

# „STUDENTŲ TAIKOMIEJI TYRIMAI“

MOKSLINĖS-PRAKTINĖS STUDENTŲ KONFERENCIJOS  
STRAIPSNŲ RINKINYS

2024 m. gegužės 10 d.  
Marijampolė, Lietuva

---

# „STUDENTS APPLIED RESEARCH“

---

**SCIENTIFIC AND PRACTICAL STUDENTS CONFERENCES  
ARTICLE COLLECTION**

10<sup>th</sup> of May, 2024  
Marijampole, Lithuania

### **KONFERENCIJOS MOKSLINIS KOMITETAS:**

Habil. dr. *Kęstutis Žemaitis*, ESDF Teisės, komunikacijos ir žmogaus gerovės katedros profesorius;

Dr. *Andrejus Novikovas*, ESDF Teisės, komunikacijos ir žmogaus gerovės katedros profesorius;

Dr. *Živilė Advilonienė*, ESDF Ugdymo mokslų katedros docentė;

Dr. *Linas Baublys*, ESDF Teisės, komunikacijos ir žmogaus gerovės katedros docentas;

Dr. *Salomėja Karasevičiūtė*, ESDF Teisės, komunikacijos ir žmogaus gerovės katedros docentė;

Dr. *Bernardas Vaznonis*, VTF Vadybos, finansų ir informacinių sistemų katedros docentas;

Dr. *Gintautė Žibėnienė*, ESDF Ugdymo mokslų katedros docentė.

### **KONFERENCIJOS ORGANIZACINIS KOMITETAS:**

*Alė Murauskienė*, Marijampolės kolegijos direktorė;

*Kęstutis Traškevičius*, Marijampolės kolegijos Edukologijos ir socialinio darbo fakulteto dekanas;

*Ilona Mulerenkienė*, Marijampolės kolegijos direktorės pavaduotoja akademinėi ir mokslo taikomajai veiklai, ESDF Darnaus verslo vadybos studijų programos komiteto pirmininkė;

*Odetą Gluoksnytė*, Marijampolės kolegijos Edukologijos ir socialinio darbo fakulteto prodekanė, Verslo anglų kalbos ir komunikacijos studijų programos komiteto pirmininkė;

*Kristina Miškinienė*, Marijampolės kolegijos Studijų ir karjeros skyriaus vadovė, VTF Tarptautinio verslo vadybos studijų programos komiteto pirmininkė;

*Romalda Kasiliauskienė*, ESDF Ugdymo mokslų katedros vedėja, lektorė;

*Danutė Mickevičienė*, ESDF Teisės, komunikacijos ir žmogaus gerovės katedros vedėja, lektorė;

*Vaida Pituškienė*, Marijampolės kolegijos Edukacinio aukštojo mokslo studijų centro vadovė;

*Živilė Myru*, Marijampolės kolegijos Edukacinio aukštojo mokslo studijų centro metodininkė, lektorė;

*Birutė Petrošienė*, VTF Buhalterinės apskaitos studijų programos komiteto pirmininkė, lektorė;

*Edita Vosyliienė*, ESDF Vaikystės pedagogikos studijų programos komiteto pirmininkė, lektorė;

*Arūnas Žukauskas*, ESDF Teisės ir viešųjų pirkimų studijų programos komiteto pirmininkas, lektorius;

*Gintaras Misiurevičius*, Informacinių technologijų ir elektroninių studijų centro vadovas;

*Laima Vaičiūnienė*, Informacijos ir studijų šaltinių centro vadovė;

*Žymantė Šarkauskaitė*, ESDF Teisės, komunikacijos ir žmogaus gerovės katedros sekretorė.

All submitted papers have been double blind reviewed

ISBN 978-609-8079-35-7

## TURINYS

ĮMONĖS X KIBERNETINIO SAUGUMO DIDINIMAS PROGRAMINĖMIS PRIEMONĖMIS <i>Arūnas Andriukaitis. Lekt. Vilma Riškevičienė, lekt. Evaldas Plečkaitis</i> .....	7
PINIGŲ SRAUTŲ VALDYMAS ĮMONĖJE AB „NOVATURAS“ <i>Greta Andriukevičiūtė, lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	18
DARBO UŽMOKESČIO APSKAITOS TEORINIAI ASPEKTAI <i>Gintarė Bačinskienė, lekt. Aušra Gabrevičienė</i> .....	24
PECULIARITIES OF DIGITAL CONTENT MARKETING <i>Lauryna Budraitė, lekt. Odeta Gluoksnytė</i> .....	38
DIDAKTINIŲ ŽAIDIMŲ TAIKYMAS PAŽINIMO KOMPETENCIJOS UGDYMU ANKSTYVAJAME AMŽIUJE <i>Eglė Dainauskaitė, lekt. Edita Vosylienė</i> .....	42
UAB „JM“ APLINKOS STRATEGINĖ ANALIZĖ <i>Tomas Dilius, lekt. Ilona Mulerenkienė</i> .....	49
THE USE OF JARGON IN BUSINESS COMMUNICATION <i>Vaida Dirmienė, lekt. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	58
BUSINESS IDIOMS RELATED TO SPORTS: STRUCTURAL, LEXICAL AND GRAMMATICAL ANALYSIS <i>Vilijus Doilidovas, lekt. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	62
ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS AS COMMUNICATION ROBOTS IN EDUCATION <i>Ornela Grušelionytė, lekt. Odeta Gluoksnytė</i> .....	69
EXPLORING THE DOUBLE-EDGED SWORD OF ENGLISH AS A WORLDWIDE LANGUAGE <i>Gülstan Ateş, lekt. Odeta Gluoksnytė</i> .....	76
ENGLISH LANGUAGE TERMINOLOGY OF SOCIAL MEDIA <i>Ieva Insodaitė, lekt. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	81
THE CHARACTERISTICS OF FORMAL AND INFORMAL COMMUNICATION STYLES IN A PUBLIC COMPANY <i>Skaistė Jankauskaitė, lekt. Dileta Ravinienė</i> .....	88
3–5 M. VAIKŲ SUDOMINIMO KNYGA METODAI <i>Živilė Katkauskaitė, lekt. Edita Vosylienė</i> .....	94
PREKYBA ŽMONĖMIS <i>Sandra Kirtiklytė, lekt. Arūnas Žukauskas</i> .....	102
APYVARTINIO KAPITALO VALDYMAS UAB „KLEVAI“ ĮMONĖJE <i>Miglė Labutytė, lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	107
ATSISKAITYMŲ TVARKA AB „PIENO ŽVAIGŽDĖS“ ĮMONĖJE <i>Inga Malinauskaitė, lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	113
MEDIACIJA CIVILINĖJE TEISĖJE: TEORINIAI ASPEKTAI, MEDIACIJOS PRAKTIKA IR EFEKTYVUMO VERTINIMAS <i>Vytautė Margelytė, lekt. Arūnas Žukauskas</i> .....	121
MB „AURIAUTO“ ĮMONĖS PINIGŲ VALDYMAS <i>Alma Matulionienė, lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	125

GAMYBOS ĮMONIŲ ATSARGŲ APSKAITOS YPATUMAI <i>Sigita Mickevičiūtė,</i> <i>lekt. Birutė Petrošienė</i> .....	134
ATSARGŲ VALDYMAS ĮMONĖJE AB „VILNIAUS BALDAI“ <i>Sigita Mickevičiūtė,</i> <i>Lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	144
FINANSINIŲ ATASKAITŲ RINKINIO SUDARYMAS <i>Sandra Micutienė,</i> <i>lekt. Birutė Petrošienė</i> .....	154
ILGALAIKIO TURTO INVENTORIZAVIMAS IR REZULTATŲ ATSPINDĖJIMAS APSKAITOJE <i>Liveta Paplauskaitė, lekt. Birutė Petrošienė</i> .....	164
INVESTAVIMO SĄLYGOS LIETUVOJE <i>Liveta Paplauskaitė, lekt. V. Mickevičienė</i> .....	174
TRUMPALAIKIO TURTO FINANSAVIMAS AB „PANEVĖŽIO STATYBŲ TRESTAS“ ĮMONĖJE <i>Monika Paukštienė, lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	182
THE IMPORTANCE OF USING METAPHORS IN BUSINESS ENGLISH <i>Ieva Povilaitienė,</i> <i>lect. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	189
IKIMOKYKLINIO UGDYMO PEDAGOGŲ SKAITMENINIO RAŠTINGUMO GEBĖJIMŲ SVARBA VAIKŲ UGDYMU <i>Roberta Račkauskienė, lekt. Lina Seliokienė</i> .....	198
UAB „X“ IŠORINĖS IR VIDINĖS APLINKOS VEIKSNIŲ STRATEGINĖ ANALIZĖ <i>Egidijus Rimkus, lekt. Ilona Mulerenkienė</i> .....	206
RESTITUCIJOS TAIKYMO PROBLEMAS SUTARTINIUOSE SANTYKIUOSE <i>Gabrielė</i> <i>Rugienytė, lekt. Arūnas Žukauskas</i> .....	218
PIRKIMŲ VALDYMAS AB „VILNIAUS BALDAI“ ĮMONĖJE <i>Erikas Silickas,</i> <i>lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	224
BENDRININKAVIMO FORMOS KAIP ATSAKOMYBĘ SUNKINANČIOS APLINKYBĖS IR KVALIFIKUOJANTYS POŽYMIAI <i>Evelina Slavėnaitė, lekt. Arūnas Žukauskas</i> .....	230
ETNOMUZIKOS SVARBA IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ UGDYME <i>Odeta Slavinskaitė, lekt. Edita Vosylienė</i> .....	238
INOVACIJŲ TAIKYMAS X KULTŪROS CENTRE: LANKYTOJŲ POŽIŪRIU <i>Vilius Slibinskas, lekt. Danutė Mickevičienė</i> .....	245
KROVINIO PERVEŽIMO ANALIZĖ „LOC TRACKER“ SISTEMOJE <i>Milda Sližauskaitė,</i> <i>lekt. Rūta Tumėnienė</i> .....	251
THE USE OF JARGON IN INTERNATIONAL INSTITUTIONS <i>Aurelija Stašaitienė,</i> <i>lect. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	257
ANGLICISMS IN THE LITHUANIAN ADVERTISING LANGUAGE <i>Evelina Sutkaitienė,</i> <i>lect. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	265
FINANSŲ VALDYMAS AB „ŠIAULIŲ ENERGIJA“ <i>Deimantė Tunaitienė,</i> <i>lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	274
ILGALAIKIO NEMATERIALAUS TURTO APSKAITA <i>Deimantė Tunaitienė</i> <i>lekt. Birutė Petrošienė</i> .....	281

3 – 5 METŲ VAIKŲ EMOCINIO RAŠTINGUMO UGDYMAS LIETUVIŲ LIAUDIES GYVULINĖMIS PASAKOMIS <i>Ramunė Valaitytė – Jurčiukonienė, lekt. Edita Vosylienė</i> .....	289
PIRKĖJŲ SKOLŲ VALDYMAS AB „VILVI GROUP“ <i>Judita Valentienė, lekt. Viktorija Mickevičienė</i> .....	296
ENGLISH IDIOMS OF TIME: STRUCTURAL, LEXICAL, GRAMMATICAL ANALYSIS <i>Gabrielė Valuckaitė, lect. Romalda Kasiliauskienė</i> .....	307
THE IMPORTANCE OF ENGLISH LANGUAGE IN COCA – COLA GLOBAL WORKPLACE <i>Eglė Žaliauskaitė, lect. Odeta Gluoksnytė</i> .....	315
„ØKODRIFT HOMLAGARDEN AS“ DARBO UŽMOKESČIO APSKAITA <i>Jurgita Žemaitė, lekt. Birutė Petrošienė</i> .....	320

# ĮMONĖS X KIBERNETINIO SAUGUMO DIDINIMAS PROGRAMINĖMIS PRIEMONĖMIS

*Arūnas Andriukaitis*  
*Lektorė Vilma Riškevičienė,*  
*Lekt. Evaldas Plečkaitis*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Šiuo metu kaip niekad yra aktuali kibernetinio saugumo tema, labai padaugėjo atvejų, kai yra įsilaužiama į įvairias kompiuterines sistemas ir yra pavagiami vartotojų duomenys. Padaugėjo kenkėjiškų laiškų kiekis, kuriais bandoma pasisavinti vartotojų asmeninius duomenis. Atsižvelgiant į tai reikia nuolat stiprinti įvairių kompiuterinių sistemų kibernetinį saugumą, taip pat nuolat šviesti vartotojus kibernetinio saugumo klausimais. Darbo tikslas kibernetinio saugumo didinimas programinėmis priemonėmis. Išanalizuota ir palyginta programinė įranga skirta kompiuterinio tinklo bei serverių stebėjimui ir kompiuterizuotų darbo vietų stebėjimui bei administravimui. Pagal funkcinius ir nefunkcinius reikalavimus parinkta tinkamiausia programinė įranga, ji sudiegta ir pradėta naudoti. Pradėjus naudotis šiomis priemonėmis pagerėjo įmonės X kibernetinis saugumas. Pagal duotas užduotis sukurti du programinės įrangos diegimo paketai.

**Raktiniai žodžiai:** kibernetinis saugumas, programinės priemonės.

## Įvadas

**Temos aktualumas:** Šiuo metu kaip niekad yra aktuali kibernetinio saugumo tema, labai padaugėjo atvejų, kai yra įsilaužiama į įvairias kompiuterines sistemas ir yra pavagiami vartotojų duomenys. Padaugėjo kenkėjiškų laiškų kiekis, kuriais bandoma pasisavinti vartotojų asmeninius duomenis. Atsižvelgiant į tai reikia nuolat stiprinti įvairių kompiuterinių sistemų kibernetinį saugumą, taip pat nuolat šviesti vartotojus kibernetinio saugumo klausimais.

**Tyrimo objektas:** Įmonės X kompiuterinis tinklas, serveriai ir kompiuterizuotos darbo vietos.

**Tyrimo tikslas:** Įmonės X kibernetinio saugumo didinimas programinėmis priemonėmis.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti kompiuterinio tinklo ir serverių stebėjimo programas ir parinkti tinkamiausią sprendimą tinkantį įmonei X.
2. Išanalizuoti kompiuterizuotų darbo vietų stebėjimo bei administravimo programines priemones ir parinkti tinkamiausią sprendimą tinkantį įmonei X.
3. Įdiegti parinktas programines priemones ir apžvelgti jų panaudojimo atvejus.
4. Sukurti programą, kuri PDQ Deploy pagalba iš kompiuterių ištrintų nereikalingus lokalius vartotojus.
5. Sukurti programą, kuri PDQ Deploy pagalba į nešiojamus kompiuterius sudiegtų ir sukonfigūruotų programą „FortiClient VPN“.

**Tyrimo metodai:** atlikus pasirinktos programinės sistemos analizę, įdiegti parinktą programinę sistemą.

Atsižvelgiant į tai, kad kibernetinis saugumas kasmet tampa vis aktualesnis ir kibernetinių atakų skaičius vis didėja, reikia skirti vis daugiau dėmesio kibernetinio saugumo didinimui ir priemonėms apsaugai nuo kibernetinių atakų. Nacionalinio kibernetinio saugumo centro (NKSC) duomenimis 2022 m. incidentų skaičius išliko panašus kaip ir 2021 m. (registruota 4080 kibernetinių incidentų), tačiau labai išaugo atakos, kurių metu siekta sutrikdyti viešojo ir privataus sektoriaus internetinių svetainių darbą. Per atakas, už kurias atsakomybę prisiėmė Rusijos Federaciją palaikantys įsilaužėliai bandyta paveikti daugiau nei 130 viešai pasiekiamų interneto svetainių. Net 52 proc. išaugo kibernetinių nusikaltimų skaičius, kurių metu iš gyventojų ir įmonių pavyko išvilioti beveik 12 mln. Eurų (NKSC, 2023).

Pagal NKSC (NKSC, 2020, p. 16) „Tinkamai pasirinktos techninės priemonės gali sumažinti kibernetinių incidentų riziką, tačiau be darbuotojų žinių šioje srityje apsisaugoti nepavyks. Didesnį kibernetinį saugumą galėsite pasiekti, jei Jūsų įmonėje bus ugdomas darbuotojų kibernetinio saugumo sąmoningumas, įdiegtos techninės apsaugos priemonės ir nustatytos taisyklės, kaip reikia tinkamai jomis naudotis.“

Remiantis NKSC viena iš paprastų priemonių užtikrinančių serverių kibernetinę apsaugą yra nuolatinis jų darbo stebėjimas. Yra reikalinga pastoviai atnaujinti serverio operacinę sistemą įdiegti visus naujausius operacinės sistemos saugumo pataisymus. Tai taip pat yra taikoma ir kompiuterizuotoms darbo vietoms, jos taip pat turi būti nuolat stebimos ir automatiškai sudiegti tiek operacinės sistemos, tiek naudojamos programinės įrangos atnaujinimai (NKSC, 2015). Šių priemonių

svarbą akcentuoja ir Malwarebytes kompanija. Šios saugumo sprendimų kompanijos teigimu, serverio saugumo stiprinimas yra nuolatinis procesas. Pagrindinė serverio saugumo priemonė yra patikima antivirusinė programa. Minėta įmonė rekomenduoja reguliariai įdiegti operacinės sistemos saugos pataisymus (Malwarebytes, 2024). Šiuo klausimu tokios pat nuomonės ir „Jones IT“. Pastarosios kompanijos teigimu, svarbiausia yra serverio fizinė apsauga (durys, vaizdo stebėjimas, kontroliuojama prieiga prie serverio). Paskyroms apsaugoti būtina naudoti „stiprius“ slaptažodžius. Įmonės teigimu, sekantis žingsnis užtikrinant saugumą – nuolatinis serverio ir kompiuterizuotų darbų vietų operacinės sistemos atnaujinimas, jo stebėjimas ir saugos pataisymų diegimas (Jones IT, 2023).

## 1. Serverių stebėjimo sistema

### 1.1. Serverių stebėjimo sistemų palyginimas ir pasirinkimas

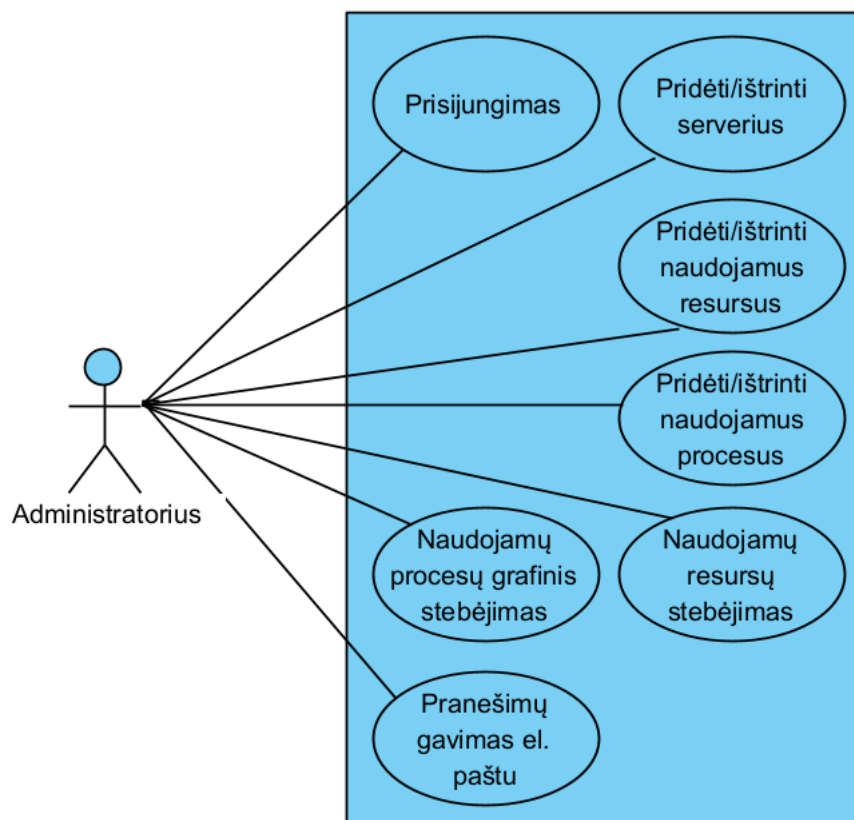
Apžvelgus pagrindines pasirinktų stebėjimo sistemų Prometheus, Zabbix, Nagios XI ir Cacti funkcijas ir savybes palyginsime jas pagal pasirinktus parametrus (žr. 1 lent.).

1 lentelė **Stebėjimo sistemų palyginimas**

Reikalavimai	Prometheus	Zabbix	Nagios XI	Cacti
Turi būti nemokama	Taip	Taip	Nemokama tik iki 100 procesų	Taip
Kompiuterinio tinklo stebėjimas	Iš dalies	Taip	Taip	Taip
Serverių su Linux ir Windows OS stebėjimas	Taip	Taip	Taip	Taip
Serveriuose sudiegtos programinės įrangos stebėjimas	Taip	Taip	Taip	Iš dalies su papildomomis priemonėmis
Stebėti duomenų bazes MySQL, PostgreSQL, Microsoft SQL, Mongo DB, Oracle	Iš dalies panaudojus papildomas priemones	Taip	Taip	Labai ribotai
Paprastas įdiegimas	Taip	Taip	Taip	Taip
Duomenys įrašomi į lokalią duomenų bazę	Taip, bet naudoja savo vidinę laiko duomenų bazę (Time Series Database)	Taip galima naudoti MySQL, MariaDB, PostgreSQL, SQLite	Taip, bet naudoja tik MySQL duomenų bazę	Taip, bet naudoja tik MySQL duomenų bazę

Atlikus pasirinktų stebėjimo sistemų Prometheus, Zabbix, Nagios XI ir Cacti analizę pastebėta, kad keliamus funkcinius ir nefunkcinius reikalavimus geriausiai atitinka Zabbix stebėjimo sistema. Nagios XI stebėjimo sistema taip pat atitinka daugumą keliamų reikalavimų, tačiau nepasirinkta, kadangi norint gauti pilną sistemos funkcionalumą reikia pirkti licenciją, kurios mažiausia kaina nuo 2280 eurų. Toliau parod (žr. 1 pav.):





1 pav. Serverio stebėjimo sistemos panaudos atvejų diagrama

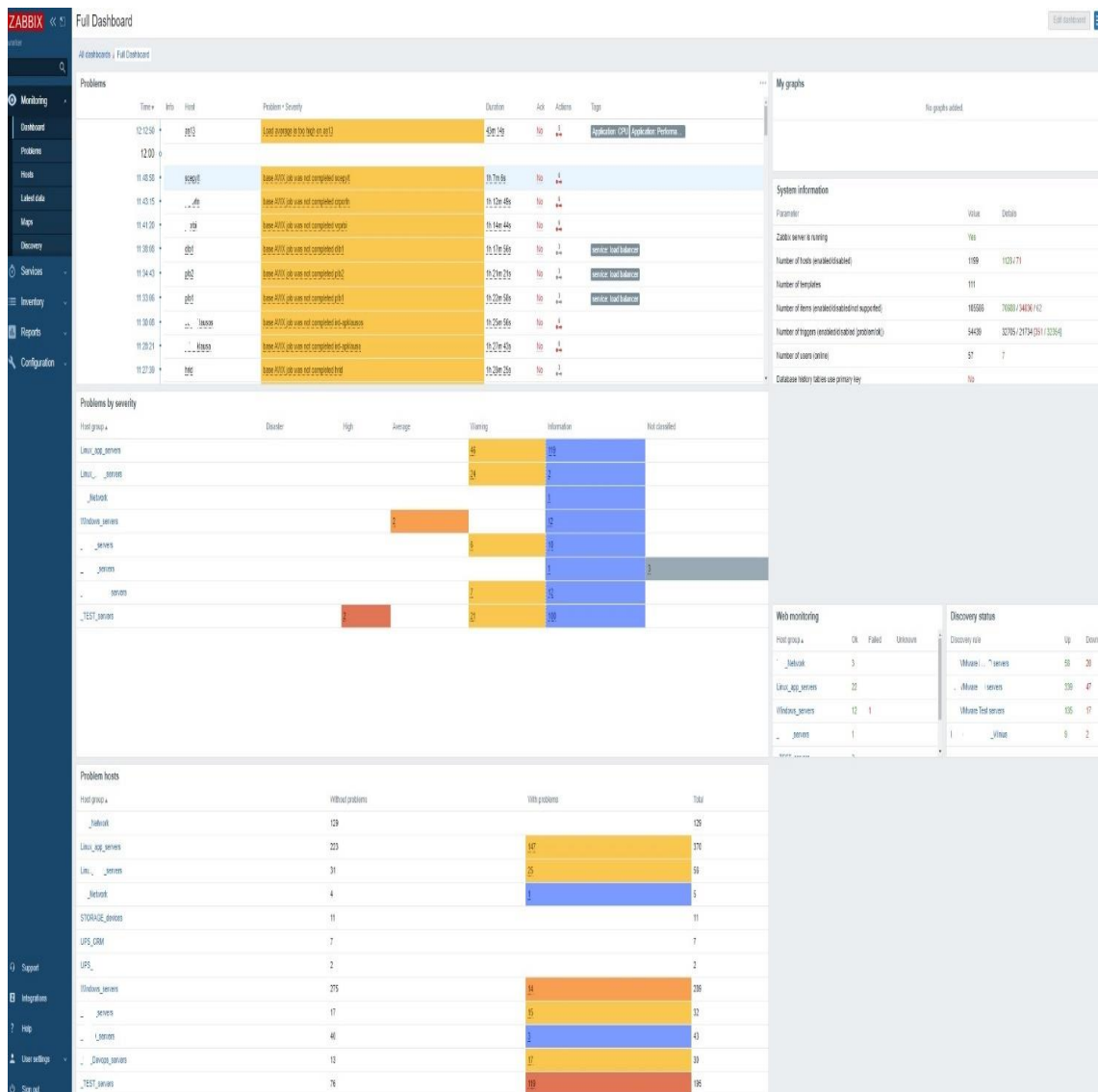
Administratorius gali prisijungti prie serverio stebėjimo programos. Autentifikuotas ir autorizuotas administratorius gali pridėti/ištrinti serverius, stebėti naudojamus resursus, grafinėje sąsajoje stebėti serverių darbą realiu laiku. Paspėjimas ir kritiniai pranešimai apie serverių darbą siunčiami elektroniniu paštu.

## 1.2. Serverių stebėjimo sistemos Zabbix panaudojimas

Remiantis kibernetinio saugumo ekspertais (Malwarebytes, 2024) norint pagerinti kibernetinį saugumą būtina stebėti serverių darbą ir nuolat atnaujinti jų OS ir programinę įrangą. Norint stebėti Windows OS arba Linux OS serverius, juose reikia sudiegti Zabbix agentą. Suinstaliavus Zabbix agentą norimame stebėti serveryje, reikia jį užregistruoti Zabbix serveryje. Naudojame Windows serverių šabloną (Windows template) Zabbix. Šis šablonas leidžia stebėti daug įvairių serverio parametrus. Viena svarbiausių sistemos funkcijų – serverio pasiekiamumo stebėjimas. Serveriui neveikiant iš karto gaunamas pranešimas, apie šią problemą.

Kibernetinio saugumo ir serverio pasiekiamumo didinimas galimas ir tiesiog stebint serverio procesoriaus darbą, operatyvinės atminties naudojimą bei tinklo plokštės apkrovimą. Sekdami ir tikrindami šiuos parametrus galima pastebėti netipinį serverio išteklių naudojimą. Viena iš šio apkrovimo padidėjimo priežasčių gali būti susiję su kenkėjiška veikla, kuria siekiama sutrikdyti normalų serverio darbą. Išsiųstas pranešimas apie didesnę nei įprastai serverio apkrovą padeda reaguoti į incidentą ir aiškintis to priežastis bei minimizuoti galimos atakos padarinius.

2. paveiksle parodytas įmonės X administratoriaus sąsajos pagrindinis langas, kuriame matyti stebimi serveriai ir juose šiuo metu iškilusios problemos.



2 pav. Įmonės X Zabbix serverio langas

## 2. Programinė įranga skirta kompiuterizuotoms darbo vietoms

### 2.1. Programinės įrangos skirtos kompiuterizuotoms darbo vietoms palyginimas ir pasirinkimas

Kibernetinio saugumo ekspertai pataria nuolat atnaujinti kompiuterizuotų darbo vietų (toliau KDV) operacines sistemas ir jų naudojamą programinę įrangą. Kadangi aprašomoje įmonėje yra naudojama daug kompiuterių, kurie yra netgi skirtinguose pastatuose ir jų kiekis siekia keletą šimtų. Tikslaus jų kiekio, išdėstymo ir kitos konfidencialios informacijos pateikti negalima. Visi įmonės kompiuteriai yra pajungti į AD domeną (Active directory domeną). KDV įrengtos skirtinguose pastatuose pakankamai dideliu fiziniu atstumu, fiziškai patikrinant KDV yra gaišamas administratorių laikas.

Norint kokybiškai prižiūrėti tokį didelį kiekį KDV administratoriams reiktų skirti tam labai daug laiko, taip pat trukdytųsi ir įmonės darbuotojų darbas, nes kol yra diegiami atnaujinimai jie negalėtų tinkamai vykdyti savo funkcijas. Tam tikslui geriausia naudoti programinę įrangą, kuri automatiškai pagal administratorių poreikį būtų instaliuojama į KDV. Šios programinės įrangos dėka galima šalinti nereikalingas programas iš KDV. Operacinės sistemos ir programinės įrangos atnaujinimus galima diegti daugybei vartotojų vienu metu, o tai sutaupo labai daug darbo laiko administratoriams, kurie tą laiką gali skirti kitoms funkcijoms vykdyti. Be to, galimas įvairių automatizuotų scenarijų (angl. script) kūrimas, kuriomis galima taikyti įvairias taisykles KDV.

Pagal pasirinktus programinės įrangos skirtos KDV operacinės sistemos (toliau OS) ir programinės įrangos atnaujinimui parametrus palyginsime pasirinktą programinę įrangą (žr. 2 lent.).

## 2 lentelė Programinės įrangos skirtos KDV OS ir programų atnaujinimui palyginimas

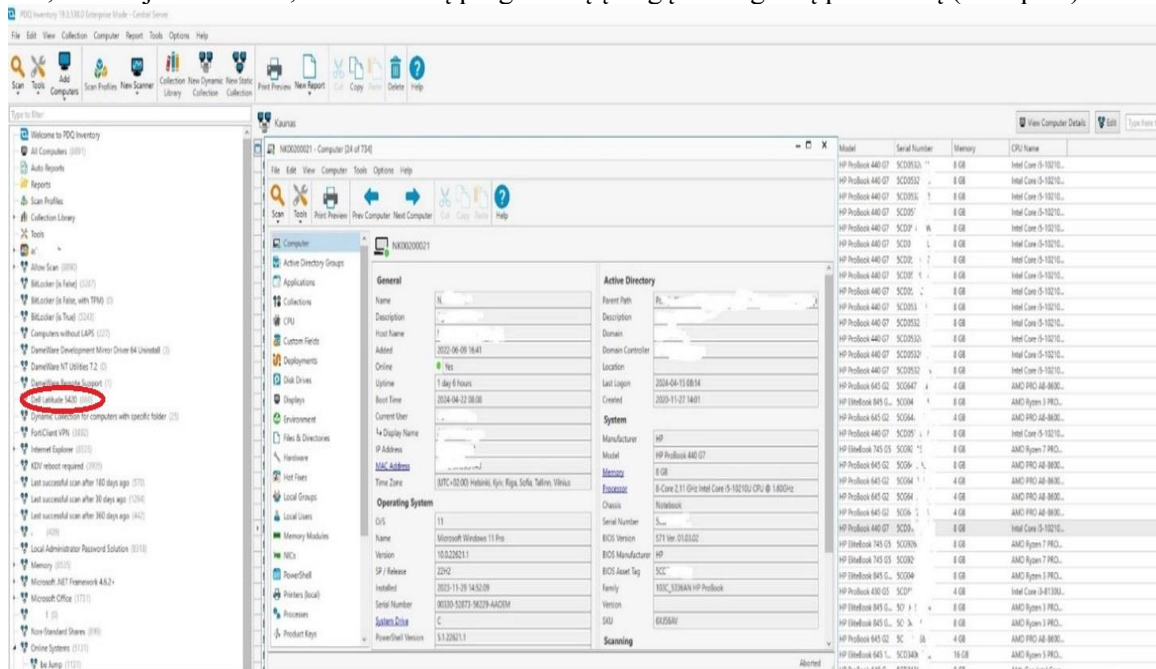
Reikalavimai	ManageEngine Endpoint Central	NinjaOne	PDQ Deploy ir PDQ Inventory
Programinės įrangos atnaujinimai	Taip	Taip	Taip
Automatinis diegimas pasirenkant laiką	Taip	Taip	Taip
Kurti ir redaguoti programų diegimo paketus	Taip	Taip	Taip
Stebėti ir gauti ataskaitas apie tai kaip vyksta atnaujinimai, kokie yra diegimo rezultatai.	Taip	Taip	Taip
Stebėti informaciją apie visas įmonėje naudojamas KDV, juose įdiegtą programinę įrangą, aparatūros duomenis ir kita	Taip	Taip	Taip
Matyti ar KDV aktyvi	Taip	Taip	Taip

Atlikus analizę visos pasirinktos programos visiškai atitinka keliamus funkcinis ir nefunkcinis reikalavimus. Remiantis G2 internetiniu tinklapiu (G2, 2024) ir kitais internetiniais šaltiniais galima teigti, jog PDQ Deploy ir PDQ Inventory yra paprasčiau naudotis nei NinjaONE ir ManageEngine Endpoint Central.

PDQ Deploy ir PDQ Inventory turi pranašumą prieš kitas analizuotas programines įrangas savo diegimo kaštais. PDQ Deploy ir PDQ Inventory kainuoja 1500 Eur metams vienam administratoriui, tuo tarpu NinjaOne tikslios kainos nepateikia, tačiau teigiama, kad mokestis priklauso nuo kompiuterių skaičiaus (kaina nuo 2 iki 4 Eur už vieną kompiuterį per mėnesį). Įmonei naudojant apie 300 kompiuterių tai kainuotų nuo 600 iki 1200 Eur per mėnesį, metams kaina nuo 7200 iki 14400 Eur. ManageEngine Endpoint Central kaina būtų apie 3000 Eur metams.

### 2.2. PDQ Inventory panaudojimas

Pasinaudodami PDQ Inventory galima matyti visą informaciją apie kompiuterį: jo techninius duomenis, vartotojo duomenis, suinstaliuotą programinę įrangą ir daug kitų parametrų (žr. 3 pav.):



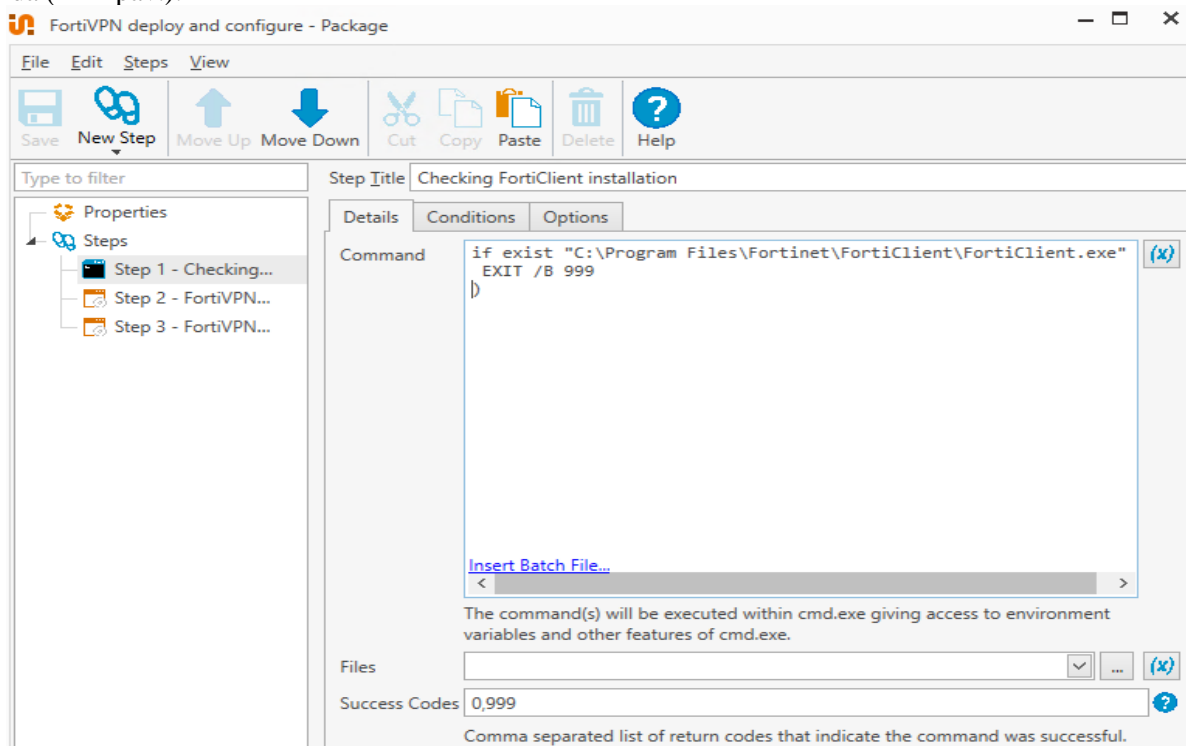
3 pav. Nuskenuoti kompiuteriai

Naudojant PDQ Inventory pagal norimus parametrus galima susikurti savo kompiuterių grupes užsivadavus norimus parametrus. Kaip matome paveiksle (žr. 3 pav.) galima atsirinkti kompiuterius pagal modelį.

## 2.3. PDQ Deploy panaudojimas

Įmonėje X gerinant kibernetinį saugumą visiems nešiojamiems kompiuteriams nuspręsta automatiškai sudiegti „FortiClient VPN“ programą, skirtą saugiam prisijungimui prie įmonės vidinio tinklo panaudojant PDQ Deploy programinę įrangą.

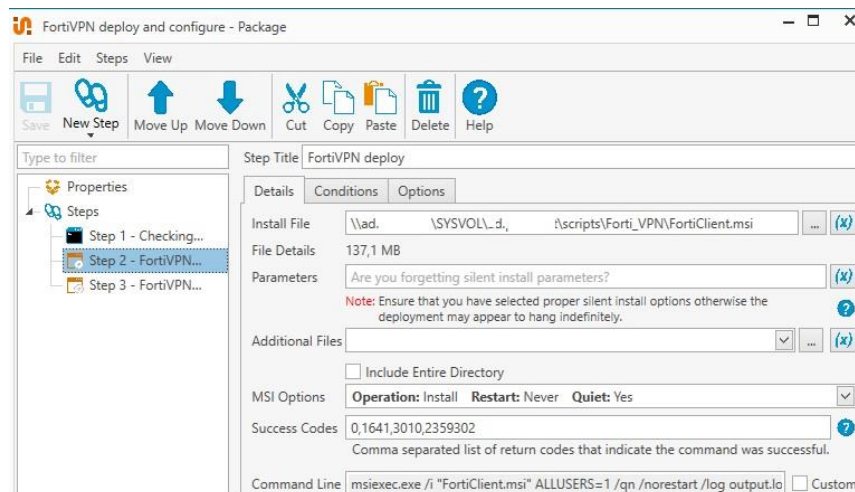
PDQ Deploy programinės įrangos kliento lange pasirenkamas „New Package“ -> „Name“, sukuriama programos diegimo paketo pavadinimas. Toliau pasirenkamas „Steps“ -> „Command“ -> „Step Title“ sukuriama vykdomos komandos pavadinimas ir lauke „Command“ sukuriama reikalinga komanda (žr. 4 pav.):



4 pav. Programos diegimo paketo komandos sukūrimas

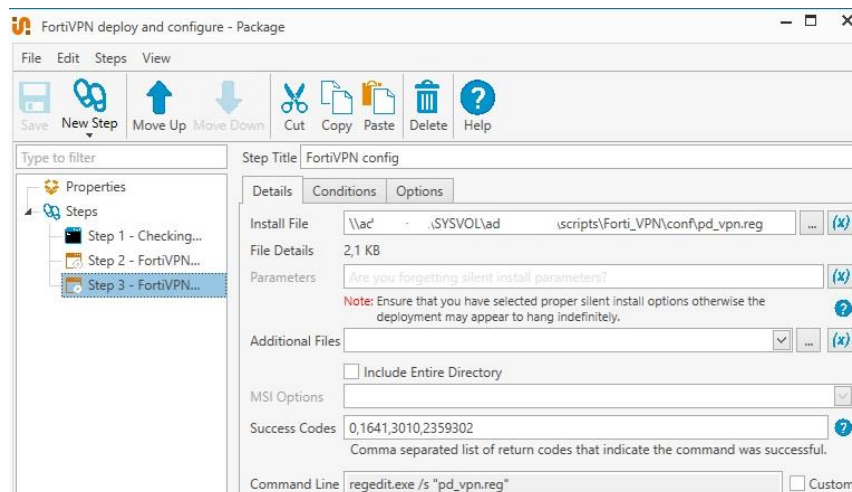
Šios komandos: `if exist „C:\Program Files\Fortinet\FortiClient\Forticlient.exe“ EXIT /B 999` patikrinama, ar jau tokia programa yra suinstaliuota kompiuteryje. Jei programa yra aptinkama, užduodama, kad komanda išvestų kodą „999“, ši reikšmė įvedama lauke „Success Codes“. Šioms reikšmėms sutapus, tai yra suprantama, kaip „darbas įvykdytas“ ir tolimesni veiksmai nėra vykdomi.

Negavus sėkmingo komandos įvykdymo reikšmės tęsiamas sekantis žingsnis. Diegiama programą „FortiClient VPN“. Toliau konfiguruojama šia seka: „New Step“ -> „Install“ -> „Step Title“ (sukuriama vykdomo veiksmo pavadinimas „FortiVPN deploy“) -> „Install File“ nurodoma programos instaliacinio failo vieta (žr. 5 pav.):



5 pav. Programos diegimas

Sekančiu žingsniu įkeliami „FortiClient VPN“ nustatymai: „New Step“ -> „Install“ -> „Step Title“ (sukuriame vykdomo veiksmo pavadinimą „FortiVPN config“) -> „Install File“ nurodoma programos diegimo failo vieta, šiuo atveju tai bus „pd\_vpn.reg“ failas, kuris vėliau importuojamas į kompiuterio „registrus“ (žr. 6 pav.):



6 pav. Registro reikšmės importavimas

Sukūrus visus žingsnius programa išbandoma su viena KDV. Testui pavykus užduotis vykdoma ir paleidžiama programa skirta automatiškai sudiegti reikalingą programinę įrangą į visus atrinktus naudojamus nešiojamus kompiuterius. Pasibaigus automatizuotiems scenarijams gaunami atitinkami diegimo rezultatai (žr. 7 pav.):



Deployment Status: Deployment 15894

[Redeploy](#)
[Redeploy to Failed Targets](#)
[Open Package](#)
[Abort](#)
[Help](#)

Package: [Packages\ITV\FortiVPN deploy and configure](#) Status: Finished  
 Created: 2024-04-23 10:02:17 Elapsed Time: 1 hour 20 minutes  
 Deployment ID: 15894 Targets: 156 [Redeploy](#)  
 Failed Targets: 15 [Redeploy to Failed](#)

156 Targets

Deployment ID	Targets	Status	Steps	Error	Started	Run Time	Deploy User
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:31	1 minute 32 seconds	cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:05	3 minutes 49 seconds	cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:25	1 minute 38 seconds	cm
15894	NK	ol...	Failed	Could not ping com...	2024-04-23 11:02		cm
15894	NK	ol...	Failed	Could not ping com...	2024-04-23 10:34		cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:11	1 minute 51 seconds	cm
15894	NK	ol...	Failed	Aborted	2024-04-23 11:22		cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:47	2 minutes	cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:43	1 minute 25 seconds	cm
15894	NK	ol...	Failed	Could not ping com...	2024-04-23 10:04		cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:29	15 minutes 10 seconds	cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:32	1 minute 32 seconds	cm
15894	NK	ol...	Failed	<a href="#">Output Log</a> MSI Err...	2024-04-23 10:03	14 minutes 22 seconds	cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:32	1 minute 39 seconds	cm
15894	NK	ol...	Successful	<a href="#">3 of 3 Steps</a>	2024-04-23 10:18	1 minute 57 seconds	cm

7 pav. Programos diegimo rezultatai

Pagal programos instaliavimo rezultatus (žr. 7 pav.) galima teigti, jog programa labai greitai yra instaliuojama į kompiuterius, kurie tuo metu yra įjungti ir prijungti prie įmonės tinklo. Pateiktame ekranvaizdyje atvaizduota problema, susijusi su nepasiekiamais kompiuteriais, t.y. kompiuteriai tuo metu buvo išjungti arba neprijungti prie tinklo. Daugiau informacijos apie kiekvieną klaidą galima gauti paspaudus ant klaidos pranešimo, tokiu būdu galima nustatyti kompiuterio nekorektišką veikimą dar net ir vartotojui nesikreipus, kad jo kompiuteris blogai veikia.

Įmonėje X norint pagerinti įmonės kibernetinį saugumą, buvo nuspręsta visose KDV ištrinti arba išjungti visus lokalius vartotojus, išskyrus lokalią (Windows OS numatytąją) administratoriaus paskyrą „Administrator“. Šią užduotį įvykdyti reikės pasinaudojant programa PDQ Deploy.

Šiam tikslui programoje PDQ Deploy susikuriamas naujas programos diegimo paketas pavadinimu „Remove Windows local accounts“. Atliekami šie žingsniai:

- Sukuriamas pirmas žingsnis „New Step“ -> „PowerShell“ pavadinimu „Get Windows local accounts“. Komandos pavyzdys:

```
# Step 1: Define the usernames of built-in local accounts to exclude
$builtinUsernames = @"Administrator", "DefaultAccount", "Guest",
"WDAGUtilityAccount")
```

```
# Step 2: Find all local created users (excluding built-in Administrator and Microsoft
built-in users)
```

```
$localUsers = Get-LocalUser | Where-Object { $_.Name -notin $builtinUsernames }
$allLocalUsers = Get-LocalUser
Write-output "All local users: $allLocalUsers"
Write-output "Manually created users: $localUsers".
```

Nustatoma, kokie vartotojai yra sukurti Windows OS instaliavimo metu (Step 1). Toliau (Step 2) atrenkami visi kiti sukurti vartotojai ir išvedami į programos pranešimų žurnalą.

- Antras žingsnis „New Step“ -> „PowerShell“ pavadinime „Find local Administrator (built-in) account“. Komandos pavyzdys:

```
# Check if Administrator account exists
$adminAccount = Get-LocalUser -Name 'Administrator' -ErrorAction SilentlyContinue
```

```
# If Administrator account doesn't exist, find the built-in account for administering the
computer/domain
```

```
if (-not $adminAccount) {
```

```

    $adminAccount = Get-LocalUser | Where-Object { $_.Description -eq 'Built-in
account for administering the computer/domain' }
    Write-Output "Detected admin account" $adminAccount
    # If the built-in account is found, enable it and rename to Administrator
    if ($adminAccount) {
        $adminAccount | Enable-LocalUser
        $adminAccount | Rename-LocalUser -NewName 'Administrator'
        Write-Output "Built-in account enabled and renamed to Administrator."
    } else {
        Write-Output "Administrator account not found. No action taken."
    }
} else {
    Enable-LocalUser -Name 'Administrator'
    Write-Output "Administrator account already exists."
}
}

```

Patikrinama, ar yra toks vartotojas „Administrator“, jei jo nėra jis sukuriamas.

- Trečias žingsnis „New Step“ -> „PowerShell“ sukuriamas pavadinimas „Disable local (built-in) accounts“. Komandos pavyzdys:

```

if (Get-LocalUser Guest -ErrorAction SilentlyContinue) {
    Write-output "User account Guest exists and disabled."
    Disable-LocalUser Guest
} else {
    Write-output "User account Guest does not exist."
}

```

```

if (Get-LocalUser DefaultAccount -ErrorAction SilentlyContinue) {
    Write-output "User account DefaultAccount exists and disabled."
    Disable-LocalUser DefaultAccount
} else {
    Write-output "User account DefaultAccount does not exist."
}

```

```

if (Get-LocalUser WDAGUtilityAccount -ErrorAction SilentlyContinue) {
    Write-output "User account WDAGUtilityAccount exists and disabled."
    Disable-LocalUser WDAGUtilityAccount
} else {
    Write-output "User account WDAGUtilityAccount does not exist."
}

```

Patikriname ar yra Windows OS sukurti numatytieji vartotojai ir juos išjungiamo.

- Ketvirtas žingsnis „New Step“ -> „PowerShell“ sukuriamas pavadinimas „Report Account to be deleted“. Komandos pavyzdys:

```

# Step 1: Define the usernames of built-in local accounts to exclude
$builtinUsernames = @("Administrator", "DefaultAccount", "Guest",
"WDAGUtilityAccount")

```

# Step 2: Find all local created users (excluding built-in Administrator and Microsoft built-in users)

```

$localUsers = Get-LocalUser | Where-Object { $_.Name -notin $builtinUsernames }

```

# Step 4: Report local created users that would be deleted

```

$deletedUsers = if ($localUsers) { $localUsers.Name -join "; " } else { "None" }
Write-output $deletedUsers

```

# Step 5: Send email from this computer

```

$computerName = $env:COMPUTERNAME

```

```

$subject = "Computer Name: $computerName"

```

```

$body = "Computer Name: $computerName`nDeleted Users: $deletedUsers"

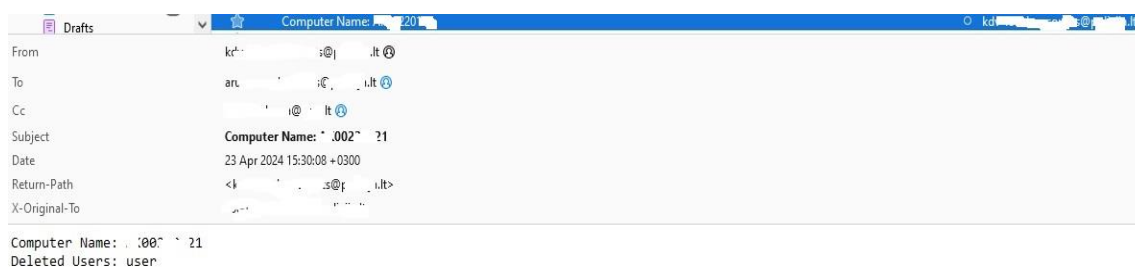
```

```
# Step 6: Send email
if ($localUsers) {
```

```
    Send-MailMessage -SmtpServer "mailXXXXX.lt" -From "kdvXXX@XXX.lt" -To
"XXX@XXX.lt" -Subject $subject -Body $body
}
```

```
# Step 7: Prompt for deletion of local accounts
if ($localUsers) {
    $localUsers | Remove-LocalUser # -whatif
}
```

Informuojame administratorių el.paštu kokie vartotojai bus ištrinti (žr. 8 pav.).



