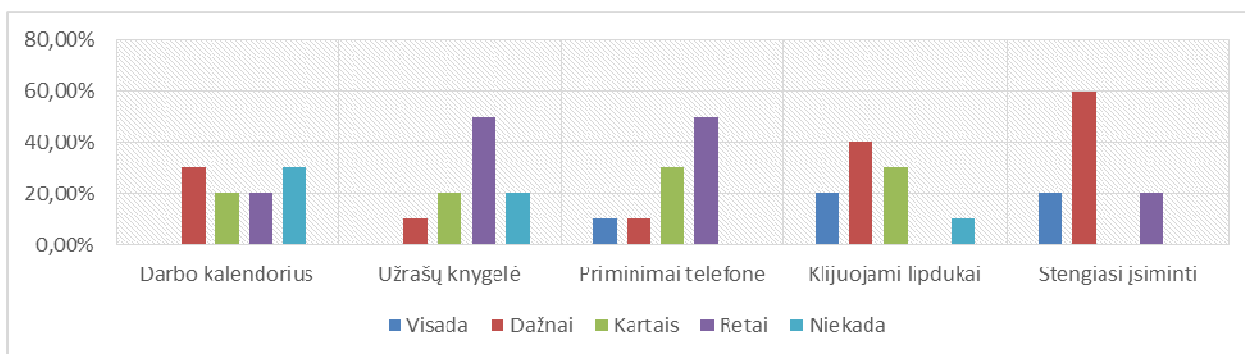
Į klausimą „Ar planuojate darbo laiką?“ atsakymai buvo sąlyginai vienodi: 50 proc. buhalterių ir 45,45 proc. vadybininkų savo darbo laiką planuoja visada, o dažniausiai jį planuoja 50 proc. buhalterių ir 54,55 proc. vadybininkų. Apibendrinus galima teigti, jog šie darbuotojai skiria ypatingą dėmesį darbo laiko planavimui (žr. 1 pav.), ko pasekoje galima tikėtis puikių darbo rezultatų.



1 pav. Buhalterių ir vadybininkų darbo laiko planavimas.

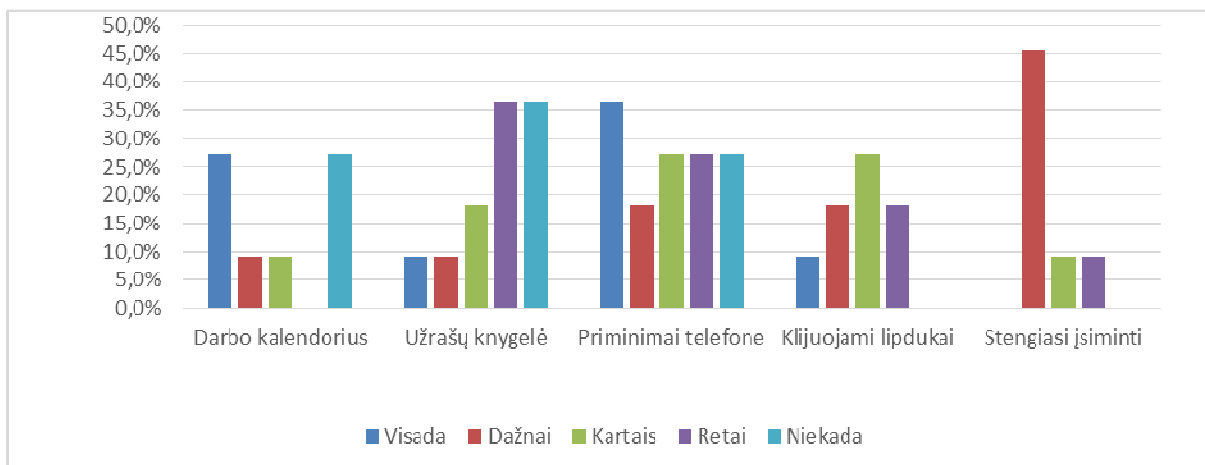
Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Siekiant išsiaiškinti buhalterių ir vadybininkų darbo laiko valdymo įpročius, pirmiausia buvo norima sužinoti, kur jie fiksuoja savo darbo laiką. Kaip jau žinoma, labai svarbu yra fiksuoti savo suplanuotą laiką. Tai padeda atlikti numatytus darbus laiku ir išvengti blaškymosi. Remiantis apklausos rezultatais (žr. 2 ir 3 pav.), labiausiai galima išskirti kaip populiariausią „atmintinę“ tai klijuojamus lipdukus, kuriuose visada arba dažniausiai savo suplanuotą laiką fiksuoja 60 proc. buhalterių ir 36,36 proc. vadybininkų. Itin daug respondentų atsakė, kad dažniausiai savo suplanuotą laiką stengiasi įsiminti ir atsiminti – atitinkamai 80 proc. ir 63,64 proc. Mažai skyrėsi ir respondentų nuomonė apie, anot jų, prasčiausią būdą fiksuoti laiką, tai užrašų knygelės, kuriomis retai arba niekada naudojasi 70 proc. buhalterių ir 63,64 proc. vadybininkų. 3 vadybininkai savo nuomonės neišsakė dėl laiko fiksavimo naudojantis priminimais telefone, klijuojamais lipdukais ir stengimosi įsiminti.



2 pav. Buhalterių suplanuoto darbo laiko fiksavimas

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.



3 pav. Vadybininkų suplanuoto laiko fiksavimas.
 Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Kadangi pagrindinis tikslas yra išsiaiškinti administracijos darbuotojų darbo laiko valdymo įgūdžius, respondentai buvo paprašyti save įvertinti, ar jie tai sugeba puikiai, gerai, patenkinamai ar blogai. Suskaičiavus gautus rezultatus (žr. 2 lentelė), matoma, jog gerai save įvertino 70 proc. buhalterių ir 63,64 proc. vadybininkų, o patenkinamai – atitinkamai 30 proc. buhalterių ir 27,27 proc. vadybininkų. Vienas iš pastarųjų save įvertino puikiai.

2 lentelė

Buhalterių ir vadybininkų darbo laiko valdymo įgūdžių savęs įvertinimas

Vertinimas	Buhalteriai	Vadybininkai
Puikiai	0	1
Gerai	7	3
Patenkinamai	3	7
Blogai	0	0

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

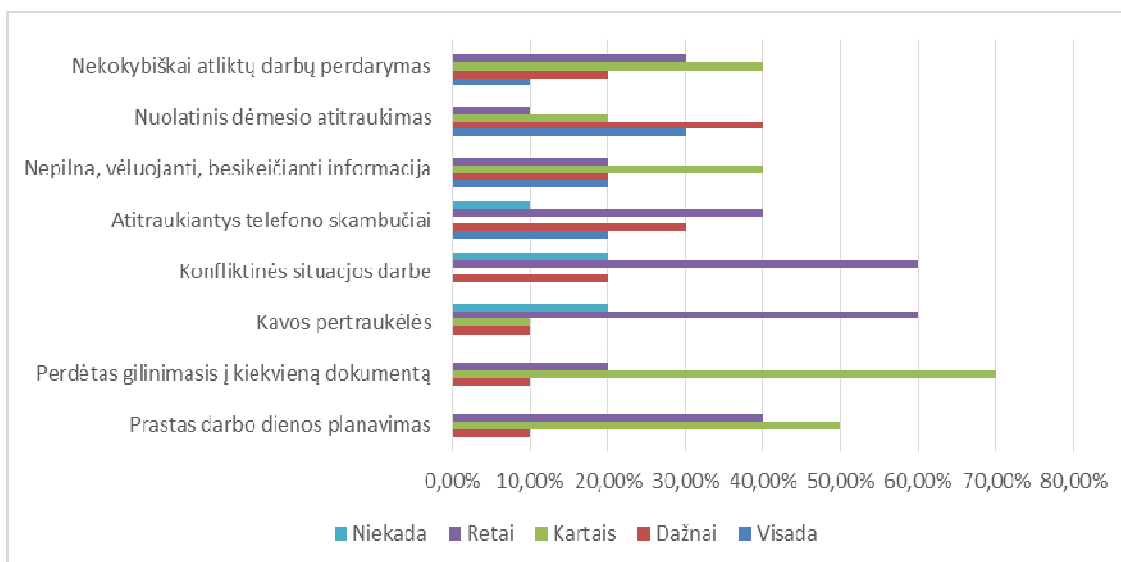
Kiekvienas žmogus yra skirtingas ir imlus gali būti ne visą dieną. Taip susiduriama su produktyvumo problema. Vieni darbingi išlieka visą dieną, o kiti sugeba greitai ir sklandžiai atlikti darbus tik dalį dienos. Siekiant sužinoti situaciją įmonės administracijoje, darbuotojų buvo pasidomėta apie jų produktyviausią darbo dienos dalį (žr. 3 lentelė). Atsakymai tarp buhalterijos ir vadybos darbuotojų šįkart buvo ganėtinai skirtingi dėl neaiškių priežasčių. Vieniems jų didžiausias produktyvumas pasireiškia ryte – tai atsakė 40 proc. buhalterių ir 27,27 proc. vadybininkų. Kiti darbingiausi jaučiasi prieš pietus – tokių buvo 50 proc. buhalterių ir 18,18 proc. vadybininkų. Po pietų energijos nestokoja tik 10 proc. buhalterių, o vadybininkų net 45,45 proc. Taip pat buvo ir vienas vadybininkas, kuris produktyviausias jaučiasi vakare. Jis sudarė 9,09 proc. visų vadybininkų.

Buhalterių ir vadybininkų pasiskirstymas pagal darbo produktyvumą skirtingu darbo dienos metu

Darbo dienos metas	Buhalteriai darbuotojai	Vadybininkai
Rytas	4	3
Prieš pietus	5	2
Po pietų	1	5
Vakare	0	1

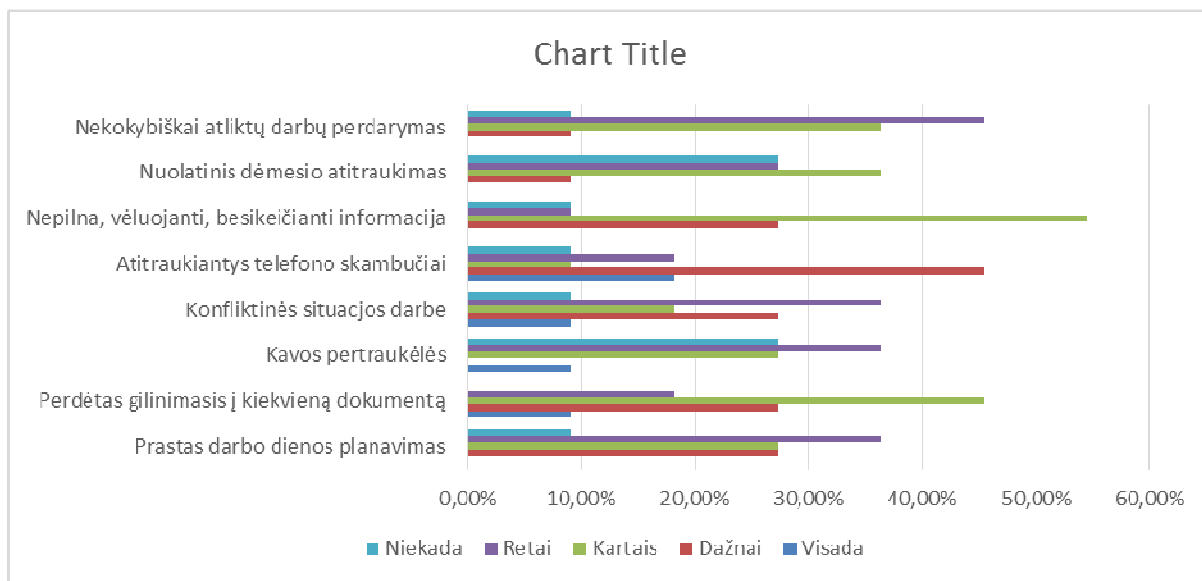
Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Nepaisant darbo efektyvumo konkrečiu darbo dienos metu, neretai atsiranda trukdžių, dėl kurių „stringa“ darbas. „Laiko vagys“ yra būtent tie trukdžiai, kenkiantys kokybiškam ir produktyviam darbo atlikimui. Kaip pagrindiniai buvo išskirti šie: prastas dienos planavimas, perdėtas gilinimasis į kiekvieną dokumentą, kavos pertraukėlės, konfliktinės situacijos darbe, atitraukiantys telefono skambučiai, nepilna, veluojanti, besikeičianti informacija, nuolatinis dėmesio atitraukimas, perkėlimas nuo vieno darbo prie kito ir nekokybiškai atliktų darbų perdarymas. Visi šie veiksniai buvo pateikti respondentams įvertinti kiekvieno jų įtaką darbo atlikimo produktyvumui ir kokybiškumui (žr. 4 ir 5 pav.). Šiuo klausimu buhalterijos ir vadybos darbuotojų nuomonės ir vėl išsiskyrė, kadangi buhalterijoje pagrindiniu laiko vagimi buvo įvardintas nuolatinis dėmesio atitraukimas (visada ir dažniausiai tai trukdo 70 proc. buhalterijų), o vadybininkams – atitraukiantys telefono skambučiai (visada ir dažniausiai tai trukdo 63,64 proc. vadybininkų).



4 pav. Buhalterijų „laiko vagys“.

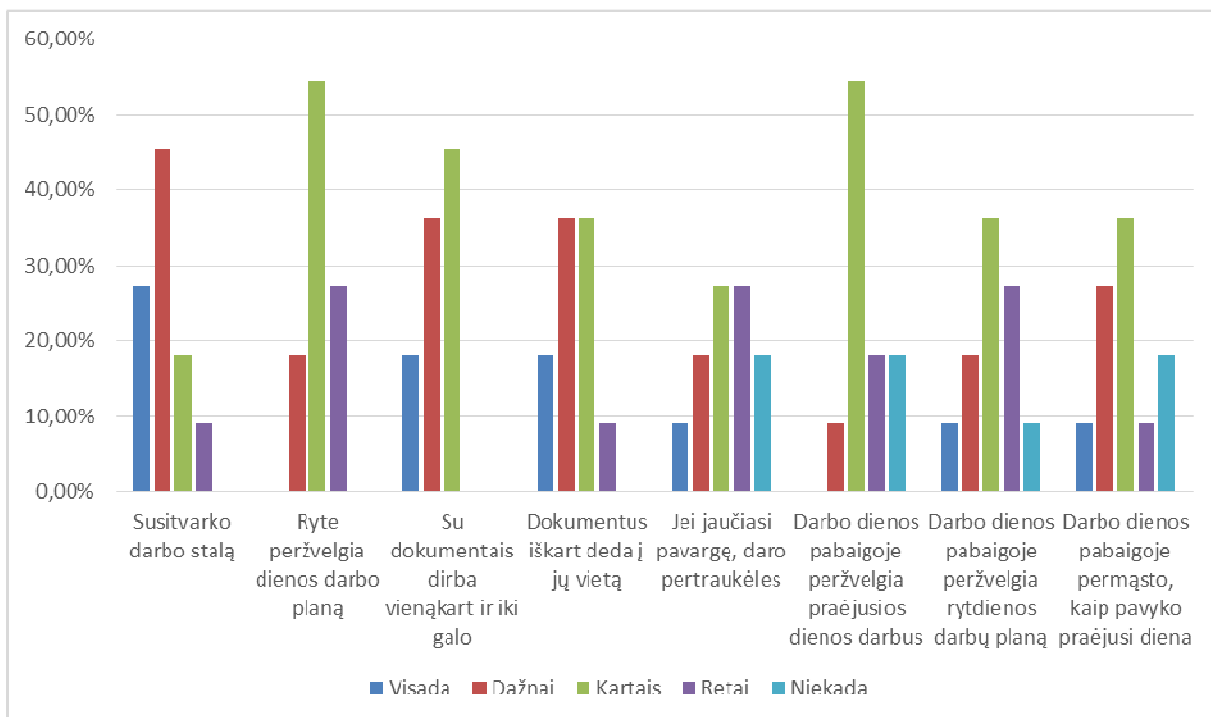
Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.



5 pav. Vadybininkų „laiko vagys“.

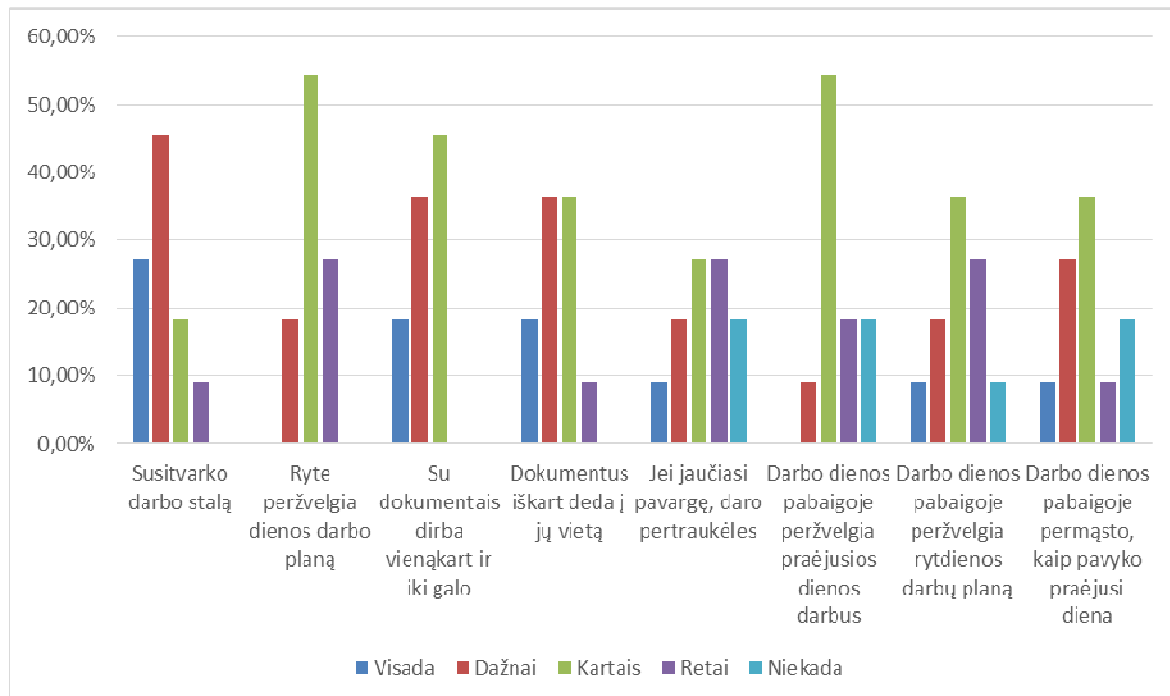
Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Išnagrinėjus produktyviausią dienos dalį, atpažinus didžiausius „laiko vagis“ ne ką mažiau buvo svarbu išsiaiškinti ir tam tikrų darbų kasdienį atlikimą, kadangi būtent šie darbai, jeigu atliekami tinkamai, gali žymiai palengvinti dienos darbus ir užduotis. Šiuo klausimu tiek buhalterijos, tiek vadybos darbuotojai prioritetu išskyrė darbo stalo susitvarkymą – atitinkamai 90 proc. ir 72,73 proc. Mažiausiai buhalterijos ir vadybos darbuotojų yra daromos pertraukėlės esant nuovargiui – atitinkamai retai ir niekada pažymėjo 40 proc. ir 45,45 proc. (žr. 6 ir 7 pav.). To pasekoje galima daryti išvadą, kad tiek buhalteriai, tiek vadybininkai siekia nešvaistyti laiko veltui ir naudoja jį produktyviai. Darbo stalo susitvarkymas sąlygoja patogią ir ergonomišką darbo aplinką, o taip pat ir tai, jog viskas turi savo vietas darbuotojo darbo vietoje. Tai, kad retai daromos kavos pertraukėlės gali reikšti rimtą požiūrį į darbą, jo laiką ir tai, kad tokiems dalykams yra skirtas tam tikras laikas, pvz.: pietų pertrauka.



6 pav. Būhalterių atliekami darbai.

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.



7 pav. Vadybininkų atliekami darbai.

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Kadangi administracijos darbas yra reikalaujantis didelės atsakomybės, itin svarbu yra dirbti efektyviai, produktyviai ir kokybiškai, o kad tai būtų lengiau pasiekama, svarbu yra turėti gerus darbo laiko valdymo įgūdžius juos pritaikant kiekvienos užduoties atlikimui. Siekiant išsiaiškinti darbuotojų norą ir motyvaciją mokytis darbo laiko valdymo buvo užduotas klausimas su keliomis sąlygomis. Taip siekta iširti, kokiomis sąlygomis esant darbuotojas būtų linkęs tobulinti savo įgūdžius. Rezultatai pateikiami 4 lentelėje:

4 lentelė

Buhalterių ir vadybininkų pasiskirstymas pagal darbo laiko valdymo įgūdžių tobulinimo sąlygas

Sąlygos	Buhalterijos darbuotojai			Vadybininkai		
	Taip	Ne	Nežinau	Taip	Ne	Nežinau
Jei už seminarus, mokymus mokėtų darbdavys.	9	0	1	9	1	1
Jei jie vyktų darbo metu.	2	6	2	6	4	1
Jei mokymai vyktų įmonėje.	8	1	1	5	3	3
Jei mokymai būtų komandiruotės dalis (pvz.: užsienyje).	7	1	2	6	2	3
Jei už mokymus reikėtų mokėti patiems?	1	3	6	0	4	7

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus remiantis tyrimo rezultatais.

Pabaigoje respondentams buvo pasiūlyta atsakyti į atviro tipo klausimą „Ką gautumėte pasiūlyti keisti ar tobulinti dėl geresnio ir efektyvesnio laiko valdymo įmonėje?“. Iš 21 apklausoje dalyvavusio darbuotojo į šį klausimą atsakė tik 4 darbuotojai, o tai yra vos 19 proc. Atsakymai buvo tokie:

- Kad būtų vykdomi mokymai.
- Planuoti darbus.
- Nežinau, neturiu pasiūlymų.
- Efektyvesnį darbų, pareigų paskirstymą.

Iš to galima daryti išvadą, kad yra darbuotojų, norinčių tobulinti savo laiko vadybos įgūdžius, tačiau toks darbuotojų pasyvumas atsakant į šį klausimą rodo motyvacijos ir noro trūkumą gerinti asmeninius laiko valdymo gebėjimus.

Nors įmonė jau ganėtinai senai yra rinkoje, tačiau, kaip rodo apklausos anketos rezultatai, administracijos darbuotojai joje dirba sąlyginai neseniai. To pasekoje, trūksta ir žinių apie laiko vadybą bei jos principus ir jų taikymą realiose situacijose, nes remiantis anketos duomenimis, vos tik keli darbuotojai yra apie juos girdėję, o dar mažiau – naudoję. Tuo pačiu trūksta ir darbuotojų motyvacijos savęs tobulinimo galimybėms, kadangi, kaip matome atsakymuose, į atvirą klausimą atsakė vos keli darbuotojai ir šie atsakymai byloja, jog mažai kuris yra suinteresuotas užsiimti papildoma veikla apart darbo šioje įmonėje.

Išvados

Dirbant didelėje įmonėje viena iš svarbiausių savybių yra atsakomybė. Siekiant sėkmingai ir kokybiškai atlikti savo **pareigas** būtina dirbti greitai, kruopščiai ir efektyviai. Dėl šių priežasčių dažnai būna pajaučiams laiko stygius. Tada atsiranda darbo laiko valdymo gebėjimai ir jų poreikis. Norint sužinoti apie darbo laiko

valdymą ir išmokti tas žinias taikyti darbo vietoje rekomenduojama yra lankyti specializuotus seminarus, mokymus, kuriuose būtų ruošiami ir apmokomi darbuotojai. Tam yra reikalingas kruopštus pasiruošimas ir disciplina. Tai turėtų būti inicijuota įmonės vadovybės su ta tendencija, kad išmokus darbuotojus valdyti darbo laiką būtų pasiekiami vis geresnių rezultatų, ko pasekoje didelė nauda pasijaustų tiek įmonei, tiek jos darbuotojams. Kuo našiau dirbs, tuo labiau įmonės vadovybė bus suinteresuota investicijai į juos.

Tačiau, bent jau kol kas, viena iš esminių problemų yra pačių buhalterių ir vadybininkų motyvacijos ir noro mokytis bei tobulėti stoka. Jie dėl neaiškių priežasčių nėra suinteresuoti klausytis šio mokymo kurso, nebent už juos mokės darbdavys ir jie vyks arba komandiruotės arba darbo metu. Iš to galime daryti išvadą, kad darbuotojai nenori gaišti savo laisvalaikio tokio tipo kursams, o juo labiau dar už juos ir susimokėti. Ilgainiui tai gali išsivystyti į neatlaikančių įtampos dėl laiko stokos darbuotojų laviną ir tęstis iki tam tikrų pokyčių. Svarbiausia įmonėje yra motyvuotas ir žinantis, ko nori, darbuotojas.

Literatūra

1. Martinkus, B., Stoškus, S., Beržinskienė, D., (2010). Vadybos pagrindai. Šiauliai: VšĮ Šiaulių universiteto leidykla.
2. [Lietuvos Respublikos darbo kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas \(2013-12-23\), Vilnius. Prieiga internetu:](#)
http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=463924&p_tr2=2
3. Ferris, T. (2007-02-06). Why time management is important. Prieiga internetu:
http://www.progressivedairy.com/index.php?option=com_content&id=583:0207-pd-why-time-management-is-important.
4. Šiškauskienė, N. (2012-03-29). Laiko vadyba. Prieiga internetu:
<http://prezi.com/9xmodzcd5d3r/laiko-vadyba/>
5. Murphy, T (2010). Pasąmonės galia darbe ir versle. Vilnius: Alma Littera.
6. [Europos parlamento darbo laiko direktyva, \(2003\). Prieiga internetu:](#)
<http://www.eurofound.europa.eu/areas/industrialrelations/dictionary/definitions/workingtime.htm>

The Management of time of work. A case of „X“ Limited company.

The management of time of work is extremely important in every workplace or organization in general. The way of easier and better made tasks can be reached only with good skills. In addition, every employee has 86400 seconds and it is only up to him how he will use it – in the way of making something worthwhile and useable or wasting that expensive resource which can not be taken back. Talking about this company in which the research was made, the accountants and the managers do not have the best skills of the management of time of work even if they say opposite. What is more, after the research with the results compared it can be seen, that they have a lack of motivation and will to attend some kind of seminars where they could develop and maintain their skills in addition to make the tasks and solve the problems in the most efficient way. The benefits and all the pluses of the seminars of the management of time of work would make a big impact not only for themselves, but for the company as well. To conclude, it is the employees responsibility to make the tasks done in the company and the seminars and training is the best way to do it better.

TIESIOGINIŲ UŽSIENIO INVESTICIJŲ LIETUVOJE ANALIZĖ

Rasma Butkutė

Lietuvos verslo kolegija

Darbo vadovas

Silva Blažulionienė

Anotacija

Straipsnyje nagrinėjama tiesioginės užsienio investicijos į Lietuvą, jų rūšis pagal ekonominės veiklos sritis ir šalis investuotojas, tiesioginių užsienio investicijų privalumai ir trūkumai.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: Tiesioginės užsienio investicijos (TUI), privalumai, trūkumai, sukauptos TUI, TUI srautas, TUI ekonominės veiklos rūšys, investuojančios šalys.

Abstract

The purpose of this article is to present Foreign direct investment in Lithuania, according to their type of economic activity and investing countries, also present foreign direct investment advantages and disadvantages.

KEY WORDS: Foreign direct investment (FDI), the advantages, disadvantages, accumulated FDI, FDI flow, FDI in economic activity, the investing countries.

Įvadas

Labai svarbus šalies ekonominio augimo rodiklis yra būtent tiesioginių užsienio investicijų pritraukimas. Jis priklauso ne tik nuo gamybos augimo, verslo infrastruktūros lygio, finansinio stabilumo bet ir nuo politinių sprendimų bei mokesčių stabilumo. Tuo tarpu investuotojai, siekdami nustatyti galimą investicijų riziką, labiau vertina privalumus ir trūkumus tos šalies, į kurią ketina investuoti.