8 pav. El. pašto pranešimo langas su trinamais vartotojais

### Išvados

1. Darbo metu buvo išanalizuotos ir palygintos kompiuterinio tinklo ir serverių stebėjimo programos Prometheus, Nagios XI, Cacti ir Zabbix. Pasirinkta Zabbix programa, nes ji yra nemokama ir pilnai atitinka įmonės X keliamus reikalavimus.
2. Išanalizuotos ir palygintos kompiuterizuotų darbo vietų stebėjimo bei administravimo programinės priemonės: ManageEngine Endpoint Central, NinjaONE ir PDQ Deploy kartu su PDQ Inventory. Pasirinktos PDQ Deploy ir PDQ Inventory programos, nes jomis paprasčiau naudotis ir jų licencijos kaina yra mažiausia.
3. Įdiegtos Zabbix, PDQ Deploy ir PDQ Inventory programos. Išanalizuoti jų diegimo ypatumai ir apžvelgti panaudojimo atvejai. Pasinaudojant šiomis priemonėmis padidintas įmonės X kibernetinis saugumas.
4. Sukurtas programinis paketas skirtas PDQ Deploy programai, kuris iš kompiuterių automatiškai ištrinė lokalius vartotojus. Pateiktas išsamus programinio paketo aprašymas ir veikimo būdas. Ištrinus lokalius padidėjo KDV kibernetinis saugumas, nes nebeliko nereikalingų vartotojų, kurių paskyromis galima būtų pasinaudoti vykdant kibernetines atakas.
5. Sukurtas programinis paketas skirtas PDQ Deploy programai, kuris į nešiojamus kompiuterius sudiegė ir sukonfigūravo programą „FortiClient VPN“. Pateiktas išsamus programinio paketo aprašymas ir veikimo būdas. Įdiegus šią programą padidėjo kibernetinis saugumas, nes ši programa veikia stabiliau ir yra daug atsparesnė kibernetinėms atakoms.

### Literatūra

1. Nacionalinis kibernetinio saugumo centras (2015). *Saugumo kontrolės priemonės* [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: [https://www.nksc.lt/doc/NKSC%20plakatas%20\(20cc\)\\_1.pdf](https://www.nksc.lt/doc/NKSC%20plakatas%20(20cc)_1.pdf)
2. Nacionalinis kibernetinio saugumo centras (2020). *Kibernetinio saugumo vadovas verslui* [žiūrėta 2024-02-23]. Prieiga per internetą: [https://www.nksc.lt/doc/Kibernetinio\\_saugumo\\_vadovas\\_verslui\\_2020.pdf](https://www.nksc.lt/doc/Kibernetinio_saugumo_vadovas_verslui_2020.pdf)
3. Nacionalinis kibernetinio saugumo centras (2023). *Nacionalinė kibernetinio saugumo būklės ataskaita už 2022 metus* [žiūrėta 2024-02-22]. Prieiga per internetą: <https://www.nksc.lt/doc/Nacionaline-kibernetinio-saugumo-ataskaita-2022.pdf>
4. Cacti (2024). [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: <https://www.cacti.net/>



5. Fortinet (2024). [žiūrėta 2024-04-10]. Prieiga per internetą: <https://www.fortinet.com/support/product-downloads>
6. G2 (2024). [žiūrėta 2024-04-10]. Prieiga per internetą: <https://www.g2.com/compare/>
7. Jones IT (2024). *Top 10 Server Security Best Practises* [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: <https://www.itjones.com/blogs/top-10-server-security-best-practices>
8. [Klinsmann Öteyo](#) (2024). *How To Install Cacti on Rocky Linux 9 / AlmaLinux 9* [žiūrėta 2024-03-06]. Prieiga per internetą: <https://computingforgeeks.com/install-cacti-on-rocky-alma-linux/?noamp=mobile&amp>
9. Malwarebytes (2024). *Best practises to server security software* [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: <https://www.malwarebytes.com/cybersecurity/business/what-is-server-security>
10. ManageEngine (2024). [žiūrėta 2024-03-24]. Prieiga per internetą: <https://www.manageengine.com/>
11. Nagios Enterprises, LLC (2024). [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: <https://www.nagios.org/>
12. NinjaOne (2024). [žiūrėta 2024-03-24]. Prieiga per internetą: <https://www.ninjaone.com/>
13. PDQ (2024). [žiūrėta 2024-03-24]. Prieiga per internetą: <https://www.pdq.com/>
14. PDQ (2024). [žiūrėta 2024-03-24]. Prieiga per internetą: <https://help.pdq.com/hc/en-us/articles/115000083832-Configuring-Central-Server-PDQ-Deploy#FeatureOverview>
15. PDQ Deploy (2024). [žiūrėta 2024-03-24]. Prieiga per internetą: <https://www.pdq.com/pdq-deploy/>
16. PDQ Inventory (2024). [žiūrėta 2024-03-24]. Prieiga per internetą: <https://www.pdq.com/pdq-inventory/>
17. Prometheus (2024). [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: <https://prometheus.io/>
18. Zabbix SIA (2024). [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: <https://www.zabbix.com/>
19. Zabbix SIA (2024). [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: [https://www.zabbix.com/download?zabbix=6.4&os\\_distribution=ubuntu&os\\_version=2.04&components=server\\_frontend\\_agent&db=mysql&ws=apache](https://www.zabbix.com/download?zabbix=6.4&os_distribution=ubuntu&os_version=2.04&components=server_frontend_agent&db=mysql&ws=apache)
20. Zabbix SIA (2024). [žiūrėta 2024-02-24]. Prieiga per internetą: [https://www.zabbix.com/download\\_agents?version=6.4&release=6.4.13&os=Windows&os\\_version=Any&hardware=amd64&encryption=No+encryption&packaging=Archive&show\\_legacy=0#tab:44](https://www.zabbix.com/download_agents?version=6.4&release=6.4.13&os=Windows&os_version=Any&hardware=amd64&encryption=No+encryption&packaging=Archive&show_legacy=0#tab:44)

# PINIGŲ SRAUTŲ VALDYMAS ĮMONĖJE AB „NOVATURAS“

*Greta Andriukevičiūtė,  
Lekt. Viktorija Mickevičienė  
Marijampolės kolegija*

## **Anotacija**

Straipsnyje analizuojama įmonės AB „Novaturas“ pinigų srautų ataskaita. Atlikus mokslinės literatūros analizę buvo atlikta horizontalioji pinigų srautų ataskaitos analizė analizuojamu laikotarpiu 2021-2023 m. ši analizė atskleidė įmonės srautų pagrindinės, investicinės ir finansinės veiklos pelningumą.

Raktiniai žodžiai: pinigų srautai; pinigų srautų ataskaita; horizontalioji analizė.

## **Įvadas**

Pinigai – visų prekių ir paslaugų vertės visuotinis ekvivalentas, kuris yra naudojamas kaip jų mainų tarpininkas ir visuotinai pripažįstamas teisėta mokamąja priemone (Buračas, 2018). Pinigai yra esminis dalykas, kuris yra reikalingas įmonės egzistavimui gyvavimui. Pinigai leidžia įmonėms finansuoti savo kasdieninę veiklą, įsigyti reikalingą įrangą arba ją atnaujinti, kurti naujus produktus, kurie padeda išlikti konkurencingai rinkoje, mokėti atlyginimus darbuotojams. Pinigus reikia ypač saugoti ir kontroliuoti jų judėjimą ne tik įmonės savininkams, bet ir kontrahentams ar kitoms suinteresuotoms šalims labai svarbu žinoti, kiek įmonė turi pinigų, iš kur juos gauna ir kur juos išleidžia (Kalčinskas, Kalčinskaitė – Klimaitienė, 2022). Tam, kad pinigai būtų protingai naudojami ir nešvaistomi yra sudaromos įvairios finansinės analizės, kurios padeda suprasti įmonės efektyvumą. Vienas iš finansinės analizės variantų yra – pinigų srautų ataskaitos analizė. Pagal šios ataskaitos rodiklius galima nustatyti ar įmonė pakankamai uždirba pajamų, kuriomis gali padengti visas sunaudotas sąnaudas. Šios ataskaitos pagalba žinome kur įmonė išleidžia savo pinigus ir iš kur jų daugiausiai uždirba. Vertinant pinigų srautų valdymą dažniausiai yra nustatoma ar įmonė efektyviai naudoja savo uždirbtus pinigus bei naudojant pinigų srautų ataskaitos duomenis galima rengti verslo planus ir kitais būdais prognozuoti įmonės veiklą ir jos plėtojimą.

## **1. Pinigų srautų ataskaitos samprata**

Pinigų srautų ataskaita yra rengiama pagal 5-ąjį Verslo apskaitos standartą „Pinigų srautų ataskaita“. Šio standarto tikslas – nurodyti, kaip turi būti pateikiama informacija apie įmonės pinigų ir pinigų ekvivalentų pasikeitimus per atskaitinį laikotarpį (5 VAS).

### **1.1 Pinigų srautai**

Pinigų srautai – tai pinigų ir pinigų ekvivalentų įplaukos ir išmokos per atskaitinį laikotarpį (Lietuvos Respublikos 5-asis verslo apskaitos standartas, 2015). Kalčinkas ir Kalčinskaitė – Klimaitienė (2022) teigia, kad pinigų srautų ataskaitoje atskleidžiamos pinigų įplaukos ir pinigų išmokos kartu vadinamos pinigų srautais. Ofoegbn, Okoro (2020) pinigų srautus apibūdina kaip pinigų ir pinigų ekvivalentų įplaukas ir išmokamas lėšas subjekto viduje. Svarbu akcentuoti, kad įmonė už pinigus perka įvairią produkciją ar paslaugas, moka mokesčius ir darbuotojams atlyginimus (Bhandari, Adams, 2017).

Jeigu įmonė nėra pajėgi sugeneruoti pakankamai disponuojamų lėšų iš vykdomos veiklos, kad galėtų įvykdyti savo prisiimtus įsipareigojimus, tai yra ženklas, kad artėja finansiniai sunkumai (Deiveikis, 2021). Įmonės, kurių grynųjų pinigų srautų kiekis yra nepakankamas, gali sukelti neigiamą poveikį finansiniams rodikliams, kurie gali galiausiai lemti įmonės bankrotą (Bhandari, Iyer, 2013). Dėl šių priežasčių yra itin svarbu tinkamai tvarkyti finansinius išteklius ir sudaryti strategijas, kurios galėtų padėti išspręsti finansinius sunkumus. Svarbu, kad įmonės tinkamai valdytų savo pinigų srautus ir užtikrintų pakankamą finansinį stabilumą bei augimą. Pinigų srautų judėjimas yra vaizduojamas pinigų srautų ataskaitoje.

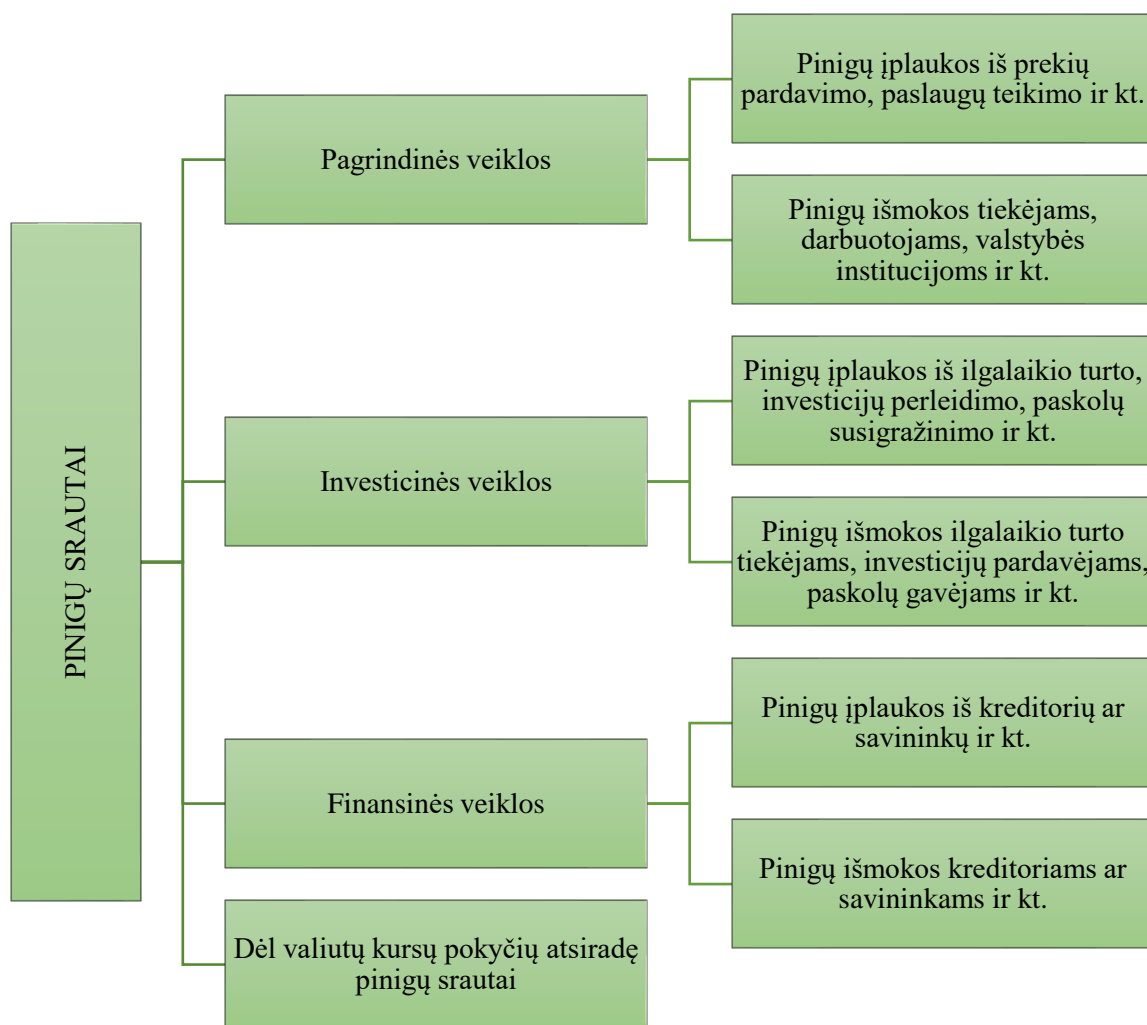
### **1.2 Pinigų srautų grupavimas**

Kalčinskas ir Kalčinskaitė – Klimaitienė (2022) teigia, kad visi įmonės pinigų srautai skirstomi į keturias stambias dalis: pagrindinės, investicinės, finansinės veiklos ir dėl valiutų kursų pokyčių atsiradę pinigų srautai.

Pagal 5 VAS pinigais yra laikomi tie pinigai, kurie yra įmonės kasoje ir bankų sąskaitose, o bet koks pinigų išmokėjimas laikomas išmokomis. Pinigų srautus įmonės grupuoja pačios, atsižvelgdamos į savo veiklos pobūdį ir 5 VAS reikalavimus. Iš investicinės ir finansinės veiklos atsirandantys dividendų ir palūkanų pinigų srautai turi būti pateikiami atskirai ir grupuojami pagal skirtingas veiklos sritis, tokias kaip įmonės pagrindinės, investicinės ar finansinės veiklos pinigų srautus.

Gauti ir išmokėti dividendai bei palūkanos gali būti priskiriami pagrindinės veiklos pinigų srautams arba grupuojami atskirai pagal investicinę ir finansinę veiklą. Pavyzdžiui, jei dividendai ir palūkanos yra susiję su įmonės pagrindine veikla, jie gali būti įtraukti į pagrindinių pinigų srautų kategoriją. Tačiau, jei dividendai ir palūkanos susiję su investicinėmis ar finansinėmis veiklomis, jie gali būti atskirai pateikiami kaip investiciniai ar finansiniai pinigų srautai. Svarbu turėti aiškią apskaitos politiką, kur būtų numatyta, kur pateikiami tokio pobūdžio pinigų srautai, jog būtų galima tinkamai atskirti ir suprasti kas kam yra priskiriama (5 VAS, 2015).

Remiantis 5 VAS, atskira ūkinė operacija gali sukurti įvairius pinigų srautus, kurie gali būti skirstomi skirtingai. Pavyzdžiui, gražinant paskolą su palūkanomis, palūkanos gali būti susietos su įmonės pagrindine veikla, o tuo tarpu gražinama paskolos suma gali būti susijusi su finansinės veiklos pinigų srautais.



9 pav. Įmonės pinigų srautų rūšys

**Pagrindinės įmonės veiklos pinigų srautai** parodo, kiek pinigų sudaro pagrindinė įmonės veikla, kuri gali būti gamyba, prekyba ir paslaugų teikimas, neįtraukiant investicinės ir finansinės veiklos. Šie srautai yra esminis finansavimo šaltinis, leidžiantis palaikyti ir plėsti įmonės veiklą, gražinant paskolas, išmokant dividendus ir įgyvendinant naujas investicijas (5 VAS, 2015). Kalčinskas ir Kalčinskaitė - Klimaitienė (2022) teigia, kad pinigai daugėja tada, kai įmonė produktus (arba iš kitų tiekėjų pirktas prekes) parduoda, bet nenaudoja perdirbimui ar savo tikslams. Pinigai mažėja, taigi jie yra išleidžiami, kai įmonė perka prekes skirtas perparduoti, perdirbti, moka darbo užmokestį darbuotojams, kurie dirba su tomis nupirktomis prekėmis. Šie autoriai pabrėžia, kad visi vykdant tipinę veiklą patirti pinigų srautai priskiriami pagrindinės veiklos pinigų srautams, bet pagrindinė veikla pinigų srautų ataskaitoje apima visą įmonės vykdytą tipinę ir kitą įmonės veiklą. Gordon ir kt. (2017) akcentuoja, kad pagrindinės veiklos pinigų srautai aiškiai parodo įmonės pajėgumą generuoti pinigų srautus per savo pagrindinę veiklą ir juos panaudoti tolesniam investavimui ir plėtos finansavimui.

**Investicinės veiklos pinigų srautai** – tai yra ūkio subjekto išlaidos, kurios yra skirtos įsigyti ilgalaikį turtą, tokį kaip kitų įmonių patentai ir investicijos į kitus verslus bei pajamų generavimas iš jų

(Bala, 2017; Lewellwn, Lewellwn 2016). Kalčinskas ir Kalčinskaitė – Kliamitienė (2022) pateikia tokį pavyzdį, jog įsigyjant įrenginius yra tikimasi, kad juos naudojant produkcija bus gaminama ne vienerius metus, o ilgiau ir parduodant pagamintą produkciją bus gaunama nauda – bus uždirbama pajamų. Todėl įsigijimas kokios nors įrangos yra vertinamas kaip investicija, nes tikimasi, kad tai padės uždirbti daugiau pajamų. Toks pats principas yra taikomas ir paskoloms. Jeigu įmonei pinigai yra nereikalingi šiuo momentu, ji juos visada gali paskolinti kitiems ir už tai ateityje gauti naudos, o tai yra palūkanos – kaina už naudojimąsi pinigais. Paskolinti pinigai tampa investicinės veiklos pinigų srautais, nes yra investuojami ir iš to ateityje gaunama nauda bei uždirbama daugiau pinigų.

**Finansinės veiklos pinigų srautai** – tai tokios veiklos pinigų įplaukos ir išmokos, kurios keičia ūkio įmonės įstatinį kapitalą (Nangih ir kt., 2020). Kalčinskas ir Kalčinskaitė - Klimaitienė (2022) teigia, kad finansinei veiklai priskiriama įmonės finansavimas iš išorės šaltinių, kurie yra skirstomi į:

- įmonės savininkai;
- kreditoriai.

Įmonė skolinasi iš savininkų gaudama jų įnašus ir tampa įsipareigojusi akcininkams taip pat kaip ir kitiems kreditoriams, nes jie yra pašaliniai, kurie nedirba įmonėje ir gaunasi tretieji asmenys. Kaina, kurią įmonė turi sumokėti savininkams už pasiskolintą pinigų sumą yra dividendai, o jie yra laikomi kaip finansinės veiklos pinigų išmokomis. Iš kreditorių gautos paskolos yra laikomos finansinėmis įplaukomis, o sugrąžinta paskola bei palūkanos – finansinės veiklos išmokomis. Türkösy (2013) teigia, jog finansinės veiklos pinigų srautai atspindi įmonės finansavimą t. y. obligacijų pardavimą ir apmokėjimą, išleistas akcijas ir sumokėtus dividendus. Kiek plačiau Bala (2017) finansinės veiklos pinigų srautus apibūdina teigdamas, jog pinigų srautai parodo, kaip buvo finansuojamos įmonės pagrindinė ir finansinė veikla, kokia jų dalis buvo finansuota iš turimos įmonės nuosavybės ir kokia dalis buvo finansuota iš kitų išorės šaltinių.

**Valiutų kursų pasikeitimas** – tai dar viena pinigų srautų rūšis, kuri gali kisti į teigiamą ir neigiamą pusę. Šioje eilutėje pakeitimai dengia vieni kitus ir bendri pokyčiai atsispindi kartu (Kalčinskas, Kalčinskaitė - Klimaitienė, 2022). Valiutos kursų pokytis daro tiesioginę įtaką pinigų kiekiui, dėl to jis turi būti parodomas pinigų srautų ataskaitoje (5 VAS, 2015).

### 1.3 Pinigų srautų ataskaitos sudarymo būdai

Pinigų srautų ataskaita yra viena iš sudedamųjų dalių įmonės finansinės atskaitomybės dalis, kuri parodo kaip pinigai juda iš įmonės ir į ją (Danilevičienė 2021). Pinigų srautų duomenys yra surenkami iš įmonės kitų finansinių ataskaitų (Barua, Saha, 2015). Remiantis 1-uoju Verslo apskaitos standartu „Finansinė atskaitomybė“ (2015) galima teigti, kad pinigų srautų ataskaita yra viena iš finansinių ataskaitų rinkinio ataskaitų, kurią turi pateikti vidutinės ir didelės įmonės. Barua ir Saha (2015) teigia, kad pinigų srautų ataskaita yra itin svarbi, nes ji suteikia informaciją apie grynojo turto pokyčius, įmonės finansinę struktūrą, nes ši ataskaita parodo kiek pinigų yra gaunama iš pardavimų ir kitų operacijų.

Remiantis 5 VAS (2015), galima teigti, kad pinigų srautų ataskaita yra rengiama dviem būdais:

- tiesioginiu – tai yra pateikiant pagrindinės veiklos pinigų srautus, ataskaitoje yra parodomos apibendrintos pinigų įplaukos ir išmokos per atskaitinį laikotarpį;
- netiesioginiu – tai yra pateikiant pagrindinės veiklos pinigų srautus, atskaitinio laikotarpio grynasis pelnas arba nuostolis ir jis yra perskaičiuojamas į pinigų kiekį, kuris yra gautas arba išleistas įmonės veikloje.

## 2. Įmonės AB „Novaturas“ pinigų srautų ataskaitos analizė

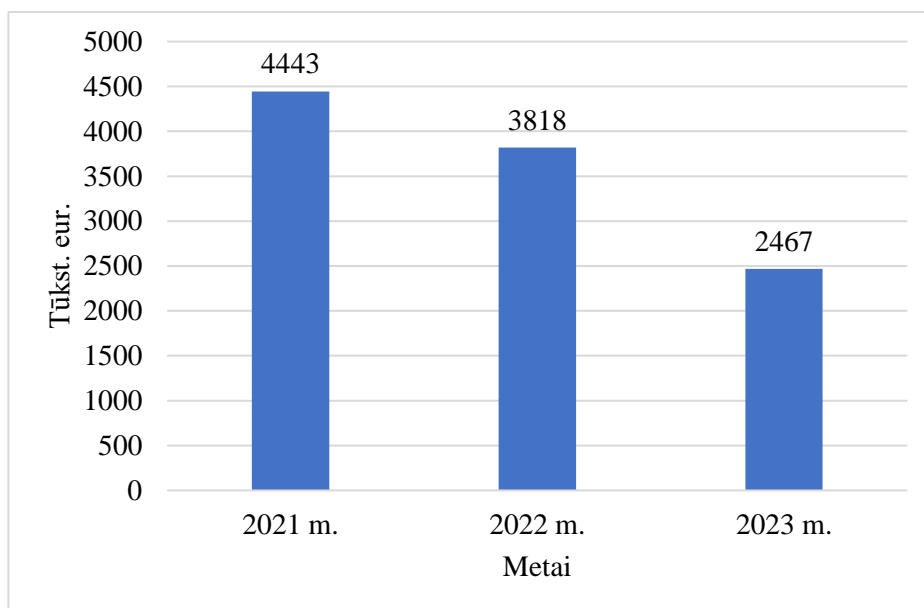
Atliekant pinigų srautų analizę yra svarbu žinoti, kaip per analizuojamą laikotarpį keitėsi įmonės pinigų srautai. Išanalizavus pinigų srautų teorinę dalį galima įsigilinti į AB „Novaturas“ pinigų srautų ataskaitą analizuojamu laikotarpiu 2021-2023 m.

### 2.1 Įmonės AB „Novaturas“ veiklos aprašymas

AB „Novaturas“ – didžiausias kelionių operatorius Baltijos šalyse. Sukaupę didžiausią patirtį Lietuvoje, sėkmingai ją pritaikė Latvijos ir Estijos rinkose. Bendrovė didžiuojasi tvirtomis pozicijomis besivystančiose rinkose, dideliu klientų lojalumu ir puikiais ryšiais su turizmo agentūromis bei paslaugų tiekėjais. Savo produktų asortimente AB „Novaturas“ siūlo organizuotus vasaros ir žiemos atostogų paketus bei pažintines keliones autobusu ir lėktuvu daugiau nei 30 kelionių kryptių visame pasaulyje, iš kurių – ir patys populiariausi Pietų Europos kurortai bei rinktinės vietos Šiaurės Afrikoje, Vidurio Rytuose, Azijoje ir Lotynų Amerikoje.

## 2.2 AB „Novaturas“ pinigų srautai

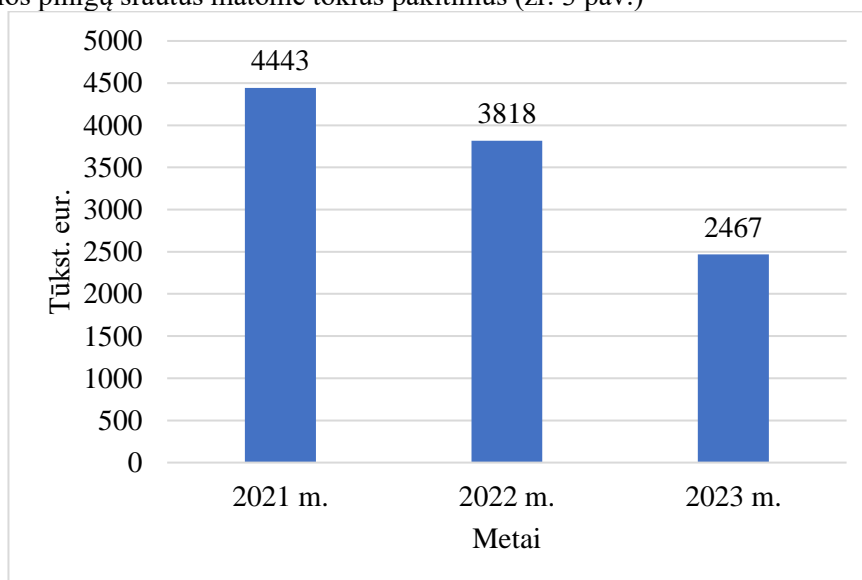
Norint įvertinti iš pagrindinės veiklos AB „Novaturas“ 2021-2023 m. įmokėtus ir išmokėtus pinigus bei jų kitimą, yra atlikta pinigų srautų horizontalioji analizė. Ši analizė parodo, kaip keitėsi pinigų srautai per analizuojamą laikotarpį. Žemiau esančiame paveikslėlyje vaizduojama kaip kito pagrindinės veiklos pinigų srautai 2021-2023 m. (žr. 2 pav.)



10 pav. **Pagrindinės veiklos pinigų srautai, tūkst. eur.**

Iš paveikslėlio galime pastebėti, kad kiekvienais metais pinigų srautai iš pagrindinės įmonės veiklos mažėjo. 2022 m. lyginant su 2021 m. pinigų srautai sumažėjo 625 tūkst. eur. (14,07%). 2023 m. lyginant su 2022 m., matome, kad jie sumažėjo 1 351 tūkst. eur. (35,39%) ir siekė 2 467 tūkst. eur.

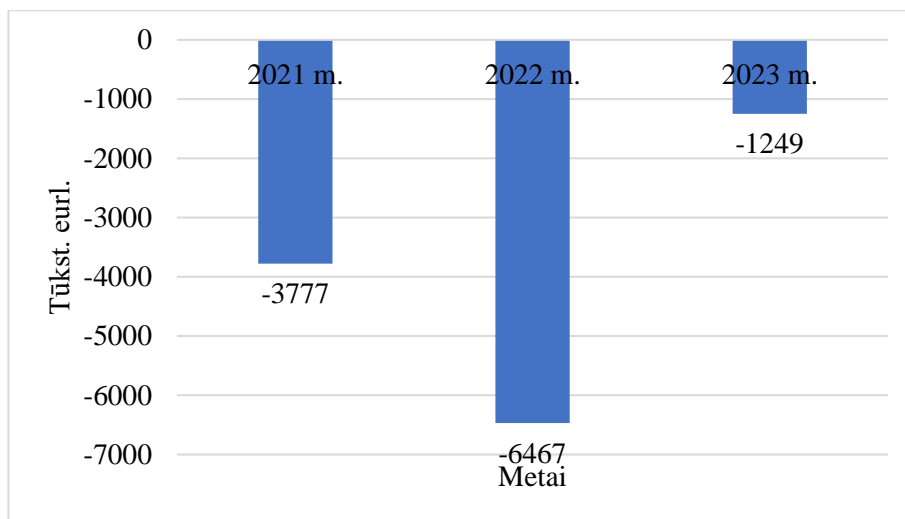
Investicinės veiklos pinigų srautus sudaro ilgalaikio turto įsigijimas, jo perleidimas. Analizuojant investicinės veiklos pinigų srautus matome tokius pakitimus (žr. 3 pav.)



11 pav. **Investicinės veiklos pinigų srautai, tūkst. eur**

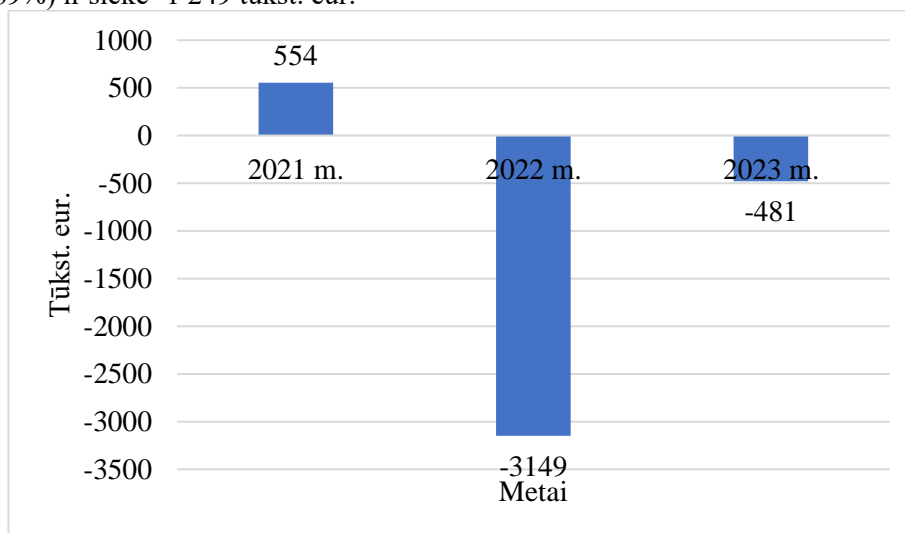
Analizuojamu laikotarpiu investicinės veiklos pinigų srautai buvo neigiami, tam turėjo įtakos kas metus įmonės įsigytas ilgalaikis turtas skolon. Lyginant 2022 m. ir 2021 m. matome, grynieji investicinės veiklos pinigų srautai dar padidėjo -388 tūkst. eur. ir siekė -500 tūkst. eur. Analizuojant 2023-2022 m. pokytį pastebime, kad grynieji investicinės veiklos pinigų srautai padidėjo -1 199 tūkst. eur. ir siekė -1 699 tūkst. eur.

Grynieji finansinės veiklos pinigų srautai susidaro iš paskolų gavimo ir gražinimo, sumokėtų palūkanų, nuomos ir įsigytų nuosavųjų akcijų. Žemiau esančiame paveikslėlyje galime matyti, kaip keitėsi AB „Novaturas“ grynieji finansinės veiklos pinigų srautai (žr. 4 pav.)



12 pav. Finansinės veiklos pinigų srautai, tūkst. eur.

Analizuojamu laikotarpiu gryniesi finansinės veiklos pinigų srautai buvo neigiami, juos įtakojo paskolos grąžinimas, sumokėtos palūkanos ir nuoma bei įsigytos nuosavos akcijos. Lyginant 2022 m. ir 2021 m. grynuosius finansinės veiklos pinigų srautus pastebime, kad jie padidėjo -2 960 tūkst. eur (71,22%). Analizuojant 2023 m. ir 2022 m. gryniesi finansinės veiklos pinigų srautai sumažėjo 5 218 tūkst. eur. (80,69%) ir siekė -1 249 tūkst. eur.



13 pav. Grynasis pinigų srautų padidėjimas (sumažėjimas) tūkst. eur.

Analizuojamu laikotarpiu 2021-2023 m. matome akivaizdžius skirtumus grynujų pinigų srautuose. Lyginant 2022 m. ir 2021 m. grynujų pinigų srautai sumažėjo -3 703 tūkst. eur. ir tapo neigiami, siekė -3 149 tūkst. eur. O nuo 2023 m. iki 2022 m. bendra suma šoktelėjo arčiau teigiamos pusės ir padidėjo 2 668 tūkst. eur., tačiau vis tiek liko neigiami -481 tūkst. eur.

Apibendrinant galima teigti, kad įmonės AB „Novaturas“ pinigų srautų ataskaitoje analizuojamu laikotarpiu pagrindinės veiklos pinigų srautai kasmet mažėjo. Kalbant apie investicinės veiklos pinigų srautus, kiekvienais metais jie buvo neigiami, todėl galime daryti prielaidą, kad įmonė kasmet investavo. Finansinės veiklos pinigų srautai parodo, kad analizuojamu laikotarpiu pinigų srautai buvo neigiami, nes įmonė atidavė pasiskolintus pinigus bei mokėjo palūkanas. Grynasis pinigų srautų sumažėjimas buvo visus metus t.y. 2021-2023 m. ypač 2022 m. ir siekė -3 149 tūkst. eur., tačiau 2023 m. šis rodiklis siekė vos -481 tūkst. eur.

### Išvados

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą, galima teigti, jog pinigų srautai parodo kaip pinigai įplaukia į įmonę ir kur jie yra išleidžiami. Pinigų srautų ataskaita gali parodyti įmonės finansinę būklę, ar negresia finansinės problemos.

2. Pinigų srautai yra grupuojami į tris pagrindines rūšis: pagrindinės, investicinės ir finansinės veikos pinigų srautus bei papildomai valiutų kursų pasikeitimus.
3. Pinigų srautų ataskaita yra viena svarbiausių finansinių ataskaitų, nes ji parodo visas įmonės įplaukas ir išmokas. Ši ataskaita yra rengiama dviem būdais: tiesioginiu ir netiesioginiu, įmonė gali pati pasirinkti, kuriuo būdu rengs pinigų srautų ataskaitą.
4. Įmonės AB „Novaturas“ pinigų srautų ataskaitoje analizuojamu laikotarpiu pagrindinės veiklos pinigų srautai kasmet mažėjo. Grynasis pinigų srautų sumažėjimas buvo visus metus t.y. 2021-2023 m. ypač 2022 m. ir siekė -3 149 tūkst. eur., tačiau 2023 m. šis rodiklis siekė vos -481 tūkst. eur.

### Literatūra

1. Audito ir apskaitos tarnyba. (2015). 1-asis verslo apskaitos standartas „Finansinė atskaitomybė“. [interaktyvus]. [žiūrėta 2024-04-12]. Prieiga per internetą: <http://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/1-VAS.pdf>
2. Audito ir apskaitos tarnyba. (2015). 5-asis verslo apskaitos standartas „Pinigų srautų ataskaita“. [interaktyvus]. [žiūrėta 2024-04-12]. Prieiga per internetą: <http://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/5-VAS.pdf>
3. Bala S. A. (2017). The Relationship between Cash Flows and Stock Returns: An Empirical Study of Financial Investment Banks on the Khartoum Stock of Exchange. *Applied Finance and Accounting* Vol. 3, No. 2, ISSN 2374-2410 E-ISSN 2374-2429
4. Barua, S., Saha A. K., (2015). Traditional Ratios vs. Cash Flow based Ratios: Which One is Better Performance Indicator? *Advances in Economics and Business* 3(6): 232-251.
5. Bhandari, S., Adams, M. (2017). On the Definition, Measurement, and Use of the Free Cash Flow Concept in Financial Reporting and Analysis: A Review and Recommendations. *Journal of Accounting & Finance*. Vol. 17, 11-19.
6. Bhandari, S., Iyer, R. (2013). Predicting Business Failure Using Cash Flow Statement Based Measures. *Managerial Finance*, 667-676
7. Buračas, A. (2018). Visuotinė lietuvių enciklopedija. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/straipsnis/pinigai/>
8. Danilevičienė, I. (2021). Valdymo apskaita. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
9. Deveikis, G. (2021). Pinigų srautų ataskaita suteikia informacijos, kurios nėra jokioje kitoje ataskaitoje. *Buhalterija: apskaitos ir mokesčių apžvalga*. Nr. 20 (818), p. 5-7
10. Gordon, E., Henry, E., Jorgensen, B. ir Linthicum, Ch. (2017). Flexibility in cash flow classification under IFRS: determinants and consequences. *Review of Accounting Studies*, No. 22 (2), 839-872.
11. Nasdaq Baltijos rinka [interaktyvus]. [žiūrėta 2024-04-12]. Prieiga per internetą: <https://nasdaqbaltic.com/statistics/lt/instrument/LT0000131872/company?date=2021-01-08>
12. Kalčinskis, G. ir Kalčinskaitė - Klimaitienė R. (2022). Buhalterinė apskaita. Devintoji laida. Vilnius: UAB „Pačiolis“
13. Lewellen, J., Lewellen K. (2016). Investment and Cash Flow: New Evidence. *Journal of financial and quantitative analysis* Vol. 51, No. 4, pp. 1135–1164
14. Nangih, E., Ofor, T., Ven, O. (2020). Cash Flow Management and Financial Performance of Quoted Oil and Gas Firms in Nigeria. *Journal of Accounting and Financial Management* Vol 6. No. 4.
15. Ofoegbn G. N., Okoro E. C. (2020). Effect of cash flow on performance of listed deposit money banks in Nigeria. *Unizik journal of business* 3(2) 2020.
16. Türkösy, A. (2013). The rules for the cash flow statement in the international financial reporting standard. *Analecta Technica Szegedinensia* Vol 7 No. 1-2. DOI: <https://doi.org/10.14232/analecta.2013.1-2.71-73>

# DARBO UŽMOKESČIO APSKAITOS TEORINIAI ASPEKTAI

*Gintarė Bačinskienė*  
*Lekt. Aušra Gabrevičienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Darbo užmokestis yra ir bus aktualus esamiems, būsimiems darbuotojams ir darbdaviams, įmonių vadovams ir įmonių buhalterinę apskaitą tvarkantiems asmenims. Sąžiningai apmokamas darbas užtikrina įmonės veiklos tęstinumą, o teisingai vykdoma apskaita padeda efektyviai valdyti įmonės sąnaudas. Svarbu teisingai apskaičiuoti darbuotojų išdirbtą laiką ir tinkamai dokumentuoti, nes pasitaikius klaidoms galima sulaukti ne tik darbuotojų nepasitenkinimo, bet ir pelnyti nepatikimo mokesčių mokėtojo reputaciją, kuri gali neigiamai įtakoti verslo galimybes dalyvauti viešuosiuose konkursuose ar gauti subsidijas įdarbintų darbuotojų darbo užmokesčiui kompensuoti. Siekiant išvengti klaidų, svarbu taikyti aiškias ir suprantamas apmokėjimo sistemas, nuolat stebėti

## Įvadas

Darbo užmokestis yra pagrindinis visų dirbančiųjų asmenų pajamų šaltinis, reikšmingai lemiantis gyvenimo kokybę, sukuriantis finansinio stabilumo jausmą, leidžiantis patenkinti ne tik savo, bet tuo pačiu ir savo šeimos narių kasdienes fiziologinius poreikius, bei sudarantis sąlygas kūrybinio potencialo plėtojimui ir kvalifikacijos tobulinimui. Jo dydis įtakoja bendrą vartojimą ir veikia šalies ekonominę situaciją, dėl šių priežasčių darbo apmokėjimo reikšmė ženkliai išaugo. Darbo užmokestis svarbus ne tik darbuotojams, bet ir darbdaviams. Jeigu darbuotojas yra suinteresuotas gauti kuo didesnę darbo užmokesčių, tai darbdavys, priešingai, siekia jį sumažinti dėl mažesnių verslo sąnaudų, taip didinant pelningumą ir verslo tęstinumą. Taip tarpusavyje sąveikauja skirtingos pusės siekiamos naudos tiek sau tiek tenkinamos priešingos pusės poreikius. Dėl dinamiškai besikeičiančių geopolitinių ir ekonominių įvykių, nuolat augančių išteklių kainų, kurios keičia ekonominę padėtį dažniau nei norėtusi, įmonės turi ypatingai stebėti patiriamų sąnaudų dydį kad laiku galėtų atlikti būtinus sprendimus. Kadangi didelę dalį patiriamų sąnaudų sudaro darbo užmokestis, siekiant jį optimizuoti (apmokėti už atliktą darbą patiriant kaip įmanoma mažiau sąnaudų), įmonės turėtų naudoti aiškias ir suprantamas darbo užmokesčio sistemas, numatančias pagrįstus pagrindinio darbo užmokesčio apskaičiavimo kriterijus, atitinkančius Lietuvos Respublikos reglamentuojamus tesės aktus.

**Darbo problema.** Nuolat besikeičiantys įstatymai kelia sunkumus įmonių apskaitą tvarkantiems asmenims, kuriems tenka prisitaikyti prie naujovių ir koreguoti darbo užmokesčio skaičiavimo formules, ar padėti vadovams sudaryti naujas priedų ir premijų mokėjimo tvarkas. Galimos įvairios klaidos apskaitoje, taip pat, ne visose įmonėse vykdoma efektyvi kontrolė, užtikrinanti atlyginimo skaičiavimo tikslumą bei teisingų duomenų pateikimą apskaitoje ir finansinėje atskaitomybėje. Tai gali įtakoti klaidų atsiradimą darbo užmokesčio apskaitoje, bei gali iškreipti finansinio rezultato duomenis.

**Darbo tikslas.** Išanalizuoti darbo užmokesčio apskaitos tvarkymą UAB „X“

### Darbo uždaviniai:

1. Ištirti darbo užmokesčio apskaičiavimą ir apskaitą teoriniais aspektais.
2. Išanalizuoti su darbo užmokesčiu susijusius išskaitymus.
3. Apžvelgti darbo apskaitos apmokėjimo politiką ir informacijos pateikimą aiškinamajame

rašte

4. Išanalizuoti UAB „X“ darbo užmokesčio apskaitą

**Darbo objektas.** Darbo užmokesčio apskaita UAB „X“

### Darbo metodai:

- Mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.
- Duomenų rinkimas, sisteminimas ir analizė, grafinis vaizdavimas.

## 1. Darbo sutartis, darbo apmokėjimo formos ir sistemos

Atliekant darbo užmokesčio apskaitos analizę svarbu apibrėžti darbo užmokesčio sąvoką, atskleidžiant darbo užmokesčio formas ir sistemas, išanalizuoti darbo laiko ir išdirbio ypatumus, pateikti darbo užmokesčio teorinius aspektus, bei susipažinti su darbo sutartimi ir jos rūšimis, visomis būtinomis ir papildomomis sąlygomis, nes tam, kad atsirastų darbo santykiai, pirmiausia reikalinga darbo sutartis.



## 1.1. Darbo sutarties sudarymas

Darbo santykių atsiradimą įteisina parašais patvirtinta darbo sutartis tarp darbuotojo ir darbdavio (ar jo įgalioto asmens). Lietuvos Respublikos (toliau – LR) darbo sutarties įstatyme nurodoma, jog tai yra „darbuotojo ir darbdavio susitarimas, pagal kurį darbuotojas įsipareigoja būdamas pavaldus darbdaviui ir jo naudai atlikti darbo funkciją, o darbdavys įsipareigoja už tai mokėti darbo užmokestį“ (Lietuvos Respublikos darbo kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas, 2016). Plačenytė ir kt. pabrėžia kad sudarius darbo sutartį darbuotojas įsipareigoja dirbti tam tikrą darbą, paklusti įmonės vidaus darbo tvarkai, o darbdavys įsipareigoja suteikti darbuotojui sutartyje sulgytą darbą, mokėti sulgytą darbo užmokestį ir užtikrinti darbo sąlygas (Plačenytė, Guptor, Galin ir Dauskurdas, 2021, p. 9)

LR vyriausybė, LR socialinės apsaugos ir darbo ministro patvirtinimu, yra nustačiusi pavyzdinę darbo sutarties formą, kuria vadovaujasi ūkio subjektai sudarydami darbo sutartis, jas koreguodami pagal savo poreikius. Sudaroma sutartis turi būti rašytinė, sudaroma dviem egzemplioriais. Vienas iš jų lieka darbdaviui, kitas atitenka darbuotojui. Darbdavys yra atsakingas už teisingą sutarties sudarymą ir turi užtikrinti, kad darbuotojas galėtų dirbti tik sudarius sutartį. LR Darbo kodeksas (toliau – DK) numato šias dažniausiai sutinkamas darbo sutarčių rūšis:

*Neterminuota.* Darbuotojas įdarbinamas neribotam laikui, iki darbo santykių nutraukimo iš darbdavio ar darbuotojo pusės. Priklausomai nuo jos nutraukimo sąlygų, gali atsirasti prievolė mokėti išėtinę išmoką.

*Terminuota.* Šios rūšies sutartys sudaromos tam tikram laikui arba tam tikrų darbų atlikimo laikui ir pasibaigia suėjus terminui, be prievolės mokėti išėtinę išmoką (išskyrus jeigu darbo santykiai pagal terminuotą darbo sutartį tęsiasi ilgiau nei 2m.).

Darbo sutartyje turi būti nurodoma kontaktinė darbdavio (įmonės pavadinimas, kodas, adresas, kontaktinis telefono numeris) ir darbuotojo (vardas, pavardė, asmens kodas, paso arba asmens tapatybės kortelės numeris, adresas, telefono numeris, el. pašto adresas) informacija, bei būtinosios ir papildomos sąlygos. Plačenytė ir kt. prie būtinųjų darbo sąlygų priskiria darbo funkcijas (pareigas, darbo laiko režimo nustatymą), darbo apmokėjimą (darbo užmokesčio nustatymą: valandinis/mėnesinis, išmokėjimo dieną), darbovietės ar darbo funkcijų atlikimo vietą (nurodomas adresas), o kaip papildomas sąlygas nurodo susitarimą dėl išbandymo, mokymo išlaidų atlyginimo, konfidencialios informacijos apsaugos, nekonkuravimo, papildomo darbo ir kt. (Plačenytė ir kt., 2021, p. 11).

Susitarus dėl visų sąlygų ir pasirašius darbo sutartį, svarbu informuoti „Sodra“ pateikiant 1-SD elektroninį pranešimą (pranešimas apie asmens socialinio draudimo pradžią) Sodra.lt svetainėje ne vėliau kaip vieną dieną prieš darbo pradžią, nurodant darbinamo asmens informaciją, profesijos kodą bei asmens tapatybę patvirtinančią dokumento kopiją (darbinant asmenį, neturinti lietuviško asmens kodo).

## 1.2. Darbo užmokesčio samprata ir struktūra

Darbo apmokėjimo sąvoka buitinėje kalboje išreiškiamas kaip „alga“, „atlyginimas“, „darbo užmokestis“. Kadangi nėra vienintelio apibūdinimo, gali kilti klausimas ar visi šie žodžiai turi tą pačią reikšmę. Lietuvių kabos žodynas žodį alga aiškina kaip „metinis, mėnesinis ar savaitinis darbininko ar tarnautojo darbo užmokestis, atlyginimas“, o žodį atlyginimas pateikia kaip: „užmokestis už darbą, atpildas, atmokestis, atlygis“. Valstybinė Lietuvių kalbos komisija žodį alga laiko tinkamu, reiškiančiu „griežtai nustatytas mėnesinis darbo užmokestis, nepriklausantis nuo mėnesio trukmės (LR terminų bankas). Visuotinėje Lietuvių enciklopedijoje žodis alga aiškinamas kaip darbuotojui mokamas fiksuotas piniginis atlyginimas už atliktą darbą. Reziumuojant, galima daryti išvadą, jog šie žodžiai turi tą pačią reikšmę, kai yra kalbama apie darbo užmokestį.

*Darbo užmokestis* yra reglamentuojamas valstybiniu ir įmonės lygiu. Valstybiniu lygiu reglamentuoja LR Konstitucija (IV skirsnis „Tautos ūkis ir darbas“), Darbo apmokėjimo įstatymas, DK, mokesčių įstatymais ir kitais darbo santykius reguliuojančiais teisiniais aktais yra reglamentuojama darbo apmokėjimo politika. Valstybė bendru sutarimu su darbdaviais ir profsąjungomis nustato minimalų darbo užmokestį (toliau, MDU), o įmonėje su darbu užmokesčiu susijusios sąlygos numatomos taikomose darbo apmokėjimo sistemose (darbo užmokesčio apskaitos politika) ir darbo sutartyse.

MDU gali būti mokamas tik už nekvalifikuotą darbą (darbą, kuriam atlikti nekeliama jokie specialūs kvalifikacinių įgūdžių ar profesinių gebėjimų reikalavimai), o už kvalifikuotą darbą turėtų būti

didesnis nei valstybės nustatytas MDU. Remiantis 2023m. birželio 8d. LR Vyriausybės nutarimu Nr. 516 „Dėl 2024 metais taikomo minimaliojo darbo užmokesčio“, nuo 2024m. sausio mėn. 1 d. nustatoma:

- Minimalų valandinį atlyginimą (toliau - MVA) 5,65 Eur už vieną darbo valandą, neatskaičius mokesčių.
- Minimalią mėnesinę algą (toliau - MMA) 924 Eur už vieną darbo mėnesį, neatskaičius mokesčių.
- Bazinę mėnesinę algą.

Predonu pabrėžia, kad pasitenkinimas darbu priklauso ne tik nuo absoliutaus darbo užmokesčio lygio, bet ir nuo darbo užmokesčio didėjimo (versta. Predonu, 2014, p. 148). MDU yra didinamas kiekvienais metais atsižvelgiant į ekonominius, sociologinius ir kitus žmonių gyvenimą įtakojančius rodiklius. Šie darbo užmokesčio dydžiai nustato minimalias ribas tiek privačiame tiek valstybiniame sektoriuje. Anot S. Raziulytės, MDU didinimas „ne tik gerina minimalias darbuotojų gyvenimo sąlygas, bet ir padeda kovoti su šešėline ekonomika“ (Raziulytė, 2011, p. 75). Nuolat didėjanti MDU dalis mažina neoficialią mokėtino atlyginimo dalį, to pasekoje sumokama daugiau mokesčių į biudžetą. Valstybės periodiškai reguliuojamas MDU dydis taip pat padeda stabdyti darbuotojų išnaudojimą, padeda mažas pajamas gaunančioms šeimoms.

Pagal Ivanauskienę, darbo užmokestis skirstomas į pagrindinį ir papildomą (Ivanauskienė, 2016, p.408). Pagrindinį sudaro faktiškai išdirbtas laikas arba pagamintos produkcijos kiekis (priklausomai nuo pasirinktos apmokėjimo formos). Į pagrindinį užmokestį už darbą įeina premijos, priemokos esant nukrypimams nuo normalių darbo sąlygų, pvz. mokėjimas už naktinį darbą, viršvalandžius, prastovas ir t.t. Papildomas darbo užmokestis skaičiuojamas už faktiškai nedirbtą laiką, tačiau remiantis reglamentuojančiais aktais apskaičiuotais papildomais apmokėjimais už kasmetines atostogas, papildomas poilsio dienas auginantiems vaikams, stažuotes ir t.t. Tuo tarpu LR DK 139 str. nurodo tikslesnę darbuotojo užmokesčio struktūrą, į kurią įeina:

- Bazinis (tarifinis) darbo užmokestis (mėnesinė alga/ valandinis atlygis/pareiginės algos pastovioji dalis);
- Papildoma atlyginimo už padarytą darbą dalis, nustatyta šalių sutarimu/ mokama pagal darbo teisės normas ar darbovietėje taikomą darbo apmokėjimo sistemą;
- Priedai už įgytą kvalifikaciją;
- Priemokos už papildomą darbą ar papildomų pareigų ar užduočių vykdymą;
- Premijos už atliktą darbą, nustatytos šalių sutarimu ar mokamos pagal darbo teisės normas ar darbovietėje taikomą darbo apmokėjimo sistemą;
- Premijos, darbdavio iniciatyva skiriamos paskatinti darbuotoją už gerai atliktą darbą, jo ar įmonės, padalinio ar darbuotojų grupės veiklą ar veiklos rezultatus (DK, 139 str.);

Bazinis užmokestis gali būti mėnesinė alga, valandinis atlygis arba valstybės ir savivaldybių įstaigų darbuotojo pareiginės algos pastoviojo dalis. Jo dydis priklauso nuo įmonės veiklos specifikos ir atlygio mokėjimo politikos. Vienu įmonių vadovai linkę išlaikyti darbuotojus, juos motyvuodami patraukliu atlyginimu, kitų – stengiasi mažinti išlaidas mokamam užmokesčiui darbuotojui ir gauti daugiau pelno iš veiklos. Bazinio užmokesčio dydį taip pat lemia taip pat ir išorės veiksniai. Dėl šios priežasties įmonių vadovai turėtų įvertinti esamą ekonominę padėtį, infliacijos lygį, galiojančių įstatymų pokyčius, atlyginimų rinkos pokyčius, darbuotojų darbo rezultatus ir t.t. Įmonės, negalinčios motyvuoti darbuotojų baziniu atlyginimu, naudoja papildomas skatinimo priemones.

Papildomą užmokesčio dalį sudaro įvairios priemokos dėl nukrypimo nuo normalių darbo sąlygų: darbas naktį (nuo 22:00 iki 06:00 val.), darbo poilsio ir švenčių dienomis, t.t. Apmokėjimas už papildomą darbą vykdomas pagal darbovietėje taikomą sistemą, kuri turi būti sudaryta remiantis įstatymais.

Visus papildomus uždarbius, priedus, priemokas ir premijas darbdavys gali mokėti už atliktą darbą viršinantį išdirbio normas arba darbo laiką, kitų vidinių rodiklių įvykdymą. DK numato galimybę skirti priedus už atskiruose įsakymuose numatytus ir įvykdytus pasiekimus. Taip pat, galimas raštiškas susitarimas dėl papildomo darbo, vykdomo kartu su darbo sutartyje numatytomis pareigomis, vykdymo (DK 33str.). Kolektyvinėje darbo sutartyje numačius mokėti priedus už tam tikrų rodiklių įvykdymą, darbdaviui tampa privaloma skatinti darbuotoją (Budrienė ir kt. 2020, p. 306). Visos premijos, mokamos pagal susitarimą arba darbovietėje numatyta tvarka, yra įskaitomos į užmokesčio už padarytą darbą sumą, kuri didina darbuotojo vidutinį darbo užmokestį (VDU) ir su juo susijusias išmokas (apžvelgiama plačiau 2.2 skyriuje).

Susipažinus su darbo užmokesčio samprata ir struktūra, reikalinga išanalizuoti kaip yra reglamentuojamas užmokestis už darbą, kokias darbo apmokėjimo formas ir sistemas pasirenka įmonės, vertindamos darbuotojų padarytą darbą. Svarbu kad darbo apmokėjimo sistemos būtų parinktos teisingai ir optimaliai tenkintų abi sąveikaujančias puses.

### 1.3. Darbo apmokėjimo formos ir sistemos

Kiekvienai įmonei privalu valdyti savo darbo laiką. Darbo laiko terminas yra apibrėžiamas DK ir 31 Verslo apskaitos standarte (VAS) „Atlygis darbuotojui“ kaip „laikas, kurį darbuotojas privalo dirbti jam pavestą darbą“. DK 111 str. nurodo, jog į darbo laiką įtraukiama pasirengimas darbui darbo vietoje, fiziologinės ir specialiosios pertraukos, kelionės laikas vykstant vykdyti darbo funkcijas į laikino atlikimo vietą, budėjimo laikas, privalomų sveikatos patikrinimų, prastovos (laikinas darbo santykių nutraukimas dėl tam tikrų priežasčių), nušalinimo nuo darbo laikas ir kt.

Tam, kad įmonė galėtų objektyviai įvertinti darbą, ji sukuria darbo užmokesčio apskaitos politiką. Pagal Ivanauskienę, darbo užmokesčio politika sietina su teisinių klausimų, susijusių su užmokesčio skaičiavimo tvarka analizavimu, itin tiksliai ir laiku įforminamais pirminiais dokumentais, darbo sąnaudų paskirstymu pagal produkcijos rūšis/ ūkio padalinius/ gamybos šakas, gaunama darbo ir užmokesčio informacija, kuri reikalinga planavimui ir sprendimų priėmimui, darbo apmokėjimui skirtu fondo naudojimo kontrole (kaip naudojamas darbo užmokesčio fondas) ir laiku sudarytomis ir pateikiamomis ataskaitomis vidaus ir išorės vartotojams (VMI, Sodra, Statistikos departamentas ir kt.) (Ivanauskienė, 2016, p. 402)

*Darbo apmokėjimas ar darbo apmokėjimo sistemos nėra reglamentuojamas valstybės. Ganėtinai sudėtinga yra sukurti universalų modelį tinkantį visoms įmonėms. Įmonės vadovas ar įmonės administracija, atsižvelgdama į įmonės veiklos pobūdį, situaciją rinkoje, įvertinus darbo organizavimą, siekiamus tikslus ir kitas aplinkybes, turi teisę pasirinkti darbo apmokėjimo formą ir tinkamiausią sistemą, kuria remiantis, darbuotojams teisingai atlyginama už darbą. Į tam tikras sistemas darbo apmokėjimo formos skirstomos pagal įvairius požymius: pačią darbo apmokėjimo sudėtį, darbo rezultatų detalizavimą, darbo laiko vienetą, darbo užmokesčio paskirstymą. Jeigu atsiranda poreikis, įmonė gali taikyti skirtingas apmokėjimų formas darbuotojams, dirbantiems skirtinguose padaliniuose. Tačiau, DK numato, jog pasirenkant darbo apmokėjimo sistemą ir patvirtinant konkrečių darbų įkainius, būtina laikytis darbo teisės subjektų lygybės, teisingo apmokėjimo už darbą, teisėtų lūkesčių apsaugos ir visokeriopos darbo teisių gynybos, saugių ir sveikatai nekenksmingų darbo sąlygų, laisvų kolektyvinių derybų, darbdavio ir darbuotojų interesų pusiausvyros principų (DK 2, 26, 33, 193str.). Įmonei įsivertinus ar darbo užmokestis apskaičiuojamas remiantis darbuotojo dirbtu laiku ar atliktu rezultatu, anot Budrienės ir kt. taikomos dvi pagrindinės darbo apmokėjimo formos – laikinė, arba vienetinė (Budrienė ir kt., 2020, p. 297)*

#### 1.3.1. Laikinė darbo apmokėjimo forma

Terminas *laikinė darbo apmokėjimo forma* nurodo jog pagrindinis rodiklis, nuo kurio priklauso darbo užmokesčio dydis yra konkretus išdirbtas laikas bei darbuotojo kvalifikacija. Darbo laiko apskaita dažniausiai žymima darbo laiko apskaitos žiniaraščiuose ar kituose analogiškuose dokumentuose, nurodančiuose visą informaciją apie išdirbtą laiką ir nuokrypius (viršvalandžiai, darbas naktį ir kt.) . Kadangi dirbtas laikas gali būti išreikštas skirtingais darbo laiko vienetais, dėl informacijos aiškumo, laikinė darbo užmokesčio sistema pateikiama lentelėje žemiau.

1.3.1 lentelė. **Laikinės darbo formos sistemos pagal klasifikavimo požymius**

Klasifikavimo požymis	Sistema	Papildoma informacija
Pagal darbo laiko vienetą	Valandinė	Valandinis tarifinis atlygis
	Pamaininė (dieninė)	Pamainų/dienų tarifinis atlygis
	Savaitinė	Savaitės tarifinis atlygis
	Mėnesinė	Pareiginis atlyginimas
Pagal užmokesčio sudėtį	Paprastoji	Atlygis už faktiškai išdirbtą laiką + nuokrypiai
	Premijinė	Atlygis už faktiškai išdirbtą laiką + premijos, priedai, kitos priemokos

Pagal darbo laiko vienetą, galima išskirti valandinę, pamaininę (dieninę), savaitinę ir mėnesinę sistemas. Autoriai pabrėžia, kad priklausomai nuo taikomos darbo apmokėjimo sistemos, darbo valandos, užfiksuotos darbo laiko apskaitos žiniaraštyje ar kitame analogiško turinio registre, yra dauginamos iš įmonės vidaus dokumentuose nustatyto tarifinio (valandinio/ pamaininio (dieninio)/ savaitinio atlygio. Dažnai įmonėse (ypatingai administracijoje dirbančiam personalui) yra taikomas pareiginis atlyginimas už visą darbo mėnesį. Neišdirbus viso mėnesio, proporcingai faktiškam laikui perskaičiuojama pareiginė alga (mėnesinis atlyginimas dalinamas iš darbo dienų skaičiaus ir gautas rezultatas padauginamas iš faktiškai dirbtų dienų).

Pagal sudėtį laikinė darbo apmokėjimo forma skirstoma į paprastąją ir premijinę. Taikant laikinę paprastąją darbo apmokėjimo sistemą, mokamas nustatytas pareiginis atlyginimas už faktiškai išdirbtą laiką. Taikant šią sistemą paprastai neatsižvelgiama į atlikto darbo kiekį ar kokybę, tačiau mokama už nuokrypius (viršvalandžiai, darbas naktį, kt.) pagal DK nurodytus atvejus.

Priešingai nei laikinėje paprastojoje darbo apmokėjimo sistemoje, premijinėje atsižvelgiama į darbo kokybę taip siekiant paskatinti darbuotojus dirbti našiau ir kokybiškiau. Taikant šią sistemą, mokami priedai prie pagrindinio darbo užmokesčio, kurių dydžiai yra numatyti arba darbo apmokėjimo nuostatuose, kolektyvinėse sutartyse arba apskaitos politikoje arba kitame įmonės vidaus dokumente. DK reglamentuoja jog *laikinės darbo laiko apskaitos* norma yra keturiasdešimt valandų per savaitę (esant poreikiui galima tarpusavio susitarimo pagrindu ją pailginti arba patrupinti.) Tačiau maksimalus vidutinis darbo laikas, neįtraukiant viršvalandžių, gali būti 48 valandos per 7 dienas, o įskaičius viršvalandžius – 60 valandų per savaitę. Negalima dirbti daugiau nei šešias dienas iš eilės.

Jeigu darbo laikas apskaičiuojamas septynių dienų laikotarpiui taikoma laikinė darbo laiko apskaita. O jeigu ilgesniam laikotarpiui nei savaitę, taikoma *suminė darbo laiko apskaita*.

### 1.3.2. Suminė darbo laiko apskaita

Suminę darbo laiko apskaitą reglamentuoja DK. Ji panaši su laikine darbo apmokėjimo forma todėl kai kurie autoriai suminės darbo laiko apskaitos neišskiria kaip atskiros formos. Esminis skirtumas tarp jų yra tas kad suminė darbo laiko apskaita naudojama apskaičiuoti ilgesniam darbo laikui nei kalendorinė savaitė pvz. mėnesį, ketvirtį, kas keturis mėnesius, išimtiniais atvejais – per metus. Suminė darbo laiko apskaita gali būti itin funkcionali. Ivanauskienė pažymi, kad ji gali būti taikoma: „be išimties visiems darbuotojams, dirbantiems visą darbo laiką, ne visą darbo laiką, dirbantiems sutrumpintą darbo laiką, taip pat ir labiau socialiai pažeidžiamiems darbuotojams“ (Ivanauskienė, 2016, p.408). Autorė nurodo kad suminės darbo apskaitos taikymo tvarka ir jos taikymas turi būti numatyta įmonės vidaus tvarkose. Svarbu jog darbo laikas per pamainą nebūtų ilgesnis nei 12 valandų ir ne daugiau kaip 52 valandos per savaitę. Viršinus darbo normą, darbuotojui apmokama ne mažiau kaip 1,5 karto nustatyto darbuotojo DU arba trumpinamas darbas kitą darbo dieną, ar suteikiama papildoma poilsio diena kaip numatyta DK 186 str. 2d. Darbo grafikas sudaromas ir darbuotojai supažindinami ne vėliau kaip 2 savaitės prieš jam prasidedant.

### 1.3.3. Vienetinė darbo apmokėjimo forma

*Vienetinė darbo apmokėjimo forma* „darbuotojui mokama už faktiškai pagamintą produkciją arba atliktą darbą pagal nustatytus įkainius“ (Visuotinė Lietuvių enciklopedija). Kitaip tariant, jeigu tam tikro darbo rezultatai išmatuojami tam tikrais matavimo vienetais (pvz. svorio, ilgio, ploto, kiekio ir pan.), įmonės gali taikyti šią apmokėjimo formą. Tinkamiausia ji produkciją gaminančių arba produktų technologines operacijas atliekančių įmonių darbininkams, kadangi ši darbo apmokėjimo forma tiesiogiai siejasi su atliekamu darbu ir rezultatu. Šią darbo apmokėjimo formą yra ganėtinai sudėtinga taikyti. Reikalingos įvairios kalkuliacijos nustatyti darbo normai, bei darbo laiko apskaitai. Norėdamos taikyti vienetinę darbo apmokėjimo formą, įmonių vadovai, turi patvirtinti valandinius tarifinius atlygius pagal įmonėje dirbančiųjų darbuotojų kvalifikacines kategorijas (patys paprasčiausi darbai turi žemiausias kategorijas ir atitinkamai žemiausius tarifinius atlygius, sudėtingesnėms ir aukštesnėms kategorijoms reikalinga aukštesnė darbuotojo kvalifikacija tad už darbą mokama aukštesniais tarifais) ir įtraukti į įmonės vidaus dokumentus. Dažniausiai vykdoma direktoriaus įsakymu, suderinus su darbuotojais ar jų atstovais.

Budrienė ir kt. pabrėžia kad taikant vienetinę darbo apmokėjimo formą, „...darbuotojų darbo užmokestis apskaičiuojamas padauginus per tam tikrą apskaitinį laikotarpį (įprastai-mėnesį) kiekvieno darbuotojo atliktų operacijų skaičių iš šiam darbuotojui taikomo atitinkamos operacijos vienetinio

įkainio“ (Budrienė ir kt., 2022, p. 302). Autoriai Budrienė ir kt. išskiria vienuolika vienetinio darbo formos sistemų pagal skirtingus kvalifikavimo požymius. Dėl duomenų aiškumo, informacija pateikiama lentelėje 1.3.2 (apačioje).

1.3.2 lentelė. **Vienetinės darbo formos sistemos pagal klasifikavimo požymius**

Klasifikavimo požymis	Sistema	Papildoma informacija
Pagal DU	Paprastoji	Pastovus įkainis* gaminių/suteiktų paslaugų/atliktų technologinių operacijų kiekio
	Premijinė	paprastoji + priedai
Pagal darbo rezultatų detalizavimą	Akordinė	Nustatoma bendras viso darbo įkainis ir atlikimo terminas
	Pagal detalizuotus įkainius	Atlyginimas priklauso nuo atliktų technologinių operacijų kiekio.
Pagal darbo rezultatų įtaką	Tiesioginė	Personaliai padarytas darbo kiekis* įkainis
	Netiesioginė	Struktūrinio padalinio darbo rezultatai
Pagal įkainių pastovumą	Apmokėjimas pagal pastovius įkainius	Nekintantys pastovūs įkainiai
	Progresinė	Išdirbiui virš normos taikomi didesni vienetiniai įkainiai
	Regresinė	Augant įvykdomam kiekiui darbo normos, lėčiau didėja užmokestis
Pagal užmokesčio pasiskirstymą	Individuali	Pasiekti asmeniniai rezultatai
	Kolektyvinė	Vienas įkainis visai grupei darbuotojų

Pagal pateiktus lentelėje duomenis matyti kad vienetinė darbo apmokėjimo forma yra sudėtinga. Autoriai nurodo penkis klasifikavimo požymius ir pagal juos išskirtas darbo apmokėjimo sistemas, kiekviena turi savo požymius. Svarbu paminėti, jog gali nutikti taip, kad darbuotojui, dirbančiam pagal vienetinę darbo apmokėjimo sistemą (apskaičiavus ir pritaikius įkainių tarifą atsižvelgiant į darbo sudėtingumo kategorijas (didesni už minimalųjį atlygį), atlyginimas gali gautis mažesnis už MMA). Įvykus tokiam įvykiui būtina ieškoti priežasties. Jeigu darbuotojas neįvykdo išdirbio normų dėl savo kaltės, mokama už faktiškai atliktą darbą. Tačiau, jeigu darbuotojas negalėjo atlikti darbo normos ne dėl savo kaltės, jam mokama „už faktiškai atliktą darbą, bet ne mažiau kaip du trečdaliai jo vidutinio darbo užmokesčio ir ne mažiau nei minimalusis darbo užmokestis“ (Budrienė ir kt., 2022, p. 304). Visumoje, vienetinė darbo laiko forma orientuota į pagaminamos produkcijos kiekį. Įmonės, kurios nori prognozuoti ir kontroliuoti darbo apmokėjimo išlaidas susiduria su sunkumais taikant šią darbo apmokėjimo formą. Taip pat, tarp darbuotojų gali atsirasti konkurencija, lemianti didesnę atlikto darbo kiekį, tačiau neigimai veikianti kokybę. Ypatingai taikant regresinę, progresinę ir kolektyvinę sistemas. Būtent šios priežastys įmones skatina rinktis laikinės darbo formos sistemas darbo apmokėjimui. Visuotinė lietuvių enciklopedija reziumuoja kad „darbo apmokėjimo formų ir sistemų pasirinkimas priklauso nuo gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų pobūdžio, gamybos lygio ir augimo tempų, darbuotojų skaičiaus, profesinės struktūros ir kitų veiksnių, šalyje susiklosčiusių tradicijų“ (Visuotinė lietuvių enciklopedija).

Apibendrinus skyriuje pateiktą informaciją, galima teigti jog darbo santykiai prasideda sudarius darbo sutartį ir apibrėžus darbo sąlygas. Dažniausiai sutinkamos terminuotos ir neterminuotos darbo sutartys. Darbo užmokesčio sąvoka apibrėžiama kaip apmokėjimas už atliktą darbą ir išmokamas pinigais. Jį sudaro bazinis atlyginimas (mėnesinė alga, valandinis užmokestis arba pareiginės algos pastovioji dalis), priedai už turimą kvalifikaciją, premijos, priemokos už papildomą darbą ir t.t. Darbo apmokėjimo sistemos nėra reglamentuotos, įmonės pasirenka tinkamiausią pagal veiklos pobūdį. Išskiriamos laikinė ir vienetinė. Papildomai būtina mokėti atsiradus už nuokrypius nuo įprastų darbo sąlygų (šventinės dienos, viršvalandžiai, darbas naktį ir t.t.). Nesvarbu kokią darbo užmokesčio formą ir sistemą pasirinktų darbdavys, svarbu kad būtų išsaugoma darbuotojo teisė į teisingą atlygį už atliktą darbą (DK 2str, 140str. 5,6 d.)

## 2. Darbo užmokesčio apskaičiavimas ir apskaita

Norint apskaičiuoti atlygį už atliktą darbą reikia įvertinti svarbiausius aspektus, kurie yra būtini teisingam apskaičiavimui. Budrienė ir kt. teigia, jog svarbu įvertinti turimą informaciją apie:

- Darbo sutartyje numatytą užmokesčio dydį;
- Darbo sutartyje sutartą darbo laiko normą ir darbuotojui taikomą darbo laiko režimą,
- Užmokesčio padidinimo dydžius už nukrypimus nuo normalių darbo sąlygų: viršvalandžius, darbą naktį, darbą švenčių ar poilsio dieną, kuri nebuvo numatyta grafike;
- Darbo apmokėjimo sistemoje, kolektyvinėje sutartyje ar kitame dokumente numatytus priedus, priemokas, premijas už darbo rezultatus;
- Vadovo įsakymu skirtas premijas darbdavio iniciatyva;
- Mokesčiais ir įmokomis apmokestinamo užmokesčio bazės padidinimą;
- Iš darbuotojo atlyginimo išskaičiuojamus mokesčius;
- Išskaitas iš užmokesčio už darbą darbuotojo prašymu, darbdavio nurodymu ar pagal vykdomuosius dokumentus;
- Netesybų už pavėluotą atlygio mokėjimą dydžius ir apskaičiavimo tvarką (Budrienė ir kt. 2022, p. 309)

Prieš pradėdant skaičiuoti darbo užmokesį, įmonės buhalteriu turi būti pateikiami duomenys apie tą mėnesį planuotą darbuotojo darbo laiką, faktiškai dirbtą laiką, nuokrypius nuo normalių sąlygų, nedirbtą darbo laiko normos dalį, už kurią privaloma sumokėti. Visa ši informacija turi būti pažymėta darbo laiko apskaitos žiniaraštyje (darbo laiko apskaitos dokumentas, kuriame žymimas faktiškai dirbtas laikas, viršvalandžiai, darbas švenčių dieną bei darbo laikas poilsio dieną, jeigu jis nenustatytas pagal grafiką, darbo laiką naktį ir, jeigu buvo susitarimas, dėl papildomo darbo, nurodyti faktiškai išdirbtą papildomo darbo laiką). Pavyzdinė darbo laiko apskaitos žiniaraščio formos nebėra nuo 2017-07-01, ją patvirtina pati įmonė/ įstaiga/ darbdavys kaip numatyta DK 120str. 3d. Taip pat šis straipsnis numato jog darbdavys privalo tvarkyti darbuotojų darbo laiko apskaitą ir supažindinti darbuotojus su minėtu dokumentu.

Šiame skyriuje analizuojama darbo laiko apskaita, apmokėjimo už viršvalandžius, darbą naktį, poilsio ir švenčių dienomis, esant sveikatai kenksmingiems veiksniams, apskaičiavimo reglamentavimas, taip pat visų išskaitų ir išskaitymų iš atlyginimo apskaita ir ypatybės.

### 2.1. Apmokėjimai už nuokrypius nuo normalių darbo sąlygų

Nuokrypiams nuo normalių darbo sąlygų priskiriama viršvalandžiai, darbas naktį, darbas poilsio bei švenčių dienomis bei darbas esant sveikatai kenksmingiems veiksniams. Viena iš darbo sutartyje numatomų sąlygų yra darbo laiko norma. Pagal galiojančius įstatymus ir nuostatus, darbuotojas privalo dirbti sutartyje nustatytą darbo laiką (į jį neįeina pravaikštos (neatvykimas į darbą be pateisinamo priežasties), neatvykimas į darbą administracijos leidimu, nedarbingumo laikas, pertraukos pavalgyti ir pailsėti, atostogos, šventės ir t.t), tačiau dėl įvairiausių priežasčių tenka viršyti darbo normą ir papildomai dirbti viršvalandžius. **Už viršvalandžius** privaloma apmokėti kaip už nukrypimą nuo normalių darbo sąlygų. Viršvalandžių trukmę ir susidarymo atvejus riboja DK. Darbuotojas negali savo noru pasilikti dirbti ilgiau po darbo laiko arba atvykus anksčiau nei nurodyta pagal grafiką. Įmonės vadovas turi nurodyti viršvalandžius, tačiau jie galimi tik darbuotojui sutikus.

DK 119 str. nurodo jog maksimali viršvalandžių trukmė negali viršyti 8 val. per 7 paeiliui einančių kalendorinių dienų laikotarpį, nebent darbuotojas yra raštiškai išreiškęs norą dirbti iki 12 val. viršvalandžių per savaitę. Tuomet, negalima pažeisti 48 val. darbo laiko per savaitę trukmės. Per metus maksimalus viršvalandžių skaičius yra 180 val. (kolektyvinė sutartis gali apibrėžti ilgesnes viršvalandžių trukmes). Bet koku atveju, turi būti išlaikyti minimalaus poilsio ir maksimalaus darbo laiko reikalavimai.

## 2.1 lentelė. Apmokėjimas už viršvalandinį darbą

Darbo sąlygos	Apmokėjimo tarifas (kartais)	Papildoma informacija
Darbo dieną dienos metu (iki 22 val.)	Ne mažiau kaip 1,5	
Naktį (nuo 22 val. iki 6 val.)	Ne mažiau kaip 2	
Poilsio dieną	Ne mažiau kaip 2	Iš anksto nenustatyta pagal darbo grafiką
Švenčių dieną	Ne mažiau kaip 2,5	
Kai darbuotojas yra išdirbęs daugiau val. negu visa apskaitinio laikotarpio darbo laiko norma	Ne mažiau kaip 1,5	Taikant suminę darbo laiko apskaitą

2.1. lentelėje, pateikiama informacija kaip turėtų būti apmokama už tam tikromis sąlygomis susidarius viršvalandžius. DK nurodo mažiausius, už viršvalandžius mokamus, darbuotojų darbo užmokesčio dydžius. Įmonių vadovai gali mokėti daugiau, bet ne mažiau nei nustatyta.

DK numatyta kalendoriniu nakties laiku valandas tarp 22:00 ir 06:00. Kelių transporto įmonėse 00:00 iki 07:00 (DK 117 str. 1d.). **Už darbą naktį** apmokama ne mažiau nei 1,5 darbuotojo darbo užmokesčio dydžio. Darbo laiko apskaitos žiniaraštyje (ar kitame atitinkančiame dokumente) būtina pažymėti faktiškai išdirbtą laiką ir iš jo išskirti darbo laiką naktį. Svarbu atkreipti dėmesį į dirbančiųjų naktį režimus ir jų darbo laiko apskaitymą numatytą DK 117-118 str.

Šventinės dienos – „įstatymais nustatytos dienos, susijusios su svarbiais valstybės įvykiais, religinėmis ar atmintinomis datomis“ (Visuotinė lietuvių enciklopedija). DK 123 str. apibrėžia penkiolika šventinių dienų, kurios laikomos ne darbo dienomis išskyrus kai yra dirbama pagal suminę darbo laiko apskaitą, arba yra numatyta kolektyvinėje sutartyje. Kitu atveju, būtinas darbuotojo sutikimas. **Už darbą švenčių ar poilsio dienomis** darbuotojui (jo pasirinkimo valia) galima kompensuoti mokant ne mažesnę nei dvigubą darbuotojo darbo užmokesį arba išdirbtą laiką padauginant iš ne mažesnio koeficiento kaip 2, pridėti prie kasmetinių atostogų ir mokant už jį jo darbo sutartyje nustatytą užmokesį (pagal DK 124 str.). Darbo laiko apskaitos žiniaraštyje turi būti išskirtas faktiškai išdirbtas laikas ir iš jo išskirtas darbo laikas poilsio ir švenčių dienomis.

## 2.2. Atostoginiai ir kitos išmokos

Ūkio subjektai, nepaisant juridinio statuso, samdantys darbuotojus yra įstatymų numatyta tvarka įsipareigoti darbuotojams suteikti ir apmokėti tam tikras papildomas socialines garantijas. Pagal 31 VAS „Atlygis darbuotojui“ išskiria šias išmokas, už kurias apmokama iš darbdavio lėšų remiantis darbuotojo vidutiniu darbo užmokesčiu (toliau - VDU):

- Išmoka už kasmetines atostogas;
- Išėtinė išmoka;
- Ligos išmoka;
- Išmoka už papildomą laisvą dieną auginant vaikus;

Visos šios išmokos yra priskiriamos prie kompensuojamojo ne darbo laiko. Norint apskaičiuoti ir išmokėti šias išmokas, reikia išanalizuoti VDU apskaičiavimą. DK 130 str. nurodo, jog VDU apskaičiuojamas atsižvelgiant į 3 paskutinių mėnesių atlyginimus, prieš tą mėnesį, kuriam bus skaičiuojamas VDU ar išmoka. Vidutinis darbo dienos užmokestis apskaičiuojamas visų 3 mėnesių darbo užmokesčių padalinant iš faktiškai dirbtų dienų skaičiaus per 3 mėnesius, o valandinis VDU apskaičiuojamas 3 mėnesių darbo užmokesčių dalinant iš faktiškai dirbtų valandų per tuos pačius 3 mėnesius. Vienu būdu mes gauname vienos dienos vidutinį darbo užmokesį, o kitu būdu - vienos valandos vidutinį darbo užmokesį. Informacija apie dirbtų dienų ar valandų skaičių per 3 mėnesių laikotarpį imama iš darbo laiko apskaitos žiniaraščių.

Budrienė ir kt. atkreipia dėmesį, kad įvairios išmokos ir kompensacijos už nedirbtą laiką, apskaičiuojant VDU, neįskaitomos. Pvz: piniginės išmokos (premijos), kurias moka darbdavys pagal DK nustatytą švenčių progą, gyvenimo ir tarnybos metų jubiliejinių sukakčių progomis, įgijus teisę į socialinio draudimo senatvės pensiją, pareigūnų ir karių valstybinę pensiją, savo noru nutraukiant darbo sutartį ir t.t. Budrienė ir kt., 2022, p. 340)

DK 130str. apibrėžia *kasmetines atostogas* kaip ne darbo laiką, suteikiamą darbuotojui pailsėti ir dirbingumui susigrąžinti, mokant jam atostoginius (VDU dydžiu). Jos suteikiamos metų laiko laikotarpiui pradedant skaičiuoti nuo pirmos darbo dienos (d. d). Atostogos gali būti kasmetinės, papildomos ir pailgintos.

Dažniausiai pasitaikančios *kasmetinės atostogos* pilnamečiams ir neriboto dirbingumo darbuotojams vadovo įsakymu pagal darbuotojo prašymą suteikiamos:

Ne mažiau nei 20 d. d. dirbant 5d.d. per savaitę;

Ne mažiau nei 24 d. d. dirbant 6 d. d. per savaitę;

Ne mažiau kaip 4 sav. jei darbo dienų per savaitę skaičius mažesnis nei 5 arba skirtingas.

Atostogų dienos žymimos darbo apskaitos žiniaraštyje. DK 126 str. 2d. ir 138 str. 1d. nurodo kad dirbantiems mažiau nei 5 d. d. per savaitę, kasmetinės atostogos suteikiamos savaitėmis ir apmokama už tas atostogų dienas, kurios pagal iš anksto sudarytą grafiką, turėjo būti darbo dienos. Įprastai, atostoginiai turi būt išmokami paskutinę darbo dieną prieš darbuotojo atostogas. Jeigu darbuotojas pageidauja, atskiru prašymu gali paprašyti išmokėti atostoginius kartu su einamojo mėnesio užmokesčiu. Jei darbuotojas neturi galimybės ar nenori išeiti atostogauti, atostogų kompensacija neišmokama, išskyrus tuos atvejus, kai nutraukiami darbo santykiai (DK, 2016).

**Išeitinė išmoka** darbuotojui išmokama dviem atvejais: nutraukiant darbo sutartį esant svarbioms priežastims (gali būti ne dėl darbuotojo kaltės atsiradusi prastova trunkanti ilgiau nei 30 dienų iš eilės (DK, 56 str.), arba darbdavys nemoka darbo užmokesčio darbuotojui daugiau kaip 2 mėnesius iš eilės ar, darbuotojas negali dėl sveikatos būklės atlikti jam paskirto darbo) arba kai darbdavys nutraukia darbo sutartį. Išeitinė išmoka mokama kai ji nutraukiama darbdavio iniciatyva pagal DK, 57 str. Jeigu darbuotojas įmonėje dirba iki 12 mėnesių, jam priklauso 0,5 jo VDU išeitinė išmoka, o kai dirbama ilgiau nei 12 mėnesių – dviejų darbuotojo VDU dydžio išeitinė išmoka (DK, 57 str.). Jeigu darbuotojas nutraukia darbo sutartį savo noru pagal DK 55 str. 1d., arba darbuotojas atleidžiamas dėl jo kaltės pagal DK 58 str., darbdavys turi teisę ir neišmokėti išeitinės išmokos numatytais atvejais.

**Ligos išmoka** skiriama apdraustiems socialiniu draudimu darbuotojams (draudimas taikomas nuo pirmos darbo dienos), kuriems yra gydytojų išduotas elektroninis nedarbingumo pažymėjimas. LR ligos ir motinystės socialinio draudimo įstatymo 5 str. nurodo, kad ligos išmoka gali būti mokama susirgus pačiam darbuotojui, bei slaugant sergantį šeimos narį. Norint gauti ligos išmoką, darbuotojas turi turėti mažiausiai 3 mėnesių socialinio draudimo stažą per paskutinius 12 mėnesių. Darbdavys įpareigotas mokėti už pirmąsias dvi ligos dienas sutampančias su darbo grafiku ne mažiau nei 62,06% darbuotojo VDU ir ne daugiau nei 100% (jeigu, pagal iš anksto sudarytą grafiką, nedarbingumo dienos yra ne darbo dienos, už jas ligos išmokos darbdavys nemoka).. Nuo trečios ligos dienos ligos išmoką moka Valstybinio socialinio draudimo fondas. Apmokama taip pat 62,06 proc. darbuotojo VDU. „Asmenims, nedarbingiems dėl audinių, ląstelių ar organų paėmimo transplantacijai donorystės tikslu, 77,58 proc. gavėjo kompensuojamo darbo užmokesčio dydžio išmoką nuo pirmos laikino nedarbingumo dienos moka „Sodra“ (Sodra)

**Išmoka už papildomą laisvą dieną** pagal DK 138 str. 3d skiriama tėvams, auginantiems vaikus ir atitinkančius kriterijus, įstatymų numatyta tvarka. Tėvams, auginantiems vaiką iki 12metų suteikiama viena papildoma poilsio diena per 3 mėnesius (galima pasirinkti sutrumpinti darbo laiką 8 valandomis per tris mėnesius). Auginantiems neįgalų vaiką iki 18 metų. arba du vaikus iki dvylikos metų priklauso viena papildoma poilsio diena per mėnesį (arba 8 darbo valandų trumpinimas per mėnesį). Auginantiems 3 ir daugiau vaikų iki 12 metų arba 2 vaikus iki 12 metų kai vienas ar abu vaikai neįgalūs, priklauso dvi papildomos poilsio dienos. Už šias išmokas moka darbdavys, mokėdamas darbuotojo VDU. Suteikiamos poilsio dienos nekaupiamos ir neperkeliamos.

Pagal LR reglamentą, darbuotojams priklauso išmokos už kasmetines atostogas, išeitinė išmoka nutraukus darbo santykius, ligos išmoka tiek iš darbdavio tiek iš Valstybinio socialinio draudimo, susirgus bei išmoka už papildomą dieną tėvams, atitinkantiems įstatymo numatytus kriterijus.



## 2.3. Išskaitymai iš darbo užmokesčio ir su juo susiję mokesčiai

Atlyginimo skaičiavimas yra sudėtingas procesas, kuris turi būti tiksliai ir atidžiai įvykdytas. Svarbu ne tik priskaičiuoti visas į jį įeinančias dedančiąsias dalis (bazinis atlyginimas, nuokrypiai nuo darbo sąlygų, premijos ir priedai it t.t.), bet ir apskaičiuoti su susijusius mokesčius bei atkreipti dėmesį į išskaitas.

DK 150 str. 2d. numato **išskaitas** iš darbuotojo atlyginimo šiais atvejais:

- darbuotojui perduotas ir pagal paskirtį nepanaudotas darbdavio pinigų sumas;
- grąžinti sumas, permokėtas dėl apskaičiavimo klaidų;
- sumas žalai, kurias darbuotojas dėl savo kaltės padarė įmonei, atlyginti;

Išskaitas padarytai žalai atlyginti vykdyti galima tik tuo atveju, jei yra administracijos nurodymas išskaityti ne vėliau nei per tris mėnesius nuo žalos padarymo momento ir jeigu išskaita neviršija darbuotojo vieno VDU. Jeigu išskaita didesnė, darbdavys gali kreiptis teisės numatytais atvejais. Visos kitos išskaitos gali būti išskaičiuojamos visu dydžiu. (DK 150 str. 1d.)

Taip pat, dažnai pasitaikančios išskaitos vykdomos remiantis vykdomaisiais dokumentais gaunamais iš antstolių biurų. Tokio tipo išskaitos vykdomos tol, kol yra visiškai apmokamos išieškomos sumos. Svarbu atkreipti dėmesį į išieškomų sumų dydžius, kurie numatomi Civilinio proceso kodekso (CPK) 735 str.

Subačienė ir kt. teigia jog „Darbuotojui apskaičiuotas darbo užmokestis nėra tapatus mokėtinam darbo užmokesčiui, t. y. sumai, kurią darbuotojas gauna, nes iš apskaičiuoto darbo užmokesčio teisės aktų nustatyta tvarka yra išskaitomi **gyventojų pajamų mokestis** bei **socialinio ir sveikatos draudimo įmokos**“ (Subačienė ir kt., 2015, p. 124). Su darbo užmokesčiu susiję mokesčiai ir įmokos yra: gyventojų pajamų mokestis, valstybinio socialinio draudimo įmokos, privalomojo sveikatos draudimo įmokos ir darbdavio įmokos „Sodrai“.

Su darbo santykiais susijusioms arba jų esmę atitinkančiomis pajamomis taikoma:

- 20 proc. GPM tarifas, nesiekiant 60 VDU dydžio sumos (114162 Eur);
- 32 proc. GPM tarifas, viršijant 60 VDU;

LR vyriausybė įvertinus ekonominius, sociologinius ir kitus veiksnius, kiekvienais metais nustato neapmokestinamo pajamų dydžio (NPD) formulę, taikomą GPM skaičiavimui. Didinant MMA ir NPD siekiama apsaugoti pažeidžiamiausią gyventojų grupę – mažiausias pajamas gaunančius darbuotojus.. Darbdavys negali savo valia taikyti darbuotojui NPD. Darbuotojas, turintis teisę į NPD, darbdaviui pateikia laisvos formos raštišką prašymą dėl NPD taikymo (dažniausiai DS sudarymo metu). Ivanauskienė pabrėžia kad, prašymą dėl NPD taikymo darbuotojas gali pateikti vienoje iš darboviečių, nesvarbu, ar ji pagrindinė, ar ne pagrindinė. Prievolė išskaičiuoti gyventojų pajamų mokestį atsiranda kiekvieną mėnesį. Pagal įstatymo nuostatas visoms išmokoms (pagrindiniam darbo užmokesčiui, priedams, priemokoms), susijusioms su darbo santykiais (Ivanauskienė, 2016., p.427).Remiantis lentelėje pateiktomis formulėmis galime apskaičiuoti darbuotojui taikomą NPD dydį ir GPM.

Informacija apie išskaičiuotas GPM įmokas teikiama elektroninėje deklaravimo sistemoje (EDS) pildant kasmėnesinę formą GPM313 (mėnesinė pajamų mokesčio nuo A klasės pajamų deklaracija) ir nurodant sumą, nuo kurios skaičiuojamas GPM, bei GPM dydį. Pagal VMI rekomendacijas, išskaičiuotą pajamų mokestį sumokėti į biudžetą iki to mėnesio 15 dienos, jeigu paskutinė išmokos dalis išmokėta iki to mėnesio 15 dienos. Jeigu paskutinė išmokos dalis išmokėta po to mėnesio 15 dienos, tai mokestį išskaičiuojantis asmuo išskaičiuotą pajamų mokestį privalo sumokėti į biudžetą iki to mėnesio paskutinės dienos įmokos kodu 1311.

Išskaičiavus GMP svarbu išskaičiuoti Valstybinio socialinio draudimo (VSD) ir privalomojo socialinio draudimo (PSD) mokesčius, kurie yra apskaičiuojami ir mokami nuo tos dienos kurią darbuotojams pradedamas skaičiuoti atlyginimas už darbą. Anot Gipienės ir Žigienės, draudėjai draudimo įmokas skaičiuoja nuo kiekvienam apdraustajam skaičiuotos atlyginimo už darbą sumos, įskaitant visas išmokas ir neapmokestinamą minimumą, bet nemažesnes už kiekvieno kalendorinio mėnesio minimalią algą (Gipienė ir Žigienė, 2007, p. 24). VSD ir PSD įmokos mokamo valstybinei įstaigai „Sodra“ ir sudaro 19,5 proc. pridedant papildomus 3 proc. į pensijų fondą (jei darbuotojas yra įtrauktas į II pakopos pensijos kaupimą ((t.y. savarankiškas kaupimas, kurį darbdavys išskaito iš DU)). Pagal galiojančius teisės aktus, „Sodra“ dirbantiems pagal darbo sutartį taiko tokius draudimo tarifai:

- Valstybinis socialinis draudimas 12,52 proc. arba 15,52 proc. kaupiant papildomus 3 proc. II pakopos pensijai.
- Privalomas sveikatos draudimas - 6,98 proc.

Kiekvieną mėnesį teikiamas SAM pranešimas „Sodrai“, už einamąjį mėnesį iki kito mėnesio 15-os d., (prisijungus prie elektroninės svetainės) apie apskaičiuotas VDS išmokas už samdomus darbuotojus. Einamosios įmokos biudžetui mokamos iki sekančio mėnesio 15d. Taip pat, darbdavys moka papildomą išmoką nuo darbuotojo bruto atlyginimo, nemažinančią darbuotojo atlygio. Sudarius neterminuotą darbo sutartį taikomas 1,77 proc. dydis, o sudarius terminuotą sutartį - mokama 2,49 proc. įmoka.

Apibendrinus skyriuje pateiktą informaciją, prie darbo užmokesčio priskaičiavimo, be numatyto atlyginimo darbo sutartyje, priskiriama šie nuokrypiai nuo normalių darbo sąlygų: viršvalandžiai, darbas naktį, darbas švenčių ir poilsio dienomis bei esant sveikatai kenksmingiems veiksniams. Minėtieji nuokrypiai turi būti pažymėti darbo laiko apskaitos žiniaraštyje pažymint faktiškai dirbtą laiką ir iš jų išskiriant nuokrypius. Apmokėjimo sąlygos ir tarifai apibrėžiami DK. Išmokoms prie darbo užmokesčio priklauso atostoginiai, išeitinė išmoka, ligos bei išmoka už papildomą laisvą dieną auginant vaikus. Išmokos apskaičiuojamos remiantis vidutiniu darbuotojo darbo užmokesčiu (už vieną darbo dieną arba valandą) ir yra priskiriamos prie kompensuojamojo ne darbo laiko. Išskaitymams iš darbo užmokesčio priskiriamos išskaitos, socialinio draudimo įmokos ir gyventojų pajamų mokestis. Gyventojų pajamų mokesčiui apskaičiuoti taikomas neapmokestinamasis pajamų dydis, kuris keičiamas kiekvienais metais ir apskaičiuojamas pagal nustatytą formulę.

### **3. Darbo užmokesčio registravimas apskaitoje, išmokėjimas ir informacijos pateikimas aiškinamajame rašte**

#### **3.1. Darbo užmokesčio registravimas apskaitoje**

Tinkamai ir tiksliai apskaičiavus DU ir išskaičiavus iš jo mokesčius, svarbu teisingai užregistruoti ūkines operacijas apskaitoje. Šiame skyriuje analizuojamas darbo užmokesčio registravimas apskaitoje, jo išmokėjimas ir informacijos apie darbo užmokestį pateikimas aiškinamajame rašte.

Remiantis pavyzdiniu sąskaitų planu (2016), patvirtintu Audito ir apskaitos tarnybos direktoriaus 2015-04-13d. įsakymu VAS-15, darbo užmokesčio sintetinei apskaitai skirta 4480 sąskaita *mokėtinas darbo užmokestis*. Ji parodo sukauptą užmokestį, arba įmonės skolą darbuotojui. Ši sąskaita taip pat turi likutį kredite, nes užmokestis už atliktą darbą dažniausiai priskaičiuojamas vieną ataskaitinį mėnesį, o išmokama sekantį. Mokėtinas gyventojų pajamų mokestis registruojamas 4481 sąskaitoje *mokėtinas gyventojų pajamų mokestis*, o mokėtinos socialinio draudimo įmokos registruojamos 4482 sąskaitoje *mokėtinos socialinio draudimo įmokos*.

Gipienė ir Žigienė nurodo tris dalis, į kurias skirstomas užmokestis:

- administracijos, apsaugos, buhalterijos, aptarnaujančio personalo darbo užmokestis, priskiriamas įmonės veiklos sąnaudoms ir registruojamas sąskaitoje 6304;
- tiesiogiai gamybos procese dirbančių darbuotojų atlyginimas priskiriamas tiesioginėms gamybos išlaidoms ir kaupiamas 6003 sąskaitoje;
- pagalbinių gamybos darbuotojų DU priskiriamas netiesioginėms gamybos išlaidoms ir kaupiamas sąskaitoje 6004 (Gipienė ir Žigienė, 2007, p. 24)

Priklausomai nuo įmonės veiklos ir jų skirstymo į Gipienės ir Žigienės išskirtas darbuotojų dalis darbo užmokesčiui priskirti, apskaičiavus darbo užmokestį bei išskaičius mokesčius atliekamos tokios buhalterinės sąskaitų korespondencijos:

1. Priskaičiuojamas darbo užmokestis:
  - D 6 klasė (darbo užmokesčio sąnaudos priklausančios vienai iš aukščiau paminėtų dalių)
  - K 4480 Mokėtinas darbo užmokestis
2. Išskaičiuojami mokesčiai
  - D 4480 Mokėtinas darbo užmokestis
  - K 4481 Mokėtinas gyventojų pajamų mokestis
  - K 4482 Mokėtinos socialinio draudimo įmokos
3. Apskaičiuojama įmoka „Sodrai“, mokama iš darbdavio lėšų, registruojamas taip:
  - D 6 klasė (darbo užmokesčio sąnaudos priklausančios vienai iš aukščiau paminėtų dalių)
  - K 4482 Mokėtinos socialinio draudimo įmokos
4. Išmokamas darbo užmokestį darbuotojui, (apskaitoje registruojamas įsipareigojimo darbuotojui sumažėjimas ir pinigų sumažėjimas):
  - D 4480 Mokėtinas darbo užmokestis

- K 271 Pinigai iš banko sąskaitos
5. Sumokamos VSD ir PSD įmokos bei GPM (pinigų banko sąskaitoje sumažėjimas ir skolos sumažėjimas Sodrai ir VMI):
- D 4481 Mokėtinas gyventojų pajamų mokestis
  - D 4482 Mokėtinos socialinio draudimo įmokos
  - K 271 Pinigai banko sąskaitoje

### 3.2. Darbo užmokesčio išmokėjimas

Dažniausiai darbuotojui yra mokamas atlyginimas už praėjusį laikotarpį (mėnesį, savaitę ar pan.), o tarpiniai mokėjimai traktuojami kaip avansai būsimam darbo užmokesčiui. Konkretūs terminai numatomi sutartyse. Dažniausiai, dėl įmonių vadovų patogumo, darbuotojams mokamas atlyginimas vieną kartą per mėnesį, prieš tai gavus darbuotojo sutikimą. DK 139 str. 3d. pabrėžia kad darbo užmokestis yra mokamas pinigais. Turint tvarką įmonės viduje dėl atlyginimo mokėjimo terminų, įmonės gali planuoti ir valdyti pinigų srautus taip, kad atėjus mokėjimo datai nepritrūktų banko sąskaitose pinigų, nes pavėlavus sumokėti laiku, reikia mokėti delspinigius. Advokatė E. Kiznė straipsnyje „Ką daryti, jei vėluoja atlyginimas?“ pabrėžia delspinigių mokėjimo svarbą, nurodydama darbo teisės griežtumą delspinigių mokėjimo atžvilgiu kadangi darbuotojas laikomas silpnesniąja darbo santykių dalimi, kuri įgyja papildomų teisių, darbdavių nevykdant įsipareigojimų.