Tiesioginėmis užsienio investicijomis sumažinamas kapitalo ir kitų strateginių išteklių trūkumas, padidina galimybes sparčiau pereiti prie pažangių technologijų, įgyvendinami sudėtingi projektai, padedama surasti naujų rinkos nišų savo produkcijai, perimti naujausius valdymo ir darbo organizavimo metodus.

Lietuva yra ne išimtis tarp TUI veiklos. Statistikos duomenimis Lietuva tarp Europos Sąjungos valstybių yra viena iš paskutiniųjų, kadangi Lietuvoje teikiama pirmenybė vietos dalyviams, o ne užsienio investuotojų lėšos. Tačiau investicijų augimo tendencijos Lietuvoje šiuo metu yra gana pozityvios. Šiame straipsnyje bus analizuojama TUI Lietuvoje ir jų dinamika.

Darbo objektas: tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti tiesioginių užsienio investicijų sampratą
2. Išanalizuoti tiesioginių užsienio investicijų privalumus ir trūkumus
3. Išsiaiškinti daugiausiai į Lietuvą investuojančias šalis
4. Išskirti tiesiogines užsienio investicijas Lietuvoje pagal ekonominės veiklos rūšis

Darbo metodai: mokslinės literatūros šaltinių analizė, statistinių duomenų apdorojimas ir palyginamoji analizė, grafinis vaizdavimas.

Tiesioginių užsienio investicijų samprata

Literatūroje investicijos apibrėžiamos įvairiais terminais. Lietuvos Respublikos įstatymas nurodo, kad investicijos – piniginės lėšos, materialusis, nematerialusis ir finansinis turtas, kuris investuojamas siekiant iš investavimo objekto gauti pelno (pajamų), socialinį rezultatą (švietimo, kultūros, mokslo, socialinės apsaugos bei kitose panašiose srityse) arba užtikrinti valstybės funkcijų įgyvendinimą. Plačiąja prasme, investicija tai kapitalo įdėjimas siekiant, kad po tam tikro laiko jis padidėtų.

Investicijos pagal dalyvavimą investavimo procese skirstomos į tiesiogines ir netiesiogines. Tiesioginės - tai betarpiškas investitoriaus dalyvavimas investuojant lėšas bei pasirenkant investavimo objektą, o netiesioginės - investavimas, atliekamas per įgaliotus asmenis arba tam tikslui skirtas finansines institucijas [2]. Pagal investicinių lėšų priklausomybę yra išskiriamos ir užsienio investicijos – tai lėšų įdėjimas, atliekamas kitų valstybių, užsienio fizinių asmenų ar įmonių ir organizacijų bei fondų [2].

Bendrai galima įvardyti kas tai yra tiesioginės užsienio investicijos, arba kitaip – TUI. Terminą tiesioginės užsienio investicijos apibūdino R. Vainienė (2005), TUI – užsienio fizinių ir juridinių asmenų šalyje arba šalies fizinių ir juridinių asmenų užsienyje įsigyjamas ilgalaikis turtas, žemė, pastatai, įrenginiai ar veikiančios įmonės (jų akcijos).

Pagal Tarptautinio valiutos fondo metodiką, Europos Sąjungos statistikos tarnybos bei EBPO (Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos) metodinius nurodymus TUI yra laikoma tokia investicija, kurios pagrindu susiformuoja ilgalaikiai ekonominiai finansiniai santykiai ir interesai tarp tiesioginio užsienio investuotojo ir tiesioginio investavimo įmonės. EBPO rekomendacijose 10 procentų balsų pripažįstama kaip žemutinė riba, nuo kurios tiesioginis užsienio investuotojas turi galimybę dalyvauti valdant tiesioginio investavimo įmonę. Užsienio investicija, mažesnė kaip 10 procentų balsų, priskiriama ne tiesioginėms investicijoms, o investicijų portfeliui [6].

Paprastai TUI yra investicijos į vietinę rinką ateinančios iš kitų valstybių (išėinančios į kitas valstybes) perkant turtą tiesiogiai.

Taigi, tiesiogines užsienio investicijas sudaro:

tiesioginiam užsienio investuotojui tenkanti įmonės nuosavo kapitalo dalis (akcinis kapitalas);

reinvesticijos – tiesiogiai užsienio investuotojui priklausanti pelno (nuostolio) dalis, kuri jam ataskaitiniu laikotarpiu nepaskirstyta dividendų forma, o yra likusi įmonėje;

tiesioginio užsienio investuotojo investavimo įmonei suteiktos ilgalaikės ir trumpalaikės paskolos. Paskolos, gautos Lietuvos valstybės vardu ir su valstybės garantija, nėra

tiesioginės užsienio investicijos;

kitas įmonės kapitalas – tai prekybos skolos, priskaičiuoti, bet neišmokėti dividendai, privilegijuotos akcijos, nesuteikančios teisių į turtą likviduojant įmonę, palūkanos už paskolas ir t. t. [6].

TUI privalumai ir trūkumai

Vyrauja įsitikinimas, kad tiesioginės užsienio investicijos yra ekonominio augimo pagrindas. Yra ir kita nuomonė, kad dėl didelio ir staigaus užsienio kapitalo antplūdžio pirmaisiais metais fiksuojamas staigus šalies ekonominis augimas, tačiau laikui bėgant kapitalas pelnų, dividendų ir kitu pavidalu pradeda plaukti iš šalies. Bet pirmiausia teigiamas poveikis.

Tiesioginės užsienio investicijos turi daug privalumų tiek investuotojui, tiek investicijų priėmėjui.

Vienas iš pagrindinių privalumų yra tai, kad TUI leidžia pinigams judėti laisvai po visą pasaulį, kur tik verslas turi geriausias augimo perspektyvas. Taip atsitinka dėl to, kad investuotojai ieško geriausios pinigų grąžos su mažiausia rizika.

Tai suteikia gerai valdomoms įmonėms – nepriklausomai nuo rasės ar įsitikinimų – konkurencinį pranašumą. Jis sumažina (bet, žinoma, nepašalina) politikos ir kyšininkavimo įtaką. Todėl sumaniai uždirbti pinigai keliauja į geriausias verslus visame pasaulyje, pateikdami prekes ir paslaugas į rinką greičiau negu be TUI judėjimo.

Dar vienas privalumas yra mažesnė rizika, kadangi jie gali diversifikuoti savo lėšas kitoje šalyje, pramonėje ar politinėje sistemoje, kur yra palankesnės ekonominės sąlygos. Diversifikacija visada padidina kapitalo grąžą nedidinant rizikos.

Esant tiesioginėms užsienio investicijoms, įmonėse įdiegiamos naujausios technologijos, inovacijos ir veiklos praktikos, naujos finansavimo priemonės. Priimant šias praktikas, darbdaviai gerina darbuotojų gyvenimo būdą, padėdami sukurti aukštesnį gyvenimo lygį priimančiai šaliai.

Gyvenimo lygis priimančioje šalyje taip pat pagerinamas dėl aukštesnių mokesčių pajamų iš įmonės, kuri priima TUI. Tačiau šalys kartais neutralizuoja šias padidėjusias pajamas siūlydamos mokesčių lengvatas tam, kad TUI pritraukimas išliktų pirmoje vietoje.

Kitas TUI privalumas yra tai, kad jos gali kompensuoti nepastovumą sukurtą "karštų pinigų." Trumpalaikiai kreditoriai ir valiutų prekybininkai gali sukurti šalyje turto burbulą investuojant daug pinigų per trumpą laiką, tada parduodant tas pačias investicijas lygiai taip pat greitai. Tiesiogines užsienio investicijas trunka ilgiau įsteigti ir jos šalyje palieka pastovesnius pėdsakus, stabilesnius pinigų srautus.

Kad ir kaip bebūtų, tiesioginės užsienio investicijos gali turėti ir neigiamos įtakos.

Vienas esminių TUI trūkumų yra tai, jog kai tik investicijas pritraukusiose įmonėse pasiekiamas pelnas, pinigai pervedami (kaip dividendai ar kitokie mokesčiai) į motinines bendroves skoloms gražinti arba perinvestuoti į valstybes, kuriose pelno potencialas dar nepanaudotas. Daugeliui besivystančių šalių dėl sunkios TUI ir užsienio skolų naštos teko išgyventi sunkius laikotarpius.

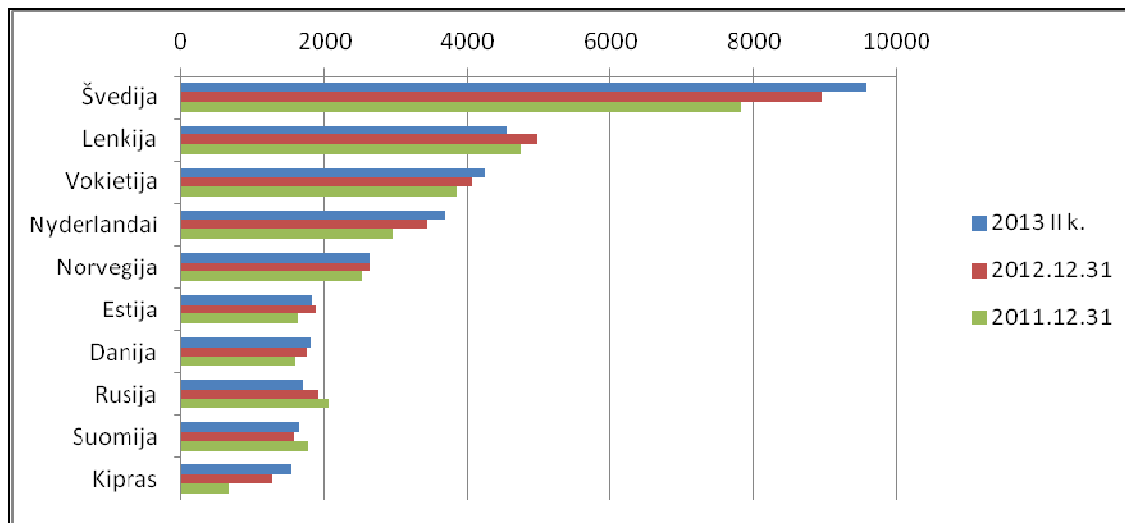
Tačiau svarbiausias veiksnys yra ne TUI apimtys, o tai, kaip tomis investicijomis pasinaudoja šalis, į kurią investuojama. Labai svarbu, kad TUI keliu atėjusios lėšos ir technologijos būtų išskaidomos tarp ūkio sektorių. Gerai veikiančios institucijos, patikima žmogiškojo kapitalo formavimo sistema ir politinė aplinka, netrukdanči laisvai veikti verslui, yra TUI ir paskolų efektyvaus panaudojimo sąlygos.

Dar viena grėsmė yra tai, kad patyrę užsienio investuotojai gali panaudoti savo įgūdžius sumažinant įmonės vertę ir vėliau jos nebepridedant. Jie gali išparduoti nepelningas įmonės dalis vietiniams, mažiau patyrusiems investuotojams.

TUI pagal šalis investuotojas

Pagal Lietuvos banko ir Statistikos departamento duomenis, 2013 m. birželio 30 d. sukauptosios TUI Lietuvoje iš viso sudarė 42,4 mlrd. Lt. Per paskutinius keturis ketvirčius jų suma Lietuvoje padidėjo 3,4 mlrd. litų (8,6 proc.). Vienam šalies gyventojui vidutiniškai teko 14 360 litų TUI (2012 m. birželio 30 d. – 13 078 Lt).

Atlikus TUI duomenų analizę buvo nustatyta, kurių šalių investicijų daugiausia sukaupta Lietuvoje nuo 2011 metų pabaigos iki 2013 metų II ketvirčio pabaigos (2013 m. birželio 30 d.).



1 pav. Sukauptos TUI Lietuvoje pagal šalis investuotojas (mln. Lt)

2013 m. II ketvirčio duomenimis, Lietuvoje daugiausia yra investavę šių šalių investuotojai: Švedijos – 9,6 mlrd. litų (22,5 proc.), Lenkijos – 4,6 mlrd. litų (10,7 proc.), Vokietijos – 4,2 mlrd. litų (10 proc.), Nyderlandų – 3,7 mlrd. litų (8,7 proc.) ir Norvegijos – 2,6 mlrd. litų (6,2 proc. visų TUI).

Pagal pirmame paveiksle pavaizduotus duomenis matoma, kad visu nagrinėjamu laikotarpiu pirmauja TUI iš Švedijos investuotojų ir jos sparčiai auga – TUI padidėjo 1740,76 mln. Lt. arba 18%. Nuo Švedijos šiek tiek atsilieka Lenkija, Vokietija, Nyderlandai ir Norvegija, tačiau jos vis tiek išlieka vienos iš pagrindinių

investuotojų. Šių šalių investicijos taip pat išaugo (Vokietijos – 9,3%, Nyderlandų – 20%, Norvegijos – 4,6%), išskyrus Lenkijos, nes 2013 m. II ketv. TUI buvo mažiau nei 2011 m. (pokytis 4%).

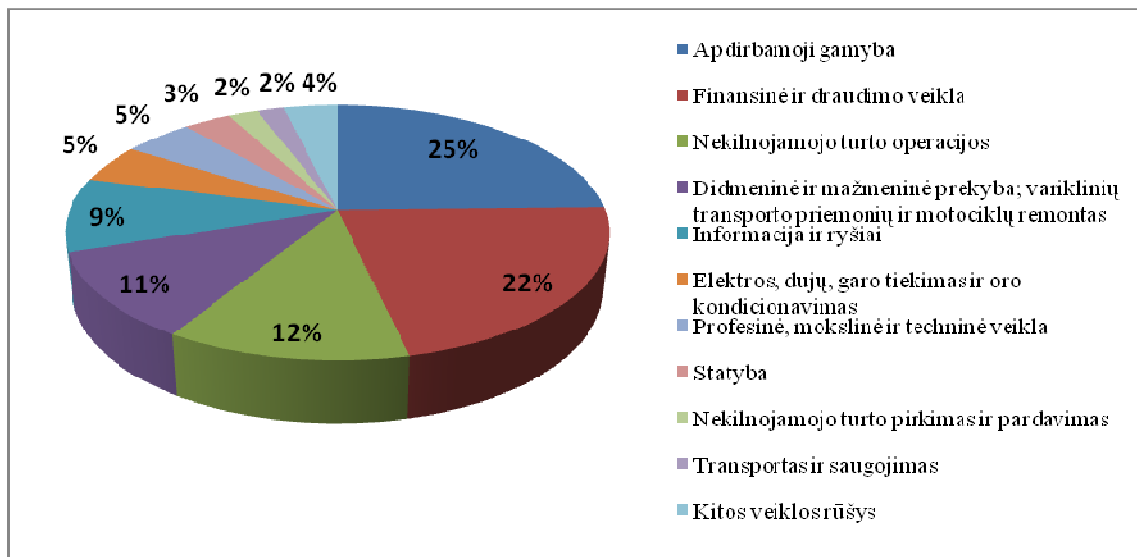
	2013 m. II ketv.	2013 m. I ketv.	2012 m. II ketv.
Iš viso	-532,00	970,83	-1 031,98
Akcinis kapitalas	74,85	55,19	814,33
Reinvesticijos	-233,68	667,11	-1 911,50
Kitas kapitalas	-373,17	248,53	65,19

2 pav. TUI srautas Lietuvoje (mln. Lt)

Pagal antrame paveiksle pateiktus duomenis, 2013 m. antrąjį ketvirtį TUI srautas Lietuvoje sudarė –532 mln. litų. Palyginimui: 2013 m. pirmąjį ketvirtį šis srautas buvo 970,8 mln., o 2012 m. antrąjį ketvirtį sudarė – 1 mlrd. litų. Kaip jau buvo minėta, TUI sudaro akcinis kapitalas, reinvesticijos ir kitas kapitalas, taigi ir šį srautą. Norint išsiaiškinti TUI srauto pokyčius, svarbu išsiaiškinti šių sudedamųjų srautų pokyčius. Tokį reikšmingą TUI sumažėjimą lėmė neigiamos reinvesticijos (–233,7 mln. Lt), susidariusios dėl užsienio investuotojams priklausančių paskelbtų dividendų (2013 m. II ketv. ši suma sudarė 1,2 mlrd. Lt), ir mažėjęs kitas kapitalas (–373,2 mln. Lt). Akcinis kapitalas 2013 m. antrąjį ketvirtį didėjo ir jo srautas buvo 74,9 mln. litų.

TUI pagal ekonominės veiklos rūšis

Tiesioginės užsienio investicijos skirstomos ne tik pagal šalis, bet ir pagal tai, į kokią ekonominės veiklos rūšį yra investuojama. Naujausius 2013 m. II ketvirčio duomenis atskleidžia 3 paveikslas.



3 pav. TUI struktūra Lietuvoje pagal ekonominės veiklos rūšis 2013 m. II ketv.

Pagal 3 paveiksle pavaizduotą TUI struktūrą matoma, kad daugiausia investuota į apdirbamąją gamybą – 25 %, finansinę ir draudimo veiklą – 22 %, nekilnojamojo turto operacijų veiklą – 12 %, didmeninę ir mažmeninę prekybą, variklinių transporto priemonių ir motociklų remontą – 11 %, informacijos ir ryšių veiklą – 9 procentai visų TUI. Didžiausią dalį sudariusioje apdirbamosios gamybos srityje daugiausia investuota į rafinuotų naftos

produktų bei chemikalų ir chemijos produktų gamybą – 4,8 mlrd. litų (46,2 proc. visų apdirbamosios gamybos TUI) ir pagrindinių vaistų pramonės gaminių ir farmacinių preparatų gamybą – 1,4 mlrd. litų (13,2 proc.).

Išvados

1. Tiesioginės užsienio investicijos, tai investicijos į vietinę rinką, kurios ateina iš užsienio šalių, arba iš vietinės rinkos išeina į užsienio šalis, o investuotojas betarpiškai dalyvauja investuojant lėšas bei pasirenkant investavimo objektą. Investuotojas gali būti valstybė, juridinis ar fizinis asmuo, organizacijos bei įvairūs fondai.
2. Tiesioginių užsienio investicijų privalumai: pinigai gali laisvai judėti tarp pasaulio šalių, sukuriama konkurencingumas, sumažinama politikos ir kyšininkavimo įtaka, rizika labiau diversifikuota, susiformuoja ilgalaikiai ekonominiai santykiai, įmonėse diegiamos naujausios technologijos, gerinamas šalies gyventojų gyvenimo lygis.
3. Tiesioginių užsienio investicijų trūkumai: įmonėje uždirbtas pelnas grįžta į ją investavusias šalis (dividendais, kitais mokesčiais), grėsmė, kad įmonės nepelningos dalys bus išparduotos mažai patyrusiems vietiniams investuotojams.
4. Daugiausiai į Lietuvą investuojančios šalys yra Švedija, Lenkija, Vokietija, Nyderlandai, Norvegija. Per 2011 m. – 2013 m. antrąjį ketvirtį pirmavo TUI iš Švedijos investuotojų, jos sparčiai augo – TUI padidėjo 1740, 76 mln. Lt. arba 18%.
5. 2013 m. antro ketvirčio duomenimis daugiausia investuota į apdirbamąją gamybą – 25 %, finansinę ir draudimo veiklą – 22 %, nekilnojamojo turto operacijų veiklą – 12 %, didmeninę ir mažmeninę prekybą, variklinių transporto priemonių ir motociklų remontą – 11 %, informacijos ir ryšių veiklą – 9 procentai visų TUI.

Literatūra

1. Vainienė, R. 2005. *Ekonomikos terminų žodynas*. Vilnius: Tyto alba.
2. Inovacinės veiklos projektavimo rezultatų įvertinimas. Inovacijos. [žiūrėta 2013-11-28]. Prieiga internetu:
http://www.inovacijos.lt/lt/ismanymo_straipsnis/id/inovacines_veiklos_projektavimo_rezultatu_ivertinimas/
3. Lietuvos bankas. [žiūrėta 2013-11-25] Prieiga internetu:
http://www.lb.lt/tiesiogines_investicijos_2013_m_antraji_ketvirtis
4. Lietuvos bankas. [žiūrėta 2013-11-25] Prieiga internetu:
http://www.lb.lt/tiesiogines_investicijos_2012_m_treciaji_ketvirtis
5. Lietuvos bankas. [žiūrėta 2013-11-25] Prieiga internetu:
http://www.lb.lt/stat_pub/statbrowser.aspx?group=8030&lang=lt
6. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2005. Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje. Vilnius. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. [žiūrėta 2013-11-29] Prieiga internetu:
http://web.stat.gov.lt/lt/catalog/download_release/?id=189&download=1&doc=46&PHPSESSID=419b507e0dcd7daae6fc67d0d268ef70
7. Tiesioginės užsienio investicijos. Finansistas. [žiūrėta 2013-11-29]. Prieiga internetu:
<http://www.finansistas.net/tiesiogines-uzsienio-investicijos.html>

8. Foreign direct investment (FDI). About US economy. [žiūrėta 2013-11-29] Prieiga internetu:
<http://useconomy.about.com/od/tradeterms/g/Foreign-Direct-Investment-FDI-Definition.htm>

Analysis of Direct foreign investments in Lithuania

S u m m a r y

Foreign direct investment is an investment in the local market, which comes from foreign countries, or from the local market goes and goes into a foreign country, and the investor is directly involved in the investment funds and the choice of investment property. The investor may be a state, a legal or natural person, organization, and various foundations. Foreign direct investment advantages: money can move freely between countries, creating competitiveness, reduced political influence and bribery, the risk is more diversified, build long-term economic relations, companies update the latest technology, improving the standard of living of the population. Foreign direct investment disadvantages: the net profit of the company goes back to country which has invested (dividends and other taxes), there is a threat that investors can sold the company off unprofitable parts to local, less sophisticated investors. Most of the countries which are investing in Lithuania are Sweden, Poland, Germany, the Netherlands and Norway. In 2011-2013 second quarter, TUI's lead of Swedish investors, its rapid growth - FDI increased in 1740, 76 million. Lt. or 18%. In 2013 second quarter, the largest investment was in manufacturing - 25% of the financial and insurance activities - 22% of the real estate activities - 12%, wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles - 11%, information and communication activities - 9 percent total FDI.

GYVENIMO KOKYBĖS SAMPRATOS MULTIDISCIPLINIŠKUMAS

Žydrūnė Girtaitė, Karolina Maldūnaitė

Kauno Technologijos Universitetas

Prof. dr. Valentinas Navickas

Anotacija

Straipsnyje autoriai analizuoja gyvenimo kokybės sampratos multidiscipliniškumą. Jų atlikti tyrimai rodo, kad mokslinėje literatūroje gyvenimo kokybės samprata traktuojama nevienareikšmiškai. Mokslininkai gyvenimo kokybės koncepciją dažniausiai traktuoja priklausomai nuo jų atliekamų tyrimų konteksto. Tuo būdu gyvenimo kokybės samprata ir įgauna skirtingas reikšmes. Be to ji ir vertinama pagal skirtingus kriterijus. Dažniausiai literatūroje sutinkama, jog gyvenimo kokybė yra analizuojama, kaip objektyvių rodiklių ir subjektyvios nuomonės kompleksiškas junginys. Šiuo straipsniu autoriai siekia atskleisti gyvenimo kokybės sampratos įvairiapusiškumą ir tarpdisciplinišką gyvenimo kokybės vartojimą mokslinėje literatūroje.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: gyvenimo kokybė, subjektyvi gyvenimo kokybė, objektyvi gyvenimo kokybė, gyvenimo kokybės multidiscipliniškumas.

Įvadas

Žmogaus gyvenimo gerovė, kokybė buvo, yra ir bus vienas svarbiausių visuomenės gyvenimo klausimų. Jau Aristotelio laikais gyvenimo kokybė buvo viena iš diskusijų temų. Plačiau gyvenimo kokybe buvo pradėta domėtis dvidešimto amžiaus septintame dešimtmetyje. Pirmieji bandymai gyvenimo kokybę vertinti pagal BVP, vienam gyventojui, susilaukė daug kritikos. Dėl to, įvairių sričių specialistai bandė ir vis dar bando atrasti tinkamiausią būdą, kaip teisingai apibrėžti ir išmatuoti gyvenimo kokybę.

Šiuo metu pasauliui atsigaunant po finansų krizės pastebima, kad ekonominiai valstybių rodikliai gerėja, tačiau kaip ir kiek pagerėja pati gyventojų gyvenimo kokybė išlieka klausimu. Platus gyvenimo kokybės tyrimų spektras sukelia nemažai problemų siekiant tinkamai apibrėžti ir įvertinti gyvenimo kokybę.

Tyrimo objektas – gyvenimo kokybės samprata.

Straipsnio tikslas - išnagrinėtisąvokos gyvenimo kokybė koncepciją ir atskleisti jos tarpdiscipliniškumą.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išanalizuoti gyvenimo kokybės sampratą.
2. Atskleisti gyvenimo kokybės koncepcijos multidiscipliniškumą.

Tyrimo metodai – mokslinės literatūros analizė ir sintezė.

Gyvenimo kokybės koncepcija

Skirtingose kalbose, disciplinose ta pati sąvoka turi panašumų, tačiau turi ir skirtumų, kurie apsunkina koncepcijos „gyvenimo kokybės“ aiškinimą ir vertinimą. Šiuo metu nėra vieningos nuomonės apie „gyvenimo kokybės“ sampratą ir jos išmatavimą. Skirtingi autoriai ją interpretuoja įvairiai ir jai įvertinti naudoja skirtingus metodus bei rodiklius. Taigi nėra lengva apibrėžti gyvenimo kokybės sąvoką, taip kad ji būtų tinkama visiems. 1976 metais Liu pasisakė, jog gyvenimo kokybės apibrėžimų gali būti tiek daug, kiek žemėje yra žmonių. Ir tai labai paprasta paaiškinti: vienam asmeniui vienos gyvenimo sąlygos gali būti labai geros ir jis savo gyvenimo kokybę vertins labai aukštai, tačiau kitam žmogui - tai bus tik patenkinamos sąlygos, tačiau jis nesijaus laimingas taip gyvendamas. Dėl individų skirtingumo yra ypač sunku ir sudėtinga surasti metodą, kaip tinkamai išmatuoti gyvenimo kokybės lygį valstybėje.

Dauguma mokslininkų gyvenimo kokybę skirsto į subjektyvią ir objektyvią. H. H. Noll (2004) išskiria gyvenimo kokybės analizės vertinimą į skandinaviškąjį ir amerikietiškąjį požiūrius. Skandinaviškasis požiūris remiasi daugiau objektyviais kriterijais, tuo tarpu amerikietiškas daugiau dėmesio skiria subjektyviai gyvenimo kokybės analizei. Norint palyginti valstybių gyvenimo kokybę tarpusavyje dažniausiai yra naudojami objektyvūs

(ekonominiai, socialiniai, statistiniai) rodikliai, ar iš jų sudaryti kombinuoti indeksai. Žmogaus socialinės raidos indeksas – vienas populiariausių rodiklių naudojamas gyvenimo kokybės analizėje. Nepaisant to, šis kombinuotas objektyvių kriterijų indeksas neatskleidžia svarbių gyvenimo kokybės sudedamųjų dalių, pavyzdžiui, užimtumo. Ši ekonominė ir socialinė individo gyvenimo sritis daro vis didesnę įtaką asmens pasitenkinimui ir gyvenimo kokybei ne tik asmeniniu bet ir nacionaliniu lygmeniu (Gruževskis, 2001). Dėl to vertinant gyvenimo kokybę yra privaloma įtraukti ir užimtumo rodiklius.

Subjektyvi (amerikietiškoji) gyvenimo kokybės analizė atskleidžia, kaip individas supranta ir vertina objektyvias gyvenimo sąlygas (Diener, Lucas 1999; Diener 2006). Lietuvių mokslininkas A. Gataūlinas (2010) subjektyvią gyvenimo kokybę apibrėžia kaip visišką ir nuolatinį asmens pasitenkinimą gyvenimo visuma. Subjektyvios gyvenimo kokybės analize daugiau domisi filosofijai ir sociologai.