Delspinigių dydis yra nustatomas LR finansų ministro įsakymu „dėl palūkanų ir delspinigių dydžių nustatymo“ 2024-01-08d. Nr. 1K-9 ir nuo 2024-02-01d. taikomas 0,1 proc. tarifas už kiekvieną pradelstą dieną (ankščiau buvo 0,08 proc.). Delspinigiai yra neskaičiuojami į darbuotojo VDU (tai reiškia jie neapmokestinami nei GPM nei VSD/PSD įmokomis). Svarbu paminėti, kad DK 146 str. 2d. reglamentuoja jog pasibaigus darbo sutarčiai, visos su atlyginimu susijusios išmokos, pasibaigus darbo santykiams turi būti sumokėtos kai nutraukiama sutartis su darbuotoju, bet ne vėliau nei iki darbo santykių pabaigos (paskutinė darbo diena yra dirbama), nebent šalys raštiškai susitaria pratęsti terminą, bet ne ilgiau kaip 10 d. d. Darbo santykių nutraukimo faktą būtina pažymėti darbo sutartyje ir užtvirtinti šalių parašais. Taip pat atskiru 2SD formos pranešimu „Sodrai“ pateikiama informacija apie nutrūkusius darbo santykius.

### 3.3. Informacijos apie darbo užmokesčių pateikimas finansinėse ataskaitose ir aiškinamajame rašte

Darbuotojų užmokesčio už atliktą darbą sąnaudos priskiriamos prie atitinkamų sąskaitų grupių: tiesioginių, netiesioginių gamybos išlaidų, bei administracijos darbuotojų darbo užmokesčio. Pagal Audito ir apskaitos tarnybos direktoriaus įsakymą dėl 3-iojo verslo apskaitos standarto „Pelno (nuostolių) ataskaita“ tvirtinimo nurodoma, jog darbo užmokesčio sąnaudos traukiamos į Pelno (nuostolių) ataskaitą (PNA), „Pardavimo sąnaudos“, darbuotojų, kuriems priskaitytas užmokestis buvo nurodytas 6203 sąnaudų sąskaitoje. Prie „Bendrųjų ir administracinių sąnaudų“ priskiriama 6304 sąnaudų sąskaitoje kauptos atlyginimų išlaidos. Balanse su darbo santykiais susiję įsipareigojimai atsispindi „per vienus metus mokėtinų sumų ir kitų įsipareigojimų“ skyrelyje.

Bendrojoje aiškinamojo rašto dalyje pateikiama informacija apie ataskaitinių ir praėjusių finansinių metų vidutinį darbuotojų skaičių pagal sąrašą kaip numato 6-asis VAS, 24.3 punktas. Budrienė ir kt. nurodo informacijos atskleidimo aiškinamajame rašte apie darbo užmokesčio reikalavimus:

- Įmonei turint pasižadėjimus susijusius su ilgalaikiu atlygiu, mokamu darbuotojams išėjus į pensiją, planais, nurodoma sąnaudomis pripažinta suma (pagal apibrėžtų įmokų planus) ir t.t.
- Įmonei, taikančiai tarptautinius apskaitos standartus, pagal kuriuos pagrindiniai vadovaujantys darbuotojai yra išskirstyti į administracijos darbuotojus, valdybos ir t.t. narių grupes, pateikti išmokėtas avansų, paskolų sumas, palūkanų normas, įmonės nurašytas sumas ir t.t. tenkančias kiekvienai grupei (kitais tariant, nurodyti finansinius ryšius (išmokėtas sumas) su įmonės vadovais ir kitais susijusiais asmenimis per ataskaitinį ir praėjusį ataskaitinį laikotarpį) (Budrienė ir kt., 2022, p. 360).

Neteisingai ar klaidingai nurodytos su darbo santykiais susijusias išlaidas tiek Pelno (nuostolių) ataskaitoje, tiek Balanse, gali lemti klaidingus finansinių rodiklių apskaičiavimus bei rodyti ne tikslią

informaciją apie ūkio subjektą tiek vidaus tiek išorės vartotojams. Svarbu kad visose finansinėse ataskaitose būtų atvaizduota reali, tiksli informacija apie ūkio subjektą.

## Išvados

1. Darbo santykiai prasideda sudarius darbo sutartį ir apibrėžus darbo sąlygas. Dažniausiai sutinkamos terminuotos ir neterminuotos darbo sutartys.

2. Darbo užmokestis apibrėžiamas kaip apmokėjimas už atliktą darbą ir išmokamas pinigais. Jį sudaro bazinis atlyginimas (mėnesinė alga, valandinis užmokestis arba pareiginės algos pastovioji dalis), priedai už turimą kvalifikaciją, premijos, priemokos už papildomą darbą ir t.t.

3. Darbo apmokėjimo formos ir sistemos nėra reglamentuotos, įmonės pasirenka tinkamiausią pagal veiklos pobūdį. Išskiriamos laikinė ir vienetinė.

4. Visi nuokrypiai nuo normalių darbo sąlygų (darbas naktį, viršvalandžiai, darbas poilsio ir švenčių dienomis) turi būti pažymėti darbo laiko apskaitos žiniaraštyje ar kitame darbo laiko apskaitos dokumente, pažymint faktiškai dirbtą laiką ir išskiriant nuokrypius.

5. Prie išskaitymų iš darbo užmokesčio priskiriamos išskaitos, socialinio draudimo įmokos ir gyventojų pajamų mokestis.

6. Gyventojų pajamų mokesčiui apskaičiuoti taikomas neapmokestinamasis pajamų dydis keičiasi kiekvienais metais ir apskaičiuojamas pagal nustatytą formulę.

7. Darbo užmokesčio registravimas apskaitoje yra vykdomas dvejybinio įrašu. Pirmiausia yra priskaitomas darbo užmokestis (didinant įmonės sąnaudas ir mokėtiną užmokestį), tuomet išskaičiuojami mokesčiai (mažinamas mokėtinas darbo užmokestis ir didinamos GPM ir Sodros įmokos), taip pat registruojama darbdavio VSD įmoka Sodrai ir galiausiai registruojamas išmokamas darbo užmokestis (mažinamas mokėtinas darbo užmokestis ir pinigai banko sąskaitoje).

8. Darbo užmokesčio sąnaudos pateikiamos Pelno (nuostolių) ataskaitoj, pardavimų savikainos, pardavimo sąnaudų arba bendrųjų ir administracinių sąnaudų straipsniuose, priklausomai nuo ūkio subjektų pasirinkimo.

9. Balanse su darbo santykiais susiję įsipareigojimai rodomi įsipareigojimų skyriuje, „per vienus metus mokėtinų sumų ir kitų įsipareigojimų“ eilutėje.

10. Aiškinamajame rašte atskleidžiama informaciją apie vidutinį darbuotojų skaičių, nurodomi finansiniai ryšiai su įmonės vadovais ar kitais susijusiais asmenimis per ataskaitinį ir praėjusį ataskaitinį laikotarpį, pateikiama papildoma informacija (jei tokios yra) susijusi su darbo užmokesčiu.

## Literatūra

1. Budrienė, L., Dauskurdas, V., ir Plačenyte, D. (2020) *Buhalterinės apskaitos žinynas* (2d.). Vilnius: Pačiolis.
2. *Dėl asmenų iki aštuoniolikos metų įdarbinimo, darbo ir profesinio parengimo organizavimo tvarkos, vaikų įdarbinimo sąlygų aprašo patvirtinimo*, Nr. 2017-11078. (2017). Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/15b820215cd411e7a53b83ca0142260e>
3. *Dėl Lietuvos Respublikos gyventojų pajamų mokesčio įstatymo 20 straipsnio pakeitimo įstatymo*. Valstybinė mokesčių inspekcija. (2023). Prieiga per internetą: [https://www.vmi.lt/evmi/documents/20142/737112/AVMIGPM%C4%AE\\_20str\\_pakeitimas\\_nauji\\_NPD2024m..pdf/8d59207c-4d5c-2d9d-2f11-50ac0bcfdd61?t=1704180384822](https://www.vmi.lt/evmi/documents/20142/737112/AVMIGPM%C4%AE_20str_pakeitimas_nauji_NPD2024m..pdf/8d59207c-4d5c-2d9d-2f11-50ac0bcfdd61?t=1704180384822)
4. *Dėl 2024 metais taikomo minimaliojo darbo užmokesčio*, Nr. 13390. (2023). Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/5c671151173811eea9b3de7dd350a34e?positionInSearchResults=1&searchModelUUID=5e885e36-5239-4a43-b40f-c8a41ae8fd65>
5. Gipienė ir Žigienė. (2007). *Turto ir darbo užmokesčio apskaita: metodinė priemonė*. Kaunas: VU KHF.
6. Ivanauskienė, A. (2016). *Buhalterinė apskaita*. Vilnius: Tyto alba.
7. *Įmokų tarifai, taikomi už samdomus darbuotojus* (2024). Sodra. Prieiga per internetą: <https://www.sodra.lt/lt/situacijos/imoku-tarifai-taikomi-uz-samdomus-darbuotojus?lang=lt>
8. Kiznė, E. (2022) *Ką daryti, jei vėluoja atlyginimas?* Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslo-pozicija/692/1814365/evelina-kizne-ka-daryti-jei-veluoja-atlyginimas>

9. Lietuvos Respublikos Darbo kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas, Nr. XII-2603. (2016). Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/10c6bfd07bd511e6a0f68fd135e6f40c/asr>
10. *Lietuvių kalbos žodynas*. Prieiga per internetą: <https://www.lietuviuzodynas.lt/zodynas/Alga>
11. Lietuvos Respublikos terminų bankas. Prieiga per internetą: <https://terminai.vlkk.lt/paieska?search=alga>
12. Mačernytė - Panomariovienė, I.(2003). *Apmokėjimas už darbą ir jo užtikrinimas: mokomasis leidinys*. Vilnius: Lietuvos teisės universiteto leidybos centras. Prieiga per internetą: <https://cris.mruni.eu/server/api/core/bitstreams/dccb715f-57d9-49ea-af94-f82378ee1996/content>
13. *Pavyzdinis sąskaitų planas*. Viešosios įstaigos Audito ir apskaitos tarnybos direktoriaus 2015 m. balandžio 13 d. įsakymu Nr. VAS-15
14. Plačenyūtė, D. K., Guptor, M., ir Dauskurdas, V. (2021). *Darbo užmokesčio kursai. Kursų metodinė medžiaga*. Vilnius: Pačiolis.
15. Predonu, A.M. (2014). Regional implications of salary in the European Union. *Theoretical and Applied Economics*, 5(594), 147-153.
16. Raziulytė, S. (2011). Darbo užmokesčio ir jį lemiančių veiksnių analizė Lietuvos pavyzdžiu. *Jaunųjų mokslininkų darbai*, 4 (33), 73-80
17. Subačienė, R., Budrionytė, R., ir Kamarauskienė, I. (2015) *Apskaitos ir audito pagrindai*. Vilnius: Vilniaus universitetas
18. *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/paieska/?mact=Search%2Ccntnt01%2Cdosearch%2C0&cntnt01returnid=100&cntnt01origreturnid=1&cntnt01passCustomParam=onlyTitle&cntnt01searchinput=alga>
19. Wehmeier, S., McIntosh, C., ir Turnbull, J. (ed) *Oxford's Advanced learner's dictionary* (2005).Oxford University press.
20. Žaptorius, J. (2015). *Finansinė apskaita*. Vilnius: Technika.
21. Žiogelytė, L. (2010). Wage Change in the Lithuanian Labour Market. *Mokslas: Lietuvos ateitis*, 2(2), 119-125
22. *31-ojo verslo apskaitos standarto „atlygis darbuotojui“ metodinės rekomendacijos*: Viešosios įstaigos Audito ir apskaitos tarnybos direktoriaus 2012 m. gruodžio 21 d. įsakymu Nr. VAS-18.).

# PECULIARITIES OF DIGITAL CONTENT MARKETING

*Lauryna Budraitė,*

*Lekt. Odeta Gluoksnytė*

*Marijampolės Kolegija Higher Education Institution*

## Abstract

A brief history of content marketing, that is followed by explanations of types of content marketing and overviews of the situation of text usage in different types of content marketing are presented in this article. The aim of the research is to better understand how businesses use content marketing, what types and strategies are more popular.

**Keywords:** digital, content marketing, peculiarities of content marketing

## Introduction

In new business environment it is very important to be seen as a potential client. These days social media improved, and the rise of the internet search engage giants and traditional media moving to the internet. All these things changed our habits, and it also had a deep impact how content marketing is presented nowadays. Even though the concept of content marketing is fairly old (Pulizzi, 2012); now it has become one of the most popular ways to use it but in a new light – digital content marketing.\

**Research object** – digital content marketing, peculiarities of content marketing.

**The aim of the research** is to analyse how businesses use content marketing, what types and strategies are more popular.

**These are the following objectives of the article:**

1. To analyse content marketing importance for business.
2. To present content marketing strategies.
3. To analyse the most popular social media platforms for content marketing.

## Content Marketing

Marketing is the act of satisfying and pleasing customers; it is one of the many components in business management. Marketing is performed by seller to a customer, usually they make contracts with marketing firms, media, advertising companies and more. Marketing is defined by AMA as “Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large” (Cochoy, 2014). Marketing can be written, or visualized material online which purpose is to attract targeted audience to business. That can include social media, blogs, videos, eBooks, other platforms. However, the main reason of content marketing is to attract audience while they are browsing on the internet.

The concept of content marketing has existed for more than a century (Pullizi, 2013). The beginning of content marketing can be found back to the Furrow, 1895. Pullizi presented another viewpoint on the subject asserting that “Content marketing is the marketing and business procedure of producing and disseminating valuable and captivating content to allure, obtain, and involve a clearly defined and comprehended target audience – with the aim of generating profitable customer action” (2013). Content marketing is the most successful approach for interacting with customers online on many different platforms.

Content marketing is the type of marketing that involves sharing of online material and creation, such as social media posts, blogs and videos. That does not explicitly promote a brand but is intended to stimulate interest in services or products. These days marketing is impossible without great content. Content should be included in marketing process and not treated as something separate. This type of marketing does not interrupt or annoy audience with sale pitches. On the contrary, it seeks to provide customers with valuable information that gives them answers and solves problems. This makes to build trust with audience in marketing field.

Content marketing is important because it is more than just creating and sharing content; it is a strategic approach to attract, engage, and delight target audience with relevant and valuable information. Benefits of content marketing are the following: to increase organic visibility, generate more conversions, build relationships, improve authority. To understand what content marketing is, first we need to know some things about types of content and that each type has its own best practices, disadvantages and advantages. In summary, content marketing is the way to companies to share their story and share information about themselves “As individuals must gain the trust of others to manage

them, similarly the companies need to gain confidence of their potential customers in their products and services in order to impose themselves on the market.

### **Different types of content marketing**

Blog posts are the most popular and effective ways to reach target audience for content marketers, because they will let you to share your insights and knowledge with your readers. One more important thing, they can help you to build authority in your niche. Social media posts are a very powerful and popular type of content marketing. It lets you share and create your content on platforms where your target audience is already engaged and active. It is a great way to make connection with your audience and increase your brand awareness. You can also use social media to show your brands personality and values or build trust and loyalty with your costumers and create your fans base.

Email marketing is one of the most direct and personal forms of content marketing. It lets you to create and send content straight to your costumers' emails, that makes all attention going straight to your marketing scheme. This type of marketing is also used to make more personal introductions to your brand, and it is also easier to promote products, services or offers.

Videos is the type of content marketing that is more engaged and versatile. Videos allow you to share content that is more dynamic and engaging for your costumers. Videos can help capture audience attention, evoke emotions and convey message. Using video format, it is easier to show how products or services works and how users can benefit from them.

eBooks is a tool to engage target audience and establish authority. eBooks focuses on a specific topic, which show the business expertise. It is easy to download and read on different devices and screen sizes. Also they can be used to drive more traffic to site by promoting them on blog or establish expertise to build trust and credibility.

#### **Research results**

The objective of the research is to analyse the types of content marketing and how successful these types are, also what type of content marketing business use, according to the internet.

The research was made using five simple questions about content marketing and its strategies. All five questions were sent to business and companies' emails, and based on their answers there were charts made. The main point of the survey is to get better knowledge of how businesses and companies use content marketing. All five questions in the survey are made to get short and specific answers about content marketing, what strategies and types are the most popular.

The most effective content marketing types are: blog posts and articles (30%), social media content (25%), video content (20%), email newsletters (15%), and infographic (10%).

The primary goals of digital content marketing strategy are the following:

- To increase brand awareness and visibility: 40%
- To drive traffic to the company website: 25%
- To generate leads and convert them into customers: 20%
- To engage with the audience and build a community: 10%
- To boost sales and revenue: 5%

To the question "how often do you update your digital content marketing strategy?", the answers are divided this way:

- Quarterly: 40%
- Every six months: 30%
- Annually: 20%
- As needed: 5%
- No set schedule: 5%

The main challenges in digital content marketing are: producing high-quality content consistently (35%), engaging with the target audience and maintaining their interest (30%), measuring ROI (20%), keeping up with changing trends and technology (10%), allocating sufficient resources (5%).

The platforms used for digital content marketing are Facebook (30%), Instagram (25%), LinkedIn (20%), Twitter (15%), YouTube 10% of respondents.

The second part of the research is to analyse what language is being used to attract more customers and people's attention on social media, and what words, hashtags and captions are being used to make posts more noticeable. First, the research was to look through „Instagram“ hashtags, then „Facebook“ ads, and last through „TikTok“ captions.

Instagram hashtags are a popular way to grow your platform, By choosing the right hashtags you can help find your target audience posts three times faster. Hashtags are used to get more likes and by that, you get more recognition on your brand platform. „Instagram“ is one of many fast-moving platforms nowadays so making your content easy to discover is the most important thing to do if you using this platform for your business.

The most popular hashtags for like is:

- #instalike – this hashtag was used 544,61 million times.
- #likeforlikes – this one was used 395,84 million times.
- #likes – this hashtag was used 172,55 million times.

To get more followers, most used hashtags are:

- #follow was used 726,75 million times.
- #followme was used 556,88 million times.
- #followforfollowback This hashtag was used 32,81 million times.

Facebook ads are one of the many forms of content marketing that businesses use by paying „Facebook“ to show their services and products. As „Facebook“ is one of the most popular social media platforms with over 2.9 billion users, there is a high chance of being seen by more people and a targeted audience. Types of „Facebook“ ads can be various, for example: images, videos, stories, slideshow and others.

The language in the advertisements must be formal and easy to read, also is best if it can catch your eye easily, by making it more unique.

The last one is „TikTok“ captions, a good caption can grasp people's attention quickly and make your businesses much more noticeable. The ones that can catch customers eye easily are the short ones and usually less than a full sentence, for example:

- Watch till the end! – This caption can intrigue the audience to watch your video till the end, it is like promising an exciting ending of the video. This would make people to watch it till the end and make your views higher.

- This is your sign. – Caption that can make your video more personal to the audience, it can help the viewer to feel special and seen, and it can make the audience to want your product or service more, because it can make them feel like it is meant to them.

- The moment you've been waiting for. – This caption can make the audience feel like the service or the thing that you are promoting in your video is the one and only that they been waiting for.

- You need to try this. – This can make your audience to be sure that they need what they see in the video. It can help you to attract more new customers.

The caption also can be a question, this would help encourage comments, that make your video more popular. The questions that can make people want to share their thoughts is:

- Do you agree? This question can help to make discussion in the comment section, making people share their opinion about the video.

- Which one is your fave? Using this question, you can better understand what people like and want from your brand or services, by just commenting on the favourite thing that you let chose them from the video.

- What do you think? It is the best question to ask if you want to get an honest answer from the audience. About things that matter to you.

- 1,2, or 3? The question that makes people to choose from three given options, that can help you to see what people chose the most and what is the most popular.

All these elements help people grow their business and make social media platforms more popular just by using the right hashtags, captions, and language in their advertisements.

## Conclusions

Content marketing strategy is the type of strategy that is used to create a plan for creating and sharing content that attracts target audience, it also should help to achieve goals and make business more successful. The research showed that the most popular content marketing type is blogs and articles. The least effective is infographic that only ten percent of respondents chose. The primary goals of digital content marketing strategy is to increase brand awareness and visibility. Talking about how often businesses updates their digital content marketing strategy, the forty percent answered “Quarterly”. The main challenge businesses are facing high-quality content production consistently. The most used social



media platform for digital content marketing is „Facebook. The results of the study revealed that the majority of respondents use “Facebook” (30%) and “Instagram” (25%) platforms for digital content marketing. Using hashtags, proper language, and the right captions in social media could make business get more recognition and make more profit with the help of content marketing. In summary, businesses struggle the most to refresh their content and be consistent, be patient because there are no overnight results, also they need to commit to it for the long term to make it really work. Being relevant could make the audience attract their digital content. Content marketing will be successful by following rules and making good strategies.

## References

1. Baker, M. J., & Hart, S. J. (Eds.). (2003). *The marketing book* (Vol. 195). Oxford: Butterworth-Heinemann.
2. Bass, F. M. (1993). The future of research in marketing: marketing science. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 1-6.
3. Cochoy, F. (2014). The American Marketing Association: A handrail for marketers and marketing history. *Journal of Historical Research in Marketing*, 6(4), 538-547.
4. Jakštas, V. (2021). *Skaitmeninės rinkodaros strategijos ir priemonių diegimo ypatumai organizacijose: pasaulinės rinkos analizė* (Doctoral dissertation, Mykolo Romerio universitetas.).
5. Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
6. McCarthy, E. J., Shapiro, S. J., & Perreault, W. D. (1979). *Basic marketing* (pp. 29-33). Ontario: Irwin-Dorsey.
7. Kristen Baker “The Ultimate Guide to Content Marketing in 2024”  
<https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing>
8. Misiūnaitė, V. (2010). Virtualaus marketingo sistemos taikymas mokslinės produkcijos leidybos versle.
9. Pulizzi, J. (2016). *Marketing de conteúdo épico*. DVS Editora.
10. Rownd, M., & Heath, C. (2008). The American Marketing Association releases new definition for marketing. *Chicago IL: AMA*, 1-3.
11. Schnaars, S. P. (1998). *Marketing strategy*. Simon and Schuster.
12. Tuyen, H. T., Ly, L. T. K., & Lam, N. M. D. (2022). Factors affecting Consumer's Decision to Purchase Digital Marketing Services at GCO company. *Asian Journal of Management*, 13(3), 181-185.
13. <https://sales-push.com/blog/how-to-improve-your-email-marketing/>
14. <https://www.vidioh.co.uk/video-content-types-extensive-guide/>

# DIDAKTINIŲ ŽAIDIMŲ TAIKYMAS PAŽINIMO KOMPETENCIJOS UGDYMU ANKSTYVAJAME AMŽIUIJE

*Eglė Dainauskaitė*  
**Lekt. Edita Vosyliienė**  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Šia tema norima praturtinti tradicinį požiūrį į pažinimo kompetencijos ugdymą ankstyvajame amžiuje, pritaikant didaktinius žaidimus. Šiuo metodu siekiama išplėsti pažinimo kompetencijos sąvoką ir parodyti, kaip didaktiniai žaidimai gali tapti ne tik ugdymo priemone, bet ir priemone, skatinančia vaikų kūrybiškumą, norą mokytis ir bendradarbiauti. Straipsnio tikslas: atskleisti ikimokyklinio ugdymo pedagogų požiūrį į ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymą per didaktinius žaidimus.

Raktažodžiai: žaidimai, pažinimo kompetencija, ankstyvasis amžius.

## Įvadas

Temos aktualumas. Ankstyvasis amžius yra kritinis laikotarpis, kai vaikai formuoja savo požiūrį į pasaulį ir įgauna esminius gebėjimus. Pasak R. Sabaliauskienės, R. Rimkienės: „*pirmieji treji gyvenimo metai laikomi svarbiausiais, nes šiuo laikotarpiu formuojasi pasitikėjimo savimi ir kitais, savarankiškumo, prieraišumo, kūrybiškumo ir kitų savybių pradžios pamatai. Vaikystė – tai gyvenimas dabartyje, o ne rengimasis gyventi ateityje. Nuo to, kokias ugdymo(si) sąlygas sudarome vaikui vaikystėje, priklauso visas tolesnis jo gyvenimas. Kūdikystė ir ankstyvoji vaikystė – svarbus metas ne tik vaikui, bet ir suaugusiems, kurie rūpinasi juo kiekvieną dieną, atidžiai stebi jo raidą ir ugdo.*“ (2009, p. 5).

Vienu iš svarbiausių raidos gebėjimų kompetencijų yra pažinimo kompetencija. Pažinimo kompetencija - tai vaiko domėjimasis viskuo, kas yra aplink, gebėjimas sutelkti dėmesį, įsiminti, spręsti problemas, samprotauti, suvokti, kritiškai mąstyti, bei gebėjimas taikyti įvairius pasaulio pažinimo būdus: stebėti, prognozuoti, klausinėti, eksperimentuoti, ieškoti informacijos. Į pažinimo kompetencijos ugdymą įeina: aplinkos pažinimas, matematinis mąstymas, tyrinėjimas, problemų sprendimas, mokėjimas mokytis (Ikimokyklinio ugdymo programos gairės, 2023).

Ankstyvojo amžiaus vaikų ugdymas optimaliausiai pasiekiamas, pritaikant didaktinius žaidimus, nes jie tampa pagrindiniu įrankiu pažinimo kompetencijos ugdymui kasdieninėje veikloje. Anot L. Vygotskio (1999), žaidimas - pirminė vaiko mąstymo forma, per kurią vaikas žaidimo metu nuo mąstymo judesiais pereina prie mąstymo sąvokomis. Žaisdamas vaikas kuria savitą pasakojimą apie save ir aplink jį supantį pasaulį. Žaisdami, vaikai ugdo savo smulkiąją ir stambiąją motoriką, išmoksta atpažinti spalvas, geometrines figūras, skaičius ir raides, bei aktyviai bendrauja su juos supančia aplinka bei kitais vaikais ar suaugusiais. Tai leidžia sukurti jiems palankią aplinką, kurioje vaikai ne tik ugdomi, bet ir džiaugiasi ugdymosi procesu. Pasak E. Vaivadienės (2018), pažinimo kompetencijos ugdymo tikslas yra formuoti žmogų, turintį kritinio mąstymo gebėjimus ir pasirengusį spręsti problemas. Plėtojant pažinimo kompetenciją, siekiama, kad asmuo gebėtų tyrinėti ir atrasti tiek save, tiek aplinkinį pasaulį. Ugdant šią kompetenciją vaikai skatinami stebėti, tyrinėti ir pažinti, priimti įvairius sprendimus, domėtis socialine, kultūrine ir gamtine aplinka bei sistemingai taikyti pažinimo kompetencijai skirtus metodus. O. Monkevičienė, K. Stankevičienė, S.V. Glebuviene ir kt. (2011) mano, kad pažinimo kompetencijos ugdymas, tai vaiko keliavimas per jį supantį pasaulį. Anot O. Monkevičienės (2001), vaiko pažinimo kompetencija yra domėjimasis jį supančiu pasauliu, gebėjimas išlaikyti dėmesį, suprasti savo ir kitų jausmus, samprotauti, spręsti problemas, kritiškai mąstyti, įsivaizduoti, realybę skirti nuo vaizduotės, pristatyti žaidimą, kūrybinį darbą, suvokti savo poelgi, klausinėti apie nesuprantamus aplinkos daiktus ir reiškinius, eksperimentuoti, ieškoti įvairios informacijos.

Šia tema norima praturtinti tradicinį požiūrį į didaktinių žaidimų taikymą pažinimo kompetencijos ugdymui ankstyvajame amžiuje. Žaidimų kūrėja Jane McGonigal (2011), teigia, jog didėja supratimas apie vaikų mokymąsi, kaip dinamišką procesą, o didaktiniai žaidimai pasirodo, kaip galimybė keisti požiūrį į šią sritį. Šiuo metodu siekiama išplėsti pažinimo kompetencijos sąvoką ir parodyti, kaip didaktiniai žaidimai gali tapti ne tik ugdymo priemone, bet ir priemone, skatinančia vaikų kūrybiškumą, norą mokytis ir bendradarbiauti.

**Darbo objektas:** ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymas, pritaikant didaktinius žaidimus.

**Darbo tikslas:** atskleisti ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymo galimybes per didaktinius žaidimus.

**Darbo uždaviniai:**

1. Atskleisti ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos sampratą.
2. Apžvelgti didaktinių žaidimų reikšmę ankstyvajame amžiuje.
3. Ištirti ikimokyklinio ugdymo pedagogų požiūrį į ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymą per didaktinius žaidimus.

**Darbo metodai:** mokslinės literatūros ir dokumentų analizė; pusiau struktūruotas interviu; kokybinė turinio (content) analizė.

## **1. Ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymas per didaktinius žaidimus**

### **1.1. Ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymo samprata**

Ankstyvasis amžius – tai vaikų amžius nuo 1 iki 3 metų. Šiame amžiuje, anot A. Boller (2012), vaikai pradeda kontroliuoti savo elgesį, suprasti ketinimus ir analizuoti šeimos bei aplinkinių elgesį, taip pat geba laikytis aiškiai apibrėžtų elgesio taisyklių, siekia sėkmingų rezultatų ir daug mokosi iš tėvų elgesio. S. Burvytė, K. Ralys ir R. Ilgūnienė (2012) mano, jog ankstyvasis amžius vienas iš trumpiausių, tačiau labai svarbių žmogaus gyvenimo etapų. Tai intensyvus laiko tarpas, kai vyksta pagrindinis žmogaus pasiruošimas tolimesniam gyvenimui. Pasak O. Monkevičienės (2001), ankstyvasis amžius, kai vaikas kaupia patirtį, tyrinėja pasaulį ir mokosi būti jame. Tai laikotarpis, kai vaikas nuolat stebi, tyrinėja ir mokosi iš pasikartojančių elgesio pavyzdžių.

Kompetencija, kaip teigia M. O'Reilly, N. Kiyimba (2023), yra gebėjimas ir noras pažinti tiek save, tiek pasaulį, perimant žmonijos kultūrinę patirtį, ji apima ne tik konkretaus dalyko žinias ir įgūdžius, bet taip pat apima kritinį mąstymą, gebėjimą spręsti problemas, mokytis ir nuolat tobulėti.

Pagal „Ikimokyklinio ugdymo programos gaires“ (2023), pažinimo kompetencijai yra priskirtos 5 sritys iš 18: aplinkos pažinimas, matematinis mąstymas, tyrinėjimas, problemų sprendimas, mokėjimas mokytis. Naudodamasi pasiekimų aprašo žingsniais galima stebėti ir vertinti vaikų pasiekimus, kurių jie pasiekė per tam tikrą laikotarpį. Jie gali būti naudojami, siekiant stebėti vystymąsi, nustatyti raidos etapus ir užtikrinti, kad vaikai būtų atitinkamai pasiruošę pereiti į sekančias mokymosi stadijas.

A. Kazakevičiūtė (2016) akcentuoja pažinimo kompetenciją, kaip vaiko tyrinėjimą ir domėjimąsi viskuo, kas jį supa, gebėjimą koncentruoti dėmesį, suvokti, prisiminti, mąstyti, sprendžiant problemas ir kritiškai vertinti informaciją. Šiuolaikiniame ugdyme ypatingas dėmesys skiriamas metodams, kurie skatina pažinimo kompetencijos tobulėjimą, įskaitant įvairius žaidimus. Todėl visos veiklos, skirtos ankstyvojo amžiaus vaikams, turi turėti žaidybinių bruožų, būti patrauklios, atitikti kiekvieno vaiko individualius poreikius ir gebėjimus.

Suaugusieji, ugdydami vaikų teigiamą požiūrį ir motyvaciją mokymuisi, lemia vaiko sėkmę, siekiant užsibrėžtų tikslų tiek švietimo srityje, tiek asmeniniame gyvenime. Pasak autorės Z. L. Petrikenės (2007), pažinimo kompetencijos ugdymą skatina nuolatinis motyvacijos kūrimas mokymuisi, kuris nėra tik pedagogo atsakomybė, tai taip pat priklauso nuo kiekvienos šeimos požiūrio į ugdymo įstaigą bei nuo to, kaip šios pusės vertina vaiko ugdymo rezultatus. Svarbu sukurti motyvaciją skatinančią aplinką, nes tiek pedagogai, tiek šeimos nariai remia ir skatina vaiką siekti pažinimo kompetencijos ugdymo tikslų. Šios pastangos yra ilgalaikės ir turi įtakos vaiko raidai ir jo gebėjimui mokytis ateityje.

Ankstyvasis amžius labai svarbus etapas visam vaiko gyvenimui. Jis atsiveria, norėdamas vaikui daug parodyti, todėl kurti palankią ir saugią vaiko ugdymui(si) erdvę, tai vienas iš svarbiausių sąlygų skatinančių vaikų augimą. Šis etapas yra labai svarbus kiekvieno vaiko gyvenime, todėl įvykę neigiami nutikimai, net ir labai minimalūs, tolimesnį vaiko gyvenimą gali labai paveikti ir augant turėti didelių atsiliepimų asmenybės raidai, gabumams. Taigi, šiuo laikotarpiu asmenybės ugdymas ir globa yra svarbus ne tik šeimai, bet ir visiems jį supantiems žmonėms. Auginant vaiką, kaip augančią ir siekiančią savo tikslų asmenybę, visas dėmesys turi būti nukreiptas į visuomenės pažinimą, mokymąsi tyrinėti bei susipažinimą su naujais dalykais. Viena iš sričių yra labai svarbi, tai – pažinimo kompetencija. Šios kompetencijos dėka, vaikas mokosi bendrauti, suprasti bei gebėti sutramdyti savo pyktį ir džiaugsmą, rasti tinkamą bendravimą su aplinkiniais, suvaldyti įvairias problemines situacijas bei mokėti gyventi su nepalankiomis jam situacijomis. Pažinimo kompetencija turi glaudų ryšį su socialiniu, pažintiniu ir

emociniu vaiko augimu. Šios kompetencijos įgūdžiai įgyjami ir vystomi vaikystėje bei turi ilgalaikių pasekmių tolimesniam vaiko gyvenimui.

## 1.2. Didaktinių žaidimų reikšmė ankstyvajame amžiuje

Žaidimai gali būti skirti ne tik smagiam laisvalaikio praleidimui, bet ir tapti puikia priemone, lavinančia intelektinius gebėjimus, kurie lavina loginį mąstymą, problemų sprendimą ir kritinį mąstymą. Pasak autorių D. T. Dodge ir C. Heroman (2008), didaktinis žaidimas skatina intelektualinį mąstymą, įskaitant patirties atkūrimą iš atminties, suvokimą ir išskylančių problemų sprendimą. Be to, žaidimo metu vaikai tobulina ir ugdo savo socialinius įgūdžius, bendradarbiaudami, bendraudami, diskutuodami, dalindamiesi mintimis ir susipažindami vieni su kitais. Žaidimo įgūdžius puikiai išvystę vaikai sėkmingai integruojasi į ugdymo įstaigų bendruomenes, kuriose įgyja naujų žinių, kompetencijų ir įgūdžių.

M. Deny (2011) teigia, jog didaktinis žaidimas yra geras būdas ne tik mokyti, bet ir lavinti vaiko dėmesį bei skatinti motyvaciją veiklai, kuria jis užsiima. Vaikui, kuris žaidžia, tampa lengviau įsijausti į veiklą ir netgi patenkinti suaugusiojo nustatytą užduotį žaidimo metu. Šios veiklos metu vaikui padedama susikaupti, o suteikta teigiama patirtis skatina norą dalyvauti ir siekti nustatyto žaidimo tikslo. Didaktiniai žaidimai ne tik perduoda žinias, bet ir ugdo vaikų psichines bei emocines savybes, tokias kaip susikaupimas, atkaklumas ir bendradarbiavimas. Tai išskirtinis metodas ugdyti įvairias gebėjimų sritis, pateikiant ugdomąją medžiagą įdomiu ir vaikus įtraukiančiu būdu.

Žaidžiant žaidimus svarbu, kad vaikas jaustų pasitikėjimą savimi ir savo galimybes, nes tai skatina norą tyrinėti, mokytis ir kurti. Edukologės R. Lazdin (2019) teigimu, savarankiškumas yra ugdomas nuo pat kūdikystės laikotarpio pradžios. Ankstyvasis amžius apima vaiko sugebančio sumąstyti, daryti įtaką ir pasiekti užsibrėžtą tikslą žaidime. Labai svarbu, kad vaikai, tiek namuose, tiek ugdymo įstaigoje, turėtų galimybę žaisti savarankiškai, netrukdam net šeimos nariams. Darželio grupėje dažnai pasireiškia vedliai, kurie vadovauja žaidimuose ir organizatoriai, kurie remia ir padeda įgyvendinti vedlių idėjas. Žaidimų metu atsiskleidžia vaiko rolės, jo norėjimas ar prieštaravimas bendradarbiauti ir stipriosios socialinės ypatybės.

Žaidimo svarba vaiko raidai nei vienas psichologas neabejoja. Vaikas vienas arba su kitais vaikais labai daug žaidžia. Žaidimas - iš vidaus kylanti, savarankiška, motyvuota, dvasiška ir tyra mažylio veikla. Tai visada kintantis ir dinamiškas procesas, skatinantis vaiko augimą, bendravimą, tobulėjimą, pažinimą, smalsumą, norą aktyviai tyrinėti, eksperimentuoti ir domėtis supančia aplinka. Per žaidimus vaikai mokosi suvokti erdvę, klasifikuoti daiktus ir reiškinius, jų pažinimo kompetencija plečiasi. Šiame laikotarpyje, per žaidimą asmenybė, ugdomi šiuos poreikius: gebėjimo bendrauti, pažinti, judėti, kurti. Žaisdamas vaikas geba geriau prisiminti informaciją, sukurti pasaką, išmokti eilėraščių, dainą, gebėjimą laikytis žaidimo taisyklių. Žaidimai padeda daug visko patirti ir įgyti kitų gabumų.

## 2. Kokybinio tyrimo pedagogų rezultatų analizė

2024 metų kovo-balandžio mėnesiais atlikto kokybinio tyrimo metu dalyvavo 6 ikimokyklinio ugdymo pedagogai. Interviu metu buvo siekiama išsiaiškinti pedagogų nuomonę apie pažinimo kompetencijos ugdymo svarbą ankstyvajame amžiuje. Apžvelgus tyrimo duomenis matyti jų nuomonė 2.1.1 lentelėje.

2.1 lentelė. Pažinimo kompetencijos ugdymo svarba ankstyvajame amžiuje

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Pažinimo kompetencijos ugdymo svarba ankstyvajame amžiuje	Supančio pasaulio pažinimas	„... ugdant vaiko pažinimo kompetenciją jam suteikiame galimybę pažinti jį supantį pasaulį...“ (mokytoja, stažas 15 m.)
		„... geba pažinti save ir pasaulį.“ (mokytoja, stažas 14 m.)
	Socialinės ir emocinės raidos skatinimas	„... Tai skatina jų socialinę ir emocinę raidą bei suteikia tvirtą pagrindą tolimesniam mokymuisi ir gyvenimui.“ (mokytoja, stažas 7 m.)

	Kritinio mąstymo ugdymas	„Kuo daugiau šio amžiaus vaikas sužinos, patirs, atras, tuo lengviau jam bus ateityje mokytis visų kitų dalykų: kritiško mąstymo ir vertinimo,...“ (mokytoja, stažas 13 m.)
	Įvairių reiškinių suvokimas	„Pažinimo kompetencija skatina domėtis ir suvokti įvairius reiškinius, dėsnius,...“ (mokytoja, stažas 2 m.)
	Kognityvinių įgūdžių formavimasis	„... skatina smegenų vystymąsi ir kognityvinių įgūdžių formavimąsi, padedant efektyviai mokytis ir prisitaikyti...“ (mokytoja, stažas 23 m.)

Tyrime dalyvavę pedagogai teigia, jog pažinimo kompetencijos ugdymas ankstyvajame amžiuje yra ypač svarbus, nes tai leidžia vaikams geriau suprasti pasaulį, kuriame jie gyvena ir įgyti įvairių svarbių įgūdžių, kurie bus naudingi tolimesniam jų vystymuisi ir mokymuisi. Per pažinimo kompetencijos ugdymą vaikai mokosi apie gamtą ir kitus elementus, kurie juos supa. Tai padeda jiems geriau suvokti aplinką, kurioje jie gyvena ir kurti ryšius su tuo, kas juos supa. Kritinio mąstymo ugdymas skatina vaikus mąstyti kritiškai ir analizuoti informaciją. Jie mokosi ieškoti išeičių, vertinti informaciją ir daryti išvadas, todėl tai padeda jiems formuoti savo požiūrį į pasaulį. Per pažinimo kompetencijos ugdymą vaikai taip pat mokosi suprasti savo emocijas ir bendrauti su kitais. Tai padeda jiems vystyti socialinius įgūdžius ir konfliktų sprendimą. Ugdant pažinimo kompetenciją vaikai tobulina savo gebėjimus mąstyti, suprasti, mokytis ir prisiminti, kurie ugdo kognityvinius įgūdžius. Tai padeda jiems geriau pasiruošti tolimesniam mokymuisi. Pažinimo kompetencija apima gebėjimą pažinti, mąstyti, suprasti ir mokytis, bei yra pagrindas vaikų intelektualinei ir socialinei raidai. Todėl ankstyvajame amžiuje yra svarbu ugdyti ir rūpintis vaiku ne tik šeimai, bet ir jį ugdantiems pedagogams, taip užtikrinant visapusišką vaiko raidą.

Tyrime buvo aktualu išsiaiškinti, kaip galima efektyviai ugdyti ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetenciją. Tyrimo metu atskleisti veiksmingi metodai, kaip ugdyti įgūdžius, kad vaikai galėtų toliau vystytis ir pasiruošti sėkmingam mokymuisi (žr. 2.1.2 lentelę).

2.2 lentelė. Vaiko pažinimo kompetencijos ugdymo metodai

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Vaiko pažinimo kompetencijos ugdymo metodai	Tyrinėjimas	„Dažniausiai tai mėgstu daryti per tyrinėjimus, nes jų dėka vaikai kaupia patirtį, samprotauja, lavinami pojūčiai.“ (mokytoja, stažas 15 m.)
		„Kartu su vaikais daug stebime, tyrinėjame pasaulį...“ (mokytoja, stažas 14 m.)
	Eksperimentavimas	„...leidžiu vaikams eksperimentuoti...“ (mokytoja, stažas 13 m.)
		„Ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetenciją ugdau per atradimus, bandymus ir eksperimentus.“ (mokytoja, stažas 2 m.)
	Žaidimai	„Pažinimo kompetenciją ugdau įvairių žaidimų pagalba,...“ (mokytoja, stažas 23 m.)
		„Žaidimai, kurie skatina vaikus atpažinti spalvas, formas, skaičius ir kitus objektus, yra puikus būdas lavinti jų pažinimo įgūdžius.“ (mokytoja, stažas 7 m.)

Vaiko pažinimo kompetencijos ugdymas reikalauja įvairių metodų, kurie atitinka vaiko vystymosi etapus ir individualius poreikius, taigi iš gautų atsakymų pastebime, kad pedagogės ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetenciją ugdo žaidimų, eksperimentavimo bei tyrinėjimo pagalba, ugdant visus vaikų pojūčius. Tyrinėjimų, žaidimų, eksperimentų dėka ugdytiniai kaupia patirtį, samprotauja, kritiškai mąsto, sprendžia problemas, formuoja gebėjimą bendrai veikti. Lavina pojūčius (regėjimo, lytėjimo, klausymo), gerina rankos – akies koordinaciją, pastabumą, mokosi susikaupti, smalsauti, išlaikyti dėmesį. Tyrinėdami medžiagas, vaikai pradeda suprasti fizinius reiškinius, susipažįsta su objektų fizinėmis savybėmis. Eksperimentavimas ugdo vaiko smalsumą, praktinius įgūdžius ir emocinį intelektą, padeda tapti kūrybingais, savarankiškais ir gebančiais spręsti problemas be suaugusiųjų pagalbos. Žaidimai suteikia vaikams galimybę mokytis ir augti smagiai bei natūraliai, skatina jų smalsumą, kūrybiškumą ir bendradarbiavimo įgūdžius. Todėl pedagogai turėtų skatinti vaikų žaidimus, sudarant jiems tinkamas sąlygas žaisti.

Tyrimo eigoje buvo norima išsiaiškinti didaktinių žaidimų metu plėtojamus socialinius įgūdžius. Respondentų atsakymai pateikiami 2.1.3 lentelėje.

2.3 lentelė. Didaktinių žaidimų metu plėtojami socialiniai įgūdžiai

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Didaktinių žaidimų metu plėtojami socialiniai įgūdžiai	Bendravimas ir bendradarbiavimas	„Bendravimą ir bendradarbiavimą.“ (mokytoja, stažas 7 m.)
		„Tokius kaip bendravimas, bendradarbiavimas,...“ (mokytoja, stažas 15 m.)
		„Skatinu ir plėtoju tarpusavio bendradarbiavimą,...“ (mokytoja, stažas 13 m.)
		„Mokėjimas bendrauti, bendradarbiauti.“ (mokytoja, stažas 14 m.)
	Konfliktų sprendimas	„Didaktinių žaidimų metu ugdomas konfliktų sprendimas,...“ (mokytoja, stažas 23 m.)
„Didaktinių žaidimų metu plėtojami konfliktų sprendimo įgūdžiai,...“ (mokytoja, stažas 2 m.)		

Apibendrinus gautus atsakymus galima teigti, kad didaktiniai žaidimai yra puikus būdas plėtoti įvairius vaiko socialinius įgūdžius. Žaidžiant, vaikai mokosi bendrauti, bendradarbiauti, sutarti ir spręsti problemas su kitais, todėl ugdoma jų komunikacija, empatija, konfliktų sprendimo įgūdžiai, teisingumo supratimas. Įvairios veiklos, žaidimai ir kasdienės situacijos gali padėti vaikams išmokti bendrauti, bendradarbiauti, spręsti konfliktus, suprasti kitus ir prisitaikyti prie socialinių situacijų. Pedagogai gali padėti vaikams ugdyti šiuos įgūdžius, suteikdami jiems galimybes veikti ir rodyti gerą pavyzdį. Taigi, didaktiniai žaidimai ne tik skatina aktyvų mokymąsi, bet ir suteikia galimybę ugdyti įvairias svarbias socialines kompetencijas, kurios yra būtinos vaiko tolesniam vystymuisi ir sėkmei gyvenime.

Tyrimo metu buvo siekiama sužinoti pedagogių nuomonę apie loginio mąstymo lavinimą didaktinių žaidimų metu ankstyvajame amžiuje, jų nuomonė pateikiama 2.1.4 lentelėje.

2.4 lentelė. Loginio mąstymo lavinimas didaktinių žaidimų metu ankstyvajame amžiuje

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
	Skirtumų įvardinimas	„Vaikai mokosi skirti bendra ir atskira, nustatyti visumos dalį, dalis jungti į visumą,...“ (mokytoja, stažas 14 m.)
	Problemų sprendimas	„Didaktinių žaidimų turinys siejasi su kokių nors problemų sprendimu ir tai lavina loginį mąstymą.“ (mokytoja, stažas 2 m.)

Loginio mąstymo lavinimas didaktinių žaidimų metu ankstyvajame amžiuje		„Vaikai mokosi spręsti problemas, ieškoti jai išeičių.“ (mokytoja, stažas 15 m.)
	Planavimas ir organizavimas	„Žaidimai, kurie reikalauja planuoti ir organizuoti veiksmus, padeda vaikams lavinti savo loginio mąstymo įgūdžius, numatant įvykių eigą ir planuojant būdus ją įveikti.“ (mokytoja, stažas 23 m.)
	Sprendimų priėmimas	„Žaisdamas vaikas galvoja, priima sprendimus, mokosi.“ (mokytoja, stažas 13 m.)
	Taisyklių laikymasis	„Dauguma žaidimų turi taisykles, kurių reikia laikytis, ir sekti, norint žaisti teisingai. Vaikai mokosi suprasti ir laikytis žaidimo taisyklių, lavindami loginį mąstymą.“ (mokytoja, stažas 7 m.)

Apibendrinus gautus rezultatus galima teigti, kad didaktiniai žaidimai aktyviai lavina vaiko loginį mąstymą ankstyvajame amžiuje. Šie žaidimai skatina vaikus spręsti problemas, planuoti ir organizuoti veiksmus, priimti sprendimus bei prognozuoti pasekmes. Skirtumų įvardinimas tai įgūdis pastebėti ir apibrėžti skirtumus tarp objektų ar situacijų. Problemų sprendimas - tai gebėjimas rasti veiksmingus būdus sunkumams arba kliūtims įveikti. Planavimas ir organizavimas gebėjimas sukurti strategijas ar būdus tikslo pasiekimui. Sprendimų priėmimas skirtas vertinti ir pasirinkti sprendimą iš galimų variantų. Didaktiniai žaidimai, turėdami taisykles, moko vaikus laikytis instrukcijų ir suprasti žaidimo sąlygas, todėl jie įsisavina ir taiko naujas sąvokas bei gebėjimus. Pedagogų teigimu, svarbu, kad pedagogai atsižvelgtų į žaidimų turinį ir pasirinktų tokius žaidimus, kurie geriausiai atitiktų vaiko vystymosi lygį ir lavintų pažinimo kompetencijos įgūdžius.