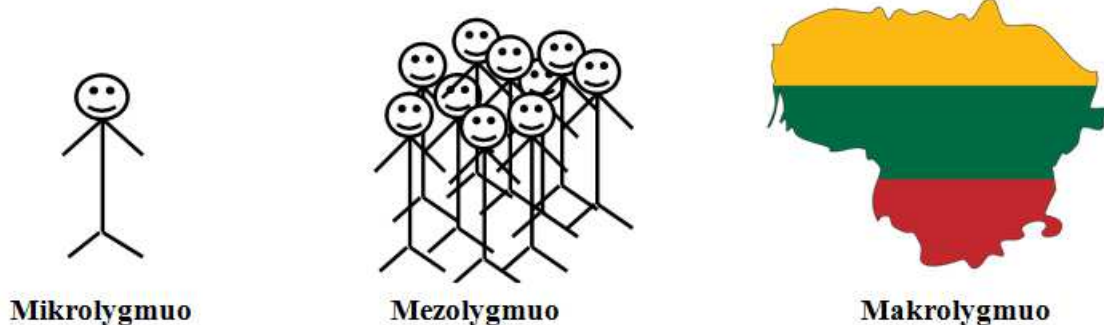
Objektyvi gyvenimo kokybė yra matuojama remiantis surinktais statistiniais duomenimis ar integruotais indeksais. Vertinant objektyvią gyvenimo kokybę galima išvelgti realias gyvenimo kokybės prielaidas makrolygmeniu. Tačiau vien objektyvių kriterijų, tokių kaip gyvenimo trukmė, užimtumo lygis, pajamų pasiskirstymas, aplinkos užterštumas ir kt., neužtenka norint teisingai išmatuoti gyvenimo kokybę. Dėl to šiuo metu mokslininkai bando integruoti ir subjektyvius rodiklius, kurių pagalba būtų galima teisingai atlikti gyvenimo kokybės vertinimą.

Gyvenimo kokybė gali būti vertinama atsižvelgiant ne tik į objektyvius ar subjektyvius kriterijus, bet ir pagal tiriamą pobūdį (žr. 1 pav.). Pagal šį kriterijų yra išskiriami trys vertinimo lygmenys (Dumbliausienė, Jarmalavičienė, 2012; Servetkienė, 2013):

Mikrolygmuo – vertinant mikrolygiu yra atsižvelgiama į asmenų subjektyvią suvokimą apie gyvenimo kokybę, kuris priklauso nuo atskiro individo vertybių ir požiūrio.

Mezolygmuo – kai gyvenimo kokybės skirtumai tarp įvairių socialinių grupių yra vertinami pagal išsilavinimo, kultūros, pajamų lygį bei gyvenamą vietą, amžių ir lytį.

Makrolygmuo – tai šalies gyvenimo kokybės atspindys vertinamas makroekonominiais rodikliais.



1 pav. Gyvenimo kokybės vertinimas pagal tiriamąjį pobūdį

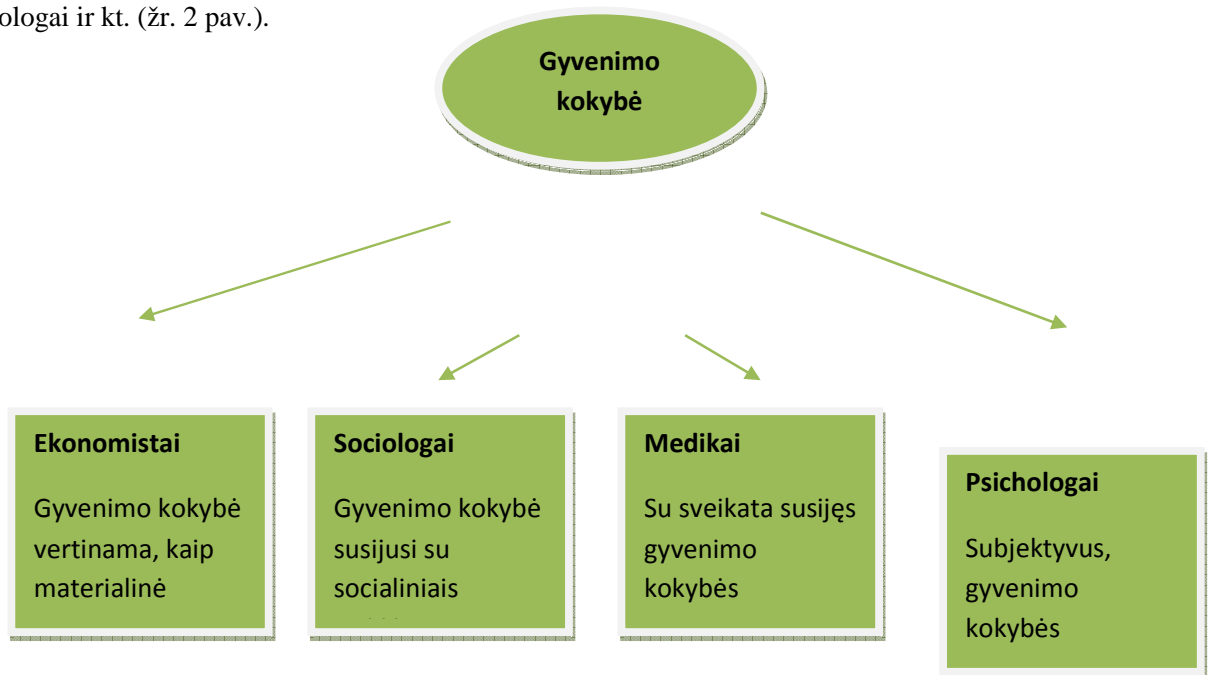
**Šaltinis: sudaryta autorių*

Kaip pateikia mokslininkės M. Dumbliausienė ir S. Jarmalavičiūtė (2012) vieningos gyvenimo kokybės koncepcijos nėra, tačiau dauguma tyrėjų, mokslininkų sutinka, jog gyvenimo kokybė gali būti apibūdinama pagal tris kriterijus:

1. Gyvenimo kokybė gali būti vertinama subjektyviai ir šis vertinimas negali būti atsietas nuo konkretaus individo, visuomenės ar šalies, kurioje jis gyvena.
2. Gyvenimo kokybė turi būti vertinama tiek kiekybiškai, tiek kokybiškai.
3. Gyvenimo kokybę tiksliausiai ir tinkamiausiai gali įvertinti tik sudėtinis, integruotas indeksas.

Gyvenimo kokybės sampratos multidiscipliniškumas

Gyvenimo kokybę tiksliai apibrėžti yra sudėtinga dėl kelėtos priežasčių, tačiau viena didžiausių yra tai, jog gyvenimo kokybę analizuoja įvairių sričių specialistai, kurie ją interpretuoja savaip, pagal savus kriterijus. Šiuo metu gyvenimo kokybės vertinimu užsiima įvairių sričių specialistai: ekonomistai, medikai, psichologai, sociologai ir kt. (žr. 2 pav.).



2 pav. Gyvenimo kokybę analizuojančios skirtingos mokslo sritys

**Šaltinis: sudaryta autorių*

Išanalizavus gyvenimo kokybės termino raidą, matyti, jog pirmieji bandymai išmatuoti gyvenimo kokybę buvo siejami su ekonominiais rodikliais, tokiais kaip BVP, namų ūkio pajamomis ir išlaidomis. Ekonomikos srities specialistai gyvenimo kokybės analizei skiria didesnę dėmesį objektyviems, o ne subjektyviems kriterijams. Ekonomistai gyvenimo kokybės koncepciją sieja su materialia gerove, dažniausiai pajamomis. Kaip teigia G. Vazonienė (2010) pajamos yra objektyvus kriterijus, kuris leidžia objektyviai vertinti gyvenimo kokybę, tačiau jis taip pat yra svarbus ir subjektyvios gyvenimo kokybės vertinime. Nuo Pajamų priklauso asmens svarbiausių poreikių patenkinimo galimybės. Ekonomistai vertindami materialią gerovę dažniausiai naudoja keturis indeksus (Servetkienė, 2012):

1. Ekonominių sąlygų indeksas:
 - Nedarbo lygis, %
 - Užimtumas, %
 - Vidutinės metinės infliacijos lygis, %
 - Valstybės skola (proc.) nuo BVP.
2. Gyvenimo lygio indeksas:
 - BVP, tenkančio 1 gyventojui, išreikšto perkamosios galios standarto, realios apimties indeksas
 - Gyventojų ties skurdo riba ir socialine atskirtimi proc. nuo visų gyventojų
 - Minimalaus ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio santykis
 - Minimaliąją mėnesinę algą ir mažesnę darbo užmokesčių gaunančių darbuotojų proc. nuo visų dirbančių
 - Vidutinės senatvės pensijos ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio santykis
 - Būsto įperkamumas (kiek m² gali įsigyti 1 asm. už 12 mėn. DU)
 - Vidutinės išlaidos maisto produktams (proc. nuo visų vartojimo išlaidų)
 - Vartojimo išlaidų dalis (proc.), tenkanti būstui, komunalinėms paslaugoms
 - Gyventojų santaupos, tenkančios 1 gyv.
3. Gyvenimo sąlygų indeksas:
 - Naudingasis plotas, tenkantis vienam gyventojui, m²
 - Gyventojų apsirūpinimas patogumais būstuose (gyventojų dalis, savo namuose neturinti dušo ar vonios)
 - Dalis vidutinių pajamų grupės namų ūkių, gyvenančių perpildytuose būstuose
 - Individualių lengvųjų automobilių skaičius/ 1000 gyv.
 - Namų ūkių apsirūpinimas asmeniniais kompiuteriais / 1000 gyv.
 - Gyventojų apsirūpinimas mobiliaisiais telefonais / 1000 gyv.
4. Diferenciacijos indeksas:
 - Gini - Pajamų Nelygybės koeficientas
 - Pajamų diferenciacija (tarp I ir V kvantilių)
 - Suminė (bendra) vartojimo diferenciacija (tarp I ir V kvantilių arba I ir X decilių)

Sociologijos srities atstovai analizuodami gyvenimo kokybę didžiausią dėmesį skiria nelygybės, skurdo, gyvenimo standarto, gyvenimo sąlygų ir kitų gyvenimo kokybės sudedamųjų dalių analizei (Krutulienė, 2012). Sociologai retai vartoja gyvenimo kokybės koncepciją, tačiau jų atliekami tyrimai yra susiję su gyvenimo kokybės sudedamosiomis dalimis. Šios srities specialistai atlieka ir atskirų grupių (vaikų, pagyvenusių žmonių, moterų, vyrų ir pan.) gyvenimo kokybės vertinimą. Sociologijos specialistai taip pat skiria daug dėmesio su darbo sąlygomis susijusiai gyvenimo kokybės analizei.

Psichologijos srities specialistai didžiausią dėmesį skiria subjektyvios gyvenimo kokybės tyrimams. Kaip teigia S. Naess (1999), pagrindinis gyvenimo kokybės kriterijus yra subjektyvus individo suvokimas, patirtis, apie tai kaip gerai jis jaučiasi gyvenamoje aplinkoje. Tačiau toks požiūris, jog gyvenimo kokybę galima išmatuoti tik subjektyvia asmens nuomone, susilaukia prieštaravimų. Felce ir Peery (1997), Hass (1999) ir kiti mokslininkai analizuojantys gyvenimo kokybę teigia, jog tik subjektyvus gyvenimo kokybės vertinimas yra siejamas su gerove, o ne su gyvenimo kokybės samprata. Gyvenimo kokybės analizei yra reikalingi ir objektyvūs kriterijai.

Daugiausiai tyrimų gyvenimo kokybės srityje atlieka medicinos specialistai. Tačiau medicinos atstovai gyvenimo kokybę dažniausiai analizuoja tik tais aspektais ir kriterijais, kurie yra tiesiogiai susiję su asmens sveikata. Dėl to G. Guyatt, D. Feeny, D. Patric (1993) bei A. Michalos (2004) siūlo naudoti tikslesnę sampratą – su sveikata susijusi gyvenimo kokybė. Tačiau E. Vaitkelienė, J. Makari, A. Zaborski (2007) mano, jog ji turėtų būti vadinama *sveikatos nulemta gyvenimo kokybe*, nes tai leistų atskleisti, jog gyvenimo kokybę tiesiogiai veikia

liga. Tuo tarpu T. Furmonavičius (2001) siūlo *subjektyvios sveikatos būklės* terminą. Su šiais gyvenimo kokybės sąvokos patikslinimais nesutinka R. Cummins (1999), kuris akcentuoja, jog sveikata yra viena iš gyvenimo kokybės sudedamųjų dalių, dėl to su sveikata susijusios gyvenimo kokybės sampratos naudojimas, atneštas dar daugiau sumaištis gyvenimo kokybės sąvokos konceptualizavime. Su sveikata susijusi gyvenimo kokybės ir gyvenimo kokybės sąvokos mokslinėje literatūroje yra naudojamos, kaip sinonimai, tačiau jos nėra identiškos. C. Ferrans (2005) teigia, jei gyvenimo kokybės vertinimas apima platesnę erdvę, t. y. siejasi su visuomenės, kultūros ar politikos problemomis, ji jau yra laikoma ekonomikos, sociologijos ir kitų mokslų tiriamuoju dalyku.

Išvados

1. Mokslinės literatūros analizė parodė, jog mokslinėje terminologijoje bendros, vieningos gyvenimo kokybės koncepcijos sampratos šiuo metu nėra nusistovėjusios. Tačiau dauguma mokslininkų sutinka, jog gyvenimo kokybė turi būti vertinama remiantis objektyviais ir subjektyviais kriterijais. Todėl gyvenimo kokybė yra skirstoma į mikro, mezo ir makro lygius, pagal tiriamą pobūdį. Vienas populiariausių gyvenimo kokybės vertinimo indeksų - žmogaus socialinės raidos indeksas. Vis dėl to, įrodyta, jog ir jis turi trūkumų ir pilnai neįvertina esamos gyventojų gyvenimo kokybės. Tiksliai gyvenimo kokybės vienu rodikliu įvertinti neįmanoma. Tuo tikslu reikėtų naudoti integruotą indeksą, kuris tikrai realiau atspindėtų esamą gyvenimo kokybę konkrečioje valstybėje bei leistų atskleisti jos gerinimo galimybes.
2. Gyvenimo kokybės koncepcijos apibrėžtumą apsunkina, jog šis reiškinys yra plačiai tiriamas įvairių mokslo sričių specialistų. Šiuo metu gyvenimo kokybės tyrimams daugiausiai dėmesio skiria ekonomistai, sociologai, medikai ir psichologai. Įvairių sričių specialistai sutinka, jog tik ekonominiais rodikliais gyvenimo kokybės išmatuoti ir įvertinti neįmanoma. Ekonomistai analizuodami gyvenimo kokybę, didžiausią dėmesį skiria materialios gyvenimo kokybės vertinimui. Tuo tarpu sociologus labiausiai domina žmogaus gyvenimo sąlygos ir būdai juos pagerinti. Psichologijos ir medicinos atstovai yra linkę gyvenimo kokybę vertinti remiantis daugiau subjektyviais, o ne objektyviais kriterijais. Kurdami naujas technologijas technikos mokslų atstovai irgi ženkliai prisideda prie gyvenimo kokybės pokyčių.

Literatūra

14. Cummins R. A. Beyond rural health to well-being: an appraisal of the comprehensive quality of life scale – fifth edition. 1999.
15. Diener E., Lucas R. Explaining differences in societal levels of happiness: relative standards, need, fulfillment, culture and evaluation theory. *Journal of Happiness Studies*, 41–78. 2000.
16. Diener, E. Guidelines for National Indicators of Subjective Well-Being and Ill-Being. *Applied Research in Quality of Life*, 397-404. 2006
17. Dumbliauskienė M., Jarmalavičienė S. Gyvenimo kokybės kompleksinio vertinimo metodologinės problemos. *Geografijos metraštis* Nr. 45. 2012:
<https://docs.google.com/file/d/1CBoVkJZ8l00wukmRmJAOhDlNfbuG5VWuQYxZ7kFwaXqrpYV-qJLT1lp2zpQHN/edit?pli=1>
18. Felce D., Peery J. Quality of life: the scope of the term and its breadth of measurement. *Quality life for people with disabilities: Models, research and practice*. 1997
19. Ferrans C. E. Definitions and conceptual models of quality of life. In *Outcomes assessment in cancer. Measures, methods and applications*, eds. J. Lipscomb, C. C. Gotay, C. Snyder, 14-30. Cambridge: Cambridge University Press. 2005.
20. Furmonavičius T. Gyvenimo kokybės tyrimai medicinoje. Kauno medicinos universiteto vidaus ligų prepediautikos katedra. *Biomedicina* Nr.2. 2001:http://www.e-library.lt/resursai/Ziniasklaida/Medicine/Biomedicina/2001/BM_2001_01_1246.pdf
21. Gataūlinas, A. The concept of subjective well-being and its application for the analysis of EU countries. *Filosofija. Sociologija*. 21 (2): 92–100. 2010.
22. Gruževskis, B. Žmogaus socialinė raida. Užimtumas. Vilnius. 2001.

23. Guyatt G. H., Feeny D. H., Patric D. Measuring Health – related Quality of Life. *Annals of internal medicine*, 118. 1993
24. Haas B. K. A multidisciplinary concept analysis of quality of life. *Western Journal of Nursing Research*, 21, 728-742. 1999.
25. Krutuleinė S. Gyvenimo kokybė: sąvokos apibrėžimas ir santykis su gero gyvenimo terminais. *Kultūra ir visuomenė. Socialinių tyrimų žurnalas* 2012: http://culturesociety.vdu.lt/wp-content/uploads/2013/02/7.Sandra_Krutuliene_Gyvenimo_kokybe_savokos_apibrezimas_ir_.pdf
26. Michalos A.C. Social indicators research and health-related quality of life research. *Social Indicators Research* 65(1), pp.27-72. 2004
27. Naess S. Subjective approach to quality of life. *Feminist economics* 1999, publikuotas internete: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/135457099338021>
28. Noll H. H. Social indicators and quality of life research: Background, achievements and current trends. *Advances in sociological knowledge. Over half a century*, vol. 1, edited by N.Genov. Wiesbaden: VS Verlag fuer Sozialwissenschaften. 151-181. 2004.
29. Servetkienė V. Gyvenimo kokybė Lietuvoje: subjektyvus situacijos vertinimas ir realybė. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos* 2012: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2012~ISSN_1648-9098.N_4_28.PG_20-35/DS.002.0.01.ARTIC
30. Servetkienė V. Gyvenimo kokybės daugiadimensinis vertinimas, identifikuojant kritines sritis: daktaro disertacija: socialiniai mokslai, ekonomika/ Mykolo Romerio universitetas. Vilnius. 2013
31. Vaitkelienė E., Makari J., Zaborskis A. (2007). Gyvenimo kokybės samprata ir sveikatos nulemtos vaikų gyvenimo kokybės tyrimai. *Medicina* 43 (7): 746-755. 2007.
32. Vazonienė G. Subjektyvios pagyvenusių žmonių gyvenimo kokybės socialiniai ekonominiai veiksniai. *Sociologija. Mintis ir veiksmas* 2010: <http://www.ku.lt/wp-content/uploads/2013/05/2010-2-p.186-204.pdf>

INTERDISCIPLINARY QUALITY OF LIFE CONCEPTUALIZATION

Summary

The concept of quality of life is analyzed in this article. Authors' research shows that the quality of life concept is treated ambiguously in the scientific literature. The quality of life concept usually is treated depending on the context of scientists' investigations. In this way the concept of quality of life assumes different meanings. Furthermore it is evaluated by using different criteria. In most cases the quality of life is analyzed as a complex combination of objective indicators and subjective opinion. In this article, the authors seek to show the versatility of the concept of quality of life and its interdisciplinary consumption in the scientific literature.

KEYWORDS: quality of life, life quality, subjective quality of life, objective quality of life, interdisciplinary quality of life.

EURO ZONOS IR NE EURO ZONOS ŠALIŲ EKONOMIKŲ LYGINAMOJI ANALIZĖ

Karolina Maldūnaitė, Žydrūnė Girtaitė

Kauno technologijos universitetas

Prof. dr. Valentinas Navickas

Anotacija

Straipsnyje atliekama priklausančių ir nepriklausančių euro zonai Europos Sąjungos valstybių lyginamoji analizė pagal ekonomikos dydį, BVP, eksporto ir importo apimtį bei gyventojų skaičių. Tuo siekiama identifikuoti šių šalių ekonomikų svarbą bei įtaką pasaulyje. Remiantis Europos Komisijos statistiniais duomenimis analizuojama euro zonos ir ne euro zonos šalių ekonominė situacija. Analizės metu gauti rezultatai, leidžiantys išskirti euro zonos ir nacionalinę valiutą turinčių šalių ekonomikų skirtumus bei pranašumus.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: Europos Sąjunga, euro zona, bendrasis vidaus produktas, nedarbo lygis, infliacija.

Įvadas

Nusprendusios įstoti į Europos Sąjungą šalys įsipareigojo įsivesti vieningą valiutą – eurą. Euro įvedimas ir tuo pačiu prisijungimas prie euro zonos šalių narių rato yra vienas iš pačių svarbiausių ekonominės politikos uždavinių. Tačiau vis labiau diskutuotina tema tampa vieningos valiutos nauda šalies ekonomikai. Tam įtakos turėjo 2009 metais prasidėjusi euro zonos krizė, kuri įrodė, jog Europos Sąjungos bendros valiutos sistema turi trūkumų. Jie išryškėjo tuomet, kai euro zonos šalys nebepajėgė susitvarkyti su ekonominiais ir finansiniais sunkumais.

Kiekvienos šalies ekonominė situacija priklauso nuo daugelio veiksnių, kurie lemia tolesnę šalies vystymąsi. Valstybės priimti sprendimai, turi būti nuoseklūs, apgalvoti bei paremti kitų šalių patirtimi, ypačingai tada, kai siekiama įsivesti bendrą valiutą.

Straipsnio tikslas – atlikti euro zonos ir ne euro zonos ekonomikų lyginamąją analizę.

Straipsnio uždaviniai:

1. Įvertinti euro zonos ir ne euro zonos svarbą pasaulio mastu;
2. Išanalizuoti euro zonos ir nacionalinę valiutą turinčių šalių ekonominę situaciją.

Tyrimo metodai - statistinių duomenų ir mokslinės literatūros analizė bei sintezė.

Euro zonos ir ne euro zonos šalys globalioje ekonomikoje

Kaip oficialus terminas euro zona naudojamas kalbant apie Europos Sąjungos valstybes nares, kurių viduje cirkuliuoja bendra valiuta – euras. Euro atsiradimas buvo didžiulis ekonominis ir svarus žingsnis link integruotos Europos. Tai taip pat buvo didžiausias pasaulyje ekonominis „eksperimentas“. Šis eksperimentas atvėrė platesnį supratimą, kaip bendra valiuta gali paveikti ekonominį aktyvumą (Baldwin, DiNino ir kt, 2009). Europos Sąjungos narėmis šiuo metu yra 28 Europos valstybės, tačiau euro zonai priklauso 18 iš jų (Lietuvos Respublikos Seimo Europos informacijos biuras, 2014). Prie euro zonos narių rato dar nėra prisijungusios 10 šalių: Bulgarija, Čekija, Danija, Jungtinė Karalystė, Kroatija, Lenkija, Lietuva, Rumunija, Švedija ir Vengrija (Europos Centrinis bankas). Euro zonos plėtra vyko keliais etapais, kurių metų Europos Sąjungai priklausančios šalys įsivedė vieningą valiutą – eurą. Paskutinės šalys įsivedusios eurą – Estija ir Latvija. Euro zonos sukūrimas ir euro įvedimas buvo itin reikšmingas įvykis pasaulyje.

Kad būtų galima palyginti euro zonos ir eurą neįsivedusių šalių ekonominę situaciją, remiantis Europos Centrinio banko duomenimis, sudaryta lentelė, padėsianti įvertinti atskirų šalių ir sąjungų vaidmenį pasaulyje pagal ekonominius rodiklius (žr. 1 lentelę).

1 lentelė

Euro zonos ir kitų ES narių svarba pasaulio ekonomikoje, proc.¹

	Euro zona	Kitos ES šalys	JAV	Japonija	Kitos išsivysčiusios šalys	Kinija	BRICS valstybės	Iš viso
BVP	22	7	24	9	22	9	7	100
Prekių ir paslaugų importas	28	10	13	4	33	7	5	100
Prekių ir paslaugų eksportas	29	9	10	4	34	8	6	100
Bendras gyventojų skaičius	5	3	5	2	42	20	23	100

*Šaltinis: Europos Centrinis bankas

Siekiant palyginti didžiausių pasaulio šalių ir sąjungų ekonominių rodiklių dydį pasaulio mastu, kiekvienam iš jų pagal statistinius duomenis suteiktas lyginamasis procentinis svoris. Remiantis 1 lentelės duomenimis, galima teigti, jog euro zonos šalių ekonomika vaidina gana reikšmingą vaidmenį bendroje pasaulio ekonomikoje. Pagal bendrojo vidaus produkto rodiklį, pinigų sąjunga sukuria daugiau nei penktadalį bendro BVP (22 proc.) ir nedaug atsilieka nuo Jungtinių Amerikos Valstijų. Tuo tarpu likusios Europos Sąjungos šalys sukuria beveik 3 kartus mažesnę bendrąją vidaus produktą – 10 procentų. Žinoma, tam įtakos turi tai, kad euro zonai priklauso 18 valstybių, o ne euro zonai – 10. Tačiau tarp savo nacionalinę valiutą naudojančių valstybių priklauso daug ekonomiškai stiprių ir galingų valstybių, tokių kaip Didžioji Britanija, Danija ar Švedija. Nors bendras euro zonos gyventojų skaičius lyginamojoje struktūroje yra tik 5 proc. visų kitų šalių gyventojų, o kitų ES šalių – 3 proc., prekių ir paslaugų eksportas ir importas euro zonos šalyse yra pats didžiausias. Kitų ES šalių tarptautinės prekybos apimtys, kaip ir BVP, beveik 3 kartus mažesnės. Eksporto ir importo apimtys euro zonoje yra labai panašios, t.y. 28 ir 29 proc. lyginant su kitomis šalimis. Pastebima tendencija, kad visose valstybėse eksporto ir importo srantai yra gana panašūs, o Japonijoje ir kitose išsivysčiusiose šalyse – tokie patys.

Apibendrinus šiuos duomenis galima daryti išvadą, jog euro zonos ekonomikos dydis bei jos įtaka bendroms pasauliniams ekonominių rodiklių reikšmėms ženkliai didesnė nei nacionalinę valiutą turinčių šalių. Tai rodo didesnę ekonominę galią pasaulio lygmenyje. Valstybės, kurių rinkoje cirkuliuoja euras, sukuria penktadalį pasaulio bendrojo vidaus produkto, o prekių ir paslaugų prekybos apimtys šioje zonoje yra pačios didžiausios. Tai rodo stiprų euro zonos tarptautinį lygmenį bei tvirtesnę dalyvavimą pasaulio ekonomikoje. Pagal Europos Komisiją, ne tik euras garantuoja ekonominį stabilumą ir augimą. Tai pirmiausiai pasiekama dėl patikimo euro zonos šalių ekonomikos valdymo. Jį pabrėžia Stabilumo ir augimo paktas (*angl. Stability and Growth Pact, SGP*), kuris yra pagrindinis Ekonominės ir pinigų sąjungos politikos koordinavimo mechanizmas (Finansų ministerija, 2012).

Priklausančių ir nepriklausančių euro zonai šalių ekonominė situacija

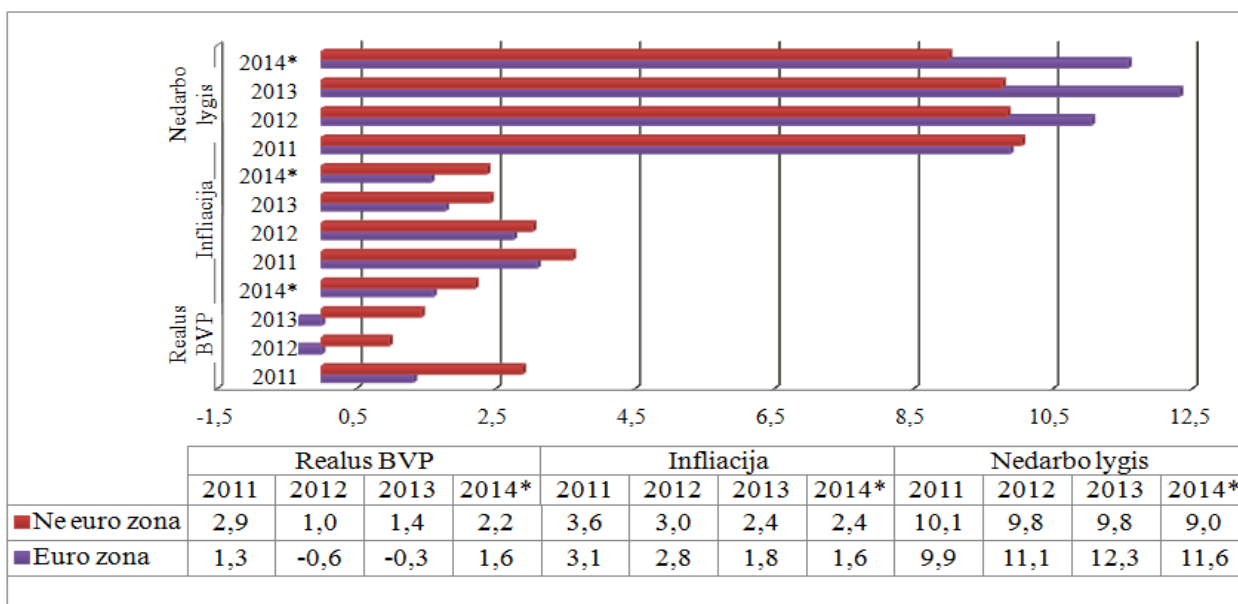
Apie euro poveikį šaliai pradėta kalbėti jau seniai. Ypatingos diskusijos prasidėjo pasaulinės krizės metu, o vėliau – kilus euro zonos krizei. Vieni autoriai teigia, jog pasaulinė krizė galėjo turėti neigiamos įtakos Europos pinigų sąjungai, nes paveikė pinigų politiką (Munchau, 2008). Panašiai mano ir Evans-Pritchard (2008), teigdamas, jog euro zonos politika praranda efektyvumą ir reikia kurti instituciją, kuri pajėgtų užtikrinti EPS stabilumą. Kritiškiausią požiūrį į euro zoną išreiškia Feldstein (2011), kurio teigimu euras yra nepavykęs eksperimentas. Bendra valiuta sukėlė euro zonos skolų krizę bei turėjo didelę įtaką Europos bankų nestabilumui, aukštam nedarbo lygiui bei dideliems neigiamiems prekybos balansams. Anot autoriaus šios problemos šalyse kilo dėl to, kad euras buvo įvestas tiek ekonomiškai, tiek politiškai skirtingose šalyse. Euro sistema būtų išvengusi ekonominių problemų turint nacionalinę valiutą. Todėl pravartu palyginti Europos Sąjungos šalių, įsivedusių eurą ir ne, ekonominę situaciją.

Ekonominės situacijos palyginimui pasirinkti trys rodikliai, t.y. realus BVP, infliacija ir nedarbo lygis. Analizuojamas 2011 – 2013 metų laikotarpis su prognozėmis 2014 metams². 1 paveiksle pateikta euro zonos ir neįsivedusių euro šalių rodikliai, padėsiantys palyginti šalių ekonominę situaciją.

¹BRICS šalis sudaro: Brazilija, Rusija, Indija, Kinijos Liaudies Respublika ir Pietų Afrikos Respublika.

Bendrasis vidaus produktas yra dažniausiai naudojamų rodiklių norint pamatuoti ekonominę veiklą bei jos augimą ir siekiant palyginti šalių ekonomikas. 1 paveikslas rodo visiškai skirtingą ekonominę situaciją eurą įsivedusiose ir neprisijungusių prie euro zonos šalyse. 2011 metais 1,6 proc. didesnę bendrąjį vidaus produktą sukūrė ne euro zonos šalys ir nei vienoje iš jų BVP nebuvo neigiamas. Lyginant 2011 metų euro zonos šalių ekonominę situaciją, galima teigti, kad ji prastesnė. Graikijos ir Portugalijos ekonomika vis dar neįveikia sunkumų ir sukuria neigiamą BVP (-7,1 ir -1,6 proc.). 2012 ir 2013 metais bendras euro zonos šalių sukuriamas BVP – neigiamas. 2012 metais net devynios euro zonos valstybės metus baigė su minusiniu BVP prieaugiu: Belgija (-0,2%), Graikija (-6,4%), Ispanija (-1,4%), Italija (-2,2%), Kipras (-2,3%), Olandija (-0,9%), Portugalija (-3,2%), Slovėnija (-2,0%), Suomija (-0,1%). Ne euro zonos narėse 2012 metų bendras BVP lyginant su 2011 m. krenta 1,9 proc. Čekija, Danija ir Vengrija fiksuoja neigiamą BVP prieaugį. 2013 m. tik Belgijos ir Suomijos BVP iš neigiamo perkopia į teigiamą. Tuo tarpu ne euro zonos šalyse bendras BVP padidėja iki 1,4 proc., nors Latvijoje, Lenkijoje ir Lietuvoje šis rodiklis krenta. 2014 metų prognozė teigiama visoms Europos Sąjungos šalims. Dideli lūkesčiai prognozuojami euro zonos šalims, nes bendras BVP turėtų perkopti į teigiamą pusę (nuo -0,3 iki 1,6 proc.). Vieninteliam Kiprui BVP rodiklio prognozės nepalankios. Ne euro zonoje esančių valstybių BVP lyginant su 2013 metais turėtų išaugti 0,8 proc. Taigi, ekonominei situacijai palyginti pasirinktas bendrasis vidaus produkto rodiklis įrodė, jog neturinčių euro šalių ekonominė situacija geresnė, nes sukuriamas didesnis BVP.

Taip pat svarbu palyginti kitą Europos Sąjungos ekonomikos vystymosi kintamąjį – infliaciją. Infliacijos rodiklis yra vienas iš sunkiausiai tenkinamų Maastrichto kriterijų norint šaliai prisijungti prie euro zonos. 1 paveiksle pavaizduotame infliacijos kitime galima išvystyti tendenciją, vienodą lyginamoms šalims. 2011 – 2013 metais bendras tiek euro zonos, tiek ne euro zonos šalių infliacijos rodiklis mažėja. Visu analizuojamu laikotarpiu euro zonos šalims pavyko išlaikyti žemesnę infliacijos lygį, nors skirtumas nėra didelis ir svyruoja nuo 0,2 iki 0,6 proc. punkto. Tarp visų Europos Sąjungos šalių didžiausia infliacija pasižymi Estija, Rumunija, Vengrija. 2011 metais Estijai įsivedus eurą, šalies infliacija padidėjo iki 5,1 proc., tačiau sekančiais metais ją pavyko sumažinti. 2014 metais prognozuojamas bendras infliacijos mažėjimas euro zonos šalyse narėse 0,2 proc., tuo tarpu ne euro zonoje prognozuojamas rodiklis išliks tapatus 2013 metams. Iš 18 euro zonos valstybių prognozuojamas kainų augimas Portugalijoje (0,6%), Graikijoje (0,4%), Latvijoje (0,3%) ir Slovakijoje (0,1%).



1 pav. Euro zonos ir ne euro zonos šalių rodiklių palyginimas 2011-2014* metais, proc.

*Šaltinis: sudaryta autorių remiantis Europos Komisijos duomenimis

²Europos Komisija šią statistiką pateikė 2013 metų žiemą, todėl 2013 m. duomenys nėra galutiniai, o Latvija dar nėra įtraukta prie euro zonos narių sąrašo. Prognozuojamais 2014 metais Latvija jau priskiriama prie euro zonos šalių.

Remiantis infliacijos rodikliu galima teigti, jog euro zonos šalys pasižymi mažesniu infliacijos lygiu nei nacionalinę valiutą turinčios šalys. Tačiau kainų augimas išlieka viena didžiausių eurą ruošiančių įsivesti šalies gyventojų baimių. Daugelis Europos gyventojų yra tvirtai įsitikinę, kad euro įvedimas nulemia kainų didėjimą. Pagal vyriausiąjį prezidentės patarėją ekonominės ir socialinės politikos klausimais, Nerijų Udrėną (2014), eurą įsivedusiose šalyse kainos vidutiniškai pakyla tik 0,2 – 0,3 procento.

Bendrasis vidaus produktas ir nedarbo lygis yra vienas su kitu susiję rodikliai, t.y. kuo didesnis dirbančiųjų skaičius, tuo daugiau produkcijos ir paslaugų ekonomika pagamina. Nedarbui didėjant tikėtinas BVP mažėjimas (Investologija, 2011). Pagal Koba (2011) nedarbo lygio rodiklis yra vienas iš tiksliausių indikatorių, kuris parodo kokia linkme juda šalies ekonomika. Augantis nedarbas yra silpnos ekonomikos ženklas, identifikuojantis lėtą augimą ir mažą vartojimą. 3 paveiksle galima išvelgti tam tikras tendencijas nedarbo lygio rodiklio pokyčiuose. Ne euro zonos šalių nedarbas 2011 – 2012 metais mažėjo, 2013 liko nepakitęs, o 2014 prognozuojamas šio rodiklio kritimas. Didžiausias nedarbo lygis visu laikotarpiu fiksuojamas Lietuvoje (vidut. 12,4 proc.), Bulgarijoje (vidut. 11,9 proc.) ir Vengrijoje (vidut. 11 proc.). Tuo tarpu euro zonos šalių bendras nedarbo rodiklis buvo 0,2 proc. punkto mažesnis tik 2011 metais. 2012 – 2013 metais euro zonos šalių nedarbo rodiklis atitinkamai 1,3 ir 2,5 proc. didesnis nei šalyse, turinčiose nacionalinę valiutą. Aukštą bendrą euro zonos nedarbo rodiklį veikia kelios šalys, kurios susiduria su ekonominiais sunkumais (žr. 1 pav.). Didžiausias nedarbo rodiklis fiksuojamas Ispanijoje, 2013 metais pasiekdamas net 36,9 procentus, tuo tarpu Graikijos nedarbo lygis išaugo iki 27 procentų. Estijos nedarbo lygis 2011 metais įstojus į Europos Sąjungą mažėja nuo 12,5 proc. iki 9 proc. prognozuojamais 2014 m. Taip pat prognozės palankios daugumai ES narių, nes numatomas bendras nedarbo lygio mažėjimas. Nedarbo lygio augimas prognozuojamas šiose euro zonos šalyse: Italijoje, Kipre, Liuksemburge, Olandijoje, Prancūzijoje, Slovėnijoje. Neįsivedusių eurą šalių nedarbo lygis mažesnis, tik vienoje šalyje – Lenkijoje, didesnis 0,1 proc. Apibendrinus prognozes galima daryti išvadą, kad nedarbo problema bus didesnė euro zonos šalyse.

Euro zonos ir ne euro zonos šalių ekonominei situacijai palyginti pasirinkti rodikliai leido išvelgti tam tikras tendencijas bei pamatyti skirtumus tarp šių šalių. Didesnį bendrąjį vidaus produktą sukūrė prie euro zonos neprisijungusios šalys. Visu analizuojamu laikotarpiu beveik visoms šalims pavyko išlaikyti teigiamą BVP prieaugį. Lyginant ekonominę situaciją ir remiantis infliacijos lygiu, gauta išvada, jog šį rodiklį mažesniame lygyje pavyksta išlaikyti euro zonos šalyse. Nedarbo rodiklis įrodė, jog didesnė problema yra euro zonos šalių darbo rinkoje. Šia analize buvo siekiama palyginti bendrą ekonominę tendenciją tiek euro zonos tiek eurą neįsivedusiose šalyse. Daryti tą pačią bendrą išvadą visoms šalims būtų netikslinga, nes kiekvienos šalies ekonominė situacija ir tendencija yra kitokia.

Išvados

1. Euro zonos šalys globalioje ekonomikoje vaidina gana didelį vaidmenį. Euro zonos sukuriama BVP, eksporto ir importo apimtys yra vienos didžiausių lyginant su didžiausiomis pasaulio šalimis, nors gyventojų skaičius sudaro tik 5 proc. viso pasaulio gyventojų. Tuo tarpu euro neįsivedusių šalių ekonominiai rodikliai sudaro apie 3 kartus mažesnę dalį pasaulio ekonomikoje nei vieningą valiutą turinčios šalys. Tačiau euro neįsivedusių šalių eksportas ir importas viršija BRICS šalių prekybos apimtį, nors gyventojų skaičius yra net 20 procentų mažesnis.
2. Euro zonos ir ne euro zonos ekonominės situacijos palyginimui pasirinkti rodikliai identifikavo skirtingus rezultatus. Kadangi nedarbo lygis ir BVP yra susiję rodikliai, euro zonos šalyse šių rodiklių reikšmės rodo blogesnę ekonominę padėtį. 2012 ir 2013 metais euro zonos šalių sukuriama BVP buvo neigiamas, o nacionalinę valiutą turinčios šalys tai metais sukūrė 1,0 ir 1,4 proc. BVP. Mažesnis nedarbo lygis euro zonoje buvo fiksuotas tik 2011 metais, o 2012 ir 2013 viršijo 11 procentų ir buvo didesnis nei ne euro zonos šalyse. Tuo tarpu aukštesnė infliacija visu analizuojamu laikotarpiu fiksuojama ne euro zonos šalyse, 2011 metais pasiekusi net 3,6 proc. ribą. Remiantis 2014 metų ekonominių rodiklių prognozėmis, galima daryti išvadą, kad tiek euro zonos tiek ne euro zonos šalių ekonominė situacija gerės: BVP didės, infliacija ir nedarbo lygis mažės.

Literatūra

33. Baldwin R., DiNino V., Fontagne L., De Santis R., Taglioni D. *Study on the Impact of the Euro on Trade and Foreign Direct Investment*. 2008.
34. Europos centrinis bankas. *Euro zona ir pasaulio ekonomika*:
<http://www.ecb.europa.eu/ecb/tasks/international/globaleconomy/html/index.lt.html>
35. European Commission. *European Economic Forecast, winter 2013*:
http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2013/pdf/ee1_en.pdf
36. Europos Komisija. *Ekonominė ir pinigų sąjunga ir euras*:
http://europa.eu/pol/emu/flipbook/lt/files/na7012001tc_002.pdf
37. Evans-Pritchard A. *Financial crisis: Who is going to bail out the euro?* 2008.
38. Feldstein M. S. *The euro and European Economic Conditions*. 2011.
39. Finansų ministerija: http://www.finmin.lt/web/finmin/koordinavimas_es/sap
40. Investologija, makroekonominių rodiklių įtaka investicijoms:
<http://www.investologija.lt/LT/makroekonomika/369/8/makroekonominiu-rodikliu-itaka-investicijoms/makroekonominiai-rodikliai-nedarbas/>
41. Koba M. *Unemployment: CNBC Explains*. 2011.
42. Lietuvos Respublikos Seimo Europos informacijos biuras: <http://www.eic.lrs.lt/index.php?9753964>
43. Munchau W. The case for a European rescue plan. 2008.
44. Udrėnas N. Euro įvedimas rodo šalies ekonomikos brandumą. Žinių radijas:
<http://www.ziniuradijas.lt/naujiena/2014/01/07/euro-ivedimas-rodo-salies-ekonomikos-branduma/28435>

THE ECONOMIC SITUATION OF EURO ZONE AND NON-EURO ZONE COUNTRIES

Summary

Every country which decides to join to European Union accepts a commitment to adopt the euro. The introduction of euro is one of objectives of European Union economic policies. However, more and more debatable topic becomes against the single currency benefits to the country economy. These discussions started after the euro zone crisis in 2009 which proved that the single currency system has some drawbacks. It means that the euro zone countries could not solve their economic and financial difficulty.

The economic situation is individual in every country and depends on many factors. Every country made important decisions which must be logical, consistent and based on other countries experiences, especially when is seeking to adopt the euro.

PIENO SEKTORIAUS REIKŠMĖ LIETUVOS EKONOMIKAI

Agnė Steponavičiūtė

Kauno technologijos universitetas

Prof. dr. (H/P) Valentinas Navickas

Anotacija

Straipsnio autorė analizuoja Lietuvos pieno sektoriaus struktūrą. Jos atlikti tyrimai rodo, jog šis sektorius ženkliai veikia Lietuvos ekonomiką: sukuriama daug darbo vietų, prisidedant prie šalies sukuriamos pridėtinės vertės. Lietuvos užsienio prekybos pienu ir jo produktais balansas yra teigiamas. Šiuo atžvilgių pieno sektoriaus balanso rodiklį lenkia tik du sektoriai: baldų, trašų gamybos. Tai didina šalies mokėjimų balansą ir mažina poreikį skolintis.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: pieno sektorius, pieno pramonė, Lietuva, eksportas.

Įvadas

Šiais laikais vystantis modernioms technologijoms, atsirandant naujoms verslo formoms svarbu nepamiršti ir senųjų tradicinių verslų. Pieno sektorius yra vienas seniausių ir pagrindinių Lietuvos veiklos kryptių sėkmingai veikianti ir duodanti naudą Lietuvos ekonomikai ir šiomis dienomis. Pieno gamybos tradicijos yra senos ir išsišaknijusios Lietuvos regione, todėl pieno sektorius yra laikoma viena iš konkurencingiausių Lietuvos pramonės šakų. Dėl išplėtotų gamybos tradicijų bei pigesnių gamybos veiksnių šis sektorius yra prioritetas, todėl būtina tinkamai įvertinti pieno sektoriaus reikšmę, bei sukuriama naudą Lietuvos ekonomikai.

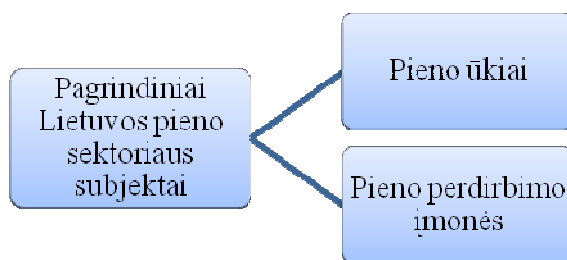
Tyrimo objektas – Lietuvos pieno sektorius.

Darbo tikslas – įvertinti pieno sektoriaus reikšmę Lietuvos ekonomikai.

Tyrimo metodai – statistinių duomenų analizė, grafinė analizė bei apibendrinimo metodai.

Lietuvos pieno sektoriaus struktūra

Lietuvos pieno sektorių galima skirstyti į dvi pagrindines ūkio subjektų grupes: tai ūkiai, kurie tiekia žaliavinį pieną, bei pieno perdirbimo įmonės (Žr. 1 pav.). Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centro duomenimis 2012 metais Lietuvoje veikė 64,05 tūkst. žaliavinį pieną teikiančių ūkių, bei 31 pieno perdirbimo įmonė ir filialai.

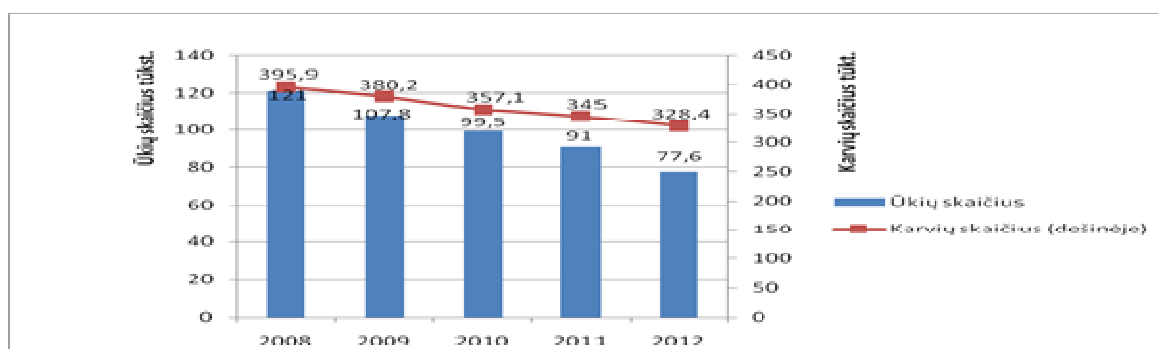


1 pav. Pagrindiniai Lietuvos pieno sektoriaus subjektai.

**Šaltinis: sudaryta autorės*

Remiantis „Kaimo ir žemės ūkio plėtros strategija“ pieno ūkis yra laikomas prioritetine sritimi, kuri turi palankias plėtros galimybes, siekiant užtikrinti konkurencingumą tiek vidaus tiek užsienio rinkoje. Ūkiai

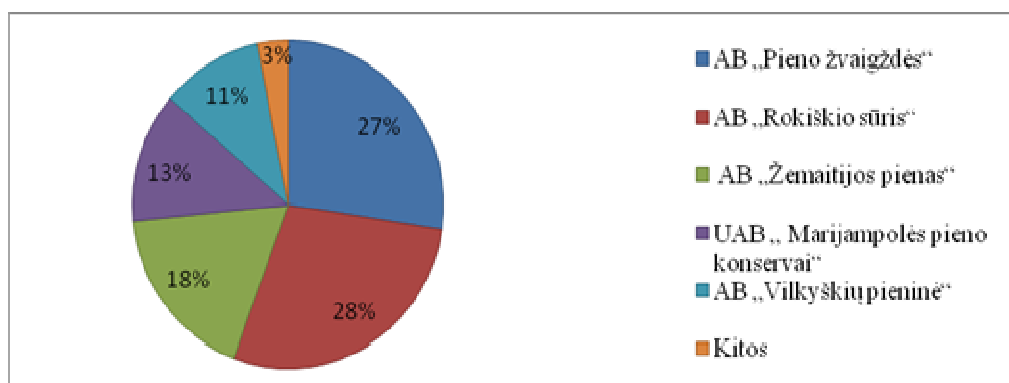
aprupina produktais gyventojus, o pieno perdirbėjus žaliava, kuri yra būtina sėkmingai vykdant gamybą. Pastebima, jog ūkių laikančių karves skaičius Lietuvoje pastaraisiais metais mažėja, taip pat mažėja ir karvių skaičius ūkiuose (Žr. 2 pav.) Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto teigimu ūkių mažėjančias tendencijas lemia smulkių ūkių savininkų senėjimas, bei mažos pieno supirkimo kainos, tuo tarpu stambesniųjų ūkių atveju paskatos plėstis nebuvimas. Tačiau Lietuvoje smulkusis pieno ūkis yra priverstas plėstis, Narausko(2013) teigimu šiuo metu virš 80% ūkių yra smulkūs (iki 5 karvių) ir šis segmentas patiria virš 8% nuostolio, stambesnieji ūkiai (5-20 karvių), taip pat patiria nuostolius, kurie siekia virš 6%, pelningai veikia tik ūkiai turintys daugiau nei 100 galvijų, todėl norint sėkmingai veikti rinkoje yra būtina plėstis ir didinti žaliavinio pieno gamybą.



2 pav. Ūkių laikančių karves ir karvių skaičius Lietuvoje 2008-2012 (sausio mėn.) metais.

*Šaltinis: Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerija

Kita svarbi Lietuvos pieno sektoriaus sudedamoji dalis – tai pieno perdirbėjai. Nustatyta, jog šiuo metu Lietuvoje veikia 31 pieno perdirbimo įmonės ir filialai, tačiau nemaža šių įmonių dalis yra įtraukta į penkių didžiausių pieno perdirbimo bendrovių AB „Pieno žvaigždės“, AB „Rokiškio sūris“, AB „Žemaitijos pienas“, UAB „Marijampolės pieno konservai“ ir AB „Vilkyškių pieninė“ sudėtį. Pagal 2013 metais gautas pajamas didžiausią rinkos dalį užima, AB „Rokiškio sūris“ bei AB „Pieno žvaigždės“, kurių bendrai užimama rinkos dalis viršijo 50% (Žr. 3 pav.).



3 pav. Pieno perdirbimo įmonių dydis pagal 2012 metų pardavimo pajamas, %.

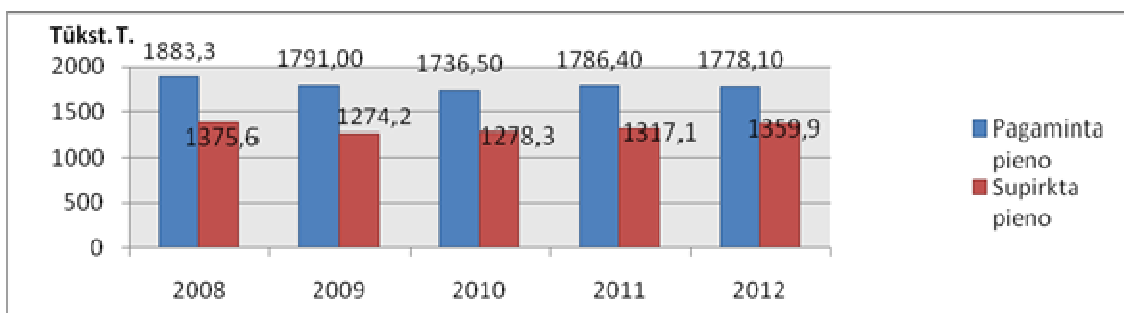
*Šaltinis: sudaryta autorė remiantis s Lietuvos statistikos departamento ir įmonių finansinių atskaitų duomenimis.

Visos pagrindinės penkios didžiosios pieno produktus gaminančios įmonės patenka į tarp 100 didžiausių Lietuvos įmonių. 2013 metų duomenimis AB „Rokiškio sūris“ užima 23 vietą, AB „Pieno žvaigždės“ – 28 vietą, AB „Žemaitijos pienas“ – 39 vietą, UAB „Marijampolės konservai“ – 58, AB „Vilkyškių pieninė“ – 65 vietą. Taip pat pastebima, jog keturios iš šių įmonių yra kotiruojamos OMX NASDAQ Vilnius akcijų biržoje, be to AB „Rokiškio sūris“, AB „Pieno žvaigždės“ bei AB „Vilkyškių pieninė“ yra įtrauktos į oficialųjį akcijų prekybos sąrašą, į kurį yra įtraukiamos tik griežtus reikalavimus atitinkančios įmonės – šis sąrašas yra laikomas elitiniu ir sulaukia daugiau investuotojų dėmesio.

Lietuvos pieno sektoriaus veiklos rezultatai

Pieno produktų gamybos sektorius yra svarbi pramonės šaka Lietuvos ekonomikai, sukurianti daug darbo vietų bei prisidedanti prie šalies sukuriamos pridėtinės vertės. Pastebima, jog bendrai pagaminamas žaliavinio pieno kiekis per pastaruosius metus stipriai nekito (Žr. 4 pav.). Lyginant 2008 metų apimtį su 2012 metais matoma mažėjimo tendencija, kuri sudaro apie 5,6%, tai įtakoti galėjo, mažėjantis ūkių, laikančių karves, bei pačių karvių skaičiaus mažėjimas.

Pieno supirkimo kiekis analizuojamu laikotarpiu buvo mažiausias kriziniais 2009 metais, tuo tarpu vėlesniais laikotarpiais matomas pieno supirkimo kiekio augimas. Verta pastebėti, jog 2004 metais įstojus į Europos Sąjungą, Lietuva privalo taikyti pieno gamybos kvotų sistemą. Šios sistemos įvedimo tikslas yra reguliuoti pieno kiekį, tiekiamą rinkai, kuris padėtų užtikrinti stabilią pieno bei jo produktų gamybą, bei kainą. Nacionalinės mokėjimų agentūros duomenimis Lietuvos nacionalinės pardavimo perdirbti kvotos įvykdymas 2011-2012 metų, bei 2012-2013 metų laikotarpyje siekia 79%, tai rodo, jog kvota yra neišnaudojama, todėl yra galimybių didinti veiklos apimtį ir plėsti Lietuvos pieno ūkių sektorių.



4 pav. Žaliavinio pieno gamyba ir supirkimas Lietuvoje 2008-2012 metais.

*Šaltinis: Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerijos

Pieno perdirbimo šaka yra labai reikšminga dalis Lietuvos maisto pramonėje, nes tai yra didžiausią dalį maisto gamyboje užimanti šaka. Lietuvos statistikos departamento duomenimis, pieno produktų pardavimai sudaro apie 28% visos maisto produktų dalies 2012 metais (Žr. 1 lent.). Bendros produktų pardavimo apimtys kriziniais 2009 metais buvo sumažėjusios iki 2043,3 mln. Lt, tačiau vėlesniu laikotarpiu pastebimas pieno produktų pardavimo apimtys augimas iki 2812,2 mln. Lt. Lyginant 2012 metus su 2009 metais pardavimų augimas sudaro apie 38%.