### Išvados

1. Pažinimo kompetencija ankstyvajame amžiuje apima įvairius vaiko gebėjimus ir įgūdžius, susijusius su pažinimu, emocinėmis reakcijomis, socialiniais santykiais ir bendravimu su supančia aplinka. Ankstyvajame amžiuje vaikai aktyviai mokosi apie save ir pasaulį per bendravimą, stebėjimą, kūrybiškumą, o tai skatina įvairių gebėjimų susiejimą į visumą, kurie bus naudingi ateityje.
2. Didaktinių žaidimų reikšmė ankstyvajame amžiuje yra mokomoji ir ugdomoji. Šie žaidimai ugdo vaiko suvokimą, atmintį, loginį mąstymą, gebėjimą kurti, bendrauti, bendradarbiauti, prisitaikyti prie aplinkos, padedantys lavinti vaiko pažinimo kompetenciją.
3. Ikimokyklinio ugdymo pedagogai pabrėžė didaktinių žaidimų svarbą ankstyvojo amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymui. Jie teigė, kad didaktiniai žaidimai suteikia galimybę vaikams stiprinti kognityvinius, socialinius įgūdžius, supančio pasaulio suvokimą, kritinį mąstymą bei emocinės raidos skatinimą.

### Literatūra

1. Boller, A. (2012). *Mano vaikas pradeda lankyti darželį*. Vilnius: Gimtasis žodis.
2. Burvytė, S., Ralys, K., Ilgūnienė, R. (2012). *Ugdymo šiuolaikinėje šeimoje konceptas*. Vilnius: Lietuvos edukologijos universitetas.
3. Deny, M. (2011). *Tėvų autoritetas. Kasdieniai patarimai ir gudrybės. Mažasis vadovas tėvams*. Kaunas: Baltos lankos.
4. Dodge, D. T., Heroman, C. (2008). *Vaiko smegenų veiklos skatinimas*. Vilnius: Presvika.
5. Kazakevičiūtė, A., Noreikienė, V., Kosjanenkienė, L., Jakimavičienė, A. (2016). *Priešmokyklinio amžiaus vaikų pažinimo kompetencijos ugdymas/-is kūrybiniais žaidimais*. Prieiga per internetą:

[https://core.ac.uk/display/75821384?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/75821384?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)

6. Lazdin, R. (2019). *Vienas vaikas – 7 intelektai*. Vilnius: Alma littera.
7. Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministro įsakymas, Nr. V-1142. (2023). Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/be8a5a304add11ee9de9e7e0fd363afc>
8. McGonigal, J. (2011). *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. New York: The penguin press.
9. Monkevičienė, O. (2001). *Vaikas iki trejų metų. Ankstyvojo ugdymo vadovas*. Vilnius: Minklės.
10. Monkevičienė, O., Glebuviene, V. S., Stankevičienė, K., Mazolevskienė, A., Montvilaitė, S., Jonilienė, M., Kerulienė, I., Mauragienė, V. (2011). *Metodinis leidinys priešmokyklinio ugdymo pedagogams*. Klaipėda: Klaipėdos banga.
11. O'Reilly, M., Kiyimba, N. (2023). *Communicating With Families*. Cham: Springer International Publishing AG.
12. Petrikienė, Z. L. (2007). *Kompetencijų ugdymo šaltiniai*. Vilnius: Žvirblių takas.
13. Sabaliauskienė, R., Rimkienė, R. (2009). *Kokybiškas ankstyvojo amžiaus vaikų ugdymas*. Vilnius: ŠMM.
14. Vaivadienė, E. (2018). *Technologijos kompetencijų ugdymo pavyzdžiai*. Vilnius: Ugdymo plėtotės centras.
15. Vygotskis, L. (1999). *Įrankio ir ženklų vaidmuo vaiko vystymuisi*. Kaunas: Šviesa.



# UAB „JM“ APLINKOS STRATEGINĖ ANALIZĖ

*Tomas Dilius,  
Ilona Mulerenkienė  
Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Šiuolaikiniame verslo pasaulyje įmonės susiduria su labai didele konkurencija, ekonominiais nuosmukiais, o tai skatina ieškoti naujų būdų išsilaikyti rinkoje. Dinamiškai kintančioje aplinkoje bei stiprijoje konkurencinėje kovoje organizacijos gali efektyviai veikti, jei jos sugeba įžvelgti savo veiklos perspektyvas, numatyti priemones tikslams įgyvendinti, pagaliau valdyti strateginius pokyčius. Vykstant įvairiems pokyčiams ir aštriai konkurencinei kovai, būtent ir išryškėja organizacijos pajėgumas įgyti ir išlaikyti konkurencinį pranašumą ilgesnėje perspektyvoje. O įgyti ir išlaikyti konkurencinį pranašumą neįmanoma neturint organizacijos aplinkos strateginės analizės ir adekvačios aplinkai strategijos.

Raktažodžiai: konkurencija, konkurencinis pranašumas, strategija, aplinkos veiksmų analizė.

## Įvadas

Šiuolaikinė rinka yra perpildyta įvairiausių verslų ir kiekvienas iš jų stengiasi būti vienas už kitą pranašesni, gauti didesnę pelną bei lyderiauti rinkoje (Katinienė ir Stravinskienė, 2016). Keičiantis pasaulinei ekonomikos situacijai nuolat kinta įmonės padėtis rinkoje. Kiekvienai įmonei tenka patirti pakilimą ir nuosmukį. Šiandien sunku įsivaizduoti sėkmingą organizacijos funkcionavimą be aiškios verslo strategijos. Stipri konkurencija rinkoje bei sparti verslo sąlygų kaita turi ypatingą reikšmę šiuolaikinės įmonės veiklos strategijai.

Organizacijos, siekiančios būti konkurencingos dinamiškoje aplinkoje, privalo nuolatos ją analizuoti, o gautus rezultatus taikyti verslo procesams valdyti bei vertei kurti. Organizacijoms, kurios siekia efektyviai vykdyti savo veiklą ir konkuruoti nuolat kintančioje aplinkoje, būtina žinoti, kokie aplinkos veiksniai lemia jų veiklą bei būtina jų išsamiai analizė. Ypatingai svarbu tyrinėti organizacijos aplinką kaip visumą ir suprasti poveikį organizacijos veiklai, veiklos rezultatams bei numatytiems tikslams siekti. Aplinka ne tik veikia organizaciją, bet lemia jos veiklos rezultatus ir net verslo trukmę bei sėkmę (Korsakienė ir Grybaitė, 2012).

**Darbo objektas:** įmonės aplinkos strateginė analizė.

**Darbo tikslas:** atlikti UAB „JM“ aplinkos strateginę analizę ir numatyti priemones veiklos tobulinimui.

### Darbo uždaviniai:

1. Apibūdinti įmonės aplinkos strateginę analizę teoriniu aspektu.
2. Atlikti UAB „JM“ aplinkos veiksmų strateginę analizę.
3. Numatyti priemones UAB „JM“ veiklos tobulinimui.

**Darbo metodai:** mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė, UAB „JM“ dokumentų analizė.

## 1. Įmonės aplinkos strateginė analizė

Viena iš pagrindinių organizacijos ypatybių yra veiklos dinamiškumas, nevienalytis ir laikinas pobūdis (Pina ir Tether, 2016), todėl veiklos kitimas, išorinės ir vidinės aplinkos veiksnių analizė, vadovų žinios daro didelę įtaką organizacijos sėkmei. Organizacijoms būtina nuolat vertinti esamą padėtį rinkoje, kurioje veikia, pažinti savo vartotojus, ieškoti galimybių pritraukti naujus klientus, identifikuoti esamus ir potencialius konkurentus, įvertinti bendrą savo veiklos patrauklumą organizacijos stabilumo bei tolimesnio augimo aspektus.

Virvilaitė ir Jefimov'as (2010) organizacijos aplinką apibrėžia kaip visumą įvairiausių pobūdžio reiškinių -normų, taisyklių, teisės aktų, įmonių – tiesiogiai darančių įtaką konkrečiam ūkio subjektui. Šiuos reiškinius, dėl jų nuolatinės kaitos ir laikinos įtakos organizacijai, prognozuoti sudėtinga, todėl konkreiti organizacija nagrinėja tik jai reikšmingus aplinkos veiksmus.

Šiuolaikiniame verslo pasaulyje įmonės susiduria su labai didele konkurencija, ekonominiais nuosmukiais, o tai skatina ieškoti naujų būdų išsilaikyti rinkoje. Efektyvios įmonės strategijos parengimas ir taikymas leidžia įmonei išsilaikyti rinkoje, patenkinti vartotojų poreikius, gauti ekonominės naudos (Valentinavičius, 2009). Tačiau norint parengti įmonės strategiją ir išgyventi šiuolaikinės atkaklios konkurencijos sąlygomis, verslo organizacijos privalo ne tik pažinti save, įvertinti savo pozicijas ir siekius, žinoti ir analizuoti klientus, bet ir visą konkurencinę aplinką.

Ginevičius ir Sūdžius (2008) organizacijos aplinką apibūdina kaip aktyvių subjektų ir vidinių bei išorinių jėgų visumą, veikiančią pačioje organizacijoje ir už jos ribų, turinčią įtakos vidiniams ir išoriniams bendravimo ryšiams. Įmonės gali gyvuoti ir plėtotis, jei išorinė aplinka yra pakankamai palanki jos veiklai, o vidinė yra tinkamai kuriama ir puoselėjama, atitinka racionalumo ir optimalumo reikalavimus (Ginevičius ir Sūdžius, 2008). Išorinės aplinkos sąvoka apibrėžiama viskas, kas yra už verslo ribų, kas gali daryti įtaką organizacijos išgyvenimui ar sėkmei. Į išorinę aplinką orientuoto strateginio valdymo atstovai teigia, kad įmonės konkurencingumas rinkoje priklauso nuo išorinės aplinkos bei įmonės elgsenos toje aplinkoje specifikos, todėl įmonės galimybės ir įgyjami konkurenciniai pranašumai stipriai ribojami išorinės aplinkos veiksnių (Raudeliūnienė, 2007).

Taigi, prieš pradėdant formuluoti įmonės strategiją, labai svarbu išanalizuoti vidinę ir išorinę įmonės aplinką. Analizė yra reikalinga, siekiant išnagrinėti įmonės savybes bei susiklosčiusias aplinkybes įmonės išorėje ir išsiaiškinti, kurios yra palankios ar nepalankios įmonės tikslams pasiekti.

### 1.1. Išorinės aplinkos veiksnių analizė

Įmonė, stebinti ir analizuojanti aplinką, gali tinkamai įgyvendinti savo strategiją, stiprinti teikiamų paslaugų ar produkto sritis ir naudotis konkurencingo pranašumo teikiamais privalumais (Kalesnykas ir Katinienė, 2019). Įmonės aplinka yra nagrinėjama įvairiais aspektais, tačiau pagal poveikio organizacijai pobūdį dažniausiai skirstomi į dvi grupes:

1. Makroaplinka (bendroji);
2. Mikroaplinka (konkurencinė).

Mikroaplinkos aplinkos poveikis įmonei yra labiau tiesioginis, o makroaplinka veikia įmonę netiesiogiai. Šių aplinkos veiksnių įmonė nepajėgi kontroliuoti, tačiau turi juos sekti, analizuoti bei tinkamai į juos reaguoti (Koncevičienė, 2012).

Analizuojant makroaplinką dažniausiai taikomas **PEST metodas**, t. y. politinių, ekonominių, socialinių, technologinių veiksnių analizė (Vasiliauskas, 2009).

*Politinės/teisines* tendencijos, kurios gali būti siejamos su įstatymų leidyba, sutartimis, dekretais, politiniu stabilumu, arba tokių tendencijų nebuvimas.

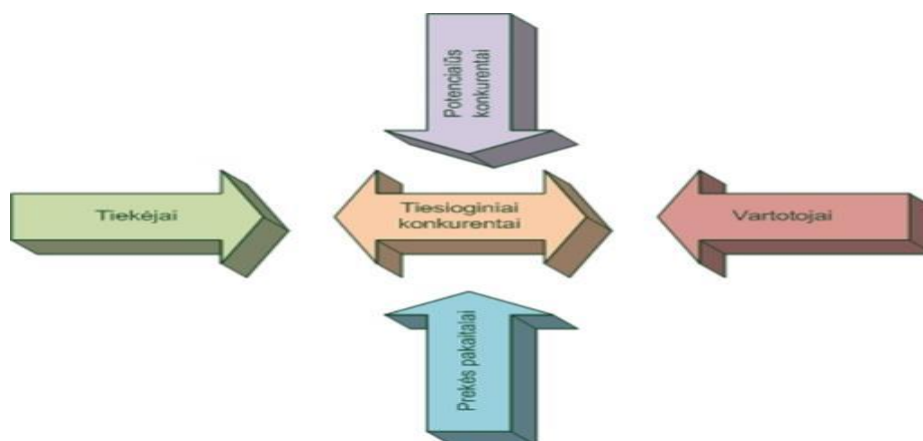
*Ekonominės* tendencijos, kurios gali būti siejamos su ekonomine plėtra, interesų lygiais, priėjimu prie rizikos kapitalo, darbo jėgos rinka.

*Socialinės/kultūrinės* tendencijos, kurios gali būti siejamos su demografija, pajamų skirtumais, etninėmis grupėmis, gyvenimo stiliaus pokyčiais, mokymų lygiais, požiūriu į darbo ir poilsio laiką.

*Technologinės* tendencijos. Tai nacionalinio ir tarptautinio lygmens investicijos, technologiniai pokyčiai, technologinis brandumas ir nauji atradimai.

Atliekant makroaplinkos veiksnių analizę, nustatomos pagrindinės varomosios jėgos, kurios labiausiai veikia verslo sektorių ar rinką. Šios jėgos skiriasi atskiruose verslo sektoriuose, todėl jų poveikis vienai organizacijai gali būti kitoks nei kitai (Korsakienė ir Grybaitė, 2012).

Svarbus konkurencinio pranašumo šaltinis – organizacijos prisitaikymas prie esamos rinkos struktūros, kuri yra apibrėžiama konkurenciją joje formuojančiomis jėgomis (Porter 1991). Konkurencinę (rinkos, ūkio šakos) aplinką geriausiai apibūdina **M. Porter penkių konkurencinių jėgų modelis**, kurį sudaro potencialių konkurentų grėsmė, pakaitalų atsiradimo grėsmė, tiekėjų derybinė galia, pirkėjų derybinė galia ir esamų konkurentų grėsmė (Krivka, 2010). M. Porteris (1991) įmonių konkurencingume akcentuoja rinkos tyrimo problemas. Pagrindinis veiksnys, į kurį rinkos tyrėjas privalo atsakyti - „Ko nori pirkėjas?“ ir „Kaip įmonei atsilaikyti prieš konkurentus?“ M. Porterio modelis pateiktas 1 pav.



1 pav. M. Porterio penkių konkurencinių jėgų modelis

Šaltinis: Vasiliauskas, A. (2007). *Strateginis valdymas*. Vilnius, Technologija

Konkurencija, kuri egzistuoja tarp esamų konkurentų nulemia pelningumą ir konkurencingumą. Santykis tarp esamų konkurentų, nulemia įmonės keistis ir reaguoti į tobulėjimą. Viename lygmenyje, tokį pat produktą ar paslaugą teikiantys konkurentai yra tarpusavyje susiję, kiekvienas įmonės veiksmas gali turėti pasekmių, o visa tai lemia rinkos patrauklumą, bei įmonių maržą.

Potencialūs konkurentai – tai veiksnių grupė, kuri gali užimti rinkos dalį toje pačioje sferoje ar netgi perimti beveik visą rinką. Jų įėjimo į rinką grėsmė, priklauso nuo toje sferoje esančių įėjimo barjerų ir esančių rinkoje konkurentų reakcijos, kurios tikisi naujai įeinantys konkurentai. Įėjusios į rinką naujos įmonės konkuruoja savo naujomis idėjomis, bei inovacijomis.

Įmonės konkuruoja ne tik su toje sferoje veikiančiomis įmonėmis, bet joms tenka varžytis su įmonėmis, gaminančiomis tokios prekės/paslaugos pakaitalus. Naujiems konkurentams sunkiau patekti į rinką, nes tuo metu esančios įmonės stengiasi riboti prieiti prie paskirstymo kanalų. Naujai ateinančiam veikėjui reikia turėti didelį pradinį kapitalą. Taip pat žinome, kad naujų įmonių skaičių toje pačioje sferoje kontroliuoja ir valstybė. Prekių pakaitalų grėsmė atsiranda tada, kai jų kaina ir kokybė yra priimtinesnė vartotojui.

Tiekėjų derėjimosi jėgos leidžia įmonėms numatyti pagrindines kryptis, kaip turi būti keičiami su jais esantys strateginiai santykiai? Rinkoje išsivirtinę stiprūs tiekėjai gali sukelti pelno mažėjimą, didindami žaliavų kainas tiek, kad tai atsilieptų visiems toje sferoje esantiems pirkėjams. Tiekėjų jėgos nusilpsta, kai rinkoje yra kokybiškų pakaitalų jų siūlomoms prekėms.

Pirkėjai taip pat yra svarus veiksnys. Pirkėjai tam tikros rinkos šakoje gali tapti stiprūs, jeigu jie perpranta, kaip naudotis prekių kainomis, bei kokybe ir gali savo veiksmais sverti pardavimų sąlygas. Pirkėjų derėjimosi galią remia rinkos šaka ir jo turima informacija apie prekę, jos gamybai panaudotas žaliavas, tiesioginius tiekėjus. Visi šie veiksniai gali lemti pirkėjų spaudimą įmonėms.

Maiklo Porterio penkių jėgų modelis padeda susidaryti vaizdą apie konkurencinę aplinką, kurioje planuojama ar vykdoma veikla. Didžiausias dėmesys turėtų būti skiriamas toms rinkoms, kuriose įmonė vysto savo veiklą. Tačiau, tyrėja Raudeliūnienė (2007) teigia, kad M. Porterio modelis Lietuvoje ne visiškai atspindi šiuolaikinio konkurencinio pranašumo poziciją. Pasak tyrėjos, reikėtų pridėti dar vieną veiksnį, kuris veikia konkurencinę aplinką, tai – valstybė.

Apibendrinant, galima teigti, kad jei organizacija nori būti konkurencinga ir efektyvi, tam reikalinga išsami organizacijos aplinkos analizė. M. Porterio modelis Lietuvoje ne iki galo atspindi esamą konkurencinio pranašumo situaciją. Pasak tyrėjų, reikėtų pridėti dar vieną veiksnį – valstybę (Raudeliūnienė, 2007) ir politiką (Marčinskas ir Diskienė, 2001). Vyriausybė remia konkurenciją šalyje tiek savo įstatymais, tiek poįstatymiais aktais, taip pat steigdama įvairius kontrolės organus.

## 1.2. Vidinės aplinkos analizė

Kiekviena įmonė gali gyvuoti ir plėtoti savo veiklą, jei išorinė aplinka yra pakankamai palanki jos veiklai, o vidinė yra tinkamai kuriama ir puoselėjama. Jei įmonė nori būti konkurencinga ir efektyvi tam reikalinga išsami ir organizacijos vidinės aplinkos analizė. Tokiai analizei atlikti, plačiausiai naudojamas yra SSGG (Stiprybės, Silpnybės, Galimybės, Grėsmės) metodas. Šio metodo taikymas gali padėti organizacijoms nustatant strateginį balansą tarp vidinių organizacijos pajėgumų ir išorinių

galimybių bei prioretizuoti organizacijos veiklas, veiksmus, atskiras funkcijas, operacijas (Tamošiūnas 2013). Tokia analizė padeda nustatyti įmonės tikslus, silpnybių poveikio mažinimo būdus, identifikuoti problemas, kontroliuoti esamus scenarijus, kurti, tobulinti strategijas.

Mokslininkas Vasiliauskas (2007) pateikia šiuos keturių veiksmų paaiškinimus:

- **Stiprybės** – tai bet kuris veiksnys, padedantis organizacijai siekti jos tikslų, panaudoti galimybes ir saugotis pavojų. Tai yra visa tai, ką organizacija daro geriau už konkurentus. Pranašumai yra svarbūs, nes jie sudaro organizacijos strategijos pagrindą .

- **Silpnybės** – tai bet kuris veiksnys, kuris trukdo organizacijos pastangoms siekti jos tikslų. Trūkumai yra svarbūs todėl, kad rodo silpnas grandis, kurias reikia pašalinti.

- **Galimybės** – tai palankios sąlygos organizacijos aplinkoje. Kuo lankstesnė ir stipresnė įmonė, tuo daugiau ji turi galimybių išorėje, kuriomis gali pasinaudoti. Būtina pripažinti, kad ne visos galimybės, kurios gali būti laikomos svarbiomis, turėtų būti panaudojamos. Organizacija turėtų sutelkti pastangas į tas galimybes, kur jos pranašumai yra išskirtinės kompetencijos, ir ji yra aiškiai pranašesnė už kitas organizacijas

- **Grėsmės** – tai nepalankūs veiksniai organizacijos aplinkoje. Jie yra pagrindinės kliūtys organizacijai, todėl svarbu pažinti pavojus, kuriems organizacija nėra atspari.

Atlikus SSGG analizę, vadovai gali pradėti svarstyti dėl tolimesnės organizacijos strategijos: kurti naują, koreguoti esamą ar paliktą dabartinę strategiją.

Apibendrinat galima teigti, kad SSGG analizės metodas sudaro galimybę organizacijos veiklos efektyvumui kelti, nes jis gali būti taikomas įvairaus sudėtingumo situacijoms, įvairioms organizacijos dalims, t. y. skyriams, pareigybėms, lygiams vertinti (Tamošiūnas, 2013). Labai svarbu visoms keturioms dalims skirti vienodai svarbų dėmesį, nes dėl per didelio susiorientavimo tik į stiprybes ir silpnybes pradeda ignoruoti išorinė organizacijos aplinka, dėl ko naši bendrovė gali virsti neefektyvia.

## 2. UAB „JM“ veiklos apžvalga

UAB „JM“ yra viena didžiausių klijuotos medienos konstrukcijų gamintojų Pabaltijo šalyse. Konstrukcijos čia gaminamos nuo 1974 m., o įmonės ištakos siekia 1909 m., kai vokiečių pirklys Tokleris Jūrės kaime pastatė naują pramoninę lentpjūvę. Didelė patirtis ir aukšta gaminių kokybė yra patvirtinta Vokietijos Otto Graf Instituto kokybės sertifikatu. Įmonėje integruota kokybės ir aplinkos apsaugos vadybos sistema, atitinkanti LST EN ISO 9001:2015 ir LST EN ISO 14001:2015 standartų reikalavimus.

UAB „JM“ gamina tiesias ir lenktas klijuotos medienos statybines konstrukcijas, medienos denginius (žr. 2 pav.) Medinių konstrukcijų panaudojimas itin platus: pastaruosiu metu pradeda dominuoti mokymo paskirties pastatai, slaugos įstaigos, net daugiaaukščiai gyvenamieji arba komercinės paskirties pastatai. Tarp įmonės gaminių – ne tik visuomeninės ar pramoninės paskirties statiniai, bet ir individualios statybos objektai, tokie kaip rąstiniai namai, pirtys, poilsio nameliai iš klijuoto tašo. Vienas iš netradicinių UAB „JM“ projektų – daugiaaukštė automobilių stovėjimo aikštelė Švedijoje. Konstrukcijos gaminamos iš lietuviškos ir skandinaviškos eglės, pušies, maumedžio medienos, naudojant Melamino klijus.



2 pav. UAB „JM“ produkcijos pavyzdys

Šaltinis: <https://www.juresmedis.lt/>

Visa UAB „JM“ gaminama produkcija yra sertifikuota tarptautiniais sertifikatais. Įmonėje įdiegta vidinė kokybės kontrolės sistema, apimanti kiekvieną gamybos proceso etapą: nuo žaliavų priėmimo iki galutinio produkto pardavimo. Įmonėje veikia laboratorija, kuri pastoviai atlieka būtinus gaminių

pavyzdžių testus ir bandymus. UAB „JM“ apie 80 proc. savo produkcijos eksportuoja į Norvegiją, Ispaniją, Vokietiją, Prancūziją, Portugaliją, Lenkiją, Estiją, Latviją, Švediją, Italiją, Korėją, Katarą, JAV bei kitas šalis.

Įmonė, atliepdama darnaus vystymosi principus, diegia naujas pažangias technologijas, tokias kaip saulės elektrinė. Tai leis sumažinti elektros energijos, pagamintos naudojant iškastinį kurą, suvartojimą. Įmonė siekia, kad visas vartojamos energijos kiekis būtų pagamintas iš atsinaujinančių energijos šaltinių. Taip įmonė prisideda prie klimato kaitos mažinimo.

## 2.1. UAB „JM“ išorinės aplinkos veiksnių analizė

PEST analizės metodu analizuojami išoriniai veiksniai, kurie įtakoja įmonės veiklą, ir gauti rezultatai padeda priimti UAB „JM“ strateginius sprendimus.

**Politiniai-teisiniai veiksniai** UAB „JM“ veiklai turi šiuo metu gana didelę įtaką. UAB „JM“ apie 80 proc. produkcijos eksportuoja į daugelį pasaulio šalių: nuo Skandinavijos iki Kataro, Pietų Korėjos ar JAV. Tačiau situacija keičiasi, nes Lietuvoje priimti teisės aktai, susiję su medienos perdirbimo įmonių veikla, suteiks galimybę įmonėms savo produkciją parduoti savo šalyje. Statant naujus visuomeninės paskirties pastatus, finansuojamus valstybės ir savivaldybių ar tarptautinės finansinės paramos lėšomis, bus privaloma panaudoti bent 50 proc. medienos ir kitų organinių medžiagų iš atsinaujinančių gamtos išteklių pagrindu pagamintų statybos produktų. Lietuva jau įgyvendina šiuos pokyčius, plečiamos medienos perdirbimo įmonės, kurios kuria didesnę pridėtinę vertę. Tarp tokių įmonių yra ir UAB „JM“. Todėl besikeičiantis visuomenės ir valstybės požiūris, palankūs medinei statybai teisės aktai sudaro galimybę daugiau produkcijos realizuoti Lietuvoje, kuriant tvarią aplinką.

**Ekonominiai veiksniai.** Remiantis Europos Centrinio banko įžvalgomis, ekonomikos rodikliai rodo, kad artimiausiu metu ekonomikos augimas stagnuos, dėl griežtesnių finansavimo sąlygų. Vidutinis metinis realiojo BVP augimo tempas Euro zonoje 2023 m. sulėtėjo iki 0,7 % (2022 m. buvo 3,4 %), 2024 m. turi paspartėti iki 1,0 %, o 2025 m. – iki 1,5 %. Palyginti su 2023 m. birželio mėn. Euro sistemos ekspertų prognozėmis, BVP augimo 2023 m. prognozė sumažinta 0,2, 2024 m. – 0,5, o 2025 m. – 0,1 procentinio punkto. Tyrimais nustatyta, kad tarp BVP pokyčio ir pagrindinių įmonės veiklos rezultatų, t. y. pajamų iš pardavimo pokyčio, bendro pelno pokyčio bei daugumos pelningumo rodiklių, yra gana stipri priklausomybė. Lietuvos statistikos departamento pateiktais duomenimis, 2022 m. BVP, tenkantis vienam gyventojui, Marijampolės apskrityje siekė 14,4 tūkst. eurų (2021 m. – 11,9 tūkst. Eur). Tai rodo, kad Marijampolės apskrityje ekonominė situacija yra gana stabili ir analizuojamos įmonės pardavimų apimtys turėtų nežymiai bet augti dėka teigiamos vidaus vartojimo prognozės ir palankių teisinių veiksnių, leidžiančių produkciją realizuoti šalyje.

**Socialiniai veiksniai.** Lietuvos statistikos departamento duomenimis, Marijampolės apskrityje gyventojų skaičius kasmet mažėja. 2018 m. Marijampolės apskrityje gyveno 60 360 gyventojų, 2019 m. – 59 327, 2020 m. – 58 962, 2021 m. – 57 937. Mažėjant gyventojų skaičiui apskrityje, didėjant emigracijai visos šalies mastu įmonė susiduria su kvalifikuotos darbo jėgos stygiu. Be to, reikia paminėti, kad labai svarbus veiksnys yra ir darbo užmokestis, kuris mažose apskrityje yra ženkliai mažesnis nei didelėse. Todėl įmonė turi dėti daug pastangų, kad pritrauktų ir išlaikytų žmonių išteklius įmonėje.

**Technologiniai veiksniai.** Kitas įmonei įtaka darantis veiksnys - tai naujų išmaniųjų įrenginių ir technologijų diegimas gamyboje. Šios technologinės naujovės taip pat turi teigiamos įtakos įmonės gamybinių pajėgumų didinimui. Klijuotos medienos statybinių konstrukcijų gamintoja nuolat atnaujiną įrangą, kuri padeda kurti ne tik vietas, bet ir užsienio rinkose konkurencingus gaminius. Neseniai įmonė įsigijo modernias obliavimo stakles, kurios žymiai padidino technines galimybes obliuoti klijuotos medienos konstrukcijas iki 2,6 m aukščio bei 400 mm pločio – anksčiau didžiausi rodikliai buvo 2,2 m ir 300 mm. Tarp įmonės įrenginių – ir itin modernus „Hundegger ROBOT-Drive 1250“ 6 ašių CNC apdirbimo centras, pasižymintis beveik neribotomis medinių konstrukcijų apdirbimo galimybėmis: greitai ir preciziškai pjaunama, skobiama, frezuojama, gręžiama, graviruojama, ženklinama. Be to, įmonė siekdama darnumo koncepcijos įsidedė saulės jėgainę, todėl dabar reikalingos elektros energijos, apie 90 %, gauna iš atsinaujinančių išteklių- saulės jėgainės. Taip sutaupomos lėšos, kurios generuojamos įmonės naujų, pažangių įrenginių diegimui įmonėje.

## 2.2. UAB „JM“ konkurencinių veiksnių analizė

Penkių konkurencinių jėgų modelis įmonės vadovams padeda atsakyti į klausimus: kaip apsaugoti nuo neigiamo penkių konkurencinių jėgų poveikio? Kokiomis priemonėmis daryti įtaką kiekvienos iš konkurencinių jėgų potencialiam veikimui? (Korsakienė ir Grybaitė, 2012). UAB „JM“ atlikta konkurencinių veiksnių analizė, parodė, kaip stipriai įmonės veiklą įtakoja kiekviena iš žemiau išvardintų jėgų.

**Potencialūs konkurentai.** UAB „JM“ potencialių konkurentų Lietuvos rinkoje praktiškai neturi, nes UAB „JM“ yra vienintelė tokios produkcijos gamintoja šalyje ir Pabaltijo valstybėse. Norint konkurentams atsirasti šioje rinkoje, reikalinga finansiškai didelė investicija, kas, mano manymu, ir sustabdo naujų konkurentų atsiradimą šioje sferoje. Be to, įmonė gyvuoja nuo 1974 metų, todėl turi didelę neįkainojamą patirtį, kurią vertina klientai. Naujai įsteigta konkurencinė įmonė, tokio pranašumo kaip ilgametė patirtis, tikrai neturėtų. Be to, naujas rinkos dalyvis turėtų pradėti didelio masto gamybą, kad bent minimaliai pasiektų jau veikiančios UAB „JM“ gamybos sąnaudas. ir norint įeiti į rinką reikėtų. Taip pat UAB „JM“ turi gerai išplėtotą savo produkcijos paskirstymą bei lojalius vartotojus ne tik šalyje, bet ir už jos ribų. Tai dar vienas barjeras, kurį turėtų įveikti potencialus konkurentas .

**Esami konkurentai.** UAB „JM“ nuolat tiria ir stebi rinkoje esamus konkurentus, jų produkcijos kainas bei konkurentų daromas investicijas į gamybą. Labai stipriai juntama konkurencija iš Lenkijos, kur neseniai atidaryta didelė panašios produkcijos įmonė. Taip pat yra didelė įmonė Švedijoje, kuri atima dalį rinkos iš UAB „JM“. Todėl UAB „JM“ didelį dėmesį skiria produkcijos kokybei ir užsakymų vykdymui, kad medienos konstrukcijos kuo greičiau pasiektų užsakovą. Taip pat UAB „JM“ siekia savo veiklą diversifikuoti ir pradėjo gaminti nestandartinę produkciją (poilsio nameliai, pirtys ir t.t.). Be to, klijuotos medienos statybinių konstrukcijų gamintoja UAB „JM“ nuolat atnaušina įrangą, kuri padeda kurti ne tik vietas, bet ir užsienio rinkose konkurencingus gaminius.

**Tiekėjai.** UAB „Jūrės medis“ konstrukcijų gamyboje naudojamos eglės, pušies ir maumedžio dvigubo pjovimo lentos. Mediena tiekama iš Lietuvos, Latvijos, Estijos, Švedijos, Suomijos ir Lenkijos. Įmonė su tiekėjais palaiko glaudžius bendradarbiavimo ryšius. Tiekėjai yra lojalūs įmonei, nes stengiamasi laiku atsiskaityti už medieną. Šiuo metu medienos, kaip žaliavos, rinkoje pakanka.

**Pirkėjai.** Kadangi įmonė gamina stambią standartinę ir nestandartinę produkciją iš medienos, todėl pagrindiniai užsakovai yra su statybomis susijusios organizacijos. Todėl paklausa priklauso nuo statybų sektoriaus. Yra klientų, kurie perka visą paslaugos paketą: gamyba, logistika ir montavimas. Dažniausiai tokio paketo užsakovai yra Norvegai, kur ypač akcentuojama tvarumo koncepcija. Taip pat Lietuvoje teisės aktai numato, kad 50 procentų statybų sektoriuje naudojamų medžiagų privalo būti iš atsinaujinančių išteklių - įmonės atveju medienos produkcijos. Todėl tikėtina, kad daugės ir mūsų šalies pirkėjų.

**Prekių pakaitalai.** Įmonė gamina įvairias konstrukcijas iš klijuotos medienos, kuri yra ilgaamžė bei atitinka tvarumo lūkesčius. Konstrukcijos gaminamos įvairios, vienos iš tokių stogo laikančioji konstrukcija. Šiuo metu rinkoje pasirodė analogų, gaminamų iš plokštės ar neklijuotos medienos. Bet ši produkcija nėra paklausī, nes plokštėje naudojama daug cheminių medžiagų, be to, neklijuota mediena neatpari atmosferiniam poveikiui. Klientai šiuo metu labiau orientuojasi ir ieško „žalios“, tvarios produkcijos.

## 2.3. UAB „JM“ veiklos SSGG analizė

Vidinės aplinkos analize yra siekiama nustatyti ir įvertinti organizacijos veikimo stiprybes, apibrėžti sėkmės veiksnius, išskirti esamas ir galimas silpnybes. SSGG analizė apibendrina pagrindines problemas, kylančias verslo aplinkoje ir organizacijos strateginius gebėjimus, kurie labiausiai veikia strategiją (Korsakienė ir Grybaitė, 2012). Įmonės pasinaudodamos savo stipriomis pusėmis, gali pastebėti galimybes, kurių verslas neišnaudoja, įveikti kylančias grėsmes, ir atlikti tam tikrus strateginius veiksmus, kurie užkirstų kelią tolimesnėms silpnybių bei grėsmių vystymuisi.

UAB „JM“ atlikta SSGG analizė (žr. 1 lent.) leidžia įžvelgti, kokių priemonių ir veiksmų reikia imtis, kad įmonės veikla būtų efektyvesnė.

**1 lentelė. UAB „JM“ SSGG analizė**

<b>Stiprybės</b>	<b>Silpnybės</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darbuotojų lojalumas.</li> <li>• Glaudus bendradarbiavimas su logistikos įmonėmis.</li> <li>• Išplėtotas tarptautinis bendradarbiavimas.</li> <li>• Tvarumo principų diegimas įmonės veikloje.</li> <li>• Gamybos atnaujinimas inovatyviais įrenginiais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nėra darbuotojų skatinimo ir tobulinimo programos/politikos.</li> <li>• Neefektyvus esamo personalo potencialo galimybių išnaudojimas.</li> <li>• Kvalifikuotų specialistų trūkumas.</li> </ul>
<b>Galimybės</b>	<b>Grėsmės</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gamybos apimčių didinimas, susijęs su statybos sektoriaus auga.</li> <li>• Produkcijos paklausos didėjimas užsienio šalyse (labiau vertinamas natūralumas ir ekologiškumas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Žaliavos brangimas.</li> <li>• Didėjanti konkurencija medienos konstrukcijų gamybos srityje.</li> </ul>

(Sudaryta darbo autorius)

Viena iš svarbiausių grėsmių, yra brangstanti žaliava (mediena ir klijai). Todėl įmonės vadovai turi ieškoti tiekėjų, su kuriais būtų galima sudaryti ilgalaikes sutartis dėl žaliavos įsigijimo pastovesne kaina. Vadovai, sudarant sutartis, taip pat turėtų atkreipti dėmesį į žaliavos tiekėjus, kurie savo paslaugas (žaliavos pristatymas) atlieka greitai ir kokybiškai. Didelį dėmesį vadovai turėtų skirti ir žaliavos kokybei bei atitikimui standartams. Pagamintos kokybiškesnės medienos konstrukcijos ir kiti statiniai, leistų lengviau išlikti konkurencingais medienos statinių ir konstrukcijų gamybos srityse. Viena iš svarbiausių silpnybių yra kvalifikuotų specialistų trūkumas. Reikėtų aktyvinti bendradarbiavimą su profesinio rengimo centrais ar kolegijomis, pristatant ir viešinant įmonės veiklą, pasiekimus ir įmonės išskirtinumus, taip pritraukiant jaunus specialistus. Verta būtų pagalvoti apie skatinimo politikos atnaujinimą įmonėje. Manoma, kad kaip vienas pagrindinių veiksnių UAB „JM“ būtų racionali planavimas ir konstruktyvesnis bendradarbiavimas tarp skirtingų grandžių įmonės personalo. Statybos sektoriaus augimas, įmonei suteikia galimybę didinti gamybos apimtį. Tam palanki šiuo metu ir teisinė bazė, susijusi su medienos naudojimu statybose bei tvarumo principų laikymasis ir diegimas įmonėje. UAB „JM“ yra išplėtojusi tarptautinį bendradarbiavimą (apie 80 proc. savo produkcijos eksportuoja į užsienį) ir gamyboje diegia naujus išmanius įrenginius ir technologijas. Tai stipriosios įmonės pusės, kurios leidžia įmonei sumažinti gamybos sąnaudas, o pilnai panaudoti silpnų pusių tobulinimui ir grėsmių mažinimui.

### **3. UAB „JM“ veiklos gerinimo priemonės**

Atsižvelgiant į PEST, M. Porterio penkių jėgų bei SSGG atliktą analizę, UAB „JM“ veiklos gerinimui siūlyčiau taikyti šias priemones:

1. Stiprinti ir plėtoti tarptautinį ir nacionalinį bendradarbiavimą su žaliavos tiekėjais ir užsakovais, kas prisidėtų prie konkurencingumo išlaikymo medienos konstrukcijų gamybos rinkoje.

2. Norint įmonei aktyviai konkuruoti rinkoje ir išlaikyti konkurencinį pranašumą, daugiau dėmesio skirti projektinių lėšų įsisavinimui, kas leistų ne tik padidinti gamybos apimtį, bet ir įgyti konkurencinį pranašumą bei sustiprinti europinį pripažinimą medienos konstrukcijų gamybos srityje.

3. Sukurti darbuotojų skatinimo modelį esamo personalo išlaikymui ir naujų specialistų pritraukimui.

4. Aktyvinti bendradarbiavimą su profesinio rengimo centrais ir aukštosiomis mokyklomis, pristatant ir viešinant įmonės veiklą, pasiekimus ir įmonės išskirtinumus, taip pritraukiant jaunus specialistus.

5. Peržiūrėti ir optimizuoti veiklos planavimą, siekiant užtikrinti konstruktyvesnį bendradarbiavimą tarp įmonės skirtingų grandžių personalo.



6. Sparčiau diegti naujas inovatyvias gamybinės ir kontrolinės laboratorinės technologijas, kurios padėtų efektyviau gaminti produkciją, taip sutrumpinant užsakymų išpildymo terminus bei užtikrinti ilgalaikę aukštą gaminamos produkcijos kokybę.

### Išvados

1. Kiekvienai verslo įmonei vienas iš svarbiausių uždavinių – identifikuoti aplinkybes, kurios iš anksto įspėja apie artėjančius įmonių veiklos rezultatų pasikeitimus, gebėti prisitaikyti prie naujų verslo sąlygų ir užkirsti kelią įmonės veiklos nuosmukiui. Jei organizacija nori būti konkurencinga ir efektyvi tam reikalinga išsami organizacijos aplinkos analizė, naudojant SSGG, PEST ir M. Porter penkių konkurencinių jėgų metodus. Tik atlikus išsamią įmonės aplinkos veiksnių analizę, įmonė gali maksimaliai išnaudoti esamas galimybes, suvaldyti iššūkius bei išlikti konkurencingais rinkoje, siekiant ilgalaikių rezultatų.

2. UAB „JM“ aplinkos analizei atlikti buvo pasitelkta PEST, M. Porter penkių konkurencinių jėgų ir SSGG metodai, kurie išryškino šias įmonės veiklos tendencijas:

- PEST analizė, atskleidė, jog įmonės veiklai šiuo metu teigiamą įtaką turi šalyje priimti teisės aktai, suteikiantys galimybę medienos perdirbimo įmonėms daugiau savo produkcijos parduoti Lietuvoje. Naujų išmaniųjų įrenginių ir technologijų diegimas įmonėje daro teigiamą įtaką įmonės gamybinių pajėgumų didinimui. Labiausiai įmonės veikla šiuo metu yra veikama socialinių veiksnių, nes mažėjantis gyventojų skaičius apskrityje ir didėjanti emigracija turi neigiamos įtakos įmonei pritraukiant kvalifikuotą darbo jėgą.

- M. Porter penkių konkurencinių jėgų analizė, atskleidė, jog UAB „JM“ yra vienintelė tokios produkcijos gamintoja šalyje ir Pabaltijo valstybėse. Stipriausiai juntama konkurencija iš Lenkijos ir Švedijos medienos perdirbimo įmonių, kurios atima dalį rinkos, tačiau UAB „JM“ didelį dėmesį skiria produkcijos kokybei ir operatyviam užsakymų vykdymui. Įmonė su tiekėjais ir užsakovais palaiko glaudžius bendradarbiavimo ryšius bei stengiasi išlaikyti aukštą gaminių kokybę.

- Atlikta SSGG analizė parodė, kad statybos sektoriaus augimas, UAB „JM“ suteikia galimybę didinti gamybos apimtis. Tam palanki šiuo metu ir teisinė bazė, susijusi su medienos naudojimu statybose bei tvarumo principų laikymasis ir jų diegimas įmonėje. Viena iš svarbiausių grėsmių, yra brangstanti žaliava (mediena ir klijai). Įmonėje jaučiamas kvalifikuotų specialistų trūkumas. Įmonė pasižymi išplėtotu tarptautiniu bendradarbiavimu bei tvarumo principų diegimu įmonės veikloje.

3. Atlikta įmonės aplinkos analizė parodė, kad siekiant tobulinti UAB „JM“ veiklą išlaikyti konkurencinį pranašumą, būtina skirti didesnę dėmesį esamo personalo išlaikymui ir naujų specialistų pritraukimui, viešinant įmonės veiklą, pasiekimus ir įmonės išskirtinumus, taip pritraukiant jaunus specialistus. Įmonė turėtų sparčiau diegti naujas inovatyvias gamybinės ir kontrolinės laboratorinės technologijas, kurios padėtų efektyviau gaminti produkciją, taip sutrumpinant užsakymų išpildymo terminus. Stiprinti ir plėtoti tarptautinį ir nacionalinį bendradarbiavimą su žaliavos tiekėjais ir užsakovais, kas prisidėtų prie konkurencingumo išlaikymo medienos konstrukcijų gamybos rinkoje.

### Literatūra

1. David, F., F. 2007. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Eleventh Edition. New Jersey: Prentice Hall. 393 p. ISBN 0-13-186949-3

2. Academia.eu. Prieiga per internetą: [https://www.academia.edu/48932707/Research\\_In\\_Strategy\\_Economics\\_and\\_Michael\\_Porter?email\\_work\\_card=view-paper](https://www.academia.edu/48932707/Research_In_Strategy_Economics_and_Michael_Porter?email_work_card=view-paper)

3. Europos centrinis bankas, eurosistema. Prieiga per internetą: [https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202309\\_ecbstaff~4eb3c5960e.lt.html](https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202309_ecbstaff~4eb3c5960e.lt.html)

4. Ginevičius, R. ir Sūdžius, V. (2008). *Organizacijų teorija*. Vilnius: Technika.

5. Įžvalgos: Išorinės aplinkos analizė. (2011). Prieiga per internetą: <http://www.verslas.in/terminas/isorines-aplinkos-analize/>

6. Kalesnykas, S. ir Katinienė, A. (2019). Organizacijos aplinkos veiksnių poveikis vadovavimo sėkmei. 22-osios Lietuvos jaunųjų mokslininkų konferencijos „Mokslas – Lietuvos ateitis“ teminė konferencija. *Ekonomika ir vadyba / Economics and Management*, eISSN 2029-7149.

7. Katinienė, A. ir Stravinskienė, A. (2016). *Organizacijos aplinkos palankios formuotis žinių sinergijai charakteristikos ir jos analizės metodų pasirinkimas*. Aukštųjų mokyklų vaidmuo visuomenėje: iššūkiai, tendencijos ir perspektyvos; 1(5): 100–108.



8. Koncevičienė, N. (2012). *Verslo ekonomika: mokymo(si) rinkinys*. Marijampolė: Piko valanda.
9. Korsakienė, R., Grybaitė V. ir Šimelytė, A.(2018). *Strateginis organizacijų valdymas: teorija ir praktika*. Vilnius: VGTU.
10. Korsakienė, R. ir Grybaitė, V. (2012). *Strateginis organizacijų valdymas*. Vilnius, VGTU.
11. Krivka, A. (2010). Įmonės konkurencinės strategijos formavimas oligopolinėje rinkoje. Vilnius, VGTU.
12. Marčinskas, A. ir Diskienė, D. (2001) *Įmonės konkurencingumo vadybinis veiksnys, iš Lietuvos ūkio konkurencingumas: konferencijos įvykusios Vilniuje 2001 m. lapkričio 23 d., pranešimai*. Vilnius: VU leidykla, 112 – 118 p.
13. Mintzherb, H., Ahlstrand, B. ir Lampel, J. (1998). *Strategy safari. The complete guide through the wilds of strategic management*. London: FT Prentice Hall.
14. Pina, K. ir Tether, B. S. (2016). *Towards understanding variety in knowledge intensive business erVICES by distinguishing their knowledge bases*. *Research Policy*, 45(2), 401-413.
15. Porter, M. 1991. *Towards the Dynamic Theory of Strategy*, *Strategic Management Journal* 12: 95–117
16. Raudeliūnienė, J. (2007). *Įmonių konkuravimo strateginių sprendimų formavimas*. *Socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas*, Vilnius, VGTU.
17. Svetikas, K., Ž. ir Arimavičiūtė, M. (2012). *Strateginis valdymas*. Vilnius, .Prieiga per internetą: <https://cris.mruni.eu/server/api/core/bitstreams/7dfed73b-b863-451b-9e13-45739e3ae325/content>
18. Tamošiūnas, A. (2013). *Vadybos funkcijos ir priemonės*. Vilnius: Technika.
19. Vasiliauskas, A. (2007). *Strateginis valdymas*. Kaunas: Technologija.
20. Valentinavičius, S. (2009). *Verslo strategijos formavimo įmonėje teoriniai aspektai*. *Verslas: Teorija ir praktika*, 10 (2), 130-141
21. Virvilaitė, R. ir Jefimov, V. (2010). *Konkurencinio pranašumo įgijimas vidaus ir globalioje rinkoje*. Prieiga per internetą: [http://distance.ktu.lt/kursai/verslumas/rinkos\\_aplinkos\\_tyrimai\\_I/121683.html](http://distance.ktu.lt/kursai/verslumas/rinkos_aplinkos_tyrimai_I/121683.html)

# THE USE OF JARGON IN BUSINESS COMMUNICATION

Vaida Dirmienė

lect. Romalda Kasiliauskienė

*Marijampolės Kolegija Higher Education Institution*

## **Abstract**

Each profession has its specific jargon that belongs to the professional community. A group of professionals usually uses different jargon. Military, journalism, law, sport, politics, medicine, advertising, IT - no field is exempt. Because the jargon used by different professional and social groups is so broad (and ambiguous), it is sometimes unnecessary and can lead to confusion, as simple ideas or instructions can be expressed in overly complex ways (V. Fromkin, R. Rodman, and N. Hyams, 2011). Specialist terminology sometimes uses words that are common but applicable to a particular profession to express specific concepts or ideas. However, this can be difficult for a general audience to understand. They should be used with care to avoid ambiguity, especially due to their rapidly growing popularity and demand. However, professional jargon can be useful if the audience understands the technical language as well as the specialist, which facilitates effective communication with less explanation. Careful use of jargon allows one to delve into more complex topics faster and save time. This article explores the use of jargon, provides insights into its effects, and gives examples of how the use of business jargon and abbreviations can reduce the effectiveness of communications with external parties. This leads to an investigation into whether such use enhances or obstructs communication. Therefore, this article provides explanations of jargon and abbreviations. Different methods of creating abbreviations will be examined. It will also look at the use of jargon in business communication and outline its advantages and disadvantages. The results of the study show that the use of jargon may have its place in certain contexts, but it must be used judiciously and in moderation, taking into account the needs of the audience and their level of understanding.