1 lentelė

Lietuvos pieno produktų pardavimas 2008-2012 metais.

	2008	2009	2010	2011	2012
Pieno produktų pardavimo apimtys, mln. Lt.	2294,8	2043,3	2169	2736,6	2812,2
Dalis nuo maisto pramonės produkcijos, %	28	28	28	30	28

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Pieno gaminiai yra viena iš pagrindinių lietuviškos kilmės eksportuojamų prekių. Pastebima, jog daugiau nei 50% Lietuvos pieno produktų yra eksportuojama (Žr. 2 lent.). Nors 2009 metais bendros pieno sektoriaus eksporto pajamos dėl kritusios kainos ir pardavimo apimtys buvo sumažėjusios iki 1154,4 mln. Lt. Tačiau 2012 metais matomas apie 68% augimas iki 1936,6 mln. Lt. Daugiausiai Lietuvos pieno produktų 2012 metais eksportuota į Europos Sąjungos šalis – apie 57%, tačiau nemaža dalis apie 30% eksporto apimtys sudarė pardavimai Rusijos rinkoje.

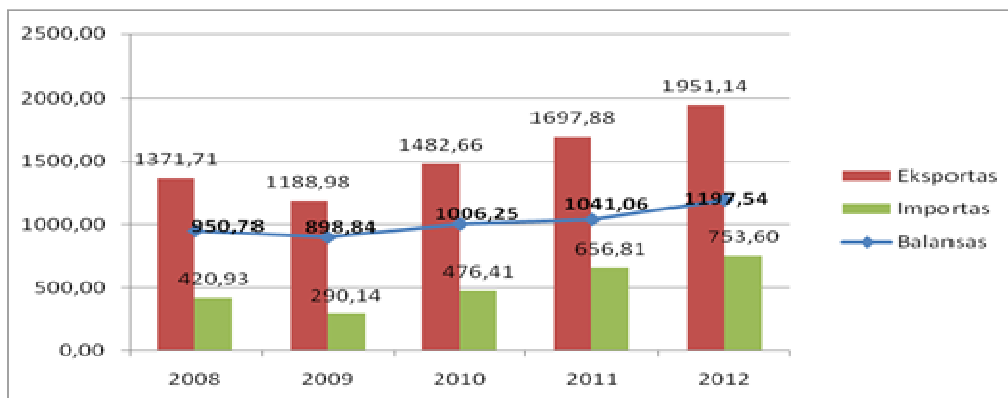
2 lentelė

Lietuvos pieno produktų eksportas 2008-2012 metais.

	2008	2009	2010	2011	2012
Eksporto pajamos, mln. Lt.	1340,6	1154,4	1457,7	1697,9	1936,6
Dalis nuo pieno produktų pardavimų, %	58	56	67	62	69

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Aptariant pieno produktų importo ir eksporto apimtys, pastebima, jog kriziniais 2009 metais produktų tiek importas, tiek eksportas buvo mažiausias ir sudarė atitinkamai po 1188,98 tūkst., Lt ir 290,14 tūkst. Lt, tuo tarpu vėlesniais laikotarpiais pastebimas šių rodiklių augimas. Svarbu pastebėti, jog pieno importo apimtys 2012 metais lyginant su 2008 metais išaugo apie 26%, tuo tarpu eksporto apimtys net 42%. Lietuvos žemės ūkio ministerijos duomenimis 2012 metais apie pusę eksporto sudarė sūrių ir varškės pardavimai.



3 pav. Lietuvos pieno produktų importas, eksporto ir balansas 2008-2013 metais. mln. Lt.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Taip pat pastebima tendencija, jog Lietuvos užsienio prekybos pienu ir jo produktais balansas yra teigiamas (Žr. 3 pav.). 2008 metais eksportas 950,78 tūkst. Lt lenkė importą, o 2012-aisiais – 1197,54 tūkst. Lt, augimas sudaro apie 26%. Šiuo atžvilgiu pieno sektoriaus tarptautinės prekybos balanso rodiklį lenkia tik baldų ir trašų gamybos sektoriai. Taip yra didinimas Lietuvos mokėjimų balansas, kurio augimas lemia mažesnę valstybės skolinimąsi.

Išvados

Aptarus Lietuvos pieno sektorių nustatyta, jog šį sektorių sudaro pieno ūkiai bei jį perdirbančios bendrovės. Pieno ūkių ir juose laikomų karvių kiekis Lietuvoje paskutiniaisiais metais mažėja, tačiau bendrai pagaminamas žaliavinio pieno apimtis per pastaruosius metus stipriai nekito, tuo tarpu superkamas kiekis nuo 2010 metų auga. Lietuva vis dar neįvykdo pieno kvotos, todėl pieno gamybos sektorius turi galimybę plėstis. Aptarus pieno perdirbimo rinką nustatyta, jog pieno produktai sudaro didžiausią dalį maisto pramonės pardavimuose, taip pat pastebimas 38% pieno produktų augimas nuo 2010 metų. Eksportas yra labai svarbi sritis pieno perdirbimo pramonei – pastaraisiais metais pajamos iš eksporto sudaro virš 60% bendrosios pradžiamų apimties. Daugiausiai eksportuojama į Europos Sąjungos šalis, tačiau nemaža eksporto dalis tenka ir Rusijos rinkai

Literatūra

1. AB „Pieno žvaigždės“ ataskaitų rinkinys.
[http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000111676&list=2¤cy=EUR&pg=det
ails&tab=reports](http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000111676&list=2¤cy=EUR&pg=details&tab=reports)
2. AB „Rokiškio sūris“ ataskaitų rinkinys.
[http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000100372&list=2¤cy=EUR&pg=det
ails&tab=reports](http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000100372&list=2¤cy=EUR&pg=det
ails&tab=reports)
3. AB „Vilkyškių pieninė“ ataskaitų rinkinys.
[http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000127508&list=2¤cy=EUR&pg=det
ails&tab=reports](http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000127508&list=2¤cy=EUR&pg=det
ails&tab=reports)

4. AB „Žemaitijos pienas“ ataskaitų rinkinys.
<http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?instrument=LT0000121865&list=3¤cy=EUR&pg=details&tab=reports>
5. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. *Lietuvos žemės ir maisto ūkis*. 2012.
6. Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. *Kaimo ir žemės ūkio plėtotės strategija*. http://www.ukmin.lt/web/lt/ukio_ministerija/strategijos/lietuvas-ukio-ekonomikos-pletros-strategija
7. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerija. *Žemės ir maisto ūkio 2012 metų apžvalga*: http://www.zum.lt/zum/m/m_files/wfiles/file1050.pdf.
8. Lietuvos statistikos departamento tinklalapis: <http://www.stat.gov.lt/>.
9. Nacionalinės mokėjimo agentūros prie Žemės ūkio ministerijos tinklalapis: <http://www.nma.lt/index.php/parama/kvotos/pieno-kvotos/statistika/1498>.
10. Narasukas N. *Pieno ūkiams neišvengiamai teks plėstis ir stambėti*. 2013.
11. VŽ. *Didžiausios Lietuvos bendrovės*. <http://vz.lt/images/publicationimages/35f5af6e-6082-4255-8914-e299d6893fbf.pdf>
12. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinės sistemos tinklalapis: <http://www.vic.lt/?mid=213>

THE IMPORTANCE OF DAIRY SECTOR TO ECONOMY OF LITHUANIA

The author analyzes the structure of the Lithuanian dairy sector. Her research shows that this sector is significant in the Lithuanian economy: creating jobs and contributing to the country's value added. Lithuanian foreign trade in milk and milk products is generally positive. In this regard, the dairy sector balance indicator ahead of only two sectors: furniture, fertilizer production. This increases the country's balance of payments and reduces the need to borrow.

JAUNIMO NEDARBO PROBLEMŲ TYRIMAS LIETUVOJE

Natalija Marcinkėvič

Daumantė Paipolaitė

Skaistė Leutaitė

Aistė Aputytė

Lietuvos verslo kolegija

Lekt. Margarita Išoraitė

Anotacija

Straipsnyje aptariama jaunimo nedarbo problema, nagrinėjami statistiniai duomenys, apklausos. Trumpai apžvelgiamos jaunimo verslumo skatinimo priemonės bei užimtumo priemonės.

Raktiniai žodžiai : *jaunimas, nedarbas, Lietuva, verslumo skatinimas, užimtumas, nedarbo lygis kitose šalyse.*

Įvadas

Tarp daugelio ekonominių problemų vieną iš reikšmingiausių vietų užima nedarbas. Labai gaila, jog šiuo metu vis daugėja nedirbančių žmonių, kurie fiziškai yra pajėgūs ir gali dirbti. Darbas yra ne tik žmonių pajamų šaltinis, bet ir socialinės padėties, pilnavertiškumo pagrindas. Visiškas užimtumas – tai bet kurios šalies ekonominės politikos tikslas. Tikrovėje rinkos ūkis daugiau ar mažiau nutolsta nuo šio tikslo: jis neaprupina visus norinčius dirbti darbo vietomis. Taigi nedarbą galima apibūdinti kaip svarbią ekonominę problemą ir vyriausybės politiką, siekiant sumažinti nedarbo sukeltus nuostolius. Nedarbas, mažinami atlyginimai, infliacija skatina žmonių depresiją, ypač jaunų žmonių, didindama psichologinę įtampą ir nepasitikėjimą ateitimi, todėl nenuostabu, jog dauguma jaunuolių emigruoja į kitas šalis, kur pragyvenimo lygis yra iš ties geresnis. Susirasti sau darbą ar sukurti verslą ir sau darbo vietą gali kiekvienas, tačiau tam reikia žinių, supratimo.

Darbo objektas - jaunimo nedarbas Lietuvoje.

Darbo tikslas – išanalizuoti jaunimo nedarbo priežastis ir verslumo skatinimą.

Darbo uždaviniai :

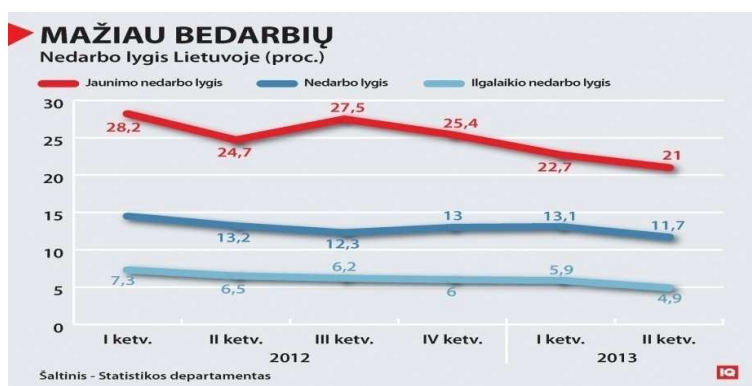
1. Apibūdinti nedarbą Lietuvoje.
2. Išanalizuoti nedarbą sukeliančias priežastis.
3. Išanalizuoti ilgalaikio nedarbo pasekmes
4. Išanalizuoti verslumo skatinimo ir užimtumo didinimo priemones.

Darbo metodai- statistinių duomenų analizė, informacinių šaltinių analizė.

Jaunimo nedarbas Lietuvoje

Jaunimo nedarbas – viena opiausių problemų ne tik Lietuvoje, bet ir kitose Europos šalyse. Dėl šios priežasties jaunimo nedarbo mažinimas yra vienas iš Lietuvos prioritetų. ES statistikos agentūros „Eurostat“ duomenimis 2011 metais jaunimo nedarbas Lietuvoje buvo didžiausias iš visų Baltijos šalių. Trečiąjį 2011 metų ketvirtį ES jaunimo (15–24 metų amžiaus asmenų) nedarbo lygis siekė 21,2 proc. Tačiau žymiai pasikeitė iki 2013 metų. Jaunimo (15–24 metų amžiaus asmenų) nedarbo lygis šalyje antrąjį 2013 metų ketvirtį, palyginti su pirmuoju, sumažėjo 1,7 proc. punkto ir sudarė 21 proc. Antrąjį 2013 m. ketvirtį jaunų bedarbių buvo 25,6 tūkst., arba kas šešioliktas 15–24 metų amžiaus asmuo. Lentelėje pateikti duomenys, kaip keitėsi nedarbo lygis Lietuvoje nuo 2012 m. iki 2013 metų.

1 lentelė



Nedarbą sukeliančios priežastys

Nedarbo lygis Lietuvoje per paskutiniuosius keturis metus sumažėjo 5proc., tačiau tai vis dar lieka didelė problema. Pasak Europos Sąjungos statistikos agentūros „Eurostat“ nedarbas Lietuvoje išliko 11.4 proc. ir buvo vienas didžiausių tarp išsiplėtojusios Europos Sąjungos šalių. Pirmą nedarbo priežastimi lieka tai, kad Lietuvos valdžia savo laiku nepaareikalingų struktūrinių reformų. Vietoje to, kad šalies ūkis būtų greitai pertvarkytas ir taptų pajėgus veikti ne planinėje, o rinkos ekonomikoje, reformos buvo lėtos ir nenuoseklios. Būtina pažymėti, kad pertvarkant ūkį neįmanoma išvengti nedarbo padidėjimo dėl vykdomų struktūrinių reformų bei modernizacijos, tačiau šis reiškinys yra laikinas. Pertvarkos dėka auganti ekonomika kuria naujas darbo vietas, taigi nedarbas sumažėja. Tačiau kuomet reformos yra nuoseklios ir užsitęsusios, jos nesudaro prielaidų ekonomikai augti, ir išaugęs nedarbo lygis nemažėja. Tai ir atsispindi Lietuvoje. Antra priežastis, turimi neabejotinos įtakos nedarbo lygiui, yra santykių reguliavimai, tokie kaip privaloma minimali alga, darbo bei atostogų laiko reguliavimas. Šie reguliavimai stabdo darbo jėgos mobilumą, trukdo darbdaviui ir darbuotojui priimti abiem pusėms naudingiausią susitarimą. Trečia priežastis dėl kurios žmonės neturi darbo yra nemažėjanti biurokratija bei mokėsių našta. Taigi, nedarbas nėra paprastas reiškinys, kurių galima būtų taip lengvai pataisyti.

Ilgalaikio nedarbo pasekmės

Ilgalaikiai bedarbiai yra tie, kurie neįsidarbina 12 ir daugiau mėnesių. Pagrindinė ilgalaikio nedarbo priežastis – tai struktūriniai pokyčiai darbo rinkoje. Vystantis technologijai, atsiranda kvalifikuotų darbuotojų poreikis, o nekvalifikuoti atleidžiami. Todėl daugiausia tarp ilgalaikių bedarbių yra nekvalifikuoti asmenys. Taip pat ilgalaikio nedarbo priežastimi gali būti asmeninis žmogaus savybės, ruošiamų jaunų specialistų profesijų neatitinkamumas darbo rinkos poreikiams, neigiamas darbdavių požiūris į ilgalaikius bedarbius, ilgalaikių bedarbių pasyvumas ir kt. Esant aukštam nedarbo lygiui gana sunku įsidarbinti. O ypač tai sunku padaryti ilgalaikiams bedarbiams, nes paprastai darbdaviai reikalauja gero išsilavinimo, kvalifikacijos, neturinčių sveikatos sutrikimų bei žalingų įpročių, jaunų žmonių. Tuo tarpu ilgalaikiai bedarbiai, norėdami įsidarbinti, susiduria su tokiomis kliūtimis: jie per ilgą laiką nedarbo laikotarpį praranda kvalifikaciją, žinias ir įgūdžius, praranda pasitikėjimą savimi, dažnai serga įvairiomis fizinėmis ir psichinėmis ligomis. Be to dauguma darbdavių nėra linkę samdyti ilgalaikių bedarbių. Taip pat ir patys bedarbiai, kaip jau minėta anksčiau, tampa pasyvūs ir susitaiko su nedarbu, ieško vis prastesnio, mažiau kvalifikuoto ir apmokamo darbo arba visai pasitraukia iš darbo rinkos.

Verslumo skatinimo ir užimtumo priemonės

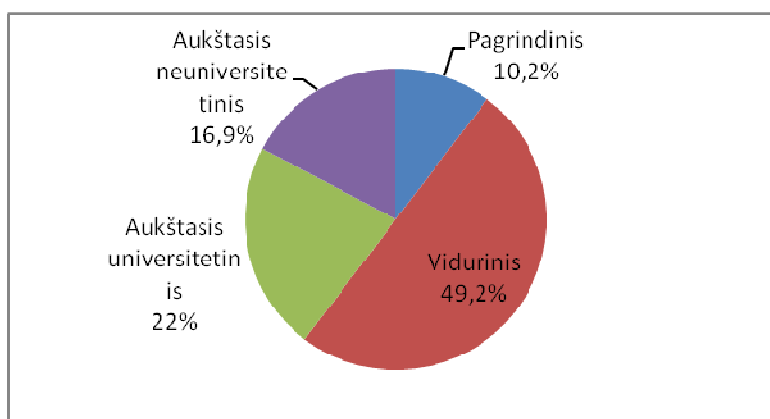
Verslumo skatinimo priemonės tikslas – sudaryti sąlygas labai mažoms ir mažoms įmonėms, fiziniams asmenims pradėti savo verslą, taip pat socialinėms įmonėms plėtoti savo verslą, naudojantis finansų inžinerijos priemone, tuo skatinant verslumą ir savarankišką užimtumą bei naujų darbo vietų kūrimą. Netiesa, kad Lietuvos žmonės nenori kurti savo verslo. 2012 m. „Eurobarometro“ apklausa parodė, kad net 58 proc. Lietuvos gyventojų norėtų kurti savo verslą, tačiau tam turėtų būti sukurta verslui draugiška aplinka. Todėl siekiant skatinti realų verslumą, bus įgyvendinamos verslumo skatinimo priemonės, - teikiami kreditai itin mažomis palūkanomis jaunam verslui, subsidijuojamos darbo vietos, verslumo ugdymas integruojamas į švietimo programas. Beje, nemažai priemonių skirta **paramai jaunimui, pradedančiam verslą**. Numatoma skirti daugiau dėmesio jaunų žmonių verslumo ugdymui, veiksmingam jaunimo verslo pradžios bei verslo plėtos rėmimui, informacijos sklaidai apie verslo finansavimo galimybes, ypač skatinant jaunimo kontaktus su neformaliais investuotojais.

2012 m. rugpjūčio 1 d. pradėtas įgyvendinti Europos socialinio fondo finansuojamas projektas „Jaunimo užimtumo didinimas“. Projekto tikslas – skatinti jaunimo užimtumą, sudarant galimybes įgyti praktinių įgūdžių ir įsitvirtinti darbo rinkoje. Įgyvendinant projektą tikimasi padidinti ne tik jaunų žmonių konkurencines galimybes darbo rinkoje, bet ir suaktyvinti įdarbinimą, kompensuojant dalį jauno žmogaus įdarbinimo išlaidų darbdaviams. Šiam projektui skirta finansavimo suma siekia 20.000.000,00 Lt. „Jaunimo užimtumo didinimas“ projekte jau dalyvavo 6,2 tūkst. jaunų iki 29 metų bedarbių, iš kurių kas trečias absolventas pirmą kartą pradėjo darbinę veiklą pagal įgytą specialybę ar profesiją.

Anketos duomenų analizė

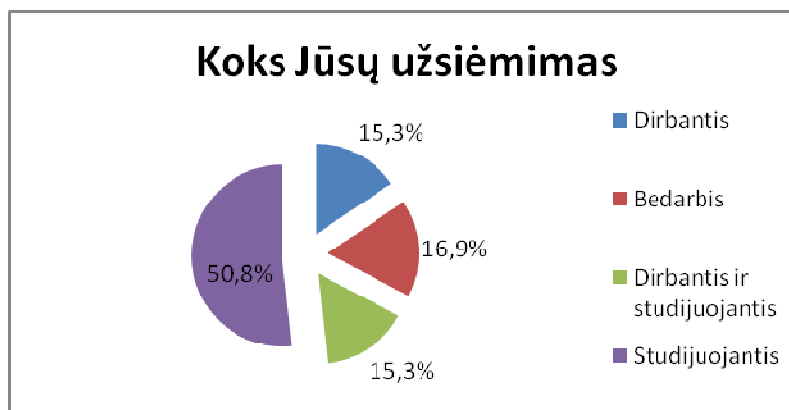
Siekiant nustatyti jaunimo nedarbo problemas Lietuvoje, buvo atliktas tyrimas, kurio metu išaiškintos pagrindinės jaunimo nedarbo priežastys. Tyrimas buvo atliktas internetu www.apklausa.lt portale. Apklausoje dalyvavo 59 žmonės. Tyrimo metu buvo tiriama jaunimo užimtumas, pageidaujamo darbo pobūdis bei užmokestis, pagrindinės nedarbo priežastys.

Apklausoje daugiausia dalyvavo merginos (net 67,8%) nuo 18 iki 25 metų amžiaus. 49,2% tiriamųjų neturėjo jokios profesinės kvalifikacijos, nes jie yra baigę tik pagrindinę arba vidurinę mokyklą, o 22% tiriamųjų turėjo aukštąjį universitetinį išsilavinimą (1 paveikslas).

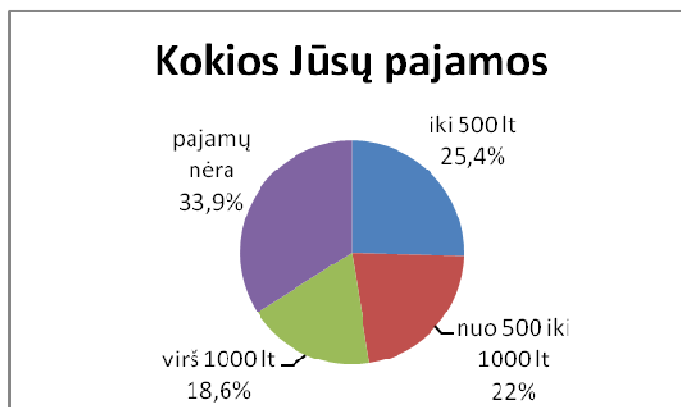


1pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal išsilavinimą

Dauguma apklaustųjų yra studijuojantys ir neturintys pajamų. (2 ir 3 paveikslėliai)

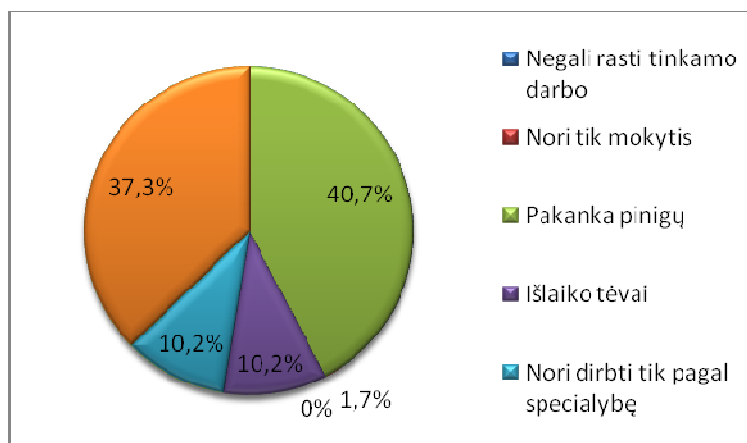


2pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal užsiėmimą



3pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal pajamų šaltinius

Paklausus kokį darbo užmokestį tiriamieji norėtų gauti, net 91,5% atsakė, kad 1000 litų ir daugiau. Taip pat tyrimo metu buvo nurodytos pagrindinės jaunimo nedarbo priežastys (4 pav.): 40,7% teigė, kad negali rasti tinkamo darbo, 37,3% - per mažas siūlomas atlyginimas.



4pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal pagrindines nedarbo priežastis

Tiriamųjų buvo prašoma nurodyti, kokiam darbui skirtai pirmenybę. Daugiausia atsakė, kad dirbtų tik legalų ir gerai apmokamą darbą (31,5%). 29,2% tiriamųjų nurodė, kad dirbtų tik tiriamojo kvalifikaciją atitinkantį darbą. 14,6% atsakė, kad dirbtų ir nelegalų, bet gerai apmokamą darbą, o 12,4% apklaustųjų atsakė, kad dirbtų bet kokį darbą Lietuvoje.

Pagrindiniai kriterijai, kurie lemia tokį aukštą jaunimo nedarbo lygį, pasak apklaustųjų yra netinkama jaunimo užimtumo politika (atsakė 22 apklaustieji), 17 mano, jog tai lemia mokamas mokslas, 10 mano, kad tai dėl švietimo sistemos.

Vis dėlto, daugumai apklustųjų darbas būtų kaip priemonė išgyventi (23,8%) bei galimybė siekti karjeros(23,8%). Kiti atsakė, kad darbas jiems reiškia, kaip geras atlyginimas bei savirealizacija.

Apibendrinus tyrimo duomenis galima pasakyti, kad pagrindinė ir turbūt didžiausia jaunimo nedarbo problema yra mažas atlyginimas ir negalėjimas surasti darbo pagal savo įgytą specialybę. Negalėjimas savęs realizuoti ir pritaikyti studijų metu įgytas žinias, veja jaunos ir perspektyvius žmones darbo ieškotis svetur.

Išvados. Pagrindinis ir svarbiausias dėmesys turėtų būti skiriamas švietimo sistemos tobulinimui bei jaunimo darbo įgūdžių formavimui švietimo sistemoje. Turėtų būti skiriama parama jaunimui pradedančiam verslą, aktyvios darbo rinkos priemonės. Jauni žmonės turėtų būti ugdomi kurti verslą.

Taip pat labai svarbi priežastis, kodėl toks didelis jaunimo nedarbingumas yra geografinė padėtis. Pavyzdžiui, kaimuose, kur įgyti kvalifikaciją yra sunkiau dėl pragyvenimo lygio.

Jaunimo nedarbas – tai nepakankamai efektyvios švietimo, profesinio rengimo, darbo rinkos ir ekonominės politikos rezultatas. Siekiant sumažinti šį reiškinį, būtina suformuoti lanksčią jaunimo nedarbo prevencijos programą, kuri apimtų visas darbo jėgos formavimo grandis.

Literatūra:

1. Lietuvos statistikos departamento internetinis puslapis//Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/>
2. Internetinis puslapis <http://www.ekonomika.lt/m/naujiena/tikrasis-jaunimo-nedarbas-31441.html>
3. Internetinis puslapis www.apklausa.lt
4. Internetinis puslapis www.nedarbas.lt

Annotation

In this article is discusses about the problem of youth unemployment, dealt with statistical data, surveys. A brief overview of the measures for the promotion of youth entrepreneurship and employment measures.

Keywords: youth, unemployment, Lithuania, promoting entrepreneurship, employment and unemployment rates in other countries

LIETUVOS TIESIOGINIŲ INVESTICIJŲ ANALIZĖ

Tadas Selskis

Lietuvos verslo kolegija

Darbo vadovas

Silva Blažulionienė

Anotacija

Straipsnyje bus nagrinėjamos tiesioginės Lietuvos investicijos užsienio valstybėse, jų privalumai ir trūkumai, pagal kokias ekonomines veiklos rūšis jos skirstomos, jų dinamika.

Abstract

This article will examine the Lithuanian direct investment to foreign countries, advantages and disadvantages, according to which economic activities investments divided and their dynamics.

Įvadas

Šalies ekonomikai svarbu ne tik pritraukti užsienio investicijas vidaus ūkiui stiprinti, tačiau ir pačiai investuoti į kitas šalis. Taip yra plečiamos rinkos, kurios didina produktų varotjimą ir uždirbamų pinigų kiekį, kuris pervedamas į motinines bendroves gimtojoje šalyje, tai sukuriama didesnis vidaus produktas.

Tiesioginėmis investicijomis užmezgami ryšiai su kitų kultūrų, pažiūrų, ekonomikų valstybėmis, kurie gali būti naudingi ateityje, norint bendradarbiauti ar vygydyti bendrus tarptautinius projektus. Kadangi tiesioginės investicijos naudingos abiem šalims, taip sukuriama tvirtesni diplomatiniai, bei ekonominiai santykiai, kurie svarbus konkurencingumui didinti.

Lietuva nėra stipriausiai ekonomiškai įsivysčiusi šalis. Ji pati ieško tiesioginių užsienio investuotojų, kurie galėtų padėti kurti naujas darbo vietas, bei skatinti ekonomiką. Tačiau įdomu, ar Lietuva esanti tokioje padėtyje investuoja į kitas užsienio valstybes. Šiame straipsnyje bus nagrinėjamos tiesioginės Lietuvos investicijos užsienio valstybėse, pagal kokias ekonomines veiklos rūšis jos skirstomos jų dinamika.

Darbo objektas: **Lietuvos tiesioginės investicijos**

Darbo uždaviniai:

5. Atskleisti tiesioginių investicijų sampratą
6. Išanalizuoti tiesioginių investicijų į užsienio šalis privalumus ir trūkumus
7. Išsiaiškinti į kokias šalis investuoja Lietuva
8. Ištirti kokias investicijas atlieka Lietuva pagal ekonominės veiklos rūšis

Darbo metodai: mokslinės literatūros šaltinių analizė, statistinių duomenų analizė, grafinis vaizdavimas.

Tiesioginių investicijų samprata

Anot D. Cibulskienės ir M. Butkaus (2007) investicija reiškia kapitalo įdėjimą siekiant jo padidėjimo. Kapitalo prieaugio turi pakakti tam, kad investuotojui būtų atlyginta už tam tikru periodu turimas, bet nenaudojamas lėšas, jis turi būti apdovanotas už riziką ir jam turi būti atlyginti būsimi infliacijos nuostoliai. Investicijų apibrėžimas

mokslinėje literatūroje traktuojamas įvairiai, Lietuvos Respublikos įstatymas nurodo, jog investicijos – piniginės lėšos, materialusis, nematerialusis ir finansinis turtas, kuris investuojamas siekiant iš investavimo objekto gauti pelno (pajamų), socialinį rezultatą (švietimo, kultūros, mokslo, socialinės apsaugos bei kitose panašiose srityse) arba užtikrinti valstybės funkcijų įgyvendinimą. Kitaip tariant investicija tai finansinių išteklių pardavimas, perleidimasis siekiant gauti ekonominės naudos, pelno.

Investicijos klasifikuojamos pagal įvairiausios požymius autoriai D. Cibulskienė ir M. Butkus investicijas klasifikuoja pagal investicijų objektą, atnaujinimo pobūdį, investavimo trukmę ir kt. Pagal dalyvavimą investavimo procese šie autoriai išskiria tiesiogines ir netiesiogines investicijas. Šiame straipsnyje nagrinėjamos tiesioginės investicijos, kuriose investuotojas tiesiogiai dalyvauja pasirinkdamas investavimo objektą ir investuodamas. Paprastai tai investicijos į kitų įmonių akcijas. Tokiomis investicijomis dažniausiai užsiima investuotojai, kurie turi pakankamai tikslią informaciją apie investicijų objektą ir gerai išmano investavimo mechanizmą. Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas nurodo jog, tiesioginės investicijos – investicijos ūkio subjektui steigti bei įregistruoto ūkio subjekto kapitalui ar jo daliai įsigyti, taip pat reinvesticijos, paskolos ūkio subjektams, kuriuose investuotojui priklauso kapitalas ar jo dalis, subordinuotos paskolos, jei investuojama siekiant užmegzti arba palaikyti ilgalaikius tiesioginius investuotojo ir ūkio subjekto, į kurį investuojama, ryšius ir investuojant įsigyta kapitalo dalis suteikia investuotojui galimybę kontroliuoti arba daryti nemažą įtaką ūkio subjektui. Šiame straipsnyje bus nagrinėjamos Lietuvos tiesioginės investicijos, kitaip tariant tai investicijos, kuriose valstybė aktyviai dalyvauja investavimo procese.

Tiesioginių investicijų į užsienio šalis privalumai ir trūkumai

Tiesioginės investicijos į užsienio valstybes, rodo ne tik aukštą šalies ekonominį lygį, bet ir turi savų trūkumų, kurie bus lyginami šiame skyrelyje.

Tiesioginės investicijos turi daug privalumų tiek investuotojui, tiek investicijų priėmėjui.

Vienas iš pagrindinių tiesioginių investicijų privalumų į užsienio šalis, tai naujų rinkų atsiradimas. Plečiant rinką didėja ir vartojimo mastai, kurie atneša įmonėms didesnę pelną. Užsienyje įsteigtos bendrovės iškelia savo pelną į motininės įmonės ir taip valstybė surenka daugiau mokesčių. Taip didinamas visos šalies konkurencingumas, bei didėja jos įtaka kitų valstybių atžvilgiu.

Kitas privalumas yra investicijų rizikos mažinimas, kadangi investuojant į kitas užsienio valstybes, ne vien į vidaus rinką, yra diversifikuojamos investicijos. Taip pasiekiamas didesnis pelnas su mažesne, nei įprasta rizika. Taip pat kilus ekonominiams sunkumams užsienio šalyje, galima visą gamybą perkelti atgal į savo šalį išvengiant didesnių nuostolių.

Užsienio valstybėse į kurias investuojama, dažniausia yra pigesnė darbo jėga ir mažesni mokesčiai. Taip yra todėl, kad valstybės siekdamos pritraukti užsienio kapitalą stengiasi padidinti savo patrauklumą investuotojams. Sumažėję įmonės kaštai taip pat didina įmonės pelną ir atneša naudą.

Tačiau tiesioginės investicijos į kitas valstybes taip pat turi ir trūkumų.

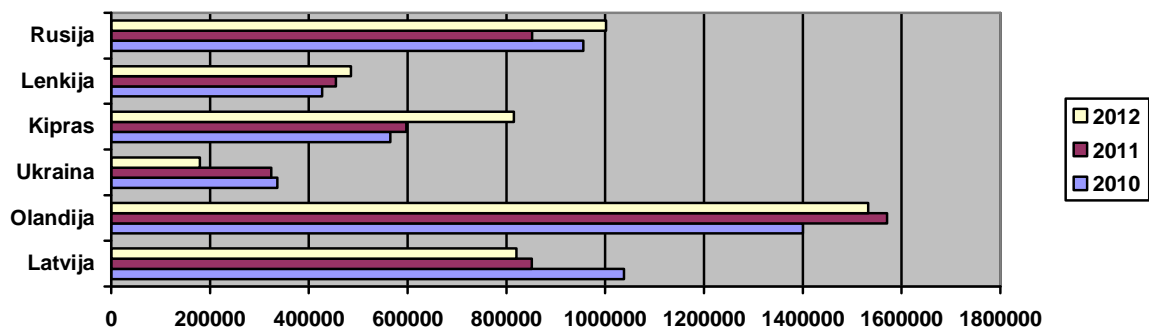
Vienas didžiausių trūkumų tai inovacijų, naujausių technologijų išskėlimas. Apmokomi ir rengiami užsienio specialistai paskirtam darbui dirbti, o ne gimtosios šalies. Taip dažniausiai nutinka dėl to, kad investuojamoje valstybėje yra pigesnė darbo jėga. Naujausios technologijos didina užsienio valstybės pažangumą ir konkurencingumą.

Sukuriamos darbo vietos užsienio valstybei. Tačiau tuo pačiu metu prarandamos darbo vietos savo šalyje.

Tiesioginės Lietuvos investicijos

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2012m. Lietuvos tiesioginės investicijos užsienyje siekė 6,744 mlrd. litų. Lyginant tris metus pastebima, kad investicijos užsienyje sistemingai auga. Nuo 2010 iki 2011 metų investicijos išaugo 106 mln. litų, o nuo 2011 iki 2012 metų išaugo 21,5 proc. ir sudarė 1,194 mlrd. litų.

Atlikta tiesioginių investicijų į užsienio šalis duomenų analize parodė į kokias valstybes daugiausia investuoja Lietuvos investuotojai. Neįskaitant Europos Sąjungos, imant konkrečias valstybes atskirai.



1 pav. Lietuvos investicijos į užsienio šalis (tūkst. Lt)

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis Lietuvos Statistikos departamento duomenimis

2012 m. duomenimis, Lietuva daugiausia investavo į šias užsienio šalis: Olandiją – 1,57 mlrd. Lt., Latviją – 820 mln. Lt., Ukrainą – 179 mln. Lt., Kiprą – 815 mln. Lt., Lenkiją – 485 mln. Lt., Rusiją – 1 mlrd. Lt.

1 pav. matyti, kad Lietuva nepaisant sumažėjimo 2012 metais daugiausia investuoja į Olandiją. Antroje vietoje būtų Rusijos federaciją į kurią investicijos 2012 metais išaugo beveik 200 mln. Lt. Didžiausias investicijų sumažėjimas 2010 – 2012 metais buvo į Latvijos valstybę, tai 26,49 proc. Taip pat matyti, jog investuotojai mažino investicijas ir į Ukrainą, 87 proc. Tačiau lietuviai sparčiausiai didino investicijas į Kiprą, investicijų augimas 2012m. sudarė 44 proc. lyginant su 2010 metais. Investicijos į Lenkiją 2012 metais nežymiai didėjo.

Antajame paveiksle vaizduojami tiesioginiai investicijų srautai į užsienį mln. Lt..

	2013m. III ketv.	2013m. II ketv.	2012m. III ketv.
Iš viso	-9,56	67,48	92,78
Akcinis kapitalas	35,15	85,42	-31,31
Reinvesticijos	65,53	-13,07	70,08
Kitas kapitalas	-110,24	-4,87	54,01

1 pav. Lietuvos tiesioginių investicijų srautas į užsienį (mln. Lt.)

Šaltinis: http://www.lb.lt/tiesiogines_investicijos_2013_m_treciaji_ketvirth

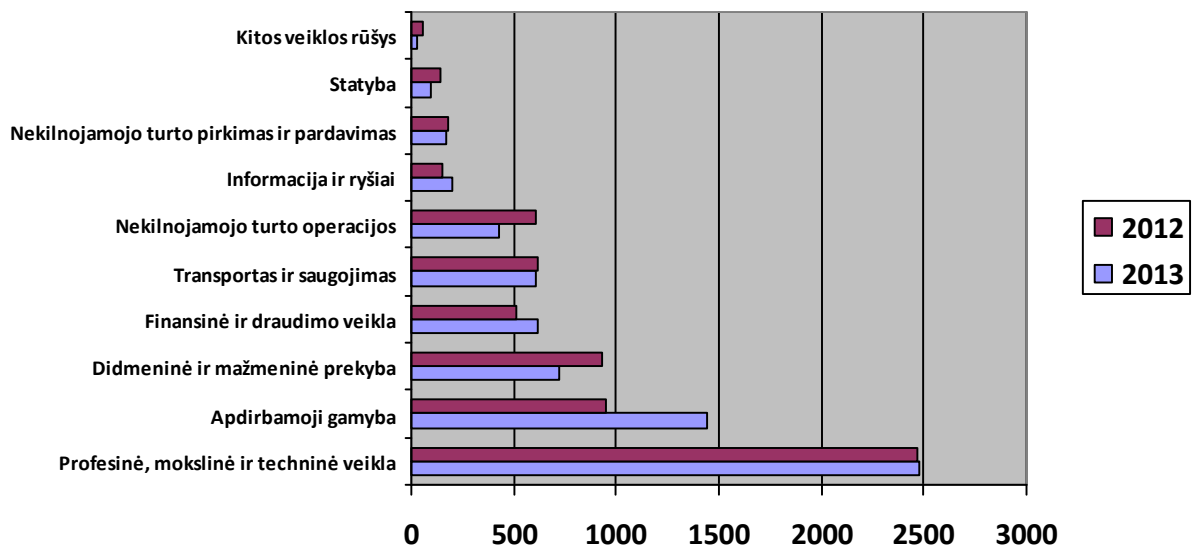
Lietuvos banko duomenimis tiesioginių investicijų srautas į užsienį 2013 m. trečiąjį ketvirtį buvo neigiamas. Šį mažėjimą lėmė 182 mln. Lt. augę priešpriešinės kito kapitalo investicijos (augo Lietuvos investuotojų skolos investavimo įmonėms). 2013 m. Antrąjį ketvirtį tiesioginių investicijų srautas į užsienį sudarė 67,5 mln., o 2012m. trečiąjį ketvirtį buvo 92,8 mln. litų.

2013 m. trečiąjį ketvirtį Lietuvos investuotojai daugusia investavo Latvijoje (87,6 mln. Lt), Olandijoje (37,3 mln. Lt) ir Estijoje (27,6 mln. Lt). Sparčiausiai investicijos mažėjo Liuksemburge ir Rusijoje.

Daugiausia Lietuvos verslininkai užsienyje investavo į finansinę ir draudimo, bei profesinę, mokslinę ir techninę veiklą.

Lietuvos sukauptosios tiesioginės investicijos užsienyje pagal ekonominės veiklos rūšis

Šiame skyriuje bus apžvelgiamos Lietuvos tiesioginės investicijos pagal ekonominės veiklos rūšis. Ekonominės veiklos rūšis skirstomos į profesinę, mokslinę ir techninę veiklą, apdirbamąją gamybą, didmeninę ir mažmeninę prekybą, finansinę ir draudiminę veiklą, transportą ir saugojimą, nekilnojamojo turto operacijas, inforciją ir ryšius, statybą ir kitas veiklos rūšys.



3 pav. Lietuvos investicijos į užsienio šalis (mln. Lt)

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis Lietuvos banko duomenimis

3 pav. matyti, kad Lietuva daugiausia investuoja į profesinę, mokslinę ir techninę veiklą, tai 2481,01 mln. Lt. palyginti su 2012 metais šios investicijos kito neženkliai. Tai sudaro 36 proc. visų Lietuvos investicijų. 21 proc. investicijų sudaro investicijos į apdirbamąją gamybą. Jos 2013 metais palyginti su 2012 metais padidėjo 52,1 procentinio punkto ir sudarė 1446 mln. Lt. Taip pat sparčiai augo informacija ir ryšiai, šios investicijos išaugo 35 proc. lyginant su praėjusiais finansiniais metais. Investicijos į finansinę ir draudiminę veiklą augo 20 proc. ir sudarė 616 mln. Lt. visų Lietuvos investicijų. Labiausiai 2013 metais sumažėjo investicijų į didmeninę ir mažmeninę prekybą; variklių transporto priemonių ir motociklų remontą, jos sudarė 726 mln. Lt. ir palyginti su 2012 smuko 21 proc. Taip pat mažėjo investicijos į nekilnojamojo turto operacijas ir sudarė 609 mln. Lt visų investicijų. Investicijos į statybas sumažėjo 30 proc. ir sudarė 98 mln. Lt visų investicijų į kitas šalis.

Išvados

1. Tiesioginės investicijos, tai investicijos kuriose aktyviai dalyvauja pats investitorius. Tokio tipo investicijas atlieka patys investuotojai, kurie turi tikslią informaciją apie investicijų objektą, bei gerai išmano investavimo mechanizmą. Tokiais investuotojais gali būti valstybė, juridiniai ar fiziniai asmenys, įvairūs investiciniai fondai.
2. Tiesioginių investicijų į užsienio valstybės pagrindinis privalumai – naujų rinkų atsiradimas, rizikos mažinimas investicijų diversifikavimo pagalba, kai kuriais atvejais pigesnė darbo jėga, patraukli mokesstinė sistema, mokesčių lengvatos. Trūkumai iškeliamos technologijos, darbo vietos, apmokomi kitos šalies specialistai.
3. 2012 m. duomenimis Lietuva daugiausia investavo į Olandiją (1,57 mlrd. Lt.) taip pat buvo išskirtos ir kitos šalys į kurias investavo lietuviški investuotojai tai: Latvija (820 mln. Lt.), Ukraina (179 mln. Lt.), Kipras (815 mln. Lt.), Lenkija (485 mln. Lt.), Rusija (1 mlrd. Lt.). Didžiausias investicijų didėjimas 2010 – 2012 metais buvo į Kiprą ir sudarė 44 procentus.
4. Išnagrinėjus Lietuvos banko ir statistikos departamento duomenis paaiškėjo, kad Lietuva daugiausia investuoja į profesinę, mokslinę ir techninę veiklą, tai 2,4 mlrd. Lt. 21 proc investicijų sudaro investicijos į apdirbamąją gamybą. Investicijos į didmeninę ir mažmeninę prekybą sudarė 10,7 proc. visų lietuviškų investicijų. Didžiausias investicijų padidėjimas 2013 m. buvo į apdirbamąją gamybą 52,1 proc. Palyginti su 2012 m. Sparčiausiai mažėjo investicijos į statybą 30,1 p. p.

Literatūra

1. <http://it.lzinios.lt/lzinios/Ekonomika/lietuviu-investicijos-kipre-600-mln-litu/74830>
2. http://www.lb.lt/tiesiogines_investicijos_2013_m_treciaji_ketvirtis
3. <http://www.lrytas.lt/verslas/izvalgos-ir-nuomones/kipras-isliko-saugia-uzuoveja-lietuviskiems-pinigams.htm#.UuEiWFz8KIU>
4. <http://nl.mfa.lt/index.php?3935508246>
5. <http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1366>
6. http://www.inovacijos.lt/lt/ismanymo_straipnis/id/inovacines_veiklos_projektavimo_rezultatu_ivertinimas
7. http://www.lb.lt/stat_pub/statbrowser.aspx?group=8025&lang=lt
8. Cibulskienė D., Butkus M. 2007. *Investicijų ekonomika: realiosios investicijos*
9. <http://useconomy.about.com/od/tradeterms/g/Foreign-Direct-Investment-FDI-Definition.htm>

Analysis of Direct foreign investments in Lithuania

Summary

Investments are investments where the investor is actively involved himself. These types of investments are made by experienced investors who have accurate information about the object of investment and a good understanding of the investment mechanism. Such investors may be a country, whether natural or legal persons, various investment funds and organizations. Direct investment in the state primary advantages - the emergence of new markets, to reduce the risk of investment aid for diversification, in some cases, cheaper labor force, attractive tax system, tax relief. Disadvantages brought technology jobs, trained other external experts. In 2012 Lithuania mainly invested in the Netherlands. Other countries where Lithuania investors were invested in: Latvia, Ukraine, Cyprus, Poland, Russia. The largest increase in investments 2012 was Cyprus, and accounted for 44%. An examination of the Bank of Lithuania and the Department of Statistics showed that Lithuania invests primarily in professional, scientific and technical activities, it is 2.4 billion. Lt. 21 percent of the

investment consists of investment in manufacturing . Investing in wholesale and retail trade accounted for 10.7 percent . Investment in Lithuania . The largest increase in investments in 2013 . were in manufacturing 52.1 percent . Compared with 2012 . The most rapid decrease in investment in the construction of 30.1 p . p .

ELEKTRONINĖ BANKININKYSTĖ IR JOS POPULIARINIMAS AB SEB BANKAS PAVYZDŽIU

Gintarė Skučaitė

Lietuvos verslo kolegija

Doc. dr. Ligita Šalkauskienė

Anotacija

Straipsnyje yra nagrinėjama Lietuvoje veikiančio AB SEB banko elektroninės bankininkystės vartojimo apimtys 2009 – 2013 metų laikotarpiu ir šių paslaugų populiarinimas. Nustatyta, kad elektroninės bankininkystės vartotojų skaičius banke kasmet didėja. Atlikus mokėjimo kortelių analizę išsiaiškinta, kad vartotojai labiau linkę naudotis debetinėmis nei kreditinėmis kortelėmis. Elektroninės bankininkystės populiarinimo tyrimas parodė, kad AB SEB bankas populiarindamas elektroninę bankininkystę didina tradicinės bankininkystės išlaidais, taip skatindamas klientus naudotis elektroninės bankininkystės teikiamomis paslaugomis.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: elektroninė bankininkystė, populiarinimas.

Įvadas

XX amžius atnešė pasauliui daugybę pokyčių, taip pat ir technologijų. Į visas gyvenimo sferas pradėjo skverbtis naujos informacinės technologijos. Šiuolaikinis žmogus yra neatsiejamas nuo šių modernių naujovių. Technologinės naujovės bankuose siejamos su kompiuterių bei kitos elektroninės įrangos diegimu. Šio proceso pasekmė - elektroninės bankininkystės sistemos atsiradimas ir išplėtojimas, kuri smarkiai pakeitė bankų paslaugų pristatymo ir atlikimo būdus. Lietuvoje elektroninės bankininkystės paslaugos pradėtos teikti nuo 2000 metų. Šiai dienai didžioji atliekamų bankinių operacijų dalis atliekama virtualioje erdvėje. Bankams elektroninė bankininkystė leidžia plėsti veiklą, rinkas, siūlyti klientams naujų paslaugų, stiprinti užimamą konkurencinę padėtį. Plėtojant šią veiklos sritį, didėja visos bankų sistemos efektyvumas, mažėja sandorių sudarymo sąnaudos. Klientams siūlomas patogesnis ir greitesnis aptarnavimas, mažesnės banko paslaugų kainos.

Elektroninės bankininkystės teikiamų paslaugų nauda yra akivaizdi tiek banko, tiek klientų atžvilgiu. Tačiau norint, kad klientai naudotųsi bei taptų lojaliais yra būtina taikyti įvairius rinkodaros veiksmus ir priemones t.y. skatinimą naudotis paslaugomis, reklamą bei populiarinimą. Visi šie aspektai yra būtini, kadangi šiuo metu bankai bei jų teikiamos paslaugos yra konkurencinėje rinkoje, nes bankų ir jų teikiamų paslaugų pasiūla yra gan didelė. Todėl kiekvienas bankas turi siekti kurti naujoves, populiarinti teikiamas paslaugas bei suteikti kuo daugiau informacijos klientams apie naudojimosi galimybes bei teikiamą naudą.

Tyrimo objektas: AB SEB bankas elektroninės bankininkystės paslaugos ir populiarinimas.

Tyrimo tikslas: pateikti elektroninės bankininkystės teorinius aspektus, atlikti AB SEB bankas paslaugų vartojimo apimčių analizę bei įvertinti populiarinimą.

Uždaviniai:

- 1) Aptarti elektroninės bankininkystės ir populiarinimo reikšmę teoriniu aspektu.
- 2) Atlikti AB SEB bankas teikiamų elektroninių paslaugų ir vartojimo apimčių analizę.
- 3) Įvertinti AB SEB bankas elektroninės bankininkystės teikiamų paslaugų populiarinimo naudotus būdus bei priemones.

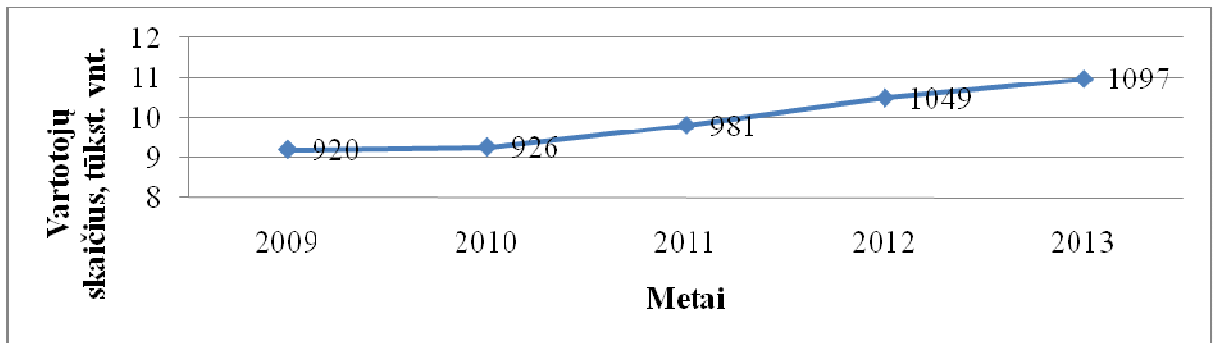
Tyrimo metodai – literatūros šaltinių analizė ir statistinių duomenų analizė.

Elektroninės bankininkystės ir populiarinimo samprata

Pagrindinės elektroninės bankininkystės rūšys yra išskiriamos šios: internetinė, asmeninio kompiuterio, telefoninė, mobilioji ir televizinė bankininkystė. Šiuo metu sparčiai plečiantis elektroninės komercijos rinkai kartu populiarėja ir didėja vartotojų atsiskaitymai ne grynaisiais pinigais, o būtent pasinaudojus elektroninės bankininkystės teikiamomis paslaugomis. Pasak mokslinės literatūros autorių V. Davidavičienės, R. Gataučio, N. Paliulio, R. Petrausko, (2009), elektroninė bankininkystė apibrėžiama kaip ITT priemonių taikymas banko paslaugoms teikti. Tai moderni ir patogi klientų sąskaitų tvarkymo sistema, leidžianti gauti informaciją ir atlikti finansines bei kitas operacijas internetu. O populiarinimas yra priskiriamas rinkodaros rėmimo komplekso rūšiai t.y. sudėtinė ryšių su visuomene dalis. Pasak Pranulio V., Pajuodžio A., Urbonavičiaus S., Virvilaitės R. (2008), populiarinimą apibūdina kaip nemokamą (skirtingai negu reklama) informacijos apie įmonės prekes, paslaugas ar veiklą sklaidimą visuomenės informavimo priemonėms. Pagrindinė populiarinimo esmė yra ta, kad juo siekiama paskleisti pageidaujamą informaciją tam tikrai asmenų grupei ne tiesiogiai, o per informacijos sklaidimo galimybę turinčias visuomenes grupes.

Elektroninės bankininkystės vartojimo apimčių analizė AB SEB bankas pavyzdžiu 2009 – 2013 metais

AB SEB bankas klientams teikia internetinės ir mobiliosios bankininkystės paslaugas, kurios bus toliau analizuojamos. AB SEB bankas klientai prisijungę prie paslaugų internetu svetainės gali sužinoti savo sąskaitos likučius, tvarkyti sąskaitas, pervesti pinigus, mokėti už komunalines paslaugas, televiziją, draudimą švietimą, užsisakyti ir aktyvinti mokėjimo kortelę, padėti indėlių, valdyti investicijas, pateikti kredito paraišką, prisijungti prie Valstybinės mokesčių inspekcijos (VMI) ir kitų elektroninių sistemų, atsiskaityti elektroninėse parduotuvėse, siųsti bankui pranešimus ir pageidavimus, užsisakyti SEB paslaugų planą bei keisti elektroninių paslaugų teikimo sutarties sąlygas. Internetinė bankininkystė yra labai populiarė, nes šios elektroninės bankininkystės rūšies vartotojų yra daugiausiai registruojama (žr. 1 pav.).

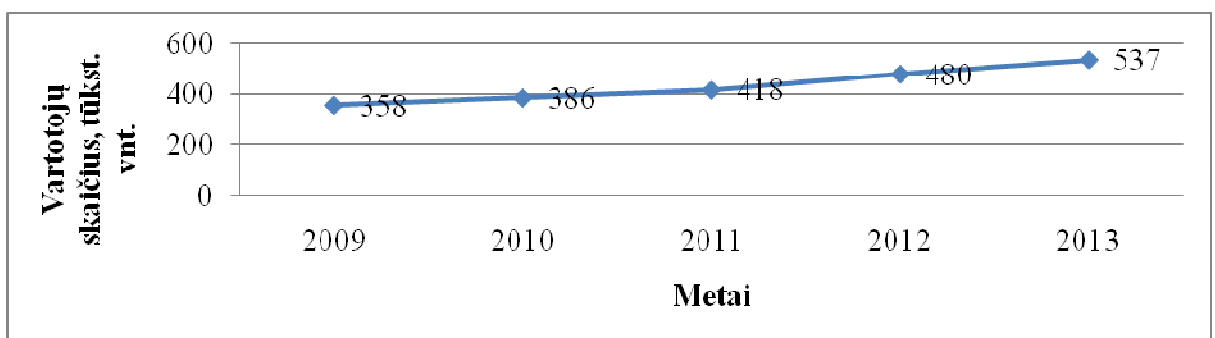


1 pav. Internetinės bankininkystės registruotų vartotojų skaičiaus dinamika AB SEB bankas 2009 – 2013 m., tūkst.

*Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos bankų asociacijos duomenimis.