## **Introduction**

Relevance and novelty of the topic. In the 21st century, jargon and abbreviations such as acronyms and initialisms are increasingly used. According to K. Hudson (1978), each profession uses the jargon of its field for communication. The use of technical language is a unique linguistic phenomenon. Their use has become commonplace in professional settings. This is due to the need to save space and time in business communication and to avoid repeating long sentences. Jargon and slang have become an inescapable part of almost every business document, speech, or conversation. It is important to note that communication without understanding the basic jargon, acronyms, and initialisms in a given field may not be effective. Providing information about their existence is very important, but their use must be judicious to avoid confusion and ensure understanding by the target audience.

This article therefore provides definitions of jargon, abbreviations, and guidelines for their spelling and pronunciation, provides insights into its effects as well as relevant examples. It is beneficial to expand on this topic more, analyse the use of jargon in business communication and outline the advantages and disadvantages of them.

The aim of this paper is to analyse the reasons why these linguistic phenomena have become so successful in business English communication.

Research object - the use of jargon in English business communication.

The following aim of the research is to specify the peculiarities of the use of jargon in English business discourse.

To achieve this aim the following objectives were set:

1. to analyze the concept of jargon, types of jargon, and their functions;
2. to reveal the advantages and disadvantages of the use of jargon in business communication;
3. to compare and classify the selected examples from English business discourse.

Research methods:

1. The descriptive method is a description of what jargon, technical terms, and acronyms are.
2. The contrast method describes the advantages and disadvantages of using jargon in business communication.
3. The statistical method was used to distinguish and classify jargon from the text of the book into different types.

## **The meaning and types of jargon**

One of the language variations is jargon. K. Hudson (1978) describes jargon as specialised terms or expressions that are used by a particular profession or group to refer to specific things or processes that

take place in that profession or group. Another description for jargon is that jargon refers to words or expressions that describe topics and ideas in specific industries or professions. This style of language often includes technical terms, acronyms, and specialised vocabulary specific to a particular field, industry, or community. Jargon is characterised not only by the knowledge of the speaker but also by the disclosure of the professional group to which the speaker belongs.

Jargon aims to identify specialized concepts, objects, or situations to facilitate communication in the workplace or industry. It is often used to shorten longer phrases rather than to inform.

There are three types of jargon:

Technical jargon, Gobbledegook, and Buzz words.

Many technical jargon terms are often shortened to acronyms or abbreviations, especially in common speech. Words and phrases that fall into the category of technical jargon are official terms.

S. Carra (2002) describes the meaning of Gobbledegook as being many long and complex, often unusual words, including foreign (especially Latin) phrases that have complex structures with abstract nouns.

Another type of jargon is the buzzword, which according to collinsdictionary.com is an informal word, often derived from a particular jargon term, that becomes a buzzword in a whole community or a particular group.

When discussing business jargon, we refer to acronyms, a metaphor, phrases, and other expressions related to a specific niche, group of professionals, or industry.

### **Abbreviations and acronyms**

According to Merriam-Webster's dictionary, an abbreviation is a shortened form of a written word or phrase that is used in place of the full word or phrase. Many technical terms are often shortened to acronyms or abbreviations in business jargon. An analysis of abbreviations and acronyms suggests that there are different ways of abbreviating words, so abbreviations can be of several types: initialisms, acronyms, shortenings, and contractions. Initialisms are when we pronounce abbreviations as a sequence of letters. For example: the European Union is commonly referred to as the EU. A combination of the first letters of each word in the phrase, starting with a capital letter. For instance, the Federal Bureau of Investigation is abbreviated as FBI, and the United States of America is abbreviated as USA. Acronyms are one of the most common forms of jargon. An acronym is an abbreviation consisting of the first letters of each word in the name of something, pronounced as a word, for example, NATO - North American Treaty Organisation, NASA- National Aeronautics and Space Administration. Shortenings are another type of abbreviation word or phrase, often represented by the first syllable or a few letters that do not necessarily come from the original word. For example, etcetera (Latin word) is shortened to, etc., government to govt. Contractions are often formed by using the initial letters of words, omitting letters in the middle of the word, or removing individual letters, instead of entire syllables. The first letter is capitalized and the word is always spelled out in full. For example: Prof. for professor or Dr. for doctor.

However, there is a difference between an abbreviation and an acronym. While both abbreviate words or phrases, an abbreviation is usually made up of the first letters of a phrase or word, whereas an acronym can include the first and last letters or elements. Although A. Erkić (2022) admits that abbreviations and acronyms are confusing, incorrect, and grammatically incorrect, in text messages they have become almost commonplace in modern business communication. However, if the use of acronyms is deemed necessary, they must be clearly defined and explained so that the target audience fully understands their meaning. This is particularly important in reports, memos, and training materials. It can be concluded that the correct use of many acronyms and abbreviations can improve communication by conveying more meaning in less time and with fewer words.

### **Jargon in business communication**

Effective communication is determined using common terminology that can be easily understood by all parties involved. Business communication is characterised by different features of language levels that enrich it. Jargon makes the professional language more precise, concise, visual, expressive, and more convenient to use. Sometimes specialised terminology uses generic but profession-specific words to express specific concepts or propositions. For people who work in companies and organisations, it can be essential to understand business jargon. This can help them understand certain areas and carry out their jobs more effectively. Barriers to quality communication can arise when a person uses inappropriate words,

making the whole dialogue more difficult. When meaningless expressions are used instead of clear language, the value of the message is diminished, and the understanding of the subject is questioned.

However technical jargon is often based on abstract concepts that can make it difficult, if not impossible, to understand what is being said. To avoid awkwardness and improve communication with team members, it is recommended to familiarise yourself with popular company jargon phrases. Some examples from jargonism.com :

- “Key takeaways” are major points or areas of interest that are important to remember from a presentation or meeting;
- “Out of pocket”- to be unreachable, it is another way for business people to say that they will be unavailable or out of the office for a disclosed period;

K. Hudson (1978) notes that jargon tends to be used by those who are trying to convince others of their importance, even though their intelligence may be low. He also warns that using jargon can become a dangerous habit, as it is easy to forget that other people may not know what it means. According to T. Phillips (2011), jargon in a professional environment is extremely important because it is essential for entering certain professional fields where a minimum level of knowledge is insufficient. Understanding business jargon can be important for individuals working in organisations because it helps them to understand specific areas and perform their jobs more effectively. The problems arise when professionals use jargon without explaining its meaning to their audience.

### **Advantages and disadvantages of jargon in business**

Using business jargon can have both advantages and disadvantages. One of the main advantages of using jargon is that it has been created to refer to very specific things or situations in a clear and precise way. Sometimes jargon can be used to describe complex concepts or situations very succinctly, without the need for detailed explanation. The use of group-specific jargon confirms a personal connection with community members by creating common categorisations and understandings, thus contributing to easier social connection. In the business world, it is common for marketing specialists to use jargon to make their products or services stand out and attract the desired audience. Consumers may see it as an added value because it sounds more luxurious, or they may feel more important or professional by understanding the industry jargon.

Understanding the unique business jargon can also be helpful in successfully integrating it into the company's operations. Jargon can also indicate a person's level of knowledge in a particular area. The more experience someone has in a specific field, the more likely they will use and understand the relevant business terminology. One of the reasons for the use of jargon is when social status is low, the use of jargon is seen as a way of achieving higher social status and that this leads to greater use of jargon because of the communicators concern for audience appreciation. Jargon can be attractive because it gives a sense of specialness. This is also confirmed by A. Barari (2023), who says that some people use company jargon to sound more knowledgeable or to appear more professional.

However, when companies use too much jargon, it can often leave audiences confused about what the company does. Depending on the language and tone of the content, this can affect customer confidence in the company.

In contrast if, if the jargon makes the content difficult to understand, people may be less likely to understand or believe the meaning. When industry jargon is used in discussions with outsiders, it can be helpful to provide a brief description of the term the first time it is used. Using jargon can be challenging when dealing with international or cross-cultural teams. People whose first language is not English may find it difficult to understand technical terms, as they might be unfamiliar with them. People learning English as a second language may need additional clarification of technical terms.

If someone is new to a particular profession or is less experienced than others, they might not know the meanings of all the jargon terms used by more experienced colleagues. If the more experienced colleagues continually use jargon words that others do not understand, this can lead to the less-experienced peers feeling excluded.

To sum up, it can be said that business vocabulary (jargon) is useful internally, but when communicating with the outside world it is difficult for a department or organisation to understand. Therefore it is important to know the audience and communicate a clear message to the target audience in a way that is appropriate to the circumstances.

## Conclusions

The study shows that jargons are specialised terms or expressions for certain professions or groups to refer to specific things or processes within that profession or group. This type of language often includes technical terms, acronyms, and specialised vocabulary specific to particular professionals in a particular field. Analyzing abbreviations and acronyms in business communication highlights their role in simplifying communication and saving time and space. Jargon is used to identify specialised concepts, objects, or situations and has a variety of functions, including facilitating communication, establishing professional identity, and conveying specialised concepts and ideas. By analysing the advantages and disadvantages of jargon in business communication, the study provides valuable insights into how to strike a delicate balance between technical language and effective communication in a professional environment. The jargon extracted from the business book “The Psychology of Money Timeless Lessons on Wealth, greed, and Happiness “(Morgan Housel, 2020) was classified into technical jargon, acronyms, initialisms, abbreviations, contractions, and phrases/idioms. An analysis of the data shows that the most frequently used technical terms account for 36 percent of the total. Initialisms account for 23 percent, followed by idioms and acronyms at 12 percent each. The least common abbreviations are shortenings at 9% percent and contractions - 8 percent.

## References

1. Kenneth Hudson “The Jargon of the Professions” (1978)
2. Tim Phillips ”Talk normal : stop the business speak, jargon and waffle”(2011)
3. Ana Erkcic, “134 Best Texting Acronyms to Use in Business“, (2022) Internet access: <https://pumble.com/blog/best-texting-acronyms-to-use-in-business/>
4. [www.merriam-webster.com/dictionary/abbreviation](http://www.merriam-webster.com/dictionary/abbreviation)
5. Sarah Carr “Tackling NHS Jargon– Getting the Message Across” (2002)
6. Victoria Fromkin, Robert Rodman, Nina Hyams "An Introduction to Language" 9th edition (2011)
7. Anwasha Barari “Top 50 Corporate Jargon to Help You Survive High-Level Meetings”(2023) Internet access: <https://emeritus.org/blog/career-corporate-jargon/>
8. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/buzzword>.

# **BUSINESS IDIOMS RELATED TO SPORTS: STRUCTURAL, LEXICAL AND GRAMMATICAL ANALYSIS**

*Vilijus Doilidovas*

*Lect. Romalda Kasiliauskienė*

*Marijampolės kolegija Higher Education Institution*

## **Abstract**

In the world of business, effective communication is paramount. It allows professionals to convey their ideas, strategies, and goals with precision and clarity. However, language in the business realm often transcends its literal meaning, incorporating idiomatic expressions to convey deeper messages. Idioms, as figurative expressions, add colour, depth, and familiarity to conversations, enabling professionals to connect on a more personal and relatable level. The research paper discusses the concept, classification and use of idioms, the structural, lexical and grammatical parts of idioms, and illustrates their arrangement using various methods: descriptive, contrastive and statistical.

Keywords. idioms, phrases, structural analysis, lexical analysis, grammatical analysis.

## **Introduction**

In the world of business, effective communication is paramount. It allows professionals to convey their ideas, strategies, and goals with precision and clarity. However, language in the business realm often transcends its literal meaning, incorporating idiomatic expressions to convey deeper messages. Idioms, as figurative expressions, add colour, depth, and familiarity to conversations, enabling professionals to connect on a more personal and relatable level.

One fascinating category of idioms that permeate the business lexicon draws inspiration from the world of sports. These sports-related idioms are widely used in boardrooms, negotiations, meetings, presentations, and daily office interactions, creating a shared language among professionals. By employing metaphors derived from athletic endeavours, business idioms related to sports provide a vivid and dynamic means of expressing complex concepts and experiences.

This paper explores the intriguing intersection between sports and business, focusing specifically on the usage, structural, lexical and grammatical analysis of sports-related idioms in the corporate world. By examining a selection of these idioms, the aim is to uncover their origins, analyse their contextual usage, and shed light on the underlying concepts they represent. Through this exploration, the power of language and the ways in which idioms enrich our business discourse will be clearer.

Topics about idioms have been researched for many years and each time something new is found out. In my paper, I will be referencing various authors of books and analysis such as: SEIDL/McMORDIE “English idioms and how to use them”, Monica-Ariana, Sim, Anamaria-Mirabela, Pop “Idioms in business communication”, Merriam-Websters Encyclopaedia Britannica, C. Fernando “Idioms and Idiomaticity”, R. Juknevičienė „English Phraseology and Corpora”, E. A. Nida 2001, M. Baker „In Other Words, a Coursebook on Translation“ and many more.

The paper is organized as follows: first, we come to understand what an idiom is. Subsequently, we delve into the specific category of sports-related idioms, like their classifications, dissecting their metaphorical meaning and revealing the corresponding sports references. We then explore the lexical, structural, and grammatical analysis. Finally, we review the results of the research and draw conclusions.

Furthermore, as I required a considerable amount of sport-business idioms to conduct further research in this paper about other aspects of their structure that would be relevant towards my topic, I searched through many sources only to not find any specific listing of sport-business idioms that are credible. Thus, I formed 64 frequently used idioms (which I have included in the appendix) across many sources such as:

- Largest idiom dictionary online <https://www.theidioms.com/> ;
- Monica-Ariana, Sim, Anamaria-Mirabela, Pop, *IDIOMS IN BUSINESS COMMUNICATION*, Annals of the University of Oradea, Economic Science Series
- M. Baker, *In Other Words A coursebook on Translation*, 1992;
- C. Fernando, *Idioms and Idiomaticity*, 1996;
- SEIDL/McMordie, *English Idioms and How to Use Them*, University of Oxford press, 1978;
- E. A. Nida, *Language and Culture*, 2001;
- R. Juknevičienė, *English Phraseology and Corpora.*, Vilnius, 2017;

- Boys' Quest, SPORT IDIOMS WE USE EVERY DAY:
- E. Piirainen, *Widespread Idioms in Europe and Beyond*, New York, 2012;  
And many more, which are stated in sources.

By exploring the fascinating relationship between sports and business idioms, this paper offers valuable insights into the power of language and its impact on effective communication in the corporate world. Through a comprehensive analysis of various idiomatic expressions, we gain a deeper understanding of the intricate nuances that underpin our everyday conversations, usage and how these idioms shape our perceptions, connections, and collaborations in the realm of business.

### 1. Defining of an Idiom

Before we begin doing anything else, we must first understand what an idiom is. Merriam-Webster, an Encyclopedia Britannica company, who has been a leading provider of language information for more than 180, describes that an idiom is „an expression in the usage of a language that is peculiar to itself either in having a meaning that cannot be derived from the conjoined meanings of its elements (such as *up in the air* for “undecided”) or in its grammatically atypical use of words (such as *give way*)” (Merriam-Webster, 2024). As Marriam-Webster states: “A modern English-speaker knows thousands of idioms, and uses many every day.”

Fernando in “Idioms and Idiomaticity” (1996) states: “An idiom may be defined as a conventionalized, often but not always non-literal, multiword expression. Idioms reflect the environment, life, history and culture of the native speakers, and are closely associated with their innermost spirit and feeling.” They are deeply ingrained in a particular language or culture, and understanding their intended meaning often requires familiarity with the idiomatic expressions themselves. Idioms can be colourful, humorous, or metaphorical, and they contribute to the richness and nuances of a language by providing a concise and evocative way to express thoughts, emotions, or ideas. Due to their unique nature, idioms can be challenging to comprehend for non-native speakers or those unfamiliar with the idiomatic usage.

Explained in much simpler terms in the Oxford English Dictionary: Idiom /'idiəm/ - a group of words whose meaning is different from the meanings of the individual words. An example would be: “*Let the cat out of the bag.*”, meaning to tell a secret by mistake.

Juknevičienė in „English Phraseology and Corpora” (2017) constructed and compiled a table of definitions from various authors for the term *idiom*:

Table 1.1 **Definitions of *idiom* and similar phraseological units**

Source	Definition
<b>Gibbs (1994, p. 91)</b>	“Idioms have traditionally been defined as expressions whose meanings are noncompositional or not functions of the meanings of their individual parts (...).”
<b>Sinclair (1991, p. 172)</b>	“An idiom is a group of two or more words which are chosen together in order to produce a specific meaning or effect in speech or writing. (...) The individual words which constitute idioms are not reliably meaningful in themselves, because the whole idiom is required to produce the meaning.”
<b>Biber et al. (1999, p. 1024)</b>	“Idiomatic phrases – expressions with a meaning not entirely derivable from the meaning of their parts (...)”
<b>Fernando (1996, p. 35-36)</b>	“A working definition of a pure idiom which is adequate for the present is ‘a type of conventionalized, non-literal multi-word expression’. <i>Spill the beans</i> , for example, has nothing to do with beans. In contrast to its literal counterpart meaning ‘letting fall leguminous seeds’, a non-literal meaning is imposed on the idiom as a whole: ‘commit an indiscretion’.”
<b>Ishida (2008, p.276)</b>	“Idioms are multi-word expressions with the following three properties: i. Formal frozenness (...) ii. Syntactic frozenness (...) iii. Semantic frozenness (...)”
<b>Naciscione (2010, p.32)</b>	“[T]he phraseological unit is a stable, cohesive combination of words with a fully or partially figurative meaning.”

Source: R. Juknevičienė, *English Phraseology and Corpora*. Vilnius, 2017, p.28

“The citations are taken from a number of studies and grammars and offer a number of different approaches to the understanding of this type of phrases. Yet even this small selection demonstrates terminological variation in approaches to what may appear a fairly clear-cut phraseological category.” (Juknevičienė, 2017).

In conclusion, idioms have slight variations in their meanings depending on the author. However, the most agreed on definition would have to be: “a group of words whose meaning is different from the meanings of the individual words.” (Oxford English Dictionary). Additionally, as Marriam-Webster (2024) had stated: “A modern English-speaker knows thousands of idioms, and uses many every day.”, which clearly describes the deep relevance of the term.

## 2. Classification of Idioms

Idioms are fascinating linguistic expressions that add colour, creativity, and cultural richness to language. “Idioms usually carry more impact than non-idiomatic expression because of their close identification with a particular language and culture” (Nida, 2001). These figurative phrases go beyond the literal meanings of their constituent words, often conveying deeper metaphorical or symbolic meanings. According to M. Baker „*In Other Words, a Coursebook on Translation*“ (1992): “An idiom (...) allows no variation in the form under normal circumstances. Unless s/he is consciously making a joke or attempting a play on words, a speaker or writer cannot normally do any of the following with an idiom:

1. Change the order of the words in it (e.g. “*the short and the long of it*”);
2. Delete a word from it (e.g. “*spill beans*”);
3. Add a word to it (e.g. “*the very long and short of it*”; “*face the classical music*”);
4. Replace a word with another (e.g. “*the tall and the short of it*”; “*bury a hatchet*”);
5. Change its grammatical structure (e.g. “*the music was faced*”);”

Juknevičienė (2017) also suggests that “The most straightforward way of grouping idioms could be derived from their surface structure. Hence, idiomatic phrases in English can be:

1. **noun phrases**, e.g. *pros and cons, chapter and verse ‘exact location or place’, a drop in the ocean;*
2. **verb phrases**, e.g. *to ring a bell, to make a mountain out of a molehill, to come clean, to go Dutch ‘pay your own bill’;*
3. **prepositional phrases**, e.g. *in a nutshell, in the long run, on the spur of the moment;*”

By classifying idioms based on their structural characteristics, you can highlight the different ways in which these expressions are constructed and are used. Naturally, we do not need these many classifications for the topic. Thus, I have picked the biggest classification categories for my research, in order to keep it as accurate as possible, while not expanding into topics, which are rare and their numbers are negligible in sport-business idioms.

“As far as idioms are concerned, the first difficulty that a translator comes across is being able to recognize that s/he is dealing with an idiomatic expression.” M. Baker (1992). The main classifications, which I have picked, that contain the most sport-business idioms are noun phrases, verb phrases and propositional phrases.

## 3. Noun Phrases

Our first deeper analysis with examples and origins will be idiomatic noun phrases. According to Cambridge Dictionary (1999) “A noun phrase consists of a noun or pronoun, which is called the head, and any dependent words before or after the head. Dependent words give specific information about the head.”. In these phrases, the noun serves as the key element that gives the phrase its unique meaning.

e.g.:

*a gold ring* (dependent words + head)

*the moon* (dependent word + head)

*the longest river in the world* (dependent words + head + dependent words)

Noun phrase example:

Drop the ball (The origin of the phrase is rooted in baseball. In the game of baseball, when a fielder drops a ball that should have been caught, it’s considered a major error, which leads to a negative consequence for the team) – to make a mistake or fail to accomplish a task.

*The marketing team dropped the ball by failing to meet the deadline for the product launch, resulting in missed opportunities and customer dissatisfaction.*



#### 4. Verb phrases

Cambridge Dictionary (1999) describes verb phrases as such: “A verb phrase consists of a main verb alone, or a main verb plus any modal and/or auxiliary verbs. The main verb always comes last in the verb phrase.”.

e.g.:

*I study Italian* (verb is *study*)

*I will have been studying Italian for three years* (verb phrase is *will have been studying*)

*He appears on screen as an actor* (verb is *appears*)

Idiomatic verb example:

Hit the ground running (The origin of this term is disputed. It may come from troops dropped into a combat zone, from stowaways jumping off a freight train as it nears the station, or from Pony Express riders avoiding delay when they changed mounts) – To begin a new project or task with a lot of energy. *The new employee was well-prepared and knowledgeable, allowing them to hit the ground running and contribute to the project immediately.*

#### 5. Prepositional phrases

The final main classification of sport-business idioms are prepositional phrases, which according to Cambridge Dictionary (1999) “(...) consist of a preposition and the words which follow it (a complement). The complement is most commonly a noun phrase or pronoun, but it can also be, an adverb phrase (usually one of place or time), a verb in the *-ing* form or, less commonly, a prepositional phrase or a *wh*-clause.”.

e.g.:

*They first met at a party.* (preposition + noun phrase)

*She was taken ill during the film.* (preposition + noun phrase)

*From there, it'll take you about half an hour to our house.* (preposition + pronoun)

Idiomatic prepositional phrase example:

On the same page (Originates from most sport team games, where prior to the game, the team settles on a plan to win the activity) – To have a shared understanding or agreement about a topic or issue.

*To ensure a successful partnership, it's crucial for both companies to be on the same page regarding their goals, strategies, and expectations.*

#### 6. Empirical Research on Business Idioms Related to Sports

Through our deeper understanding of various idiom classifications, their origins, and examples, we arrive at the start of their analysis. This section aims to delve into the analysis and research of sport-business idioms, examining their lexical, structural, and grammatical aspects. To conduct a successful lexical analysis, I needed many popular idioms. Unfortunately, many sources claimed to have the “most popular used idioms”, but not many shared many similar opinions. Thus, as the main source of idioms for this research part, I have chosen “FLS International”, which is America’s largest network of language schools, which will get shown further in the paper.

##### 6.1. Lexical Analysis

To kick off, we must understand how to do lexical analysis. A lexical analysis, in the context of sport-business idioms, involves examining the lexical elements, such as words and phrases, within these idiomatic expressions. GeeksforGeeks, a leading platform that provides computer science resources, along with interview and exam preparations for upcoming aspirants, suggests that: “Lexical analysis is the first step in natural language processing. It is the process of breaking down a large text into smaller parts, such as words, phrases, or symbols, and assigning them meaning. This is done by using a lexicon, which is a dictionary of all the words that can be used in a given language.”. It focuses on understanding the choices and associations of words used in these idioms to convey specific meanings.

To accomplish this analysis, I must choose a certain number of idioms. Through my extensive research, I have found the one hundred most used English idioms. Many sources claim different most used idioms, however I have picked “FLS International” as my main source for this task, since it is America’s largest network of language schools, which makes their list much more reputable.

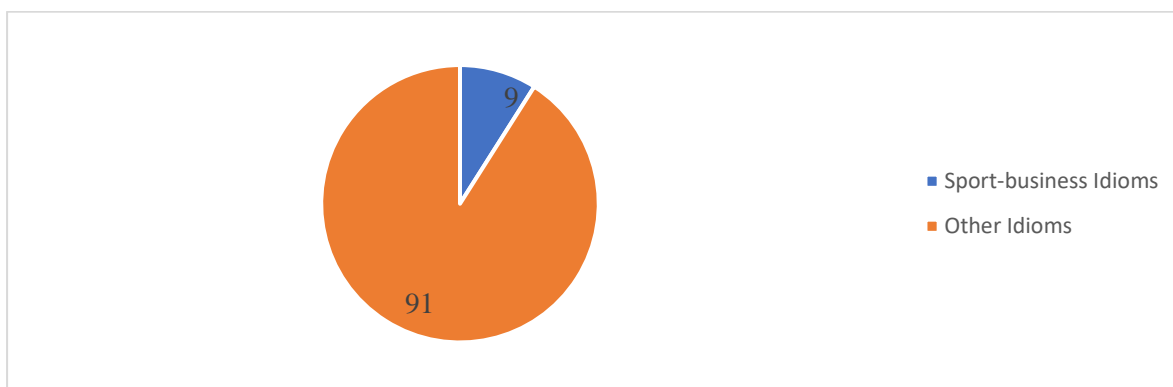


Figure 1. **The percentage of sport-business idioms relative to other types in the 100 Most used English idioms list, percentage**

Through this pie chart, we can see that only a mere 9% on average is sport-business idiom. Relative to other types of idioms, it is incredibly small. Even with other types of sources – the percentage hovers around 10%. From this analysis and comparison, we can conclude that sport-business idioms are quite an unpopular choice for media or everyday use.

### 6.2. Structural Analysis

Before the research carried out, it is also important to understand how structural analysis is done. Cuesta College, a Californian community college, known for its excellent education programs, explains in their student vocabulary guide how to do a structural analysis: “Splitting words into parts to discover the meaning of unknown words is called *structural analysis*. Parts of words provide the essential meanings. Studying the parts of words can tell you many things. The base of a word gives you an overall meaning for the unknown word”. In a nutshell, a structural analysis of idioms involves examining their components and understanding how those components contribute to the overall meaning of the expression. Since we want to analyse sport-business idioms, we must create our own list, because they are not used enough to have their own list of most common idioms. After searching, I have created a list of common sport-business idioms, which totals to 64 phrases.

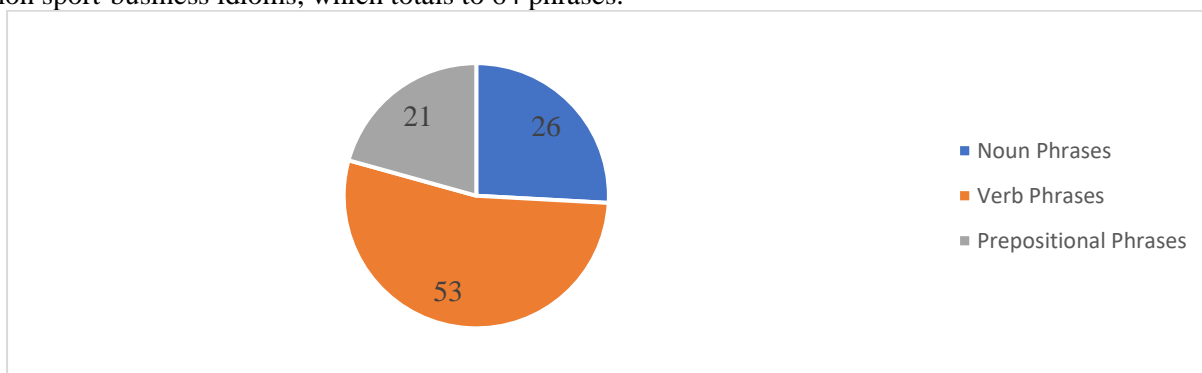


Figure 2. **Sport-business idioms sorted according to their structure, percentage**

Looking at this pie chart, it should be noted that sport-business idioms tend to be mostly verb and noun phrases, with the least common being prepositional phrases. Of course, there are always idioms that can fall under multiple categories and are extremely hard to simply group. However, it is possible to roughly estimate a change of few percentages in each group, but the conclusion will remain the same.

### 6.3. Grammatical Analysis

Lastly, before performing the grammatical analysis, it is also necessary to understand how to do it. Allan Taylor, a retired PhD professor in Anthropology Linguistics, states that: “Grammatical analysis is the discovery of the grammar of a language (“grammar” means “rules”) by comparing samples of the language. The theory is that with enough examples, the entire rule system can be discovered. As such, grammatical analysis is a scientific method, and as a scientific conclusion, it is subject to revision if new evidence requires it.”. In other words, grammatical analysis involves examining the grammatical structure of a sentence or phrase, including the parts of speech, verb tenses, noun forms, and other grammatical

elements. As before – some idioms can fall under multiple groups or even into more less known groups, so one can run into multiple problems trying to group idioms.

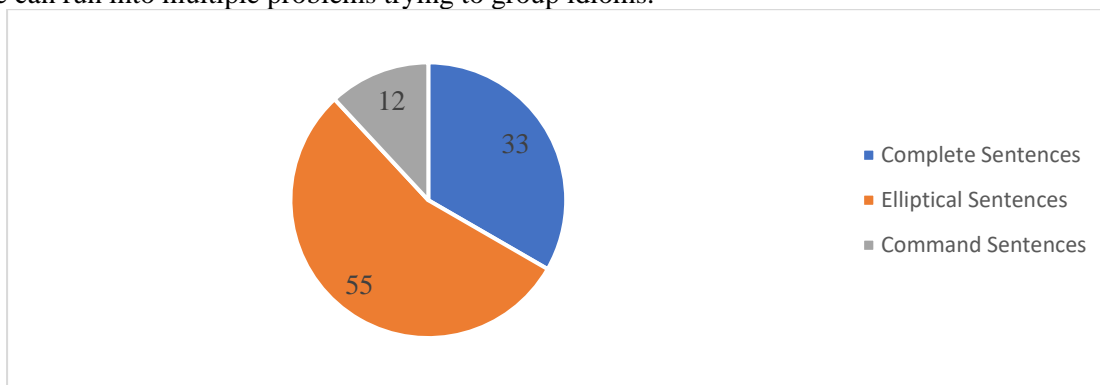


Figure 3. Percentage of sport-business idioms in each group: complete, elliptical and command sentences

From looking at this pie chart, we understand that sport-business idioms tend to be elliptical and complete, while command sentences are a lot rarer. It should always be kept in mind that the categorization of idioms into sentence types may vary depending on interpretation. However, just like before, it is possible to assume that most sport-business idioms will be either complete, which held 55% of all idioms or elliptical, which came in second with 33%.

### Conclusions

1. In conclusion, sport-business idioms are an integral part of the English language, which provides more dynamic and impactful phrases. After looking at multiple authors and sources, the term idiom can be described as a group of words or an expression, which cannot be understood by looking at each element individually.

2. By exploring the structure of sport-business idioms, we delve into the syntactic structures and forms employed in sport-business idioms. From noun phrases and verb phrases to prepositional phrases and complete sentences, we gain a comprehensive understanding of how these idioms are constructed grammatically.

3. From analysing lexical features of idioms, it became clear that sport-business idioms only made up around 10% of all commonly used idioms, with singular form nouns being most common with base form verbs.

4. Furthermore, the grammatical aspects reveal the various sentence types in which these idioms are used. We observed complete sentences, where idioms are expressed in a standalone manner, conveying their meaning explicitly. Additionally, elliptical sentences come into play, where certain words or phrases are omitted, relying on the reader or listener to infer the missing elements. Lastly, command sentences provide direct instructions or commands related to sports and business activities, emphasizing assertiveness and concise communication.

### References

1. Oxford Advanced Learner's dictionary [viewed : 2023-04-04], Website : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
2. Monica-Ariana, Sim, M-A. & Pop, A-M. *IDIOMS IN BUSINESS COMMUNICATION*, Annals of the University of Oradea, Economic Science Series [viewed 2023-04-04] website : <https://web.p.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=5&sid=65a55f0e-83a2-40ca-8b3e-50d1e9436fee%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=117725724&db=b su>
3. Boys' Quest, *SPORT IDIOMS WE USE EVERY DAY*, [viewed : 2023-04-04], Website : <https://web.p.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=4&sid=65a55f0e-83a2-40ca-8b3e-50d1e9436fee%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=108606081&db=f 5h>
4. Grammatical vault, [viewed : 2023-04-04], Website : <https://grammarist.com/>
5. Piirainen, E. *Widespread Idioms in Europe and Beyond*, New York, 2012.

6. Noun dictionary, [viewed : 2023-04-04], Website : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/>
7. What Is the “Home Stretch?”, [viewed: 2023-04-04], Website : <https://www.languagehumanities.org/what-is-the-home-stretch.htm#:~:text=It%20is%20must%20usually%20part,common%20than%20the%20original%20term.>
8. Grammar reference for idioms [viewed : 2023-04-04], Website : [https://www.usingenglish.com/reference/idioms/photo+finish.html#:~:text=\(The%20saying%20s%20from%20the,was%20ahead%20at%20the%20time.\)](https://www.usingenglish.com/reference/idioms/photo+finish.html#:~:text=(The%20saying%20s%20from%20the,was%20ahead%20at%20the%20time.))
9. Largest idiom dictionary [viewed : 2023-04-04], Website : <https://www.theidioms.com>
10. The world’s largest online English dictionary [viewed : 2023-04-11], Website: <https://www.dictionary.com/>
11. SEIDL/McMordie, *English Idioms and How to Use Them*, University of Oxford press, 1978.
12. 100 Common English Idioms [viewed : 2023-04-04], Website : <https://www.flisinternationalonline.net/blog/100-common-english-idioms>
13. Merriam-Webster Britannica Encyclopaedia [viewed : 2024-03-01], Website: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/idiom>
14. Fernando, C. *Idioms and Idiomaticity*, London: Oxford University Press, 1996.
15. Baker, M. *In Other Words A coursebook on Translation*, New York: Routledge, 1992
16. Nida, E. A. *Language and Culture*, Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
17. Juknevičienė, R. *English Phraseology and Corpora*. Vilnius, 2017.
18. Largest search engine globally [viewed : 2024-04-04], Website: <https://www.Google.lt>
19. The holy bible [viewed : 2024-04-04], Website: <https://www.bible.com/>
20. Cambridge Dictionary [viewed : 2024-04-04], Website: <https://dictionary.cambridge.org>
21. Cuesta College [viewed : 2024-04-04], Website: [https://www.cuesta.edu/student/resources/ssc/study\\_guides/vocabulary/805\\_vocab\\_structure.htm#:~:text=Splitting%20words%20into%20parts%20to,meaning%20for%20the%20unknown%20word.](https://www.cuesta.edu/student/resources/ssc/study_guides/vocabulary/805_vocab_structure.htm#:~:text=Splitting%20words%20into%20parts%20to,meaning%20for%20the%20unknown%20word.)
22. Lexical Analysis and Syntax Analysis [viewed : 2024-04-04], Website: <https://www.geeksforgeeks.org/lexical-analysis-and-syntax-analysis/>
23. Taylor, A. *What is grammatical analysis?*, [viewed : 2024-04-04], Website: <https://www.quora.com/What-is-grammatical-analysis>
24. Cleveland State University, *a definition of a complete sentence*, [viewed: 2024-04-04], Website: <https://www.csuohio.edu/writing-center/definition-complete-sentence#:~:text=A%20complete%20sentence%20has%20to,not%20be%20a%20complete%20entence.>
25. Using Elliptical Constructions to Write more Concisely, [viewed : 2024-04-04], Website: <https://www.aje.com/arc/editing-tip-elliptical-constructions/>
26. How to write command sentences, [viewed : 2024-04-04], Website: <https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/z8strwx#:~:text=Command%20sentences%20give%20instructions%20and,turns%20it%20into%20a%20command.>

# ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS AS COMMUNICATION ROBOTS IN EDUCATION

*Ornela Grušelionytė*

*Lect. Odeta Gluoksnytė*

*Marijampolės Kolegija Higher Education Institution*

## Abstract

The article discusses the Artificial Intelligence (AI) communication specifics and their transformative potential as assistance in educational field to increase productivity and promote human-machine collaboration. The main objective of this study is to examine the potential advantages and disadvantages of using AI tools as a communication tool, especially regarding its impact in educational field.

**Keywords:** artificial intelligence, communication robot, artificial intelligence tool for communication

## Introduction

Artificial Intelligence (AI) boasts a rich history, with its origins dating back to the mid-20th century when the term was first coined at the Dartmouth Conference in 1956. Pioneers like Alan Turing, John McCarthy, and Marvin Minsky laid the groundwork for AI by introducing key concepts such as neural networks, symbolic reasoning, and machine learning algorithms. Artificial intelligence (AI) has emerged as a transformative technology, influencing various aspects of modern society, including business, communication, and education. Its roots can be traced back to the mid-20th century, when pioneering researchers envisioned machines capable of human-like cognitive abilities (Dahlman and Heide, 1999).

AI has also reshaped communication and media landscapes through advancements in natural language processing (NLP), speech recognition, and sentiment analysis technologies. Chatbots and virtual assistants leverage AI to facilitate seamless interactions and provide personalized customer support in industries like e-commerce, telecommunications, and hospitality. Additionally, AI-powered content generation tools streamline content creation processes in journalism, advertising, and entertainment, enhancing storytelling capabilities and audience engagement. AI-driven translation tools bridge language barriers, facilitating global communication (Getchell et al., 2022). Additionally, AI-powered text generation tools produce high-quality content, ranging from news articles to marketing materials, saving time and enhancing content quality (Cardon et al., 2021). AI also personalizes recommendations for media and products, enhancing user experiences (Brown-Devlin et al., 2022).

AI's impact on education is equally profound. Personalized learning experiences tailored to individual student needs are now possible, enabling students to learn at their own pace and reach their full potential (Getchell et al., 2022). AI-powered assessment tools provide real-time feedback and identify areas for improvement, allowing teachers to tailor instruction effectively (Cardon et al., 2021). Moreover, AI-created educational materials, such as interactive simulations and personalized learning plans, make learning more engaging and effective (Brown-Devlin et al., 2022). Intelligent tutoring systems, educational chatbots, and virtual reality simulations provide personalized feedback, adaptive assessments, and immersive learning environments. Moreover, AI-driven analytics platforms offer educators insights into student performance, learning patterns, and instructional effectiveness, enabling data-driven decision-making and personalized interventions.

**Research object** –Artificial intelligence tools for communication.

The **aim** of the **research** is to comprehensively examine the role of artificial intelligence tools as a means of communication robot in education.

To achieve the aim the following **objectives** have been set:

1. To review the history, use, and ethical issues of AI in education.
2. To examine the skills of AI tools in phrases of its capacity to generate human- textual content, translate languages.
3. To explore the potential benefits and drawbacks of using AI as communication tools for educational purposes.

The main **methods** of the investigation applied in the work are the following:

1. *descriptive method* helps to present the theoretical overview;
2. *contrastive method* helps to reveal the peculiarities of using AI tools;

**Artificial intelligence tools as a means of communication robot in education**

AI's advancements hold the promise of transformative change across all facets of society, revolutionizing business practices, enhancing communication, and personalizing education. As AI continues to evolve, we can anticipate even more innovative applications that will shape our future in ways we can only begin to imagine. As Getchell et al. (2022) aptly state, "AI in communication is truly a game-changer, transforming the way we research, create, and share information." As AI technologies continue to advance, their transformative potential to drive innovation, enhance productivity, and foster human-machine collaboration remains boundless, underscoring AI's pivotal role in shaping the future of society.

John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester, and Claude Shannon, during a summer research project at Dartmouth College, coined the term 'artificial intelligence' in the 1940s (McCarthy et al., 1956). Alan Turing introduced the Turing test in his 1950s paper 'Computing Machinery and Intelligence', a test of a machine's ability to exhibit intelligent behaviour equivalent to that of a human (Turing, 1950). In the 1960s, however, funding for AI research dried up due to a lack of practical applications, leading to the first AI winter (LeCun, Bengio, & Hinton, 2015).

The development of expert systems in the 1970s, computer programs that mimic human experts in solving specific problems, led to a resurgence in interest in AI (Russell & Norvig, 2021). In the 1980s, the high cost and limited capabilities of expert systems led to disillusionment with AI, starting the second AI winter (Bostrom, 2020).

The development of neural networks inspired by the structure and function of the human brain in the 1990s led to a new wave of AI research (Goodfellow, Bengio, & Courville, 2016). The development of deep learning, a type of neural network that can learn from massive amounts of data, led to significant progress in AI in the 2000s, including breakthroughs in image recognition and natural language processing (Karpathy, 2015; Schuster & Ng, 2015).

In the 2010s, AI has rapidly become integrated into various industries, including healthcare, transportation, and manufacturing (Lee et al., 2021; Shook, 2016; Wang et al., 2016). AI is expected to continue to have a profound impact on society in the 2020s, with the potential to revolutionize many aspects of our lives (Frey & Osborne, 2017; McKinsey Global Institute, 2019; Schwab, 2020).

As AI continues to evolve, it is important to consider the ethical implications of its development and use (Wallach, Allen, & Smit, 2008). John Searle challenged the Turing test with his Chinese room thought experiment, arguing that a machine could not truly understand language, even if it could pass the Turing test (Searle, 1980). Other key ethical issues include transparency, fairness, accountability, and autonomy (Amodei et al., 2016; Bostrom, 2014; Mittelstadt et al., 2016; Sparrow, 2017). Addressing these ethical issues is crucial to ensuring that AI is developed and used in a responsible and beneficial manner (Gunkel, 2020; Lin et al., 2018).

Artificial intelligence (AI) has the potential to transform numerous aspects of our lives, from healthcare and education to business and entertainment. OpenAI tools, such as ChatGPT and DALL-E 2, are at the forefront of this revolution, offering exciting opportunities for human-AI collaboration (Rana, Bansal, 2023).

Talking about AI in education, academic cheating is not new, but using AI to cheat on assignments is quite new forms of cheating. Students have favourable things to say about ChatGPT. As a result, educational institutions can mitigate the disruptive effects of this technology and promote academic integrity by developing clear policies and guidelines and designing assessments that include limited AI-generated text (2023).

Artificial intelligence generated content (AIGC), among the most intriguing forefront technologies, involves utilizing AI to autonomously create various types of content such as images, text, and videos to meet individualized preferences.

Alkaissi and McFarlane (2023) talk about hallucinations in AI in their article. They say that artificial hallucination denotes the occurrence wherein a machine, like a chatbot, generates perceptually realistic sensory experiences that lack correspondence to real-world input. These experiences may encompass visual, auditory, or other forms of hallucinations. While artificial hallucination is not a widespread phenomenon in chatbots, as they typically operate within predefined rules and datasets, instances have arisen where advanced AI systems, particularly generative models, have exhibited hallucinatory behaviours, especially when trained on extensive unsupervised data.

## **Results of the research**

The results of quantitative analysis are statistically arranged. The following mathematical formula has been used for the statistics:

$$p = \frac{A}{N} * 100\%$$

where **100 %** - one hundred per cent;  
**N** – the number which denotes 100 %;  
**A** – the number which percentage must be found;  
**p** – the percentage of number A.

The questionnaire were answered by 103 respondents; the results are presented on how students understand AI and if they use it and what knowledge about AI they hold.

The table illustrates respondents' comprehension of the general term 'Artificial Intelligence' based on a survey question posed to participants. Respondents were presented with four distinct interpretations of AI and asked to select the one that best aligns with their understanding.

1 What do you understand by the general term 'Artificial Intelligence'?

The ability of computers to perform tasks more effectively than humans.	A computer program that can think and learn.	A computer program that can do all your work for you.	A computer program and information tool that can use the internet and talk with you.
23%	32%	10%	36%

The table displays the percentage distribution of responses for each interpretation. For instance, 23% of respondents identified the first interpretation, 32% selected the second option, 10% chose the third interpretation, and the highest percentage, 36%, opted for the fourth interpretation. These percentages offer insights into the diverse perceptions and conceptualizations of 'Artificial Intelligence' within the surveyed population, which could inform educational initiatives and communication strategies to enhance public understanding of AI.

2 Do you know what is meant by the specific terms Machine Learning, Deep Learning, Artificial General Intelligence and Natural Language Processing?

The data provided represents responses to a survey question about the understanding of specific terms related to artificial intelligence.

	Yes	No
Machine Learning	58 (54.7%)	48 (45.3%)
Deep Learning	49 (45.8%)	58 (54.2%)
Artificial General Intelligence	74 (69.2%)	33 (30.8%)
Natural Language Processing	59 (55.1%)	48 (44.9%)

Machine Learning: 58 respondents (54.7%) indicated that they know what Machine Learning is, while 48 respondents (45.3%) indicated they do not.

Deep Learning: 49 respondents (45.8%) reported that they know what Deep Learning is, while 58 respondents (54.2%) indicated they do not.

Artificial General Intelligence: 74 respondents (69.2%) stated that they know what Artificial General Intelligence is, while 33 respondents (30.8%) indicated they do not.

Natural Language Processing: 59 respondents (55.1%) reported that they know what Natural Language Processing is, while 48 respondents (44.9%) indicated they do not.

These percentages reflect the distribution of respondents' familiarity with each term, providing insights into the level of understanding within the surveyed population.

3 Give an example of how you could use Artificial Intelligence in research and essay writing.

The data provided illustrates respondents' perspectives on how Artificial Intelligence (AI) could be utilized in research and essay writing. Here's a breakdown of the responses:

Help with research and fact checking.	Presentation And Grammar.	Don't know.	Won't help, or wouldn't use it.	Do all the work or provide major assistance.
47%	10%	4%	7%	32%

Help with research and fact-checking: 47% of respondents indicated that AI could be used to assist with research and fact-checking tasks. This suggests that they believe AI tools could be beneficial in gathering and verifying information for research purposes, potentially streamlining the process and enhancing accuracy.

Presentation and Grammar: 10% of respondents mentioned using AI for assistance with presentation and grammar. This implies that they see AI as a tool that could help improve the quality of writing by offering suggestions for grammar correction and enhancing the overall presentation of essays or research papers.

Don't know: 4% of respondents indicated that they were unsure how AI could be utilized in research and essay writing. This suggests a lack of familiarity or understanding of AI's potential applications in these contexts.

Won't help or wouldn't use it: 7% of respondents expressed scepticism or reluctance towards using AI in research and essay writing. They may believe that AI would not be beneficial or that they personally would not prefer to use it for these tasks.

Do all the work or provide major assistance: 32% of respondents indicated that they believe AI could be used to either complete all the work or provide significant assistance in research and essay writing. This suggests a perception that AI has the capability to automate or substantially contribute to these tasks, potentially reducing the workload for human researchers or writers.

Overall, these responses provide insights into the diverse perspectives on the potential role of AI in research and essay writing, ranging from assistance with specific tasks to scepticism about its usefulness.

4 Do you believe that Artificial Intelligence will be able to deliver a more personalised experience of delivery of leaning material?

Yes	Maybe	No	Don't know
64%	10%	18%	8%

Based on the provided data, it appears that most respondents (64%) believe that Artificial Intelligence will be able to deliver a more personalized experience of delivering learning material. Meanwhile, 10% of respondents are unsure (Maybe), 18% disagree (No), and 8% do not know. These responses indicate a varying degree of confidence and uncertainty regarding the potential of AI to personalize the delivery of learning material.

5 Do you believe that using and becoming familiar with Artificial Intelligence in your role as a student will help you in the workplace?

Yes	78%
No	18%
Don't know	4%

Based on the provided data, it appears that a significant majority of respondents (78%) believe that using and becoming familiar with Artificial Intelligence in their role as a student will help them in the workplace. Meanwhile, 18% of respondents disagree, stating that it will not help them, and 4% are unsure (Don't know). These responses suggest a high level of optimism among students regarding the potential benefits of AI familiarity for their future careers.



6 Give one example of how you think Artificial Intelligence could perhaps be used by students in an unethical way.

Plagiarism	Cheating (getting it to do all the work for you).	Don't know.	Getting information quickly.
24%	50%	14%	8%
Deceiving plagiarism detection tools.	No response.	Bullying.	Promoting fear through misinformation.
1%	1%	1%	1%

Based on the provided data, it seems that 50% of respondents believe that Artificial Intelligence could potentially be used unethically by students for cheating purposes, such as getting AI to do all the work for them. Additionally, 24% of respondents acknowledge the possibility of AI being used unethically for plagiarism, which involves copying content without proper attribution or understanding. Lastly, 8% of respondents are unsure (Don't know), while 14% believe that AI could be used unethically for quickly obtaining information. 1% of respondents mentioned the possibility of deceiving plagiarism detection tools as an unethical use of Artificial Intelligence. Additionally, 1% of respondents did not provide a response to this question. Another 1% mentioned bullying as a potential unethical use of AI by students. Similarly, 1% of respondents suggested that AI could be used unethically for promoting fear through misinformation.

7 When do you think that the use of Artificial Intelligence in education should begin:

Primary School	8%
Secondary School	53%
College or University	39%

It appears that the majority of respondents (53%) believe that the use of Artificial Intelligence in education should begin during Secondary School. Meanwhile, 39% of respondents suggest that it should commence during College or University, and a smaller proportion (8%) believe it should start in Primary School. These responses reflect varying opinions on the appropriate timing for introducing AI in the educational curriculum.

8 How do you think that using Artificial Intelligence can help teachers improve the teaching and learning experience?

Keep up to date with the latest teaching methods and information.	I don't believe it will help and teachers shouldn't use it.	Knowing about AI will increase general competence	Checking student work
15%	6%	9%	1%
Don't know	Increase creativity, research, planning, questioning and presentation skills	Try new teaching methods virtually before using for real.	This should be investigated.
7%	60%	1%	1%

15% of respondents believe that using Artificial Intelligence can help teachers improve the teaching and learning experience by allowing them to keep up to date with the latest teaching methods and information. Conversely, a smaller proportion of respondents (6%) expressed disbelief in the potential of AI to aid teachers, suggesting that they should not use it. Additionally, 9% of respondents mentioned that knowing about AI will increase general competence among teachers. Finally, only 1% of respondents mentioned that AI can assist teachers in checking student work. These responses reflect varying perspectives on the potential benefits of AI in enhancing the teaching and learning experience. 60% of respondents believe that using Artificial Intelligence can help teachers improve the teaching and learning experience by increasing creativity, research, planning, questioning, and presentation skills. This suggests a widespread perception that AI tools can enhance various aspects of teaching and learning processes.