Per visą analizuojamą laikotarpį nuo 2009 m. iki 2013 m. AB SEB banko internetinės bankininkystės vartotojų skaičius didėjo t.y. nuo 920 tūkst. iki 1,097 mln. Tokį spartų internetinės bankininkystės registruotų vartotojų skaičiaus augimą galėjo lemti, kad AB SEB bankas pasiūlė daug naujovių naudojantis banko paslaugomis internetu. AB SEB bankas pirmasis rinkoje pasiūlė naudotis finansinių paslaugų planais. Šių paslaugų planai suteikia galimybę už fiksuotą mokestį atlikti neribotą lėšų pervedimo internetu į visas įmonių ar asmenų sąskaitas AB SEB banke operacijų skaičių, internetu atsiskaityti už komunalines paslaugas su įmonėmis, kurios su AB SEB banku yra sudariusios įmokų surinkimo sutartis. Dar viena naujovė – tai priminimas klientams apie galimybę atnaujinti kontaktinius duomenis, kad banko svarbi informacija juos pasiektų daug paprasčiau ir laiku. Banko klientai internetu atlieka daugiau kaip 90 % visų pinigų pervedimo į kitus Lietuvos ir užsienio bankus operacijų.

Mobilioji bankininkystė kaip ir šiuolaikinės technologijos sparčiai vystosi ir populiarėja tarp vartotojų. Mobiliosios bankininkystės paslaugos suteikia galimybę patikrinti banko sąskaitą, pervesti pinigus, keisti valiutą turint vien mobilųjį telefoną su mobiliuoju internetu. Mobiliosios bankininkystės registruotų vartotojų skaičiaus kitimo dinamika pateikiama 2 paveiksle.

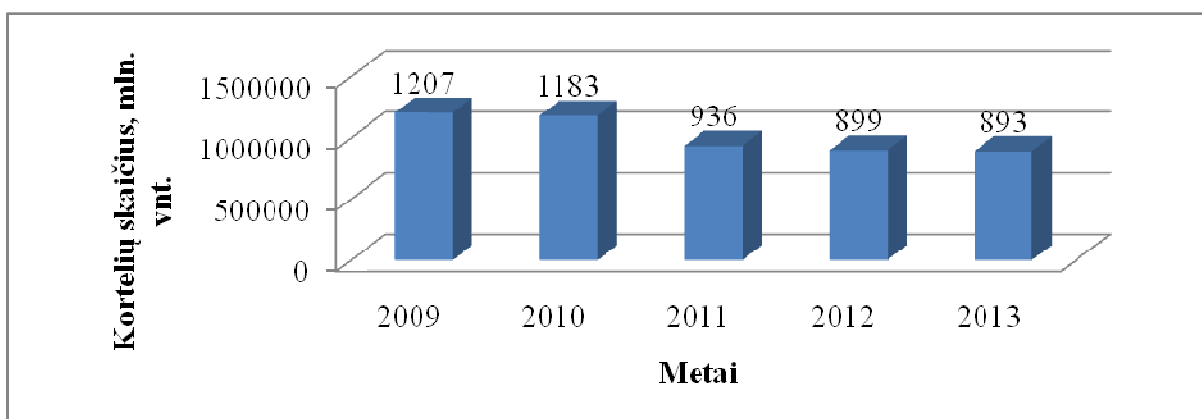


2 pav. Mobiliosios bankininkystės registruotų vartotojų skaičiaus dinamika AB SEB bankas 2009 – 2013 m., tūkst.

*Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos bankų asociacijos duomenimis.

Analizuojant AB SEB banko mobiliosios bankininkystės registruotų vartotojų skaičiaus dinamikos duomenis paaiškėjo vartotojų skaičiaus didėjimo tendencija: nuo 358 tūkst. iki 537 tūkst. Tokią didėjimo tendenciją nulėmė AB SEB banko įtaka tobulinti paslaugas mobiliuoju internetu, kuomet buvo sukurta interneto mobilioji versija pritaikyta ir įprastiems ir išmaniesiems telefonams, taip pat banko paslaugų programėlė, kuri yra pritaikyta išmaniesiems telefonams.

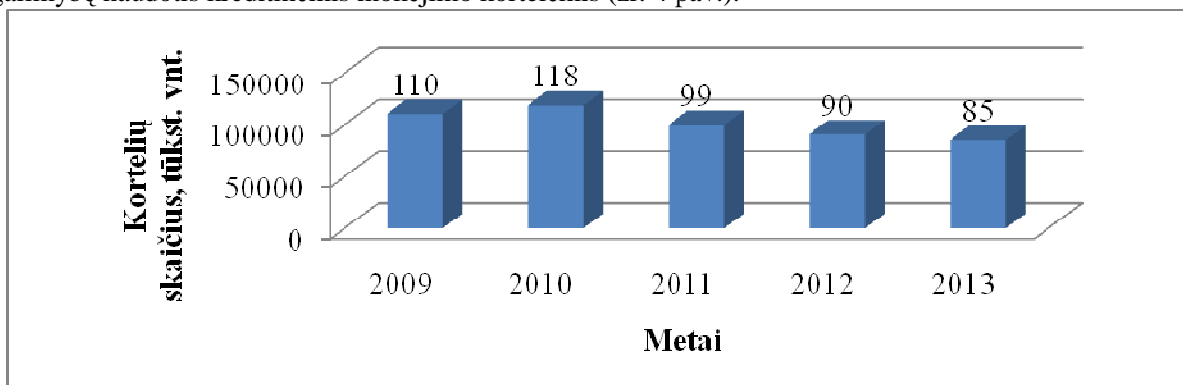
Tradiciniams atsiskaitymams grynaisiais pinigais konkurencingos tapo mokėjimo kortelės. Stambiais ir vidutiniais mokėjimams naudojamos debetinės ir kreditinės kortelės, kurios bus atskirai analizuojamos. Debetinių kortelių skaičiaus kitimo dinamika pateikiama 3 paveiksle.



3 pav. Debetinių kortelių skaičiaus dinamika AB SEB bankas 2009 – 2013 m., mln.

*Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos bankų asociacijos duomenimis.

Atlikus debetinių kortelių skaičiaus dinamiką AB SEB bankas 2009 – 2013 metų ataskaitiniu laikotarpiu išryškėjo debetinių kortelių skaičiaus mažėjimo tendencija. Tai reiškia, kad nuo 2009 m., kuomet debetinių kortelių išleista buvo 1,207 mln. iki 2013 m., kai kortelių skaičius sumažėjo iki 893 tūkst. Nors kortelės išduodamos nemokamai, tačiau bankas ima komisinį atlyginimą už kortelių aptarnavimą. Tokį sumažėjimą galėjo lemti, kad AB SEB bankas vietoj fiksuoto komisinio atlyginimo už vieną operaciją pradėjo imti nustatytą procentinį pasiimamos sumos dydį. AB SEB bankas kartu su debetinėmis mokėjimo kortelėmis savo klientams siūlo galimybę naudotis kreditinėmis mokėjimo kortelėmis (žr. 4 pav.).



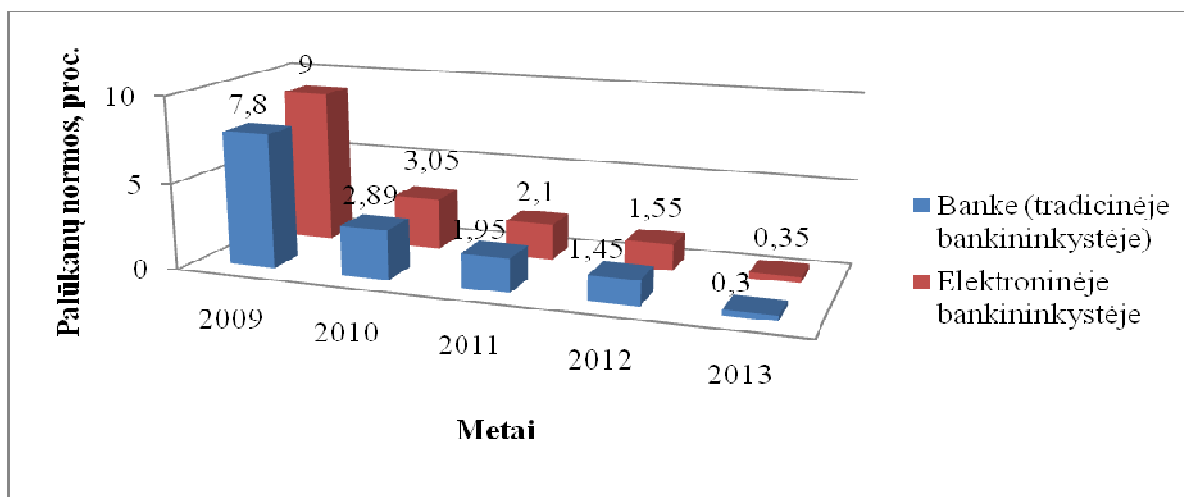
4 pav. Kreditinių kortelių skaičiaus dinamika AB SEB bankas 2009– 2013 m., mln.

*Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos bankų asociacijos duomenimis.

Per analizuojamą laikotarpį nuo 2009 m. iki 2010 m. atlikta kreditinių kortelių skaičiaus dinamika AB SEB bankas parodė, kad kortelių skaičius didėjo nuo 110 tūkst. iki 118 tūkst. Mažėjimo tendencija pastebima nuo 2011 m. iki 2013 m., kai kreditinių kortelių skaičius sumažėjo nuo 99 tūkst. iki 85 tūkst. Mažėjimo tendencijai įtakos galėjo turėti tai, kad kredito kortelė reikalingesnė keliaujant užsienyje arba įsigyjant brangesnį pirkinį.

AB SEB bankas elektroninės bankininkystės populiarinimas

Vienas iš elektroninės bankininkystės populiarinimo būdų yra tas, kad AB SEB bankas skatina klientus terminuotus indėlius sudarinėti prisijungus prie elektroninės sąskaitos, o ne banke tokiu būdu siūlydami patrauklesnes terminuotųjų indėlių palūkanas. Tiek fiziniai, tiek ir juridiniai asmenys, laikantys savo indėlius banke siekia gauti kuo didesnes palūkanų normas, kurios sąlygoja ir didesnę padėtos piniginių lėšų sumos prieaugį. Siūlydamas didesnes palūkanų normas už terminuotus, kaupiamuosius bei kitų rūšių indėlius bankas pasiekia elektroninės bankininkystės populiarinimo tikslą. Terminuotųjų indėlių palūkanų normos, indėlius sudarant tradicinėje bankininkystėje ir elektroninės bankininkystės pagalba kitimo dinamika pateikiama 5 paveiksle.

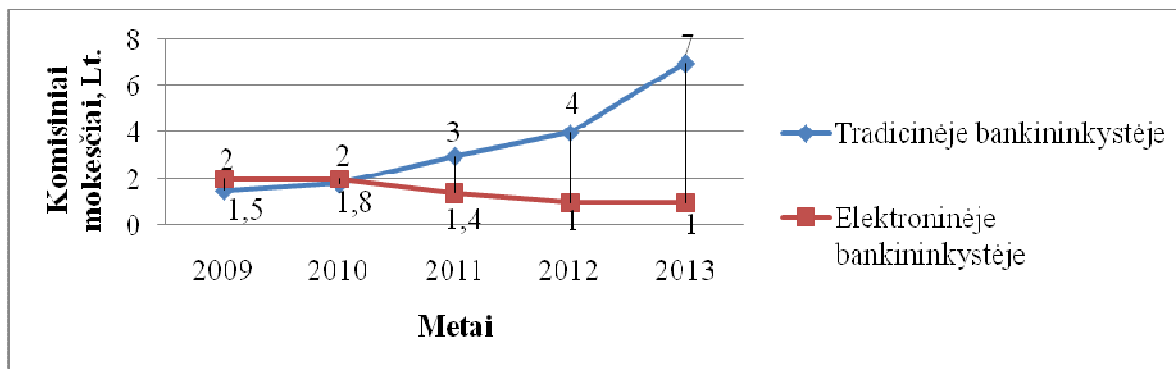


5 pav. Terminuotųjų indėlių palūkanų normos, indėlius sudarant banke (tradicinėje bankininkystėje) ir elektroninės bankininkystės pagalba, kitimo dinamika AB SEB bankas 2009 - 2013 m., proc.

*Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis AB SEB banko veiklos ataskaitomis.

Kaip matyti pateiktame 5 paveiksle metinės palūkanų normos indėlius sudarant prisijungus prie elektroninės bankininkystės visu nagrinėjamu 2009 – 2013 m. laikotarpiu buvo patrauklesnės. Didžiausias atotrūkis t.y. 1,2 proc. punkto tarp indėlių palūkanų pastebimas 2009 m., kuomet banke sudarant terminuotąjį indėlį klientas gaudavo 7,8 proc. palūkanas, o tuo tarpu asmenys sudarę indėlio sutartį prisijungę per elektroninę bankininkystę galėjo gauti net 9 proc. metinių palūkanų. Visu nagrinėjamu laikotarpiu indėlių elektroninėje bankininkystėje palūkanų norma buvo vidutiniškai 0,33 proc. didesnė nei sudarant sutartį banke, todėl klientai, nenorintys laikyti savo santaupų namuose, bet kuriuo atveju yra skatinami sudarinėti indėlių sutartis elektroninės bankininkystės pagalba.

Komisiniai mokesčiai už pavedimus internetu taip pat svarbus aspektas dėl ko dauguma banko klientų renkasi elektroninę priemonę nei pavedimus atliekant grynaisiais ar banko padalinyje (žr. 6 pav.).



6 pav. Komisinių mokesčių, atliekant pavedimus elektroninės bankininkystės sistema ir banko skyriuje, kitimo dinamika AB SEB bankas 2009 – 2013 m., Lt.

*Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis AB SEB banko veiklos ataskaitomis.

Siekiant efektyvesnės banko veiklos ateityje bei mažinant aptarnavimo kaštus vis stipriau buvo plėtojama ir populiarinama elektroninė bankininkystė ją tobulinant ir kasmet siūlant klientams vis platesnį paslaugų spektrą prisijungus prie elektroninės bankininkystės. Viena iš populiariausių paslaugų, kaip jau ir buvo minėta, tai įvairių pervedimų už komunalinius mokesčius, pervedimų į kitus bankus atlikimas. 2010 m. lyginant su 2009 m. komisinių mokesčių sumos už pavedimus skyrėsi nežymiai. Atliekant vietinį pavedimą banke komisinis mokestis siekė 1,80 Lt, o pavedimas internetu tuo laikotarpiu kainavo 10 proc. mažiau. Sekančiais metais, siekiant, kad klientai vis daugiau pavedimų ir įmokų darytų elektroninės sistemos pagalba atotrūkis tarp komisinių mokesčių banke ir internete sparčiai augo. Kaip matyti pateiktame paveiksle, atliekant pavedimą banke, komisinis mokestis 2010 – 2012 m. laikotarpiu kasmet augo po 1 Lt arba 100 proc., tuo tarpu pavedimai internetu kasmet pigo. Didžiausias komisinio mokesčio sumažėjimas t.y. 28,57 proc. darant pavedimą internetu užfiksuotas 2012 m. lyginant su 2011 m. Siekiant pritraukti dar daugiau elektroninės bankininkystės klientų, 2013 m. lyginant su 2012 m. bankas komisinius mokesčius, pavedimą atliekant banke, padidino 75 proc. ir vieno pavedimo kaina siekė 7 Lt, kai tuo tarpu pavedimas internetu tarp AB SEB banko sąskaitų kainavo 0,80 Lt, o į kitus bankus 1 Lt.

Verta paminėti, kad AB SEB bankui siekiant pasiūlyti kuo daugiau patogių galimybių naudotis elektroninės bankininkystės teikiamais privalumais, nuo 2012 m. pateiktas atnaujintas paslaugų planas, kuris be papildomų mokesčių suteikia tokias galimybes: atlikti 5 pinigų pervedimus internetu į asmenų ar įmonių bei institucijų sąskaitas kituose Lietuvoje registruotuose bankuose, SEB ir DNB bankų bankomatuose pasiimti iki 5000 Lt per mėn. iš mokėjimo kortelės, susietos su paslaugų planu, sąskaitos, mokėjimo kortelės be išdavimo ir metų mokesčio (įprastinė kaina 19 Lt), nemokamai suteikiamas PIN generatorius (įprastinė kaina 29 Lt), kuris užtikrina didesnę, papildomą apsaugą naudojantis elektronine prisijungimo sistema ir nemokamas visų banko sąskaitų tvarkymas, už kurį el. bankininkystės neturintys ir nepasirašę paslaugų plano klientai kas mėnesį moka po vieną litą už sąskaitą. Sukurtas paslaugų planas buvo ir yra gana sėkmingas produktas populiarinant elektroninę bankininkystę todėl, kad 2010 m. šį planą pasirinko 7894 banko klientai o 2013 m. net 66470. Galima teigti, kad tai aiškiai atskleidžia intensyvią bankinio produkto plėtrą.

Išvados

Atlikta AB SEB bankas 2009 – 2013 m. elektroninės bankininkystės analizė atskleidė, kad internetinė bankininkystė kartu su mobiliąja bankininkyste pasižymėjo sparčiu registruotų vartotojų augimu. AB SEB bankas suprasdamas didėjantį vartotojų poreikį naudotis elektroninės bankininkystės paslaugomis diegia įvairias naujoves kartu populiarindamas siūlomas paslaugas tiems vartotojų segmentams, kurie vis dar teikia didesnę

svarbą tradicinei bankininkystei ir tiesioginiam aptarnavimui. AB SEB banko internetinės bankininkystės registruotų vartotojų skaičius kiekvienais metais didėja t.y. nuo 920 tūkst. iki 1,097 mln. Didelis vartotojų skaičius rodo, kad tai yra populiariausia ir didžiausia paslaugų sektoriaus rinkos dalį AB SEB banke užimanti bankininkystės rūšis. Tokių spartų internetinės bankininkystės registruotų vartotojų skaičiaus augimą galėjo lemti, kad AB SEB bankas pasiūlė daug naujovių naudojantis banko paslaugomis internetu. AB SEB banko mobiliosios bankininkystės registruotų vartotojų skaičius didėjo nuo 358 tūkst. iki 537 tūkst. Tai galėjo įtakoti AB SEB banko įtaka tobulinti paslaugas mobiliuoju internetu, kuomet buvo sukurta interneto mobilioji versija pritaikyta ir įprastiems ir išmaniesiems telefonams, taip pat banko paslaugų programėlė, kuri yra pritaikyta išmaniesiems telefonams. Atlikus mokėjimo kortelių skaičiaus analizę AB SEB bankas 2009 – 2013 metų laikotarpiu paaiškėjo, jog debetinių kortelių turėtojų yra daugiau negu kreditinių. 2013 metais debetinių kortelių turėtojų buvo registruota 893 tūkst., o kreditinių 85 tūkst. Tokiems rezultatams įtakos galėjo turėti tai, kad debetinėmis kortelėmis patogiau mokėti už kasdienes pirkinius ir paslaugas užsienyje ar Lietuvoje, o kredito kortelė reikalingesnė, kuomet reikia pasiskolinti pinigų, keliaujant užsienyje arba įsigyjant brangesnį pirkinį.

Atlikus AB SEB banko elektroninės bankininkystės populiarinimo tyrimą išsiaiškinta elektroninės bankininkystės didesnė teikiama nauda klientams, negu tradicinės bankininkystės. Visu nagrinėjamu laikotarpiu nuo 2009 metų iki 2013 metų elektroninėje bankininkystėje sudarytų indėlių palūkanų norma buvo vidutiniškai 0,33 proc. didesnė nei sudarant sutartis banke (tradicine bankininkyste). Todėl galima teigti, kad AB SEB banko populiarinimo būdas yra banko skatinimas klientus indėlius sudarinėti elektronine bankininkyste patrauklesnėmis sąlygomis t.y. siūlydami didesnes indėlių palūkanas. Dar vienas privalumas lyginant tradicinę ir elektroninę bankininkystę išryškėjo per komisinių mokesčių prizmę. Tradiciniu būdu atliekant pavedimus klientams kainuoja žymiai daugiau negu elektroninės bankininkystės sistemos pagalba. 2013 metais komisiniai mokesčiai tradiciniu būdu siekė net 7 Lt., o elektroniniu būdu tik 1 Lt. Todėl galima teigti, kad AB SEB bankas siekia pritraukti dar daugiau elektroninės bankininkystės klientų t.y. populiarindamas elektroninę bankininkystę bankas didina tradicinės bankininkystės komisinius mokesčius.

Literatūra

1. Davidavičienė V., Gatautis R., Paliulis N., Petrauskas R. *Elektroninis verslas*. Vilnius. 2009.
2. Lietuvos bankų asociacijos tinklalapis: <http://www.lba.lt/go.php/lit/Statistika/133>
3. Pranulis V., Pajuodis A., Urbonavičius S., Virvilaitė R. *Marketingas*. Vilnius: „Garnelis“. 2008.
4. AB SEB banko tinklalapis: <https://www.seb.lt/privatiems-klientams/el-bankininkyste/paslaugos-internetu/interneto-bankas>

ELECTRONIC BANKING AND THE POPULARIZATION OF THE SEB BANK AS AN EXAMPLE

S u m m a r y

The volumes of e-banking consumption of SEB bank acting in Lithuania in 2009 – 2013 period and the popularization of these services are examined in this article. It was found that the number of users of e-banking in the bank is increasing every year. The analysis of payment cards found out that consumers are more likely to use debit nor credit cards. The survey of the electronic banking promotion showed that SEB bank popularizing

electronic banking increases expenses in traditional banking, so encouraging customers to use electronic banking services.

KEYWORDS: electronic banking, popularization.

ĮMONIŲ INVESTICIJOS Į KLAIPĖDOS LAISVĄJĄ EKONOMINĘ ZONĄ

Toma Taujentytė

Lietuvos verslo kolegija

Anotacija

Straipsnyje nagrinėjama įmonių investicijos į Klaipėdos laisvąją ekonominę zoną.
PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: investicijos, laisvoji ekonominė zona, įmonė.

Abstract

The purpose of this article is to present companies investment into Klaipėdos free economic zone.
KEYWORDS: investment, free economic zone, company.

Įvadas

Augant pasaulinei konkurencijai, kiekviena šalis siekdama ekonomikos augimo ir darbuotojų užimtumo didėjimo, ieško būdų pritraukti vietas ir užsienio investicijas Lietuva kaip vieną iš investicijų pritraukimo būdų yra pasirinkusi pramoninių teritorijų vystymą, kurios įrengiant infrostruktūrą ir taikant mokesčines lengvatas sukuriama patraukli aplinka tuščio lauko investicijoms skatinti.

Laisvoji ekonominė zona – tai ūkinei–komercinei ir finansinei veiklai skirta teritorija, kurioje yra LR Laisvųjų ekonominių zonų pagrindų įstatymo nustatytos ūkio subjektams specialios ekonominės ir teisinės funkcionavimo sąlygos. Šioje teritorijoje neturi būti nuolatinių gyventojų [<http://www.ukmin.lt/web/lt/investicijos/pramoniniai-prakai-ir-lez>].

Darbo objektas: įmonių investicijos Klaipėdos LEZ.

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti teorinę investicijų sampratą.
2. Susipažinti su Klaipėdos laisvąja ekonomine zona.
3. Išsiaiškinti įmonių investicijas Klaipėdos LEZ.

Darbo metodai - mokslinės literatūros ir internetinių šaltinių duomenų sisteminimas, grupavimas, apibendrinimas.

1 Investicinių šaltinių samprata

Lietuvos Respublikos investicijų įstatyme investicijos apibūdinamos:

Investicijos - piniginės lėšos ir įstatymais bei kitais teisės aktais nustatyta tvarka įvertintas materialusis, nematerialusis ir finansinis turtas, kuris 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.

Kiek kitaip Lietuvos Ūkio ministerija investicijas įvardija, kaip užimtumo, žinių ir konkurencingumo šaltinis, nuo kurio priklauso šalies ekonomikos augimas. Tiesioginės vidaus ir užsienio investicijos sudaro sąlygas šalies gyventojams uždirbti ir gyventi geriau. Todėl mūsų siekis, kad Lietuva atsirastų verslo investicijų žemėlapyje ir stiprintų pozicijas tarptautinėse rinkose.

Pasak A. Lileikienės (2003) investicija suprantama kaip bet kurios rūšies turtą, investuotą vieno iš investitoriaus tam tikroje teritorijoje su sąlyga, kad investicija atliekama pagal tos teritorijos įstatymus ir apima:

- Kilnojamąjį ir nekilnojamąjį turtą, kitas turines teises, tokias kaip hipoteka, užstatas ir kitas panašaus pobūdžio teises;
- Akcijas, pajus, obligacijas bei kitas dalyvavimo bendrovėse formas;
- Pretenzijas į pinigus, kuriuos naudojant buvo sukurta ekonominė vertė ar bet kurią veiklą pagal kontraktą, turintį ekonominę vertę;

- Intelektualinės ir pramoninės nuosavybės teisės, patentus, prekių ženklus, techninius procesus, know – how ar bet kurias panašias teises;
- Koncesijas pagal viešąją teisę, įskaitant koncesijas gamtinių išteklių žvalgybai, gavybai, apdirbimui ar eksplotavimui.

2 Klaipėdos LEZ charakteristika

Klaipėdos LEZ viena iš pirmųjų ir efektyviausiai valdomų laisvųjų ekonominių zonų regione pagal pritrauktą investicijų ir sukurtą darbo vietų skaičių. Laisvoji ekonominė zona įsikūrusi 412 hektarų teritorijoje prie svarbiausių transporto magistralių. Zonoje investuotojams taikomos specialios išskirtinės lengvatinės ekonominės ir teisinės sąlygos. Laisvojoje ekonominėje zonoje įrengta ir nuolatos plėtojama inžinerinė infrastruktūra, į kurią iki šiol investuota daugiau nei 46 mln. litų Europos Sąjungos, valstybės ir privačių lėšų.

Sutartis dėl veiklos zonoje jau pasirašė 23 užsienio ir lietuviško kapitalo įmonė, iš kurių 17 jau vykdo veiklą. Nuo veiklos pradžios zonos įmonės laisvojoje ekonominėje zonoje investavo daugiau kaip 1,7 mlrd. litų ir sukūrė daugiau kaip 1425 darbo vietų. Specialiu Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu, Klaipėdos LEZ pripažinta valstybinės svarbos ekonominiu projektu.

2010 metais „Financial Times“ leidžiamas žurnalas „FDI Magazine“ sudarė patraukliausių pasaulio ekonominių zonų reitingą. Šiame reitinge Klaipėdos LEZ suteikta 5-ji vieta tarp pasaulio ekonominių zonų pagal joje sudarytas verslo sąlygas bei sukurtą infrastruktūrą, o taip pat 19 vieta bendrajame patraukliausių ekonominių zonų pasaulyje reitinge.

Vystomos veiklos rūšys:

Pramoninio nekilnojamojo turto plėtra, logistika ir sandėliavimas, plastiko pakuotės ir plastiko granulių (PET) gamyba, elektronikos prietaisų gamyba, plieno konstrukcijų gamyba, metalo apdirbimas, architektūrinio stiklo gamyba, maisto pakuočių gamyba, žuvies ir jų produktų perdirbimas, biodyzelino gamyba, energijos gamyba iš atsinaujinančių šaltinių ir kt.

3 Klaipėdos LEZ įmonių investicijos 2003 – 2012 m.

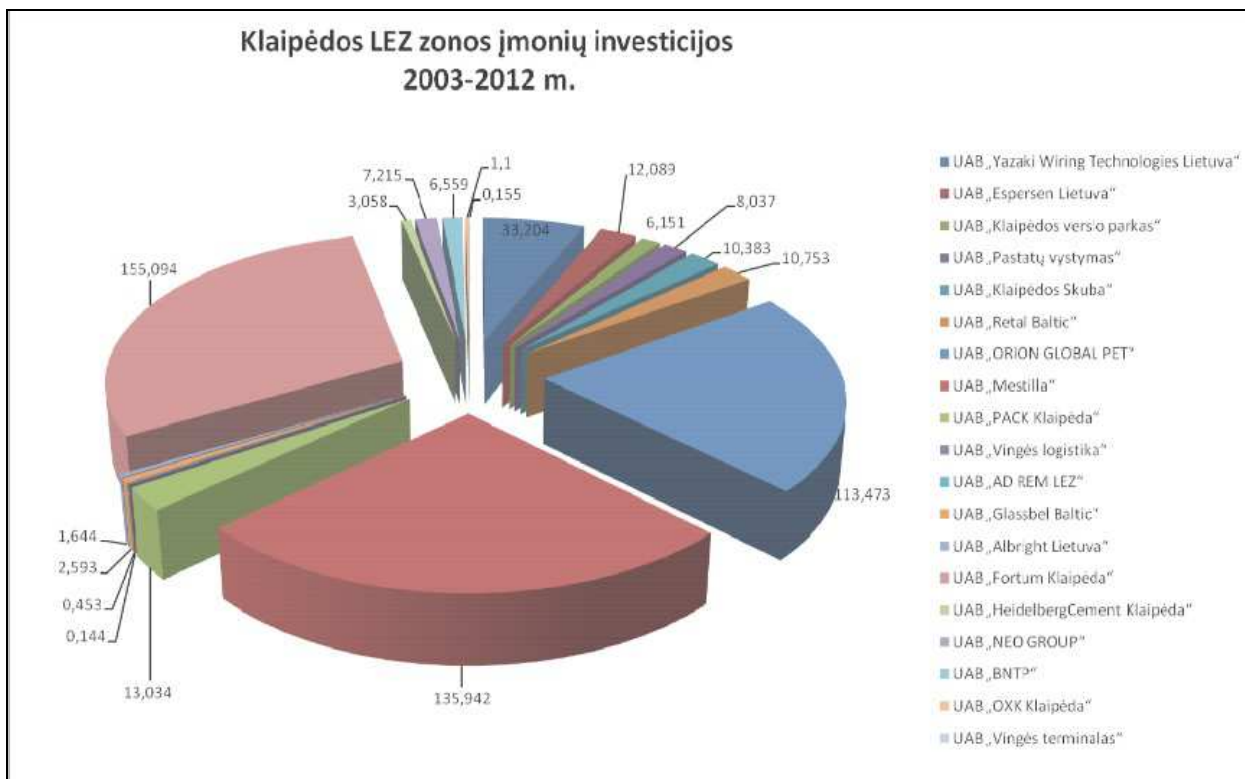
Pirmame paveiksle matyti Klaipėdos laisvosios ekonominės zonos įmonių investicijas nuo jų įsikūrimo pradžios (1 pav.).



pav. Klaipėdos LEZ įmonių investicijos 2003 – 2012 m.

Šaltinis: sudarytas autorės remiantis <http://www.fe.z.lt/statistika> duomenimis.

Nuo pat įsikūrimo pradžios investicijų įplaukos tendenciškai augo. Visos investicijos bendrai per dešimties metų laikotarpį siekė 1589 mln. Lt. Pirmaisiais investavimo metais (2003 m.) investicijos siekė 77,87 mln. Lt. Per pirmuosius trejus metus investicijos didėjo vidutiniškai po 14,55 mln. Lt. Tačiau 2007 metais įvyko didžiulis lūžis ir investicijos išaugo tris kartus lyginant su 2006 m. ir siekė 462,76 mln. Lt, tam galėjo padaryti įtakos, tai kad laisvųjų ekonominių zonų valstybinė priežiūros komisija nevykdo savo pareigų ir neprižiūri laisvųjų ekonominių zonų veiklos. Nuo 2007 iki 2012 metų investicijos padidėjo 3,4 karto, 2012 m. jau siekė 1589 mln. Lt.



pav. Klaipėdos LEZ įmonių investicijos 2003 – 2012 m.
 Šaltinis: sudarytas autorės remiantis LT ūkio ministerijos duomenimis.

Antroje iliustracijoje matyti kokias sumas investavo įmonės. Didžiausias investicijas skyrė trys užsienio kapitalo įmonės. Daugiausiai investicijų 155, 094 mln. Lt arba 29,76 proc. skyrė UAB „Fortum Klaipėda“. 135, 942 mln. Lt arba 26 proc. investavo UAB „Mestilla“. UAB „Yazaki Wiring Technologies Lietuva“ 21,78 proc. arba 113,473 mln. Lt. 22,46 proc. visų investicijų skyrė visos kitos Klaipėdos laisvosios ekonominės zonos narės.

Išvados

1. Investicijos apibūdinamos kaip, piniginių lėšų investavimas siekiant gauti ekonominės ar socialinės naudos. Taip pat investicijas apima: kilnojamas ir nekilnojamas turtas, akcijos, pajai, obligacijos ir kt.
2. Klaipėdos laisvoji ekonominė zona – tai ūkinei–komercinei ir finansinei veiklai skirta teritorija, kurioje yra LR Laisvųjų ekonominių zonų pagrindų įstatymo nustatytos ūkio subjektams specialios ekonominės ir teisinės funkcionavimo sąlygos. Šioje teritorijoje neturi būti nuolatinių gyventojų. Laisvoji ekonominė zona įsikūrusi 412 hektarų teritorijoje prie svarbiausių transporto magistralių. Sutartis dėl veiklos zonoje jau pasirašė 23 užsienio ir

lietuviško kapitalo įmonė, iš kurių 17 jau vykdo veiklą. Nuo veiklos pradžios zonos įmonės laisvojoje ekonominėje zonoje investavo daugiau kaip 1,7 mlrd. litų ir sukūrė daugiau kaip 1425 darbo vietų.

3. Visos investicijos bendrai nuo įsikūrimo pradžios 2002 metais jau siekia 1589 mln. Lt. Pirmaisiais investavimo metais (2003 m.) investicijos siekė 77,87 mln. Lt. Per pirmuosius trejus metus investicijos didėjo vidutiniškai po 14,55 mln. Lt. Tačiau 2007 metais įvyko didžiulis lūžis ir investicijos išaugo tris kartus lyginant su 2006 m. ir siekė 462,76 mln. Lt. Nuo 2007 iki 2012 metų investicijos padidėjo 3,4 karto, 2012 m. jau siekė 1589 mln. Lt. Didžiausias investicijos skyrė trys užsienio kapitalo įmonės. Daugiausiai investicijų 155, 094 mln. Lt arba 29,76 proc. skyrė UAB „Fortum Klaipėda“. 135, 942 mln. Lt arba 26 proc. investavo UAB „Mestilla“. UAB „Yazaki Wiring Technologies Lietuva“ 21,78 proc. arba 113,473 mln. Lt.

Literatūra

1. A. Lileikienė 2003 *Investicijų pagrįstumas*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla.
2. http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_1?p_id=245493
3. <http://www.ukmin.lt/web/lt/investicijos>
4. http://www.ukmin.lt/uploads/documents/Investicijos/LEZ%20veiklos%20prie%20BEi%20ABra%20%28%20C4%20AFvadas%20ir%20Klaip%20C4%2097dos%20LEZ_%29_1.pdf
5. <http://www.fe.z.lt/statistika>
6. <http://www.fe.z.lt/apie-mus>

TITLE OF ARTICLE IN ENGLISH

Summary

Klaipėda Free Economic Zone is area with special economic and legal conditions for economic - commercial and financial activities. This area does not have permanent residents. The Free Economic Zone located in the territory of 412 hectares near the most important transport arteries. 23 foreign and Lithuanian capital companies has already signed the contract for the zone, from which 17 are already operating. Since the start area companies free economic zone, has invested more than 1.7 billion . million and more than 1425 jobs. 3rd All investments generally from its establishment in 2002, has been striving to 1589 million . Lt . During the first year of investment (2003). Investments amounted to 77.87 million . Lt . During the first three years of the investment increased an average of 14.55 million . Lt . However, in 2007, was a huge turning point and investments increased by three times compared to 2006 . and amounted to 462.76 million . Lt . From 2007 to 2012, investments increased by 3.4 times in 2012 . has reached 1589 million . Lt . The largest investments allocated three foreign-owned companies. Most investments 155 , 094 million . Com or 29.76 percent . gave UAB " Fortum Klaipėda. 135 , 942 million . Com , or 26 percent . invested company Mestilla . UAB Lithuania Yazaki Wiring Technologies ' 21.78 percent . or 113.473 million . L

DEBESŲ KOMPIUTERIJA, ATVIRO JOS KODO PROGRAMINĖS ĮRANGOS OWN CLOUD INTEGRAVIMAS Į MONĖJĘ

Marius Montvydas

Lietuvos verslo kolegija

Prof. dr. Olegas Ramašauskas

Anotacija

Šiame straipsnyje analizuojama debesų kompiuterija, jos galimybės, panaudojimo atvejai. Tyrimo būdu nustatoma dabartinė debesų kompiuterijos situacija Lietuvoje.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: debesų kompiuterija, informacinės technologijos, paslauga.

Įvadas

Padarius didelę pažangą informacinių ir ryšių technologijose, per pastarąjį pusę amžiaus, yra vis labiau suvokiama vizija, kad kompiuterija vieną dieną taps penkta pagal naudingumą (po vandens, elektros, dujų, ir telefonijos) komunaline paslauga. Pagal šį modelį, vartotojai galės naudotis paslaugomis pagal jų reikalavimus neatsižvelgiant į tai, kur tos paslaugos yra talpinamos ar kaip pristatomos. Keletas kompiuterijos paradigmu pažadėjo pristatyti šią paslaugos viziją ir apimti klasterius, tinklo kompiuteriją ir neseniai susiformavusią debesų kompiuteriją. Pastarasis terminas žymi infrastruktūrą kaip „Cloud“, iš kurios įmonės ir vartotojai galėtų gauti paraiškas iš bet kurios pasaulio vietos. Taigi, kompiuterių pasaulis sparčiai progresuoja programinės įrangos kūrimo, kuri leistu milijonams vartotojų naudotis šia paslauga, o ne paleisti savo atskirus kompiuterius. Debesų kompiuterija, tai pažangiausias paslaugų, naudojančių informacines technologijas, tiekimo būdas. Pasitelkus šią paslaugą įmonėje įmanoma kelis kartus pagreitinti duomenų apsikeitimą, bei informacijos valdymą, ypač jei tai naudojama buhalterinėje apskaitoje ar kokiam didesniame projekte.

Straipsnio objektas: debesų kompiuterija, privačios „Cloud“ sistemos.

Straipsnio tikslas: parodyti debesų kompiuterijos naudingumą įmonės veikloje.

Straipsnio uždaviniai:

1. Išsiaiškinti debesų kompiuterijos veikimo principus.
2. Pateikti informaciją apie pagrindines debesų infrastruktūras.
3. Palyginti privačias ir nuomojamas debesų sistemas.
4. Pateikti debesų kompiuterijos panaudojimo pavyzdžius įmonėje.

Debesų kompiuterija

Debesų kompiuterija – tai kompiuterinių įrenginių heterogeninis tinklas, prie kurio galima jungtis naudojantis bet kokia OS. Prisijungus duomenų centro operatorius suteikia virtualius kompiuterinius išteklius, kuriuos galima valdyti pagal savo poreikius: pasirenkamos virtualaus serverio programos, kuriomis ir tvarkomi duomenys, naudojama tiek atminties, kiek jos reikia programoms vykdyti, duomenims tvarkyti ir informacijai saugoti. Jokių rūpesčių dėl techninės įrangos derinimo ar programų diegimo. Jei sistemoje įvyksta gedimas ar kitokių trukdžių, debesų kompiuterijos infrastruktūra perkelia virtualų serverį į kitą debesį – tai įmanoma padaryti dėl kuriamo virtualaus serverio duomenų (angl. *image*) kopijos, kuri yra nuolat atnaujinama ir saugoma atskiruose serveriuose skirtinguose debesyse. Duomenų saugumui suteikiama 99,9 proc. saugumo garantija [1].

Technologiniu požiūriu, kaip rašo Zhang, „debesų kompiuterija IT industrijai sukuria virtualų duomenų centrą, kuriame kaupiami duomenys, IO (įvesties ir išvesties, angl. *input output*) įrenginiai, duomenų saugyklos ir galingi kompiuteriai virtualiame išteklių baseine, galintys teikti paslaugas visame internete“ [8] Iš vartotojo pozicijos, „debesų kompiuterija – tai pažangiausias paslaugų, naudojančių informacines technologijas, teikimo

būdas, atskiriantis šių paslaugų naudotoją nuo rūpinimosi pačiomis informacinėmis technologijomis. Debesų kompiuterijos esmė – nuosavų IT komponentų, pradedant infrastruktūra, atsisakymas, IT paslaugas įsigyjant iš išorės, pagal organizacijos poreikius“ [1].

Debesų kompiuterijos siūlomos paslaugos

Galima išskirti tokias siūlomas debesų kompiuterijos tarnybos paslaugas, kurios laikui bėgant yra papildomos, tobulinamos, kad kuo geriau patenkintų kliento poreikius [2]:

1. **SaaS** (angl. *Software as a Service*) – programinė įranga kaip paslauga.

Klientas užsisako tas programas, kurios reikalingos jo darbui, projektui įgyvendinti. Programos pasiekiamos internetu ir valdomos interneto naršykle. Tai gali būti internete veikiantis biuro programų paketas, inventoriaus valdymo, apskaitos, projektų valdymo programos, verslo valdymo sistemos, el. pašto paslaugos ir kt.. Mokama už programos licencijos naudojimą pasirinktam laikotarpiui (angl. *pay-as-you-go* modelis). Su programomis dirbama naudojant interneto naršyklę (į nuosavą kompiuterį nereikia diegti jokių papildomų programų). Tokių paslaugų teikėjai, pavyzdžiui: Salesforce, Google Gmail, Zoho Office, Microsoft „Live“ ir kt.

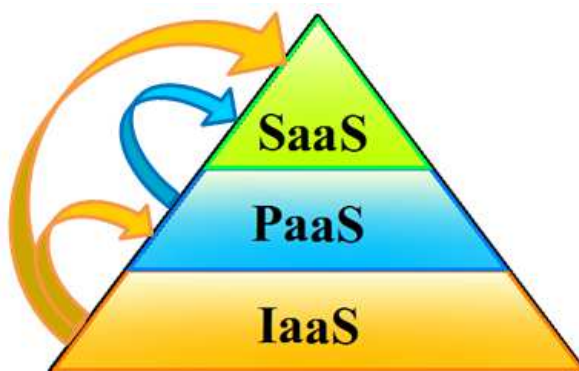
2. **IaaS** (angl. *Infrastructure as a Service*) – infrastruktūra kaip paslauga.

Klientas užsisako virtualius, jam reikalingus kompiuterinius išteklius – tai ir procesoriaus galia, reikiamas atminties kiekis, duomenų saugyklos, OS ir įvairios valdymo, kontrolės ir ryšio programos. Verslininkas moka už suvartotus sutartu laikotarpiu išteklius. Tokių paslaugų teikėjai, pavyzdžiui: Amazon EC2 (Elastic Computer Cloud), Amazon S3 (Simple Storage Service), Bridge2Cloud (paslaugos Lietuvoje), Google Apps Engine, C3 (Citrix Cloud Centre) ir kt.

3. **PaaS** (angl. *Platform as a Service*) – platforma kaip paslauga.

Siūloma infrastruktūra, kuri turi daugybę aplikacinių komponentų, leidžiančių dirbti su programavimo įrankiais, kurti naujus modulius ar tobulinti esamus. Kitaip tariant, siūlomos paslaugos, leidžiančios kurti naujas debesų kompiuterijai reikalingas, paklausias programas, jas testuoti debesyje ir vėliau pasiūlyti debesų kompiuterijos klientams. PaaS siūlo *Microsoft* parengtą paketą (Windows OS, .NET, IIS, SQLServer ir kt.) arba atvirojo kodo paketą LAMP (sudaro *Linux OS, Apache, MySQL* ir *PHP*). Tokių paslaugų teikėjai, pavyzdžiui: *Rollbase, SAP, Red Hat, Windows Azure* ir kt.

Debesų kompiuterijos paslaugos vaizdžiai pateikiamos kaip debesies piramidė (1 pav.). SaaS, PaaS ir IaaS – dažniausiai naudojami lygiai veikiantys tuo pačiu metu, kur programinė įranga yra aukščiausias, o infrastruktūra – žemiausias lygis.



1 pav. Debesų piramidė

* Šaltinis: Sheehan, 2009

Debesų kompiuterijos galimybės

Užsisiūsius pasirinktą paslaugą debesyje, ypač jei planuojama į debesį perkelti visą įmonės informacinę sistemą, labai svarbu turėti patogų ir lankstų bendradarbiavimo ir komunikavimo instrumentą. Norint efektyviai bendradarbiauti ir komunikuoti, vien tik el. pašto paslaugos jau nepakanka. Debesų paslaugų teikėjai, įvertindami verslo dinamiką, šiuolaikinius vadovavimo būdus, kai idėjoms generuoti ir projektams įgyvendinti

gali būti pritraukti ne tik įmonės specialistai, bet ir kiekvienas nevadovaujantis, bet entuziastingas kolektyvo narys, bendravimui ir komunikacijai siūlo naudoti socialinio bendravimo aplinkas.

Verslui skirtų bendradarbiavimo ir komunikacijai skirtų programų bendrieji bruožai [2]:

- Vartotojo profilis. Kiekvienas besilankantis debesyje gali susikurti profilį. Jame skelbiama su verslu susijusi asmens informacija – asmeniniai pasiekimai profesinėje veikloje, publikacijos, atliktos ekspertizės.
- Grupės. Į grupes jungiami skyriaus darbuotojai, atliekantys projektinius darbus. Informacija yra skleidžiama visiems grupės nariams, ją galima komentuoti, keisti, pildyti. Informacijos nemato nariai, nepriklausantys grupei.
- Keitimasis dokumentais. Yra galimybė bendrinti dokumentus. Prieš atsisiunčiant dokumentą, galima jį peržiūrėti.
- Pokalbių kambariai, rekomendacijos. Realiu laiku galima bendrauti su kolegomis prieš siunčiant dokumentą, įtraukiant asmenis į grupes, galima pasiskaityti atsiliepimus apie asmenį, rekomendacijas.
- Pranešimai. Automatinis pranešimų siuntimas visiems organizacijos nariams. Pranešimai kolegoms, kokie darbai atliekami. Informacija yra svarbi vengiant darbų dubliavimo.
- Analizė. Galima prisijungimų prie paskyros ir veiklos statistinė analizė.
- Pakvietimai. Pakvietimai prisijungti yra privatūs, saugūs ir neapmokestinami.
- Atnaujinimai. Prie visų įrašų rašoma data. Fiksuojami pakeitimai, kas ir kada juos atliko.
- Prisijungti prie profilio galima ir mobiliuoju telefonu. Kuriamos specialios mobiliems įrenginiams skirtos programos, kad darbuotojas iš bet kurios vietos galėtų sekti įmonės informaciją, įvykius kalendoriuje ar pranešti kitiems naujienas, pasiekimus.

Dirbant virtualiame privačiame debesyje, galima žinoti visą organizacijos informaciją ir puikiai komunikuoti:

- Šiuolaikiniame kūrybiniame versle visą darbui reikalingą informaciją darbuotojai gali rasti virtualioje aplinkoje – naujienas, veiklos rodiklius, darbo grupes, partnerius, informaciją apie darbuotojus.
- Projektų vadovai gali stebėti projektų eigą, įkelti, peržiūrėti dokumentus, realiuoju laiku aptarti susijusius klausimus su kitais projekto dalyviais.
- Darbuotojai kartu kuria turinį, dalijasi informacija ir patirtimi, išgrynina naujas idėjas, diskutuodami virtualioje erdvėje[3].

Bendradarbiavimui ir komunikacijai debesyse naudojamos ir siūlomos komunikacijai skirtos programos – Lotus Notes/Domino, Microsoft SharePoint, Salesforce Chatter. Europoje siūlomos programos – Flowr, LumoFlow, Collibra ir kt. iš dalies gali tenkinti poreikius. Bendravimui realiuoju laiku VoIP (Skype), Audio/Video konferencijos (WebEx, GoToMeeting) gali būti integruotos į debesį komunikacijai palaikyti [4].

Privačios bei nuomojama debesų sistemos

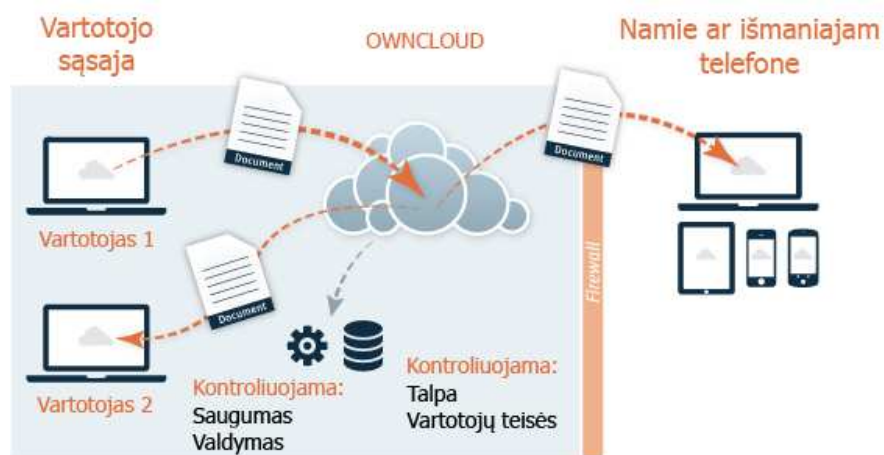
Privati bei nuomojama sistema turi tiek savų plusų bei minusų. Nuomodami šią paslaugą atsisakome kompiuterinės techninės įrangos, ją suteikia tiekėjas. Tačiau netūrėdami tiesioginės prieigos netenkame galimybės valdyti savo duomenų saugumo, negalime patys didinti įrangos talpos ar galingumo, už papildomas paslaugas – papildomas mokėtis. Bei nesame užtikrinti duomenų konfidencialumu (2 pav.).



2 pav. Nuomojamos debesų sistemos veikimo modelis

**Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal owncloud.org*

Tūrėdami privačią sistemą galime valdyti savo serverį kaip norime, didinti jo galingumą, talpą. Būti labiau užtikrinti dėl duomenų konfidencialumo (3 pav.). Tačiau įrangą turime laikyti pas save ir ja rūpintis, bei išlaikyti. Didėja sugedimo rizika, bei taisymo laikas.



3 pav. Privačios debesų sistemos veikimo modelis

**Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal owncloud.org*

Kainų palyginimas

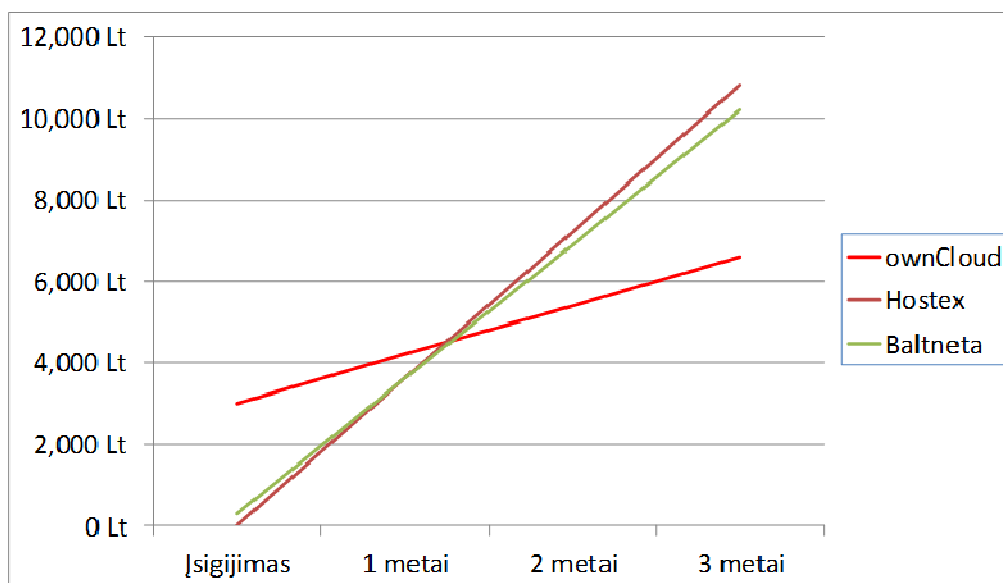
Buvo atliktas tyrimas ir palygintos kainos pagal 2014m. pirmą pusmetį. Palygintos kainos buvo tarp Hostex ir Baltmeta teikiamų paslaugų, bei privačios ownCloud sistemos perkant serverio įrangą ir laikant ją pas save. Kainą buvo lyginama pasirinkus panašaus galingumo serverius.

1 lentelė

Kainų lentelė

	ownCloud	Hostex	Baltmeta
Serveris	3000 Lt	0 LT	300 Lt
Mėnesinis išlaidymas	100 Lt	300 Lt	275 Lt

*Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal 2014m duomenis



4 pav. Privachios debesų sistemos veikimo modelis

*Šaltinis: sudaryta autoriaus

Kaip matome grafike (4 pav.) skirtumą tarp privačios sistemos ir nuomojamų paslaugų, įsigijimo metu perkant serverį patiems išleidžiama didelė pinigų suma tačiau jau ties pusantrų metų įvyksta persilaužimas ir technika pradeda atsipirkti.

Debesų nauda įmonėje

Debesų sistemų panaudojimas įmonės veikloje yra gana platus. Pradedant nuo tiesiog duomenų talpyklos ir baigiant sudėtingų programinių įrangų, bei duomenų bazių naudojimu.

Visų pirma jei įmonė nutaria pirkti šią paslaugą iš tiekėjų ji atsikrato nereikalingos technikos, ja nebereikia rūpintis, ja rūpinasi tiekėjas. Tarkim įmonė nori įsigyti buhalterinę, bei apskaitos programas. Tūrėdamas jas debesyse įmonė galės prie jų prieiti nuotoliniu būdu, tai yra nedidelės apimties buhalteriją bus galima atlikti nebūnant įmonėje. Apskaitos programoje peržiūrėti prekių atsargas savo planšetiniame kompiuteryje arba išmaniajame telefone, tokiu būdu sutaupant laiko.

Išvados

Debesų kompiuterija – būdas atsikratyti papildomų įmonės išlaidų ir laiko sąnaudų IT srityje. Įmonė pagal savo poreikius turi platų debesų kompiuterijos siūlomų paslaugų pasirinkimą.

Nors Lietuvoje debesų sistemos ir nėra naujovė, tačiau jų paplitimas dar tikrai mažas. Paslaugą mažai išreklamuota, daugelis dar nežino apie jos galimybes. Kadangi vis dar vyraujas maža pasiūla tai ir kainos didelės. Lietuvoje yra vos keli stambesni šios paslaugos tiekėjai.

Pagal dabartinę situaciją Lietuvoje, didesnėms įmonėms apsimoka turėti savo serverius nei nuomotis iš tiekėjų. Tačiau mažesnėms įmonėms tikrai naudingiau pirkti šią paslaugą ir atsikratyti kuo daugiau techninės įrangos įmonės viduje.

Literatūra

1. Aldas Glemža, Ričardas Baranauskas „Debesų kompiuterijos“ panaudojimas versle ir viešajame sektoriuje 2010
2. Angelė Pečeliūnaitė Debesų kompiuterija: darbas, bendradarbiavimas ir komunikacija 2011
3. Chee Shin Yeo, Rajkumar Buyyaa Future Generation Computer Systems 2009
4. Thomas Erl Service – Oriented Architecture 2005
5. Privačios debesų sistemos „ownCloud“ puslapis <http://owncloud.org/>
6. Paslaugų tiekėjo „Baltnet“ internetinis puslapis <http://www.balt.net/>
7. Paslaugų tiekėjo „Hostex“ internetinis puslapis <http://www.hostex.lt/>

CLOUD COMPUTING, OPEN-SOURCE SOFTWARE OWNCLOUD APPLICATION IN BUSINESS

Summary

Big progress in information and communication technologies in the last half century is increasingly perceived vision that computing will one day be the fifth utility (after water, electricity, gas, and telephony) utilities. In this model, users will be able to use the services in accordance with their requirements, regardless of where the service is hosted or delivered as. Several computing paradigms have promised to deliver the services vision and include a cluster of network computing and recently formed cloud computing. The latter term denotes the infrastructure as a “Cloud “in which businesses and consumers can access the applications from any location in the world. Thus, the computing world is rapidly progressing development of software that would enable millions of users to use the service, not run their individual computers. Cloud computing is the most advanced services using information technology in supply. With the help of this service the company a few times as possible to speed up the exchange of data and information management, especially when it is used in accounting, or any larger project.