## Conclusions

The following conclusions could be drawn according to the survey provided and analysis about the use of using AI tools:

1. The general understanding of 'Artificial Intelligence' varies significantly among people. The most popular interpretation, held by 36% of respondents, is that AI is a computer program and information tool capable of using the internet and communicating with users. Another 32% view AI as a program that can think and learn, while only 10% believe AI can do all their work for them, and 23% see it as performing tasks more effectively than humans. These diverse perceptions underscore the need for clearer education and communication about AI's capabilities and limitations.
2. Regarding the knowledge of specific AI terms, familiarity varies widely. For instance, 54.7% know what Machine Learning means, while 45.3% do not. In the case of Deep Learning, 45.8% are familiar with the term, whereas 54.2% are not. Artificial General Intelligence is understood by 69.2%, making it the most recognized term, while Natural Language Processing is known to 55.1% of respondents. This suggests that while some AI subfields are well-known, others like Deep Learning may require targeted educational efforts to enhance understanding.
3. AI's application in research and essay writing is seen differently by respondents. Nearly half (47%) believe AI can help with research and fact-checking, and 10% think it can aid in improving presentation and grammar. However, 4% are unsure about its utility, and 7% are sceptical, believing AI won't help or they wouldn't use it. Meanwhile, 32% think AI could do all the work or provide major assistance. These mixed views indicate a significant recognition of AI's potential benefits, though scepticism and uncertainty also highlight the need for clearer demonstrations of AI's practical advantages in academic contexts.
4. When it comes to personalized delivery of learning material, 64% of respondents believe AI will enable more personalized learning experiences. However, 10% are uncertain, 18% disagree, and 8% do not know. This strong confidence in AI's potential to personalize education contrasts with a notable minority who remain sceptical or unsure, suggesting a need for further exploration and validation of AI's capabilities in this area.
5. The potential benefits of AI familiarity for workplace readiness are widely recognized, with 78% of respondents believing that understanding AI will help them in their careers. Conversely, 18% do not see AI knowledge as beneficial, and 4% are unsure. This optimism about the advantages of AI familiarity indicates a broad recognition of AI's growing importance in the job market, suggesting that educational institutions may need to integrate AI-related skills into their curricula to prepare students for future career demands.

## References

1. Adeshola, I., & Adepoju, A. P. (2023). The opportunities and challenges of ChatGPT in education. *Interactive Learning Environments*, 1-14.
2. Alkaissi, H., & McFarlane, S. I. (2023). Artificial hallucinations in ChatGPT: implications in scientific writing. *Cureus*, 15(2).
3. McCarthy, J., Minsky, M., Rochester, N., & Shannon, C. E. (1956). A proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence. Dartmouth College, Hanover, NH.
4. Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. *Mind*, 59(236), 433-460.
5. LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. E. (2015). Deep Learning. *Nature*, 521(7553), 436-444.
6. Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson Education.
7. Bostrom, N. (2020). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
8. Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT Press.
9. Karpathy, A. (2015). The unreasonable effectiveness of deep learning. arXiv preprint arXiv:1502.07285.
10. Schuster, M., & Ng, A. Y. (2015). Sequence to Sequence Learning with Neural Networks. arXiv preprint arXiv:1409.3215.
11. Lee, J., Shin, J. H., Jang, W., Kang, M. J., Kim, D. H., & Park, D. (2021). A Survey of Artificial Intelligence Applications in Healthcare. *Journal of medical Internet research*, 23(8), e27729.

12. Shook, C. L. (2016). Artificial Intelligence in Transportation: A Literature Review. *Research in transportation economics*, 58, 3-25.
13. Wang, Y., Xue, F., Huang, T., Guo, L., & Yu, Y. (2016). The impact of artificial intelligence on manufacturing industry: A literature review. *Management science and engineering*, 10(3), 268-284.
14. Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-281.
15. McKinsey Global Institute. (2019). *A future that works: Automation, employment, and productivity*. McKinsey & Company.
16. Schwab, K. (2020). *The fourth industrial revolution*. Penguin.
17. Wallach, W., Allen, C., & Smit, J. (2008). *Moral machines: Teaching robots right from wrong*. Oxford University Press.
18. Searle, J. R. (1980). Minds, brains, and programs. *Behavioral and brain sciences*, 3(3), 417-457.
19. Amodei, D., Christiano, P., & Schulman, J. (2016). Concrete Problems in AI Safety. arXiv preprint arXiv:1606.06565.
20. Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
21. Mittelstadt, B., Allot, J., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2).
22. Nugroho, S., Sitorus, A. T., Habibi, M., Wihardjo, E., & Iswahyudi, M. S. (2023). The Role of ChatGPT in Improving the Efficiency of Business Communication in Management Science. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1482-1491.
23. Sparrow, R. (2017). The perils of perfect: Artificial intelligence may eliminate jobs—and our sense of purpose. *The New York Times*.
24. Gunkel, D. J. (2020). *Artificial intelligence: Human agency and the meaning of life*. MIT Press.
25. Lin, P., Bekey, G. A., & Abney, K. (2018). Autonomous weapons: An ethical assessment. *IEEE technology and society magazine*, 37(4), 24-29.
26. Rana, M., & Bansal, J. (2023, November). The Future of OpenAI Tools: Opportunities and Challenges for Human-AI Collaboration. In *2023 2nd International Conference on Futuristic Technologies (INCOFT)* (pp. 1-6). IEEE.
27. Santhosh, R., Abinaya, M., Anusuya, V., & Gowthami, D. (2023, April). ChatGPT: Opportunities, Features and Future Prospects. In *2023 7th International Conference on Trends in Electronics and Informatics (ICOEI)* (pp. 1614-1622). IEEE.
28. Wu, T., He, S., Liu, J., Sun, S., Liu, K., Han, Q. L., & Tang, Y. (2023). A brief overview of ChatGPT: The history, status quo and potential future development. *IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica*, 10(5), 1122-1136.
29. Haque, M. A. (2022). A Brief analysis of “ChatGPT”—A revolutionary tool designed by OpenAI. *EAI Endorsed Transactions on AI and Robotics*, 1, e15-e15.
30. Getchell, K. M., Carradini, S., Cardon, P. W., Fleischmann, C., Haibing Ma, J., Aritz, J., & Stapp, J. (2022). Artificial Intelligence in Business Communication: The Changing Landscape of Research and Teaching. *Sage Journals*, 50(4).
31. Rivas, P., & Zhao, L. (2023). Marketing with chatgpt: Navigating the ethical terrain of gpt-based chatbot technology. *AI*, 4(2), 375-384.
32. Salvagno, M., Taccone, F. S., & Gerli, A. G. (2023). Artificial intelligence hallucinations. *Critical Care*, 27(1), 180.
33. Bahrini, A., Khamoshifar, M., Abbasimehr, H., Riggs, R. J., Esmaeili, M., Majdabadkohne, R. M., & Pasehvar, M. (2023, April). ChatGPT: Applications, opportunities, and threats. In *2023 Systems and Information Engineering Design Symposium (SIEDS)* (pp. 274-279). IEEE.
34. Waghmare, C. (2023). Enhancing Business Communication with ChatGPT. In *Unleashing The Power of ChatGPT: A Real World Business Applications* (pp. 79-92). Berkeley, CA: Apress.

# EXPLORING THE DOUBLE-EDGED SWORD OF ENGLISH AS A WORLDWIDE LANGUAGE

Gülistan Ateş

Lect. Odeta Gluoksnyte

*Marijampolės Kolegija Higher Education Institution*

## Abstract

For English language instructors, learning style becomes a well-known notion. Many English language teachers use learning type theory into their lesson plans, based on the notion that effective learning results from matching instructions and learning styles. However, given the faults in the learning style instruments and hypothesis, current research has concluded that learning style is a hoax. The advantages and disadvantages of different learning styles are covered in detail in this study. Additionally, thorough explanations of what the implications mean for English language instructors are provided at the conclusion of the talks. This study concludes that rather than simply getting involved in the heated discussions about learning styles, English language teachers should instead concentrate on: assessing students background knowledge and interests, identifying students' needs and gaps, providing more engaging teaching media and materials, and boosting students' autonomy.

Keywords: English as a worldwide language, drawbacks of English language education, English teaching and learning

## Introduction

English language teaching is considered the most important concern of language teachers and language learners around the world. The main purpose of this profession is to develop effective professional practice and find solutions to problems encountered in the process of learning a language. There are several pros and cons of learning the English language. If we talk about the pros, first, it opens a wide range of career opportunities. English is the language of international business, so being fluent in English can give a competitive edge in the global job market. It allows to communicate effectively with colleagues, clients, and customers from different countries. Second, learning English gives access to a wealth of knowledge. Many academic resources, research papers, and books that are written in English. By mastering the language, you can expand your learning and stay updated on the latest developments in various fields. Third, English is the language of travel. When visit English-speaking countries, being able to communicate in English makes experience much smoother and more enjoyable. A person can navigate through different cities, interact with locals, and fully immerse yourself in the local culture. Furthermore, learning English enhances cognitive abilities. It improves memory, problem-solving skills, and multitasking abilities. It also boosts creativity and critical thinking skills. Learning English allows to connect with people from all over the world. It breaks down language barriers and enables to make friends, build relationships, and have meaningful conversations with individuals from diverse backgrounds. Besides of students' teachers also have an important mission in teaching.

Teaching English involves more than just having teachers prepare lesson plans and provide students with explanations. Furthermore, educators must deal with the diverse approaches that students take when learning the language. It's possible that some pupils may actively listen to any audios the teacher provides. So, while there are many advantages to learning English, like any language, there can be a few challenges too. Some cons of learning English include the complexity of grammar rules and pronunciation. English has irregular verbs, different tenses, and exceptions to many rules, which can make it a bit tricky to grasp at times. Another challenge can be the vast vocabulary. English has a wide range of words and phrases, and it can be overwhelming to learn and remember them all. However, with practice and exposure, vocabulary can be gradually built. Additionally, English has various accents and regional dialects, which can sometimes make it difficult to understand native speakers from different parts of the world. But, exposure to different accents and regular practice can help overcome this challenge. In the end, learning any language requires time and effort. It's a continuous process that requires dedication and practice. The other pupils, however, learn best when they visualize and move. This problem relates to the concept of "learning style," which is described as the most preferred method of learning that allows students to perceive, retain, and apply knowledge or information in a way that feels natural to them (Ortega, 2009). To deliver the best possible instruction in this situation, teachers must investigate, determine, and acknowledge the learning preferences of their pupils (Oxford & Anderson, 1995). Therefore, it is anticipated that using teaching strategies and resources that align with students' learning preferences will lead to successful language acquisition. Many studies have examined learning style in educational settings

over the past 20 years (Peacock, 2001), and they have confirmed that learning style is a crucial requirement that all teachers, including English language teachers, must follow (Zhou,2011). English language teachers are encouraged to become experts in the notion of learning style and to practice identifying the learning styles of their students, as they are aware of the critical role that learning styles play in instructional processes. (Glikjani,2012)

**Relevance and importance** of the study is the following: by focusing more on English as a Global Language and learners' needs, education is taking over learning and becoming more efficient and easier to maintain.

**Research object:** to identify and analyse the advantages of learning English, explore the various benefits that English language proficiency offers, including enhanced career opportunities, access to a wealth of academic and professional resources, cognitive development, and the ability to connect with a diverse global community.

**Research aim** – to sensitize the language teachers about the learning style theories to more practical strategies that provide the students their needs

**Research objectives:**

1. To present the literature analysis on the situation about learning English.
2. To analyse the factors in scientific studies about learning English and the effective methods used while learning it.

**Research method:** literature analysis and comparison.

### **The Power of English: Why is it Worth Learning?**

Numerous investigations have been carried out to examine the significance of determining a student's learning style in maximizing the efficacy of their education. In English language studies, exploring the advantages of learning English unveils a myriad of benefits. One key advantage lies in the global significance of English. It serves as a universal language in various fields like business, science, and diplomacy, facilitating seamless international communication and collaboration (Smith, 2018). Proficiency in English not only broadens career opportunities but also enhances one's professional prospects, as employers often value fluency in English due to its widespread use in the global workforce (Jones, 2020). Moreover, delving into the realm of English language opens the doors to a rich tapestry of cultural treasures. From classic literature to contemporary films and music, English offers a gateway to diverse cultural experiences from English-speaking nations (Brown, 2019). This exposure not only enriches one's cultural awareness but also fosters a deeper appreciation for the arts and traditions of English-speaking societies (Williams, 2021).

In essence, the study of English language presents a multitude of advantages, from expanding academic and professional horizons to fostering cross-cultural understanding. Embracing the English language not only equips individuals with practical skills for success but also enriches their lives with a deeper connection to the global community. The majority of research indicates that when teaching techniques and styles align with learners learning styles, learning outcomes improve in terms of motivation, engagement, and accomplishment.

Peacock (2001) investigated Reid's (1987) theory, according to which learning failure, dissatisfaction, and demotivation may arise from a mismatch between the teaching and learning styles. For his study, he recruited 46 EFL teachers and 206 EFL students. The Perceptual Learning Style Preference Questionnaire (PLSPQ) developed by Reid was utilized to ascertain the learning style of both teachers and pupils. The study's findings corroborated Reid's theory that a mismatch in teaching and learning styles had a detrimental impact on students' ability to learn. Therefore, he recommended that EFL teachers balance their methods of instruction to suit the learning preferences of each of their pupils. The impacts of matching teaching and learning styles on students' academic progress in four subjects—mathematics, science, English, and Thai language—were then investigated experimentally by Damrongpanit and Reungtragul (2013). Participating in the research were 440 teachers (110 for each subject area) and 3,382 ninth-grade students. The instruments were Grasha's Teaching Style Inventory and Honey and Mumford's The Learning Style Questionnaire (LSQ). A different investigation was conducted by Karabuga (2015). He investigated whether or not Prep-Class EFL students and EFL teachers had similar learning habits. In this study, fifteen English language teachers and 132 prep-class EFL students took part. He employed the Grasha Teaching Style Survey and the Grasha-Riechmann Learning Style Survey as the tool. The results validate the need for a fit between the teaching and learning styles in order to accommodate the varying learning preferences of the pupils. Finally, Toyama and Yamazaki (2020) looked into how students'

enthusiasm to study and English ability were affected when their learning style and the teacher's style matched. 331 students and nine EFL teachers took part in the study. In the meanwhile, the instruments were the Kolb Educator Role Profile and the Kolb Learning Style Inventory.

According to the study, students' willingness to learn and their level of English proficiency are impacted when their learning style and the teacher's style align. While the remaining matched groups have an impact on motivation, some of them exhibit noteworthy effects on proficiency. For instance, while Diverging style and Facilitator roles affected students' motivation, Accommodating style and Coach position enhanced English competence significantly. To put it briefly, the type of pair and the student characteristics (motivation and proficiency) both affect the matching effect. Actually, the idea of matching teaching and learning styles is still supported by a large number of studies. This suggests that the idea of learning styles has already gained traction, particularly among educators and language academics. It is obvious that the idea of learning style makes sense when used in an educational setting. When students learn through the way that they really like, it makes their learning performance optimal, and it results on higher achievement. Moreover, clear definitions, frameworks, and instruments make learning style to be looked as a strong and valid theory amidst educational researches.

### **Critiquing the Drawbacks of English Language Education**

As the notion of matching teaching and learning styles becomes more and more common, certain research seem to challenge the concept of learning styles, particularly the premise that effective learning requires matching instructions and learning styles. The validity and reliability of learning style instruments as well as empirical or evidence-based research supporting the learning style hypothesis are the two key points of contention for the detractors. To begin with, all instruments used to evaluate students' learning styles must adhere to strict standards of validity and reliability.

A comprehensive review of the top 13 learning style models was carried out by Coffield, Moseley, Hall, and Ecclestone (2004b). Psychometric standards such as concept validity, prediction validity, test-retest reliability, and internal consistency served as the foundation for the review procedure. The results showed that only one instrument met the four criteria (Allinson & Hayes cognitive style indicator). In fact, this instrument focused on assessing cognitive style not learning style. In the meantime, four models (Gregorc; Dunn & Dunn; Kolb; Honey & Mumford) met just one criterion, three models (Herrmann; Myers-Briggs personality type indicator; Entwistle) met two, and the remaining three models (Stenberg's multiple intelligences; Riding; Jackson) did not meet any of the four criteria. After a careful examination, the study concluded that the notion of learning style was dubious because most of the measures were questionable. Furthermore, low construct validity resulted from those instruments' overabundance of theoretical viewpoints (Coffield et al., 2004a). A different study looked into the learning style instruments' questionnaire items (Stahl, 1999). The findings demonstrated that forced choices in various instruments cause participants or learners to make the same decisions. Everybody prefers to join demonstration in science class not because of they are visual learners, but that good demonstrations are quite proper for explaining the materials. Similarly, when students want to learn how to play basketball, it is better to directly practice playing basketball rather than watching the videos of playing basketball. This is not because the students are kinaesthetic but learning sports require practices (Stahl, 1999). For instance, in the context of language acquisition, students would rather read emails or letters than hear the narrative of sending them. This isn't because they are poor readers or writers; rather, it's because letters are texts, and pupils learn by reading and writing them. Similarly, learning styles can vary, which can lead to issues with the instruments' dependability (Stahl, 1999). Teachers should think about the idea of identifying students' learning styles because there are several issues with learning style measurement (Kirschner, 2017), which calls into question the validity of the instruments (Dembo & Howard, 2007). It is highly advised to read more research on the validity and reliability of learning type assessments. The idea of matching instructional strategies and learning preferences in order to achieve effective learning is the subject of the second concern. Reid's (1987) hypothesis, which states that a mismatch between the teaching and learning styles may lead to learning failure, frustration, and demotivation, lends support to this idea. Much research, however, dispute the notion that learning style and instruction should be matched since they find no compelling empirical data to support the theory. Without substantial scientific support, the idea that instructional strategies and learning styles should be matched is merely a belief (Kirschner, 2017). Low ability students prefer to learn utilising permissive instructional methods because they want their failures to be less obvious, according to the research by Clark (1982). In fact, low ability students need structured

instructional methods where more directions and attentions will help them to achieve learning objectives. Meanwhile, high ability students prefer to learn with structural instructional methods since they believe that it will make their efforts more efficient. For high ability pupils to learn more actively, independently, and autonomously, permissive instructional strategies are necessary. The results showed that students' learning preferences do not always lead them to the information they need to study. Learning preferences are merely the beliefs of the students; matching their preferences with the instructions does not guarantee effective learning. Similarly, Smith, Sekar, and Townsend (2002, p. 411) said that "there is a study rejecting the matching hypothesis for every research study supporting the principle of matching instructional style and learning style." Additionally, prejudice may arise in the notion that teaching and learning styles should be matched for optimal learning. Students background knowledge, ability, and interests can interfere the results of matching learning style and teaching style hypothesis (Riener & Willingham, 2010). A pupil who is proficient in a big vocabulary will read a greater range of literature. Similar to this, reading and comprehending stories better comes from having prior knowledge of some of their subjects. In this instance, the student's strong reading performance is not the result of linguistic or read/write proficiency. It occurs because of their past understanding. The same is true for a student's aptitude and interests. Despite having a matched teaching and learning style, dyslexic kids may not achieve any more than students without disabilities who also have a mismatched teaching and learning style. In a similar vein, let's say a student has an interest in technology and is fortunate enough to be classified as a read-and-write learner. In this case, the student finds it easy to comprehend books that explain computer-related issues. He/she comprehends the texts easily not because he/she is a read/write learner but rather he/she loves technological issues.

The concept of learning styles in language education has long been debated. Traditional views advocate for aligning teaching strategies with students' preferred learning styles to improve educational outcomes. Studies have shown that when teaching techniques align with learners' styles, there is an improvement in motivation, engagement, and achievement. For example, Peacock's (2001) study confirmed that a mismatch in teaching and learning styles negatively impacts students' ability to learn.

However, recent critiques challenge the validity and reliability of learning style instruments. Coffield et al. (2004b) found that most instruments used to assess learning styles do not meet strict standards of validity and reliability. Furthermore, some researchers argue that matching instructional strategies to learning styles lacks strong empirical support. For instance, Kirschner (2017) contends that learning preferences are merely beliefs and do not necessarily lead to effective learning.

1. To present the literature analysis on the situation about learning English.
2. To analyse the factors in scientific studies about learning English and the effective methods used while learning it.

To make the conclusion, different learning styles and methods enrich an individual way a person is taking upon a language. English language is the key to science, innovations and communication.

### **Conclusions**

Considering these findings, English language educators should shift their focus from rigidly adhering to learning style theories to more practical strategies that provide to students their needs. Assessing students background knowledge and interests, identifying their learning gaps, utilizing engaging teaching materials, and promoting student autonomy are crucial steps in enhancing the language learning experience. Embracing a flexible approach to teaching will better equip students to navigate the complexities of the English language and achieve their learning goals. From the above analysis, the most effective methods used while learning English language could be the following: low ability students prefer to learn using permissive teaching strategies because they want their failures to be less evident, they require more specialized training that gives them more guidance and focus in order to meet learning objectives. High ability pupils, on the other hand, think that using structured instructional approaches will help them learn more effectively. Permissive instructional practices are required to help high ability students study more actively, independently, and autonomously.

By critically examining the role of English as a global language and the various methodologies employed in its instruction, this study contributes to the ongoing discourse on effective English language teaching. It provides educators with informed, evidence-based guidance for improving language learning experiences, ultimately fostering a more inclusive and effective educational environment.

## References

1. Coffield, F., Moseley, D., Hall, E., & Ecclestone, K. (2004). Should we be using learning styles? What research has to say to practice.
2. Coffield, F., Moseley, D., Hall, E., Ecclestone, K., Coffield, F., Moseley, D., ... & Ecclestone, K. (2004). Learning styles and pedagogy in post-16 learning: A systematic and critical review.
3. Damrongpanit, S., & Reungtragul, A. (2013). Matching of learning styles and teaching styles: Advantage and disadvantage on ninth-grade students' academic achievements. *Educational Research and Reviews*, 8(20), 1937.
4. Dembo, M. H., & Howard, K. (2007). Advice about the use of learning styles: A major myth in education. *Journal of college reading and learning*, 37(2), 101-109.
5. Gregorc, A. F. (1979). Learning-teaching styles-potent forces behind them. *Educational leadership*, 36(4), 234-236.
6. Karabuga, F. (2015). Match or Mismatch Between Learning Styles of Prep-Class EFL Students and EFL Teachers. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 12(2).
7. Kirschner, P. A. (2017). Stop propagating the learning styles myth. *Computers & Education*, 106, 166-171.
8. Peacock, M. (2001). Match or mismatch? Learning styles and teaching styles in EFL. *International journal of applied linguistics*, 11(1), 1-20.
9. Reid, J. M. (1987). The learning style preferences of ESL students. *TESOL quarterly*, 21(1), 87-111.
10. Riener, C., & Willingham, D. (2010). The myth of learning styles. *Change: The magazine of higher learning*, 42(5), 32-35.
11. Smith, W., Sekar, S., & Brandon, K. (2002). The Impact of Surface and Reflective Teaching and Learning on Student Academic Success.
12. Stahl, S. A. (1999). Different Strokes for Different Folks? A Critique of Learning Styles.
13. Toyama, M., & Yamazaki, Y. (2020). Are there effects of a match between learning style and teaching style in an EFL classroom?. *Innovation in Language Learning and Teaching*, 14(3), 243-258



# ENGLISH LANGUAGE TERMINOLOGY OF SOCIAL MEDIA

*Ieva Insodaitė*

*Lect. Romalda Kasiliauskienė*

*Marijampolės Kolegija Higher Education Institution*

## Abstract

In today's world, social media has a significant impact on people's lives. Language is one of them, as a result, probably all languages change. Language evolves throughout time, and social media is one of the places where this change can be seen clearly and quickly. It goes without saying that the terminology used in social media, the workplace, and daily life is different. Many research articles have been written about the language used in personal and professional contexts, but not regarding the language used in social media. The article focuses on the peculiarities of English language terminology used on the social media platforms like Facebook (and its companion Facebook Messenger), Instagram, Tik Tok.

Keywords: language, terminology, social media.

## Introduction

The term "social media" refers to websites and other online communication tools that are used by huge numbers of individuals to share information and make personal and professional connections. User access to social media typically occurs through a variety of paths. Desktops, laptops, tablets, and smartphones—the most common kind of technology—as examples. Users can create, collaborate on, share, and discuss a variety of content using these technologies. In terms of communication with and among businesses, communities, organizations, and people, they introduce society to fresh and significant developments. That communication is made easier and more rapid by social media. In addition to speed, social media differs from traditional media in terms of quality, reach, frequency, usability, and interactivity. These factors make social media a more effective medium than print, television, and radio.

**Research object** – English language terminology of social media

**Research aim** – analyse the frequency of terminology, used on social media

To achieve the aim, the following objectives have been set:

1. Define the terminology used in social media discourse;
2. Analyse the peculiarities of English terminology and its forms in social media;
3. Determine the frequency of social media terms used on social media.

## 1. Social Media

Social media has completely changed how we engage with one another, communicate, and exchange information. With billions of users worldwide, social media sites like Facebook, Instagram, Twitter, and TikTok have ingrained themselves into everyday life. Unprecedented chances for networking, community development, and self-expression are presented by these digital spaces.

### 1.1. Definition of Social Media

The definition "Social media are web-based communication tools that enable people to interact with each other by both sharing and consuming information" can be obtained by combining these elements. Other authors similarly describe social media. According to Rouse (2013), social media refers to a group of online communication channels that are focused on community-based input, engagement, sharing, and collaboration. Social media refers to websites and programs created to make it simple, quick, and immediate for users to share material. (Hudson, 2019).

### 1.2. History of Social Media

The BBS, or Bulletin Board System, was the first platform that allowed users to communicate with one another through the internet and was developed in 1978, according to the editorial staff. The BBS only allowed one user to check in at a time and communicate with another user over the phone lines. (2016 Editorial Team).

AOL (America Online) Instant Messenger and SixDegrees.com were both introduced in 1997. With the invention of instant messaging, people could communicate freely with their friends. America Online was undoubtedly the true ancestor of today's social networking sites, it is reasonable to claim. People could write biographies for their profiles and share them with other people. People might seek any members by

searching the profiles. It was the most cutting-edge feature at the time.

SixDegrees, one of the earliest recognizable social media platforms, was established in 1997. The website's concept was founded on the idea that humans are only six degrees apart from one another. Users had the ability to make profiles, look for and invite friends, and make groups. Following a decline in popularity, the website was sold for USD 125 million in 2001 before being totally shut down the following year. (2016 editorial team).

MySpace was launched in 2005. It quickly climbed to the top of the list of websites. With music, movies, and a more trendy online environment, MySpace gave users a lot of customizing options. 90 million people enrolled in using it. Although MySpace is no longer the most popular networking site, it is still mentioned and discussed in the US.

Facebook, possibly the most well-known website of all time, was made in 2004. It was initially designed to link college students in the US, but it rapidly overtook that as the most popular website worldwide. Then came websites like YouTube, Instagram, Snapchat, Twitter, Pinterest, Tumblr, and others. (Endmans, 2018)

Social media, one of the most popular and rapidly growing communication channels, integrates the "social" aspect of exchanging information and the "media" aspect of communication tools like the internet. It encompasses web-based tools that enable people to share and consume information interactively. Defined by various authors, social media focuses on community-based input, engagement, sharing, and collaboration, making it simple and immediate for users to share content.

## **2. Social Networking Sites**

Social networking sites have revolutionized the way we connect, communicate, and share information in the digital age. Platforms like Facebook, Twitter, Instagram, and LinkedIn have become integral parts of daily life, facilitating interactions among individuals, communities, and businesses worldwide. These sites provide users with the tools to build personal profiles, share updates, photos, and videos, and engage with content created by others.

### **2.1. Facebook**

Facebook is an American online social media and social networking service company based in Menlo Park, California. On February 4, 2004, Mark Zuckerberg, along with fellow Harvard College classmates and roommates Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, and Chris Hughes, founded the website. (Boyd, 2018)

Boyd claims that Facebook was initially just intended for Harvard students. Later, it was extended to Stanford University and the Ivy League institutions. Students from numerous other universities and later students in high school began to show interest in Facebook quickly. Anyone who claims to be at least 13 years old has been able to register as a user of Facebook since 2006.

According to Cynthia Tapia, "The name Facebook was inspired by the practice of universities in the USA to give their newly enrolled students a paper Facebook introducing them to people on the Campus."

### **2.2. Instagram**

Instagram is a photo-sharing app and service that can be used on mobile devices, desktop computers, and the internet. Users can share photographs and videos either publicly or privately with followers who have been pre-approved. Launched in October 2010, it was designed by Kevin Systrom and Mike Krieger. In 2012, Facebook purchased it. The term "Instagram" is a combination of the words "instant camera" and "telegram."

Instagram allows users to publish pictures or videos thanks to Desreumaux. They can add places where the shot was taken and other digital filters to their images. Additionally, users can link their Instagram accounts to other social media networks, add hashtags, and use emojis.

Instagram launched one of its most well-liked features called "Stories" in August 2016, allowing users to upload photographs to a 24-hour-long temporary story.

According to Mashable (2018), it is now recognized as "one of the most influential social networks in the world."

Instagram was designed to allow users to post images and videos, but more and more people are now using the platform to make money. The person may receive offers to advertise specific goods or services in exchange for cash if he has a large number of followers. Additionally, some users open storefronts and sell their own products. Facebook is being quickly replaced by Instagram, which is also growing in popularity.

### **2.3. Tik Tok**

TikTok is a massively popular app that lets users create and share videos up to 60 seconds long. Lip-synced music videos are especially popular on it. The app has given rise to many young social media influencers.

The app was launched in 2016 in China, where it's called Douyin. It went international in 2017 as TikTok; the name, apparently, is a play on tick-tock, onomatopoeia for clocks, and a term for countdowns and minute-by-minute action. In 2017–18, TikTok bought and merged with competitor, (Musical.ly).

### **2.4. Peculiarities of the Use of English Terms in Social Media**

All languages naturally evolve over time. Depending on the social, economic, and political situation languages change and adapt to the situation. Each generation has its own nuances and phrases that contribute to the identity of that time as do different social groups. Today's Gen Z uses terms such as 'sick' with a completely different meaning (cool or excellent) and acronyms are used more than ever. It's nothing new that people complain about language changes. Linguistic purism has existed for centuries and describes the notion of believing one form of language is superior to others.

### **2.5. Use of Emojis**

A striking and interesting part of the language of social media is the use of emoticons. Emoticons can be used to express not only emotions, but also objects, places, and various other situations, and were developed in Japan in the 1990s (they have largely replaced the emoticons developed in the 1980s, and are less complex). Now, emoticons are used more than ever, with more than 700 million used daily on Facebook alone. (<https://worldemojiday.com/statistics>)

### **2.6. Use of Hashtags**

Another important element of social media is the use of hashtags. Understanding when to use hashtags, how to use hashtags, and how many hashtags to use is a real science. There are unspoken rules of etiquette for hashtags on every platform that we should all know. Too many hashtags on Facebook or Twitter can be seen as unprofessional and spammy, but on Instagram (and increasingly on LinkedIn) we see a multitude of hashtags being used in every post.

### **2.7. Abbreviations and Text Speak**

In the world we live in, things are moving very fast and this is reflected in the language we use. Abbreviations are used everywhere, and some of them have even taken on a new connotation that goes beyond their original meaning. For example, 'lol' originally meant 'laugh out loud', but is now sometimes used at the end of a statement to soften it a little, but rarely to indicate laughter. Other abbreviations are used, such as "imo" which means "in my opinion" but is generally accepted as "imo". The use of abbreviations has increased mainly due to the character limit of Twitter and Tweets.

### **2.8. Slang and Neologisms**

The influence and contribution of social media platforms to our lives cannot be overstated. People are discovering new things every day on social networks as they share their knowledge with the world in near real-time. It is not surprising that social media has also influenced the language we use. For example, various words for social media first appeared in English and were borrowed.

### 3. Analysis of English Language Terminology of Social Media

#### Analysis setting

Three different websites—Facebook, Instagram, and TikTok—were used as examples for the analysis. These websites were picked because they are the most widely used social media platforms right now. Six Facebook examples, eight Instagram examples, and ten TikTok examples were used. The number of instances was determined to be appropriate for drawing conclusions about the term forms most frequently used on social media. Since teens and young adults make up the majority of active users across all social media platforms, all examples of comments were collected from accounts of these demographics.

#### The Methodology of the Analysis

The study's goal is to examine the terminology used in social media. There are three sections to the analysis of terms used in social media. First, a sample of comments from three various social media platforms—Facebook, Instagram, and TikTok—was collected. 24 cases in total were examined. The frequency of use of social media language was then examined in the chosen samples. All of the findings were presented and statistically analyzed at the end.

#### Study data

Every day, many people use Facebook, Instagram, and TikTok. Comments are written by various ages of people, celebrities, businesses, and so on. Different terms and forms of the English language can be used, depending on the person in charge. These three separate social media sites have all been examined.

#### Results of the research

English term forms used in the analysed comments on *TikTok* are abbreviations and slang terms. The analysis is made from 10 comments.

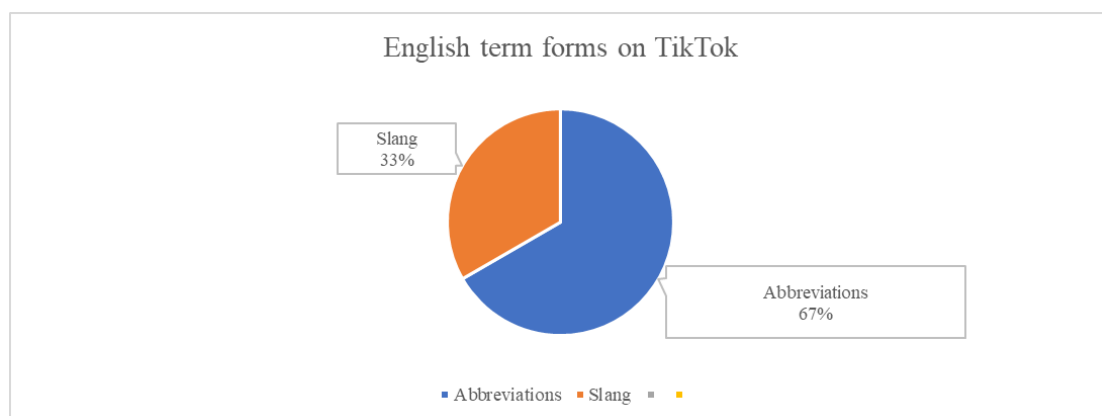


Figure 1. The most frequently used English terms forms occurring on TikTok

From the figure it is seen that the abbreviations were made the most (67%). Slang terms (33%) – are the second most frequently used English terms form. Overall, the most used English term form is abbreviations.

English term forms used in the analysed comments on *Instagram* are abbreviations, phrases slang terms. The analysis is made from 8 comments.

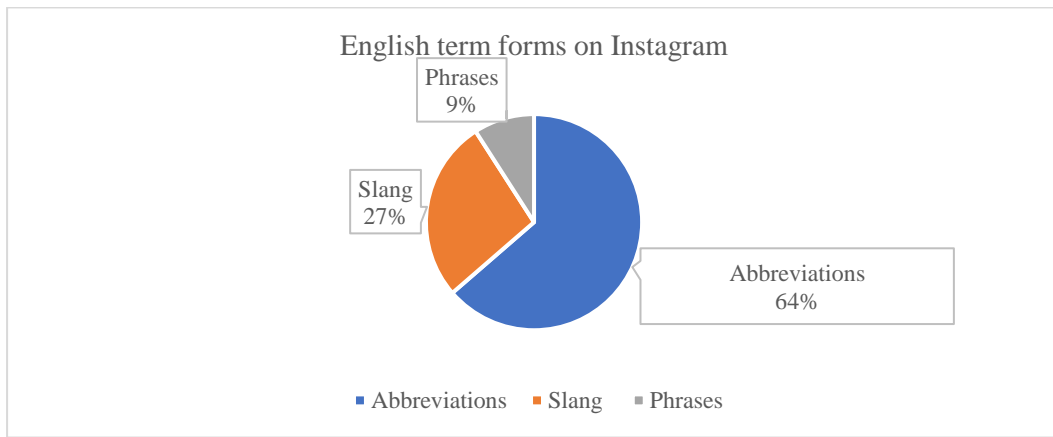


Figure 2. **The most frequently used English terms forms occurring on Instagram**

From the figure it is seen that the abbreviations were made the most (64%). Slang terms (27%) – are the second most frequently used English term form. Lastly, the least were used phrases. Phrases were used only once (9%). Overall, the most used English term form is abbreviations.

English term forms used in the analysed comments on Facebook are abbreviations and slang terms. The analysis is made from 6 comments.

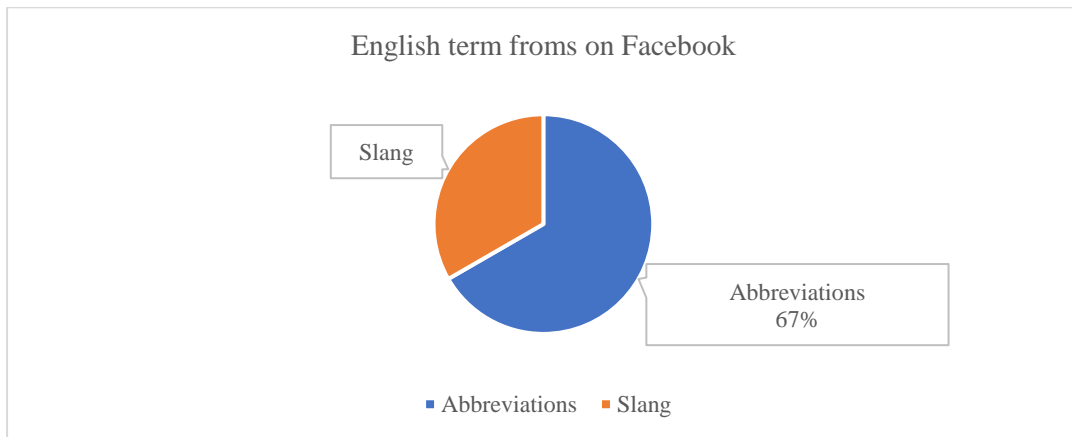


Figure 3. **The most frequently used English terms forms occurring on Facebook**

From the figure it is seen that the abbreviations are the most frequently used English term form on Facebook (67%). Slang terms (33%) – are the second most frequently used English term form. Overall, the most used English term form is abbreviations.

The analysis of social media sites shows that abbreviations, slang, and phrases are used the most. These English term forms give a very noticeable look to the comments. They become more eye-catching and people may be more interested in reading them. All examples are taken from teens and young adults accounts because, they are the majority of the active users on all social media websites.

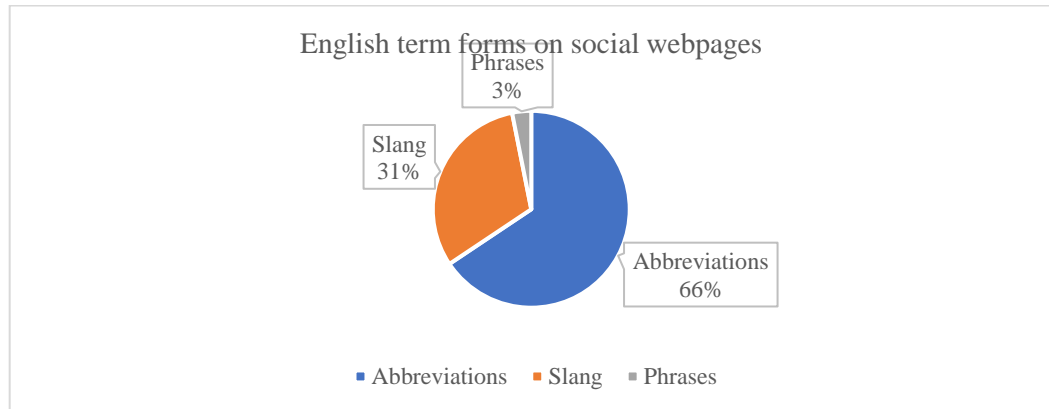


Figure 4. The most frequently used English terms forms occurring on social webpages (TikTok, Instagram, Facebook)

From the diagram above (Figure 4), it is visible that the most frequently used English term form is abbreviations (66%). The second priority is slang (31%). The least frequently used are phrases (3%). All in all, it is possible to say, that all three term forms of the English language more or less appear in almost every comment made on TikTok, Instagram, and Facebook.

### Conclusions

1. Social media is a rapidly expanding and popular channel that facilitates communication and information sharing among individuals. It is primarily used for interpersonal interactions and allows people to exchange and consume information. Social media platforms have a rich history, starting with platforms like BBS and SixDegrees.com in the late 1990s and evolving into popular platforms such as Facebook, Instagram, and TikTok. These platforms have revolutionized the way people connect and share content.

2. The language used in social media has its own peculiarities. Emojis have become an integral part of communication, allowing users to express emotions, objects, and situations visually. Hashtags play a significant role in organizing and categorizing content, and their use varies across different platforms. Abbreviations and text speak are prevalent due to the fast-paced nature of social media communication, and slang and neologisms constantly emerge as the platforms influence language.

3. Social media slang terms have become widely used, with abbreviations like AMA (Ask me anything), BTW (By the way), and DM (Direct message) becoming commonplace. These terms reflect the informal and interactive nature of social media communication. Additionally, the use of acronyms like IDK (I don't know) and TBH (to be honest) has evolved beyond their original meanings and is now widely understood within social media contexts.

4. The analysis of syntactic forms used in social media reveals the dominance of Facebook, Instagram, and TikTok as the most widely used platforms. The frequency of terms forms and language used on these platforms varies, with each platform having its own distinct characteristics and trends. The study of social media language provides insights into the evolving nature of communication in the digital age.

### References

1. Curtis, S., Mailonline, F. <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-11262889/TikTok-changing-way-SPEAK-phrases-like-quiet-quitting-le-dollar-bean.html>. Page assessed: 2022 09 29.
2. Pebworth, K. <https://www.linkedin.com/pulse/understanding-language-social-media-katharine-pebworth> Page assessed: 2019 09 03.
3. Byaruhanga, A. <https://blog.lingoda.com/en/social-media-slang-terms/#1.-AMA>
4. <https://www.dictionary.com/browse/lol>. Page assessed: 2022 11 10.
5. Zote, J. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-acronyms/>. Page assessed: 2020 08 07.
6. Kelsey Weekman, 14 February 2024 [https://news.yahoo.com/what-is-yapping-an-old-school-term-has-been-reclaimed-by-chatty-social-media-users-212858215.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xILmNvbS8&guce\\_referrer\\_si](https://news.yahoo.com/what-is-yapping-an-old-school-term-has-been-reclaimed-by-chatty-social-media-users-212858215.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xILmNvbS8&guce_referrer_si)

- [g=AQAAAMd\\_kESxugitRuWXnjqJNEK6WD8byeyyc-iNvY9cT7L-W\\_I-1NZhS9VATAOXITYhI0RhSNGXJxP2fi9JkSCyDT8x9SwAyyXx-Qo2zUmIQEgiNj-LaUaM3Q8tJjU5I2CjjaZG2m\\_i9XXiyxZjauOjKyRrQDcqdLS6QQhwEnIOpd.](https://www.wikihow.com/Let-Him-Cook-Meaning?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR2qylfB3cVuHnGifL9RPaZppkwmdAv2fuGjwaVs9XURsb4tuyC_G6rHM_aem_AZIHdzpi5sPgnXRMZYUVACDPVJII62FcnHQVlaczNFsAw1H_Fp1yK5NMvZQM1LTLCmf-MNs5WC1j3GtFa7amoI1) Page assessed:
6. Taylor, M. [https://www.wikihow.com/Let-Him-Cook-Meaning?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR2qylfB3cVuHnGifL9RPaZppkwmdAv2fuGjwaVs9XURsb4tuyC\\_G6rHM\\_aem\\_AZIHdzpi5sPgnXRMZYUVACDPVJII62FcnHQVlaczNFsAw1H\\_Fp1yK5NMvZQM1LTLCmf-MNs5WC1j3GtFa7amoI1](https://www.wikihow.com/Let-Him-Cook-Meaning?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR2qylfB3cVuHnGifL9RPaZppkwmdAv2fuGjwaVs9XURsb4tuyC_G6rHM_aem_AZIHdzpi5sPgnXRMZYUVACDPVJII62FcnHQVlaczNFsAw1H_Fp1yK5NMvZQM1LTLCmf-MNs5WC1j3GtFa7amoI1) Page assessed: 2023 10 03.
  7. Grady, C. 5 December 2023 [https://www.vox.com/culture/23989120/rizz-definition-oxford-word-of-the-year-colloquial?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR1ueAzikhkhkP\\_ADCiNW7mxRabX6w-mu4oefIEvLGB0NiKLZy52TLn5YM\\_aem\\_AZk3IEKow\\_zt7GALX14pij0WZhnZKpbrKeAnVeop2kX6DrgLSKB6gmgCitPj710qXL6-q06pJBPWatTRiJh0nRuM](https://www.vox.com/culture/23989120/rizz-definition-oxford-word-of-the-year-colloquial?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR1ueAzikhkhkP_ADCiNW7mxRabX6w-mu4oefIEvLGB0NiKLZy52TLn5YM_aem_AZk3IEKow_zt7GALX14pij0WZhnZKpbrKeAnVeop2kX6DrgLSKB6gmgCitPj710qXL6-q06pJBPWatTRiJh0nRuM) Page assessed: 2023 10 05.
  8. Percy, A. [https://www.businessinsider.com/gen-alpha-slang-internet-meanings-2023-10?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR16oY8fSnRlx7E9\\_j6\\_7RzUhd2YBLYxPyH\\_hK6JDsKIDPYvL36koGp4hPE\\_aem\\_AZIVKfeNBBPa219fQaEAbJ\\_N6suwXH8bPj20RQ5foiIfeZ\\_hU4ZX288GqfhtImtHLwdww67U\\_ZXP\\_OhZZjvAr6k5](https://www.businessinsider.com/gen-alpha-slang-internet-meanings-2023-10?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR16oY8fSnRlx7E9_j6_7RzUhd2YBLYxPyH_hK6JDsKIDPYvL36koGp4hPE_aem_AZIVKfeNBBPa219fQaEAbJ_N6suwXH8bPj20RQ5foiIfeZ_hU4ZX288GqfhtImtHLwdww67U_ZXP_OhZZjvAr6k5). Page assessed: 2023 10 17.
  9. Solé, E. <https://www.today.com/parents/teens/bussin-meaning-slang-rcna139097> Page assessed: 2024 02 28.
  10. <https://www.dictionary.com/e/slang/slay/> Page assessed: 2018 10 18.

# THE CHARACTERISTICS OF FORMAL AND INFORMAL COMMUNICATION STYLES IN A PUBLIC COMPANY

*Skaistė Jankauskaitė*

*Lect. Dileta Ravinienė*

*Marijampole Higher Education Institution*

## *Abstract*

This article analyses the concepts and characteristics of formal and informal communication styles and the practical problems involved. As well as the differences and similarities between formal and informal communication. It should be noted that there are often difficulties when choosing the most convenient type of communication.

## *Introduction*

It is crucial to remember that communication is one of the most essential abilities. Nevertheless, not every communication is the same, therefore one should pick topics that are appropriate for the given circumstance. Take workplace communication, for example. In the workplace, one must conduct themselves professionally, which means, that communication must demonstrate professionalism as well, therefore it must be formal. Talking with friends outside of the office, however, allows open communication and tends to focus more on personal matters than work-related topics. That is the reason this kind of communication is referred to as informal. Formal and informal communication has a number of rules, that can sometimes be difficult to apply. While informal communication has fewer rules and may seem easier for employees to use, formal communication is used more frequently in companies. This might cause a problem, because not all companies have examples of what formal or informal communication should look like in their workplace, that is why employees spend most of their time thinking about the rules they will need to apply.

Research object - The concepts of informal and formal communication in a public company.

Aim - After analysing the theoretical framework of communication in public companies, decide which communication type is easier for employees.

Objectives:

1. To define the concept of communication on the basis of various scientific sources and their analysis
2. Identify the key differences between formal and informal communication

Research methods: The scientific literature and other sources of information, the analysis of the questionnaire-based survey.

### **The concept and characteristics of formal communication.**

It is clear, that everyone understands what is meant by "formal communication." Some people like to call formal communication an official communication, since it has to be professional and is used in an official setting. The basis of formal communication can be seen in the table below.

Origin	Deliberately structured
Nature	Well planned, systematic and authorised
Flexibility	Rigid
Authority	Official channel
Accuracy	Accurate, Legal and authentic

Table 1. **The basis of formal communication**

The transmission of official information via appropriate, predetermined channels and procedures is referred to as formal communication. (Jelena Fistic, 2022). Information is controlled and requires intentional effort to communicate effectively. Formal communication is differentiated according to who is participating in the communication. For example, communicating with managers or communicating with other employees. According to the Editorial team (Indeed editorial team, 2022) There are 3 formal communication types. Vertical serves for sharing information down (downward) from manager to employee or up (upward) from employee to manager. Horizontal means communicating with peers or



people with the same rank and, lastly, diagonal for participating in a conversation, where members of teams and departments also participate.

### **The concept and characteristics of informal communication.**

Informal communication is the opposite of formal communication. Any sort of communication that does not follow the formal procedures or organisational structures in a firm is considered informal communication. Informal communication is described as communication that takes place outside of the formal, predefined channels. According to Parsadi Informal communication can be divided into 4 types. (Parsadi, Informal Communication: Definition, Types, Examples, Advantages & Disadvantages.) The types are gossip chain, which is when information travels around the company, cluster chain, when information is passed from one person to selected people, single-strand chain, where information is on one-to-one, and lastly, probability chain, where information is shared randomly. (Parsadi, Informal Communication: Definition, Types, Examples, Advantages & Disadvantages.)

### **Differences and similarities between formal and informal communication styles.**

It is obvious, that informal and formal communication styles are very different, not only in number of rules, but also in strictness. As an example, formal communication style must be rational and well-structured, or in other words, everything must be done according to rules. While informal communication does not have such strict rules or regulations. That is why informal communication is freely expressed opinion about some topics. Sometimes, it can even be called as rumours or gossip. (Indeed editorial team, 2021). Although, according to JavaTpoint, they do have similarities, such as sharing the same goal – information delivery or, that both of them are very important in our everyday life. It is also important to mention, that both communication styles can be in a written form. Formal emails are mainly used to discuss business, but, informal emails can be for personal communication with familiar people, but, both of these emails, have standard format: greeting, opening, body, conclusion (JavaTpoint, 2023)

### **The convenience of formal and informal communication styles in a public company analysis.**

Understanding the needs of the target audience is important to decide the most convenient type of communication. The quantitative study analysed the convenience of formal and informal communication, but in order to understand which communication is most effective, it is also important to analyse people, who face both types of communication in their everyday life and those people are employees working in any public company, including employees from United Kingdom, Lithuania and Turkey. A questionnaire survey was used, the aim of which was to find out which type of communication is more acceptable and relevant to employees and employers within a public company. The survey also analyses the establishment and application of the company's communication rules, both with people inside the company and with people outside the company (customers). The survey sample is 50 respondents.

The **research problem** relates to the fact, that it is still not clear what is the most effective communication style in a public company.

The main **objectives of** the study are: to find out the most used communication style, the easiest communication style and the existence of communication rules in public companies.

## **Survey results**

The first question in the questionnaire sought to determine which type of communication, formal or informal, respondents use more often in their workplace.

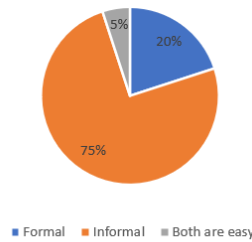


**Pic 1. The use of formal and informal communication within the company(results of the author's research)**

As can be seen in the chart, the majority 51% of respondents use both types of communication in their workplace equally, with 35% using formal communication more and, only 14% using informal more.

Second question in the questionnaire aimed to find out what communication type is easier and more comfortable for communicating in their workplace. Formal, informal or both?

Which type of communication is easier and more comfortable for you? Formal or informal?

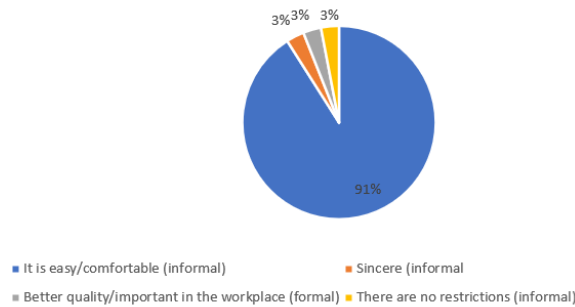


**Pic 2. The convenience of formal and informal communication in a workplace (results of the author's research)**

The results show, that even 75% of respondents think, that informal communication is easier and more comfortable. In second place, 20% of the respondents, chose, that they are more comfortable with the formal type of communication, since it has to be used in companies, while the least 5% of the respondents are comfortable and thinks it is easier to use both types of communication.

In order to find out why respondents chose a particular answer in question 2, respondents were asked why they felt more comfortable with the answer they chose.

Why did you choose this answer to question 2?

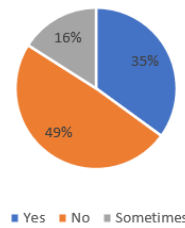


**Pic 3. The reasons for employees to choose particular communication type (results of the author's research)**

As we can see, the majority of respondents 75% from question no.2, who chose the informal method of communication believe, that this method of communication is more comfortable, because it is easier 91%, more sincere 3% and does not have rigid rules 3%. However, others 20%, from question no.2., who chose the formal type of communication, feel, that this type of communication is more comfortable, because it is important in the workplace and the quality of the conversation is better, 3%.

Next, to understand how employees or employers use or how easy it is for them to apply the rules of formal communication in a workplace ,respondents were asked if they feel any constraints when communicating formally (both in letters and in person) as an example : time constraints, delays in decision making, misunderstandings...

Do you feel any limitations when communicating formally (both in letters and in person)? (time constraints, delay in decision making, misunderstandings)



**Pic 4. Obstacles while using formal communication ( results of the author's research)**

The respondents' answers show, that 49% of employees do not feel any constraints while using formal communication, slightly fewer, 35% to be precise, respondents do, and the remainder, 16%, feel constraints only sometimes. Meaning, that the difficulty of applying the rules and using formal communication depends on the topic or situation, that is happening at the moment.

Although, it is very important to use formal communication correctly, in order to not have any misunderstandings in a company, as mentioned before, not all employees worked long enough to learn all of the rules and they still experience some difficulties. That is why, in the next question respondents were asked to list the difficulties they experience while using formal communication rules.

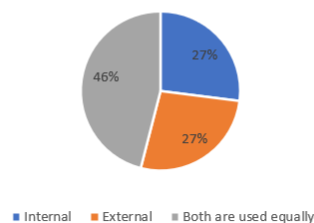
Table 2. Difficulties while using formal communication (results of the author's research)

• It is difficult to memorise them
• They are very strict
• It is difficult to use them properly
• Problems with grammar, spelling.
• Time consuming

In the table we can see why 6% of respondents, from the previous question, do not find it easy to adapt formal communication rules. There were no matching answers, all the respondents experience different difficulties while adapting formal communication rules. The answers are : difficulty to memorise the rules, rules are very strict, difficult to properly use them, problems with grammar and spelling and, lastly it is time consuming. As can be seen, the main problem, for employees, of using formal communication is, that it is time consuming, because respondents mentioned this problem more than once in the questionnaire.

It is known, that communication can also be divided into internal and external and both of them are used in companies, so in the next question of the survey, firstly, respondents were introduced to the concepts of external and internal communication and asked which of these types is used more frequently in their company.

Formal communication can be divided into internal (communication with colleagues, managers) and external (communication with audiences, customers, etc.)  
Which of the following types is more often used in your company?

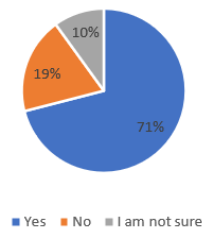


**Pic 5. The use of external and internal communication in a public company (results of the author's research)**

Respondents answers show, that employees 46% use both internal and external communication equally in their workplace and, as we can see, internal and external communication both have the same percentage 27%, meaning, that the same amount of respondents use external or internal communication more. Meaning, that communicating with employees and employers in the workplace is just as important as communicating with clients, shareholders.

In order to find out more about communication within the company, the respondents were asked whether their company has certain formal communication requirements, such as: application formats, which information can be posted on social networks, etc.

Does the company have requirements for formal communication with each other and with clients (application formats, information available on social media, etc.)



**Pic 6. Requirements for formal communication in a public company (results of the author's research)**

As we can see from the chart, most of the companies do have requirements for formal communication 71%, as it is crucial for every company, since it is easier for employees to communicate. 19% of respondents answered, that the company they work in does not have requirements for formal communication and, lastly, 10% of respondents are not sure if there are requirements in their company or they haven't been working in the company for a long time to know about them.

### Conclusions

The theoretical part, based on Lithuanian and English sources, shows that:

1. Formal communication is mostly used in companies or in any other situation requiring formality, while informal communication is used when people want to talk freely about any topic.
2. Formal communication style must be rational and well-structured, or in other words, everything must be done according to rules. While informal communication does not have such strict rules or regulations. That is why informal communication is freely expressed opinion about some topics. Sometimes, it can even be called as rumours or gossip.
3. Communication in a public company can be divided into 2 parts, internal and external. Internal communication is when people communicate inside the company. Whether it is communication with shareholders or letters between employees and their managers. On the other hand, external communication is when people communicate or share information outside of the company. Media posts, reports, everything, that is shared with the public for people to see, is external communication.
4. Formal communication is differentiated according to who is participating in a conversation. There are 3 types of formal communication: vertical, horizontal or lateral, diagonal. Vertical communication is when people communicate vertically down the organisational hierarchy (downward) or up the organisational hierarchy (upward). Horizontal or lateral communication is communication with people from the same position. Diagonal communication is when members of various departments engage with one another.
5. Informal communication can be divided into 4 types. The types are gossip chain, which is when information travels around the company, cluster chain, when information is passed from one person to selected people, single-strand chain, where information is on one-to-one, and lastly, probability chain, where information is shared randomly.

The results of the research on the use of communication styles in Lithuanian, English and Turkish companies led to the following conclusions:

1. Both styles of communication are commonly used in companies, but still informal communication is more convenient and easier for respondents. Informal communication seems to be more sincere and free of restrictions, unlike formal communication.
2. Formal communication is time-consuming, as rules have to be adapted and this is not always easy for the respondents.
3. The main reasons why formal communication might be difficult to use were: difficulty to memorise, rules are very strict, difficulty to use them properly, problems with grammar, spelling and lastly, the answer, that was mentioned more than once in previous questions, time consuming.

### **References**

1. Informal Communication: Meaning, Characteristics, Advantages and Limitations, Indeed, [viewed : 2023-04-13], Website : <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-communication>
2. The basics of formal communication, Pumble, [viewed : 2023-04-12], Website: <https://pumble.com/blog/formal-communication/#:~:text=Formal%20communication%20is%20exchanging%20official,is%20done%20in%20written%20form>
3. Formal and informal communication, prezi,[viewed : 2024-01-26],Website : <https://prezi.com/uoxamfw6qzpr/formal-and-informal-communication/>
4. Upward communication, betterup, [viewed : 2024-01-28],Website : <https://www.betterup.com/blog/upward-communication>
5. Diagonal communication, superhuman, [viewed : 2024-01-28],Website : <https://blog.superhuman.com/diagonal-communication/>
6. Formal Communication: Definition, Types, Advantages, and Limitations, getupandlearn, [viewed : 2023-04-26], Website : [https://getuplearn.com/blog/formal-communication/?utm\\_content=cmp-true](https://getuplearn.com/blog/formal-communication/?utm_content=cmp-true)
7. What is formal communication, Peoplegoal, [viewed : 2024-01-23], Website: <https://www.peoplegoal.com/blog/what-is-formal-and-informal-communication>
8. Formal Communication: Definition, Types, Advantages, and Limitations, Getupandlearn, [viewed : 2024-01-24],Website : [https://getuplearn.com/blog/formal-communication/?utm\\_content=cmp-true](https://getuplearn.com/blog/formal-communication/?utm_content=cmp-true)
9. Formal Communication, What is formal communication, keka, [viewed : 2024-01-24],Website : <https://www.keka.com/glossary/formal-communication>

# 3–5 M. VAIKŲ SUDOMINIMO KNYGA METODAI

*Živilė Katkauskaitė*  
*Lekt. Edita Vosylienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Pastaruoju metu teigiama, kad vaikai sparčiai tolsta nuo knygų dėmesį nukreipdami į jiems įdomesnius dalykus, reikalaujančių mažiau investicijų, tokias kaip: internetas, kompiuteris ir išmanieji telefonai. Knygos skaitymas užima centrinę vietą ikimokyklinio amžiaus vaiko edukacijos procese, nes būtent vaiko susidomėjimas literatūra teigiamai koreliuoja su jo besiformuojančiais raštingumo įgūdžiais. Todėl yra svarbu pasirinkti tinkamus ir efektyvius metodus vaiko sudominimui knygomis įvertinant jo, kaip esminio edukacijos proceso, dalyvio interesus bei poreikius.

Raktažodžiai: ikimokyklinis amžius, knyga, metodas, sudominimas, vaikas.

## Įvadas

Temos aktualumas ir problematika. Ikimokyklinis amžius – ypatingas vaiko raidoje. Pasak S. Burvytės ikimokyklinis amžius – tai „imliausias vaiko raidos periodas, šio amžiaus vaikų ugdymas yra ypatingas ir labai svarbu sudaryti vaiko raidai palankias sąlygas: tėvai ir kiti ugdytojai turi sudaryti vaikams galimybę harmoningai ugdyti savo asmenybę, taikydami pozityvius auklėjimo metodus“ (Burvytė, 2016 p. 38).

Ikimokyklinio amžiaus vaikų kognityviniai gebėjimai ir įgūdžiai itin greitai transformuojasi. Kaip pažymi C. Meng (2015), ikimokyklinis amžius – tai laikotarpis, kai kalbos įgūdžiai sparčiai auga, o ankstyvieji vaiko gyvenimo metai (3–5 metai) yra laikomi periodu, kuris yra reikšmingas reiškinys asmens mokymosi visą gyvenimą procese.

Galima teigti, kas vaiko sudominimas knyga – vienas pirmųjų žingsnių jo kognityvinio tobulėjimo kelyje, jo ankstyvojo raštingumo užuomazgos. Todėl yra svarbu pasirinkti tinkamus ir efektyvius metodus vaiko sudominimui knygomis įvertinant jo, kaip esminio edukacijos proceso, dalyvio interesus bei poreikius.

Atlikti moksliniai tyrimai rodo, kad vaikai ateina į pradinę mokyklą jau turėdami (ar neturėdami) susiformavusius skaitymo įgūdžius ir tai stipriai įtakoja jų tolimesnę edukacinę raidą. Kaip rodo tyrimai, ne visi tėvai ir kiti ugdytoja skiria pakankamai dėmesio vaiko sudominimui knyga ir/arba taiko netinkamus būdus bei priemones, vykdo šį procesą nenuosekliai ir nesistemiškai. Visa tai neigiamai atsiliepia visame ugdymo procese (Barnes, Puccioni, 2017).

**Darbo objektas** – 3–5 m. amžiaus vaikų sudominimo knyga metodai.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti 3–5 m. amžiaus vaikų sudominimo knyga metodus.

**Darbo uždaviniai:**

1. Aptarti 3–5 m. amžiaus vaikų raidos ypatumus.
2. Identifikuoti 3–5 m. amžiaus vaikų sudominimo knyga prielaidas.
3. Analizuoti 3–5 m. amžiaus vaikų sudominimo knyga metodus.
4. Atskleisti pedagogų nuomonę apie sudominimo knyga metodų taikymą ikimokyklinėje ugdymo įstaigoje.

**Darbo metodai:** mokslinės literatūros ir dokumentų analizė; pusiau struktūrizuotas interviu, turinio duomenų (content) analizė.

## 1. 3–5 metų amžiaus vaikų sudominimo knyga metodų teorinė analizė

### 1.1. 3–5 metų amžiaus vaikų raidos ypatumai

Remiantis vaiko socialinės raidos koncepcija, išskirtini šie pagrindiniai vaiko raidos tarpsniai (Vygotsky, 1966, 196 p.) : naujagimystės krizė, kūdikystė (nuo 2 mėn. iki 1 metų), vienerių metų krizė, ankstyvoji vaikystė (1–3 metai), trejų metų krizė, ikimokyklinis amžius (3–7 metai), septynerių metų krizė, mokyklinis amžius (8–12 metų), trylikos metų krizė, paauglystė (14–18 metų), septyniolikos metų krizė.

Taigi analizei pasirinktas vaiko raidos tarpsnis – 3–5 m. priskirtinas prie ikimokyklinio (priešmokyklinio) vaikų amžiaus. Lietuvos Respublikos *Ikimokyklinio amžiaus vaikų pasiekimo aprašo ugdymo bendrosiose programose* (2023) nurodoma, kad „bendras ikimokyklinio ugdymo tikslas – padėti mokiniams ugdytis asmenines savybes, įgyti socialinių įgūdžių ir jų ugdymąsi vaikystėje. Vaikų ugdymosi

*pasiekimų sritis visuminį, įtraukų, žaidimų ir patirtine veikla grindžiamą ugdymosi procesą*“. Taip pat nurodoma, kokios ugdymosi sritys turi būti ugdomos ikimokyklinio amžiaus vaikams, kad pasiektų tinkamų rezultatų: „*emocijų suvokimas ir raiška; skirtų daiktų ir reiškinių pagal jiems būdingus požymius atpažinimas; dalintysi idėjomis, žiniomis artimoje aplinkoje; daiktus ir reiškinius apibūdintų skirtingais raiškos būdais – kalba ir vaizdinėmis priemonėmis; atliktų mąstymo pagrindimui būdingą veiklą, keltų klausimus; atpažintų problemas; būtų ugdoma kalbinė ir meninė raiška; gebėtų žaisti ir kt.*“ Taigi remiantis oficialiai patvirtinta ugdymo programa, ikimokyklinio amžiaus vaiko pasiekimai turi apimti platų spektrą kognityvinių gebėjimų, kurie leistų jam sėkmingai adaptuotis itin dinamiškoje, dažnai probleminėje aplinkoje. Ugdymo programos, skirtos vaikui, akcentuoja ir ikimokyklinio amžiaus vaikų gebėjimą apibūdinti daiktus ir reiškinius skirtingais raiškos būdais – tame tarpe ir kalba, kuri, savo ruožtu, lavinama aktyviu domėjimusi knygomis ir jų „skaitymu“.

Ikimokykliniame amžiuje kalbinių gebėjimų tobulėjimas pasireiškia itin sparčiu žodyno praplėtimu; vaikai mokosi kurti žodžių derinius, jungti žodžius į sakinius, dažniau vartojami dviejų žodžių sakiniai, kurie palapsniui išplečiami į trijų ir daugiau žodžių sakinius (Meng, 2015). Tyrimais nustatyta, kad ankstyvieji kalbos įgūdžiai – sintaksė, žodynas, morfologija ir kiti yra tiesiogiai susiję su kylančiu raštingumo įgūdžių ugdymu: išvelgiamas tiesioginė teigiamas ryšys tarp stiprių ankstyvųjų kalbinių įgūdžių ir vėlesnių skaitymo pasiekimų (Gardner-Neblett ir Iruka, 2015).

### **1.2. 3–5 metų amžiaus vaikų sudominimo knyga prielaidos**

3–5 metų amžiaus vaiko poreikis pažinti aplink supantį pasaulį yra akivaizdus ir logiškas turint omenyje jo perėjimą nuo kolektyvinių elgesio imperatyvų prie individualiųjų. Taigi itin svarbu, kuria linkme bus nukreipta vis didėjanti vaiko pažintinė energija. Sudominimas knyga šiuo požiūriu yra tas procesas, kurio dėka galima užtikrinti efektyvų ankstyvojo raštingumo procesą.

Anot Ukrainos mokslininkės O. Bielovos, „*ikimokyklinis amžius siejamas su motyvacinės sferos vystymusi, kuriai įtakos turi visuomenės vertybiniai motyvai*“ (Bielova, 2021, p. 145). Vaiko motyvacinį pasirengimą ši autorė charakterizuoja kaip „*pagrindinį aspektą, turintį įtakos mokymosi sėkmei: formuojamas kognityvinės veiklos poreikis, noras tapti mokiniu*“ (Bielova, 2021, p. 145). Būtent todėl šiame raidos etape itin svarbus sudominimo aspektas. Susidomėjęs vaikas yra daugiau motyvuotas mokytis, pažinti, tobulėti. Šiame kontekste centriniu tampa – kalbos įgūdžių lavinimas (formavimas). Be viso to autorė pažymi, kad labai svarbu, kad knygos būtų pritaikytos vaikams pagal jų amžių. 3 metų vaikus labiau sudomins knygos savo iliustracijų ir nuotraukų gausa, nes šiame amžiuje jie geriausiai geba suvokti pasaulį per vaizdus. Taip pat šiame amžiuje labai svarbu interaktyvios knygos, tokios kaip: knygos apie gyvūnus, kurias praturtina įrašyti tų gyvūnų garsai ar didesnio formato knygos. Vyresniems vaikams jau nuo 4 metų po truputį auga jų noras vis labiau pažinti pasaulį ir smalsumas. Todėl knygos turėtų lavinti jų vaizduotę, derėtų vengti tokių knygų kur skatinamas smurtas, be to pataria nuo šio amžiaus naudoti knygas, kurių dėka galėtų mokintis pažinti raides, skaičius, figūras ir kt. (Bielova, 2021).

Pasak I. Jankauskienės ir U. Rinkevičiūtės (2015), susidomėjimas knyga lavina ne tik kognityvinius vaiko gebėjimus, bet kartu ugdo tautinį identitetą, formuojamos vaiko dorovinės nuostatos, skatinamas vaiko kūrybiškumas.

R. Žukauskienė teigia, kad sparčiausiai ir imliausiai kalbos mokomasi ikimokykliniais metais. Mokslininkė akcentuoja, kad 3-5 metų vaikų žodynas smarkiai prasiplečia. Nuo dviejų iki ketverių metų vaikas kasdien išmoksta po kelis naujus žodžius, tai reiškia, kad jo žodynas kas pusę metų padvigubėja (Žukauskienė, 2012). Tai reiškia, kad sudominus vaiką knyga, atsiranda puikios galimybės jo ugdymo/-si tobulėjimui.

Kaip ir kiekvienas ugdymo procesas, taip ir sudominimas knyga, suponuoja tam tikrų priemonių ir būdų bei metodų taikymą. Šiuolaikinėje mokslinėje literatūroje analizuojami skirtingi vaikų sudominimo knyga metodai, būdai ir priemonės. Svarbu pažymėti, kad ikimokykliniame amžiuje vis dar anksti kalbėti apie vaikų savarankišką skaitymą. Todėl aktualinimas skaitymo pagalbininkų/tarpininkų aspektas. Tokiais tarpininkais gali būti visų pirma tėvai, visų antra – ugdymo specialistai.

### **1.3. Vaikų sudominimo knyga praktika ir metodai: Lietuvoje ir užsienyje atliktų tyrimų apžvalga**

Lietuvoje ir užsienyje atliekama vis daugiau empirinių tyrimų, susijusių su vaiko raštingumo ir kitų kognityvinių gebėjimų lavinimu. Mokslininkai siekia įvertinti, kokios metodikos ir kokie instrumentai geriausiai įtakoja vaiko susidomėjimą literatūra ir skaitymu.

Lietuvos autoriai A. Žičkevičienė ir A. Bagdonas (2020) analizavo tradicinių pasakų įtaką ikimokyklinio amžiaus vaikų kalbinių gebėjimų ugdymuisi. Kalbinti pedagogai teigiamai įvertino pasakos, kaip sudominimo knyga, reikšmę, tačiau atkreipė dėmesį, kad vaikų tėvai ne visada tęsia „gerąją“ pedagogų praktiką vaiko sudominimo knyga kontekste: dažnai jiems pritrūksta laiko, kantrybės ir/arba šiame kontekste pedagogai akcentuoja glaudesnę pedagogų ir šeimos bendradarbiavimą siekiant didesnio vaiko sudominimo knyga efektyvumo.

Autoriai L. J. Chapparo – Moreno, F. Reali ir C. Maldonado-Carreño (2017) tyrinėjo tyliųjų knygų poveikį orientuodamiesi į tai, kokią reikšmę daro vaiko kalbos kokybei, žodyno turtingumui (bendrą žodžių skaičių, leksinę įvairovę, sakinių skaičių ir vidutinį pasakojimo ilgį). Autoriai siekė išsiaiškinti, ar vaikai savarankiškai gali perskaityti bežodės knygas bei kokią įtaką šių knygų skaitymui turi ne tik mokytojai, bet ir šeimos nariai. Autoriai nustatė, kad šeimoje vaiko gebėjimas suvokti tyliųjų knygų esmę yra daug produktyvesnis su sąlyga, kad abu tėvai (pilnose) šeimose įtraukti į sudominimo procesą.

Vaikų įsitraukimą į pasakojimą bei socialinės vaizduotės ugdymą ištyrė J. T. Lysaker ir Z. A. Alicea (2016). Analizuojant atliktą bandymą vaikai, kurie dažniau naudojami socialine vaizduote, skaitė gyviau, plačiau naudojo linksniavimą, emocijas ir veikėjų balsus, taip pat jautė nuolatinį įsitraukimą į pasakojimo įvykį jam besivystant. Bandymas parodė, kad socialinės vaizduotės naudojimas yra labai svarbus siekiant suprasti istoriją. Pateikti atvejai parodė, kaip kitų žmonių minčių supratimas lemia sudėtingesnę mąstymą skaitytojo ir teksto analizavimo metu.

Autoriai B. Yalcitas-Sezgin ir D. Ulus (2017) analizavo elektroninių ir tradicinių knygų poveikį ikimokyklinio amžiaus vaikų motyvacijai skaityti. Autoriai identifikavo, kad vaikai, kurie skaito istorijas elektroninėse knygos, arba vaikai, kurie skaito individualiai, pagerina savo skaitymo ir rašymo įgūdžius geriau nei kitų kontrolinių grupių vaikai (kurie skaito taikant dialogų metodiką, klausosi audioknygų). Nustatyta, kad taikant elektronines knygas, gerėja vaiko bendras kalbos sąmoningumas bei žodžio atpažinimas. Be to, tyrimu atskleista, kad elektroninė knyga palaiko ankstyvą mažų vaikų raštingumą, motyvuoja vaikus skaityti knygas, padeda jiems susikaupti.

Vilma Beinartaitė (2022) siekė atskleisti pasakojamosios tautosakos naudą, reikšmę bei panaudojimo būdus ikimokyklinio amžiaus vaikų kalbinėms kompetencijoms ugdyti. Atlikus empirinį tyrimą paaiškėjo, kad pasakojamoji tautosaka skatina ikimokyklinio amžiaus vaikų susidomėjimą knyga su sąlyga, kad ugdymo procese sinchroniškai dalyvauja šeima ir ugdymo įstaiga. Autorės teigimu, vaiko sudominimo knyga procese didesnis vaidmuo priskirtinas šeimai.

## 2. Tyrimo rezultatų analizė

Siekiant išsiaiškinti kokius metodus ikimokyklinio ugdymo pedagogai taiko vaikams, norėdami sudominti juos knygomis 2024 metų kovo-balandžio mėnesiais atliktas kokybinis tyrimas. Kokybinio pusiau struktūrizuoto interviu parengtas remiantis mokslinės literatūros šaltinių analize. Tyrime dalyvavo šešios ikimokyklinio ugdymo pedagogės, kurių pedagoginis darbo stažas nuo 2 m. iki 46 metų (žr. 2.1 lentelė).

2.1 lentelė. Duomenys apie respondentus

Tiriamieji	Respondento lytis	Respondento kodavimas	Pedagoginis darbo stažas (metais)	Kvalifikacija
Stakliškių sen. Ikimokyklinių įstaigų pedagogai	Moteris	R3	2	Mokytoja
	Moteris	R2	4	Mokytoja
	Moteris	R1	7	Mokytoja
	Moteris	R4	20	Vyr. Mokytoja
	Moteris	R5	36	Vyr. Mokytoja
	Moteris	R6	46	Vyr. Mokytoja

Gauti atsakymai rodo, kad trys pedagogės turi mokytojos, kitos - vyr. mokytojos kvalifikaciją. Galima teigti, kad pusė respondentų turi didelį pedagoginį darbo stažą ir daug patirties dirbant su vaikais ikimokyklinio ugdymo įstaigose.

I. Jankauskienės ir U. Rinkevičiūtės (2015), ypatingai išskiriami ikimokykliniai vaiko gyvenimo metai, nes būtent tada išryškėja pažintiniai motyvai: vaikas nori daug sužinoti, išmokti skaityti, rašyti, pažinti save ir pasaulį. Jų teigimu knyga kartu formuoja ir vaiko dorovines vertybes. Todėl autorių teigimu, labai svarbu, kad ikimokyklinių ugdymo įstaigų pedagogai gebėtų sužadinti vaiko domėjimąsi knyga,



poreikį skaityti. 2.2 lentelėje atsispindi tyrime dalyvavusių pedagogių nuomonė apie vaikų sudominimo knyga naudą.

2.2 lentelė. Respondentų nuomonė apie vaikų sudominimo knyga naudą

Kategorijos	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Vaikų sudominimo knyga nauda	Žodyno ir vaizduotės lavinimas	„...plečia vaikų žodyną, lavina vaizduotę...“ (R1), „...ugdomi kalbos įgūdžiai...“ (R3), „...skaitymas lavina vaizduotę...“ (R5).
	Dėmesio ir pasaulėžiūros ugdymas	„...suteikia galimybę plėsti akiratį...“ (R2), „...ugdo dėmesio koncentraciją...“ (R4).
	Streso ir įtampos mažinimas	„...knyga gali teigiamai nuteikti vaiką...“ (R5), „...mažina stresą ir įtampą...“ (R1).
	Jausminio pasaulio ugdymas	„...ugdomas kūrybiškumas...“ (R6), „...formuojasi dvasinės vertybės...“ (R2), „...išgyvena daug emocijų...“ (R3).
	Elgesio normų formavimas	„...formuojasi vaiko vertybės...“ (R5), „...formuojasi emocinis stabilumas...“ (R2), „...padeda suprasti kas teisinga ir neteisinga, gera ir bloga...“ (5).
	Knygos reikšmė vaiko gyvenime	„...gauna daug žinių...“ (R6), „...jeigu knygomis susidomės vaikystėje, tikimybė, kad knygas skaitys ateityje.“ (R3), „...puiki galimybė tobulėti...“ (R4).

Analizuojant gautus rezultatus galima teigti, kad domėjimasis knygomis ir jų nauda vaikui, pedagogų nuomone, yra labai didelė. Pedagogai teigia, jog knygos pagalba lavinamas vaiko žodynas ir vaizduotė. Knygos dėka ugdomas vaiko bendravimas ir pasaulėžiūra, leidžia vaikui mažinti stresą ir įtampą, ugdo jausminį vaiko pasaulį. Formuojamos vaiko elgesio normos, kas leidžia jam skirti gerą elgesį nuo blogo ir suprasti, kas gyvenime yra teisinga arba netoleruojama. Anot I. Jankauskienės ir U. Rinkevičiūtės (2015), susidomėjimas knyga lavina ne tik kognityvinius vaiko gebėjimus, bet kartu ugdo tautinį identitetą, formuojamos vaiko dorovinės nuostatos, skatinamas vaiko kūrybiškumas. Taip pat domėjimasis knygomis teigiamai veikia ne tik vaiko dabartį, bet ir ateitį.

Apibendrinant galima teigti, kad pedagogų pateikti atsakymai, sutampa su O. Bielovos (2021) teiginiais, kad vaiko susidomėjimas knygomis gali veikti raminančiai, paėmęs knygą į rankas gali atsipalaiduoti ir pasinerti į vaizduotės pasaulį. Taip pat suteikia puikią galimybę ugdyti jo kognityvinius gebėjimus, bei suformuoti tinkamas vaiko gyvenimo vertybes, deramą elgesį su aplinkiniais.

Tyrimo metu taip pat buvo aktualu sužinoti respondentų nuomonę apie tai, kokie veiksniai įtakoja vaikų susidomėjimą knygomis. Kaip teigia autorės B. Kreiviniienės ir kt. (2021), ikimokyklinio amžiaus vaiko raidoje svarbi ir asmeninė vaiko adaptavimosi prie aplinkos patirtis, tarpininkų – tėvų ir pedagogų pagalba, aktyvus jų dalyvavimas ir tarpusavio bendradarbiavimas vaiko gyvenime. Veiksniai, įtakojantys vaikų susidomėjimą knygomis, respondentų požiūriu, atsispindi 2.3 lentelėje.

2.3 lentelė. Veiksniai, įtakojantys vaikų susidomėjimą knygomis

Kategorijos	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Veiksniai, įtakojantys vaikų susidomėjimą knygomis	Tėvų įtaka	„...tėvų pavyzdys domėtis knygomis...“ (R2), „...tėvų skaitymas vaikui...“ (R4), „...drauge su tėvais knygų vartymas ir aptarimas...“ (R5).
	Pedagogų skatinimas ir pavyzdys	„...mokytojų pavyzdys...“ (R6), „...svarbus pedagogo pavyzdys...“ (R1).
	Knygos iliustracijos	„...dėmesį patraukia knygos iliustracijos...“ (R3), „...įdomus ir įtraukus knygos siužetas...“ (R2).

	Lankymasis bibliotekose ir knygynuose	„...motyvuoja lankymasis bibliotekose...“ (R5), „...lankymasis knygų pristatymuose...“ (R1), „...ėjimas į knygynus...“ (R3).
--	---------------------------------------	--

Apklaustųjų nuomone, vienas pagrindinių aspektų - tai tėvų įtaka, kad drauge kuo daugiau vartytų, skaitytų knygas ir jas aptarinėtų: „...tėvų pavyzdys domėtis knygomis...“, „...tėvų skaitymas vaikui...“, „...drauge su tėvais knygų vartymas ir aptarimas...“. Kitas svarbus veiksnys, kad ugdymo įstaigose knygomis skatintų domėtis jos mokytojas ir rodytų pavyzdį: „...mokytojų pavyzdys...“, „...svarbus pedagogo pavyzdys...“. Tačiau, respondentų nuomone, yra svarbu ir pati knyga, jos iliustracijos, kurios patraukia vaikų dėmesį ir skatina jų susidomėjimą: „...dėmesį patraukia knygos iliustracijos...“, „...įdomus ir įtraukus knygos siužetas...“. Mokytojai taip pat pabrėžia, kad svarbu yra lankytis knygynuose ar bibliotekose: „...motyvuoja lankymasis bibliotekose...“, „...lankymasis knygų pristatymuose...“, „...ėjimas į knygynus...“.

Apibendrinant galima teigti, kad vaikus nuo mažens labiausiai motyvuoja domėtis knygomis tėvai. Tėvai – pirmasis suaugęs žmogus, iš kurio vaikas ima pavyzdį nuo pačių pirmųjų savo gyvenimo akimirku. Kaip teigia autoriai E. Guichot-Muñoz, G. De Sarlo ir E. Ledesma-Gobeia (2020) knygos skaitymas drauge ar kitaip „skaitymas glėbyje“ puikus būdas ir pretekstas užmegzti tėvams su vaikais tarpusavio ryšį.

Ypač svarbu, jog ikimokyklinės vaikų ugdymo grupės pedagogas gebėtų įvardinti knygos ugdomąją reikšmę vaikui. Tyrimo duomenys pateikti 2.4 lentelėje.

2.4 lentelė. Knygos ugdomoji reikšmė vaikui

Kategorijos	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Knygos ugdomoji reikšmė vaikui	Ugdomos kompetencijos	„...plečiama komunikavimo kompetencija...“ (R5), „...skatinama pažinimo kompetencija...“ (R4), „...ugdoma meninė kompetencija...“ (R1), „...ugdomas kūrybiškumas...“ (R3).
	Lavinamas ir plečiamas vaiko žodynas	„...knygos pagalba plečiamas žodynas...“ (R3), „...lavinamas vaiko žodynas...“ (R2), „...vystosi vaiko kalba...“ (R6).
	Ugdomos vaiko vertybės	„...ugdo dorovines vertybes...“ (R2), „...padeda vaikui skirti kas gera ir bloga...“ (R5), „...mokosi pagarbaus endravimo...“ (R1).
	Plečiama pasaulėžiūra	„...skatinamas smalsumas ir žingeidumas...“ (R6), „...padeda pažinti aplinką...“ (R4), „...padeda pažinti jį supantį pasaulį...“ (R1).
	Padedą reikšti emocijas	„...laisviau reiškia emocijas...“ (R2), „...išmoksta laisviau reikšti jausmus...“ (R5).

Pedagogių teigimu, knygos pagalba yra ugdomos vaiko kompetencijos: „...plečiama komunikavimo kompetencija...“, „...skatinama pažinimo kompetencija...“, „...ugdoma meninė kompetencija...“, „...ugdomas kūrybiškumas...“. Labai svarbu vaiko kalbiniams gebėjimams, nes plečiamas ir lavinamas vaiko žodynas: „...knygos pagalba plečiamas žodynas...“, „...lavinamas vaiko žodynas...“, „...vystosi vaiko kalba...“. Kitas respondentų teigimu svarbus aspektas - yra ugdomos vaiko vertybės: „...ugdo dorovines vertybes...“, „...padeda vaikui skirti kas gera ir bloga...“, „...mokosi pagarbaus bendravimo...“. Taip pat padeda vaikui pažinti jį supantį pasaulį ir aplinką, plečiama pasaulėžiūra: „...skatinamas smalsumas ir žingeidumas...“, „...padeda pažinti aplinką...“, „...padeda pažinti jį supantį pasaulį...“. Be viso to skaitydamas knygas, pedagogių teigimu, knyga vaikui padeda reikšti emocijas: „...laisviau reiškia emocijas...“, „...išmoksta laisviau reikšti jausmus...“.

Apibendrinant gautus duomenis, galima teigti, kad knygos ugdomoji reikšmė yra labai svarbi ir vertinga vaiko gyvenime ir jo vystymuisi. Jos dėka plečiamas vaiko žodynas, ugdomos kompetencijos, formuojamos teigiamos vertybės, taip pat puiki pagalba išmokti reikšti jausmus.

Tyrimo metu, pedagogų atsakymai parodė, kokia reikšminga vaiko gyvenime yra knyga ir kiek ji duoda naudos. Todėl labai svarbu yra išsiaiškinti, kokiais metodais to galima pasiekti. Respondentų atsakymai pavaizduoti 2.5 lentelėje.

2.5 lentelė. Vaikų sudominimo knyga metodai

Kategorijos	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Vaikų sudominimo knyga metodai	Knygų aptarimas su vaikais	„...aptariame knygos siužetą...“ (R5), „...vaikai skatinami atpasakoti išgirstą istoriją...“ (R4), „...supažindinimas su knyga sužadina vaikų dėmesį...“ (R1).
	Skaitymo kampelis grupėje ir mokoma pagarba knygai	„...grupės patalpoje įrengta maža bibliotekėlė...“ (R2), „...grupėje yra skaitymo kampelis...“ (R1), „...mokau vaikus gražiai elgtis su knyga...“ (R4), „...vaikai mokomi neplėšyti knygelių...“ (R5), „...kartu klijuojam suplyšusias knygeles...“ (R6).
	Lankymasis bibliotekoje	„...mėgstame lankytis bibliotekoje...“ (R2), „...su vaikais einame į miestelio biblioteką...“ (R3), „...lankymasis bibliotekoje leidžia pamatyti knygų įvairovę...“ (R5).
	Skaitymas įvairiose veiklose ir tinkama intonacija	„...raiškiai skaitau vaikams...“ (R1), „...skaitau pasakas prieš miegą...“ (R2), „...knygos skaitymas pagal savaitės temą...“ (R6), „...skaitau su intonacija...“ (R5).
	Vaidinimai pagal knygos pasakojimą	„...vaidinimai pagal išgirstą istoriją...“ (R3), „...mėgstame su vaikais vaidinti...“ (R2).
	Naudojimas pagalbinių priemonių sudominti knyga	„...supažindinimui su knyga naudoju pirštukines lėles...“ (R1), „...mėgstu persirengti knygos personažus...“ (R2), „...paskatinti susidomėjimą panaudoju lėlę ar kitą žaislą...“ (R5).
	Iliustruotų knygų naudojimas	„...stengiuosi, kad būtų kuo daugiau paveikslėlių...“ (R6), „...svarbu, kad būtų kuo daugiau iliustracijų...“ (R4), „...renkuosi knygas su daug paveikslėlių, nes vaikai nemoka skaityti...“ (R1).

Respondentų teigimu yra svarbu knygos aptarimas, kas leidžia vaikus supažindinti su knyga ir taip sužadinti jų susidomėjimą. R. Rezzonico (2015) teigimu knygos aptarimas, padeda palaikyti pokalbį su suaugusiuoju, skatinamas samprotauti ir interpretuoti, šio proceso metu lavėja vaiko žodynas. J. T. Lysaker ir Z. A. Alicea (2016) ištyrė vaikų įsitraukimą į pasakojimą bei socialinės vaizduotės ugdymą. Išanalizuotas atliktas bandymas parodė, kad tie, kurie dažniau naudojosi socialine vaizduote, skaitė gyviau, plačiau naudojo linksniavimą, emocijas ir veikėjų balsus, taip pat jautė nuolatinį įsitraukimą į pasakojimo įvykį jam besivystant. Be to labai svarbu, kad grupėje būtų lengvai pasiekiamos knygelės vaikams, bei ugdoma meilė ir pagarba knygai tinkamai su ja elgiantis. Mokytojų teigimu, svarbu lankytis švietėjiškose įstaigose, tokiose kaip bibliotekose ar knygynuose, kur galėtų išsirinkti knygą pagal savo poreikius. Anot autorių I. Jankauskienės ir U. Rinkevičiūtės (2015), vaikas, tai asmenybė, kuri stebi, kas vyksta aplinkui jį. Todėl visos vaikų sritys susijusios su kalbėjimu – skaitymas, rašymas, klausymasis ir bendravimas – gali būti tobulinamas ir šioje erdveje. Kadangi susidomėjimas knygomis gali būti puikus būdas vaikams tapti skaitytojais, kiekvienoje ikimokyklinio amžiaus vaikų grupėje, kuri puoselėja vaikų kūrybiškumą galima rasti dėmesį patraukiančią bibliotekėlę, pilną spalvingų ir įdomių knygelių. Be to, autorių teigimu, svarbu, kad ir darželiai turėtų savo bibliotekas, kurios taptų mėgstama vaikų erdve, kur norėtų leisti savo laiką.

Svarbus raiškus ir su intonacija knygos skaitymas, bei jos pritaikymas kitose veiklose. Dalis mokytojų mėgsta perskaičius knygą, kartu su vaikais suvaidinti pagal išgirstą pasakojimą. Iš pateiktų atsakymų galima pastebėti, kad respondentų nuomonė sutampa su garsaus pedagogo K. Urbos (2016) siūlymu, jog knygos sudominimo procese reikėtų taikyti teatrinį (dramatizacijos) metodą, kuris skatintų, dar didesnę vaiko susidomėjimą knyga. Kadangi teatrinis metodas leidžia vaikams atsiriboti nuo įprasto jų gyvenimo ir įsikūnyti į norimą perteikti personažą, tuo pačiu metu lavėja vaiko vaizduotė bei kalba. Taip pat, respondentų teigimu, knygos sudominimui duoda naudos ir pagalbinių priemonių pasirinkimas pristatant knygą. Šios priemonės sužadina didesnę vaikų susidomėjimą, kadangi į veiklą įtraukiama jiems įdomesnės priemonės ir knygos skaitymas būna kitoks nei visada. Pusė tyrime dalyvavusių pedagogų

teigia, kad svarbu, joki knygoje būtų daug paveikslėlių, nes tai vaikams labai patinka. Kaip akcentuoja autoriai K. Urba (2016), O. Bielova (2021), I. Jankauskienė, U. Rinkevičiūtė (2015) ir kt., labai svarbu yra ir skaitymo būdo pasirinkimo svarba. Skaityti reikia išraiškingai ir raiškiai, kad girdimas vaiko tekstas būtų papildytas iliustracijomis (paveikslėliais), leisti vaikui žiūrėti, analizuoti paveikslėlius ir į juos gilintis tiek, kiek jis nori kas leistų jam sutapatinti girdimą pasakojimą su matomu vaizdu: taikyti klausimo/atsakymo modelį: „*ką matai šiame paveikslėlyje? Kur yra vienas ar kitas veikėjas?*“ ir pan. Todėl galima teigti, kad parinktos knygos su kuo daugiau iliustracijų yra patrauklios, kadangi ugdo vaizduotę, atmintį, susikaupimą, mąstymą.

Apibendrinant tyrimo rezultatus, galima teigti, kad mokytojai naudoja daug įvairių metodų siekiant sudominti vaikus knygomis. Labai svarbu knygos išvaizda, kuri patraukia vaiko dėmesį. Svarbūs ir metodai, kad pažadintų vaiko susidomėjimą knyga: ėjimas į biblioteką, pagalbinių priemonių naudojimas knygos pristatymui, drauge paskaičius knygą jos aptarimas, vaidinimai pagal jos siužetą, knygų naudojimas įvairiose veiklose (pagal savaitės temas, knygų skaitymas prieš miegą). Be to labai svarbu, kad grupės patalpose būtų mažos bibliotekėlės, kad vaikai knygas galėtų pasiekti jiems patogiu metu. Kaip teigia respondentai, taip pat labai svarbu ugdyti vaiko pagarbą ir meilę knygai, kas leis jausti glaudesnę ryšį.

### Išvados

1. 3-5 m. vaiko amžius priskiriamas prie ikimokyklinio ir pasireiškia vaiko noru pažinti ir suprasti supantį pasaulį, o besiformuojantys kognityviniai gebėjimai – rašymas, skaitymas, kalbėjimas ir kt. yra vaiko įrankis tame procese.
2. 3-5 metų vaiko sudominimas knyga yra kompleksinis procesas, kuriame dalyvauja tėvai, pedagogai ir kiti vaiko gerove ir ugdymo pasiekimais suinteresuoti asmenys. Bendriausia prasme, sudominimas knyga yra proceso, vadinamo susipažinimu su literatūra, dalis. Susipažinimas su literatūra formuoja vaiko ankstyvojo ugdymo(-si) kompetencijas bei dorovines vertybes, ugdo tautinį identitetą, skatina kūrybiškumą.
3. Sudominimo knyga procese gali būti taikomi skirtingi metodai ir priemonės: dialoginis skaitymas, audio knygų klausymasis, paveikslėlių ir be žodinių knygų skaitymas, elektroninių knygų skaitymas.
4. Pedagogai taiko įvairius metodus sudominti vaiką knyga, tokius kaip: knygų aptarimas, skaitymo kampelių grupėse įrengimas, bibliotekų lankymas, knygų pritaikymas įvairiose veiklose (pagal savaitės temas, skaitymas prieš miegą), pagalbinių priemonių (pirštukinės ir kitos lėlės, persirengimas knygos personažu) naudojimas, daro vaidinimus, naudoja knygas su iliustracijomis. Pedagogų teigimu, neįmanoma išskirti vieno konkretaus metodo, kad sudomintų vaikus knygomis ikimokyklinėje ugdymo įstaigoje, nes kiekvienas vaikas individualus, kaip ir jo pomėgiai.

### Literatūros ir kitų informacinių šaltinių sąrašas

1. Barnes, E., Pucconi, J. (2017). *Shared book reading and preschool children's academic achievement: Evidence from the Early Childhood Longitudinal Study—Birth cohort*. Inf Child Dev, 26, p.1-19. <https://doi.org/10.1002/icd.2035> Copyright © 2017 John Wiley & Sons, Ltd. [wileyonlinelibrary.com/journal/icd1of19](http://wileyonlinelibrary.com/journal/icd1of19).
2. Beinartaitė, V. (2022). *Pasakojamosios tautosakos panaudojimas ugdant ikimokyklinio amžiaus vaikų kalbinę kompetenciją*. Kauno kolegija: Kaunas.
3. Bielova, O. (2021). *Vyresniojo ikimokyklinio amžiaus vaikų, turinčių kalbos sutrikimų, kalbinio pasirengimo mokyklai komponentų raidos situacija*. *Specialusis ugdymas*, 1 (42), p.137-189. DOI: 10.15388/se.v1i42.528
4. Burvytė, S. (2016). *Tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus vaikus, pozityviosios tėvystės suvokimas*. Socialinė partnerystė ir inovacijos, 2016, t. 44, Nr. 3, p. 36–57.
5. Chapparo-Moreno, L. J., Reali, F. ir Maldonado-Cerreno, C. (2017). *Wordless picture books boost preschoolers' language production during shared reading*. *Early Childhood Research Quarterly*, 40, 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2017.03.001>
6. Gardner-Neblett, N., ir Iruka, I. (2015). *Oral narrative skills: Explaining the language-emergent literacy link by race/ethnicity and SES*. DOI: [10.1037/a0039274](https://doi.org/10.1037/a0039274)
7. Guichot-Munoz, E., DQ Carlo, G. ir Ledesma-Gobeia, E. (2020). *Let Me Tell You: Experiences with Silent Books in a Framework of Early Literacy*. Prieiga per internetą:

8. Yalcitas-Sezgin, B. & Ulus, D. 2017. *The Early Literacy at Preschool Education: The Book or the E-Book?* TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology – October 2017, volume 16 issue. Prieiga per internetą: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1160604.pdf>
9. Jankauskienė, I. Rinkevičiūtė, U. (2015). *Priešmokylinio amžiaus vaikų literatūrinio ugdymosi galimybės Kauno kolegijos Justino Vienožinskio menų fakultetas*. Prieiga per internetą: <https://core.ac.uk/download/pdf/75821382.pdf>
10. Kreiviniene, B., Vaišvilaitė, V., Miškinė, V., Kasparavičienė, A. (2021). *Vaikų, turinčių negalių, savarankiškumo formavimas: didesnių galimybių link*. DOI: 10.15181/tbb.v86i1.2262
11. Lysaker, J. T. , Shaw, K. & Alicia Z. A. (2016) *Emergent reading comprehension: Social imagination and kindergarteners' readings of a wordless picture book*. The Australian Journal of Language and Literacy. DOI <https://doi.org/10.1007/BF03651977>
12. Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministro 2023 m. rugsėjo 4 d. Įsakymas Nr. V-1142 „Dėl ikimokyklinio ugdymo programos gairių patvirtinimo“. TAR, 2024-01-05, Nr. V-131
13. Meng, C. (2015). *Home Literacy Environment and Head Start Children's Language Development: The Role of Approaches to Learning*. *Early Education & Development*, 26(1). Prieiga per internetą: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,url,uid&db=eric&AN=EJ1044524&site=ehost-live&custid=ns195314>
14. Urba, K. (2016). *Vaikų literatūros sistemos formavimasis iki XIX amžiaus: Vilnius*. Vilniaus universiteto leidykla.
15. Vygotsky, L. S. (1966). *The game and its role in the mental development of the child*. *Psychology issues*, 6, 5-11. Vilnius: Enciklopedija.
16. Žičkevičienė, A., Bagdonas, A. (2020). p.162. *Pasakų reikšmė ugdant kalbinius įgūdžiai ikimokykliniame amžiuje*. „Mokslas – Verslas – Visuomenė: dabartis ir ateities įžvalgos V“ (KVK, 2020-09-29) pranešimų pagrindu parengti straipsniai, p.162-168.
17. Žukauskienė, R. (2012). *Raidos psichologija: integruotas požiūris*. Vilnius: Margi raštai.

# PREKYBA ŽMONĖMIS

*Sandra Kirtiklytė*

*Lekt. Arūnas Žukauskas*

Marijampolės kolegija

## Anotacija

Šiame straipsnyje analizuojami esminiai aspektai, susiję su prekyba žmonėmis. Šiuo straipsniu siekiama aptarti prekybos žmonėmis sampratą, jos rūšis ir ypatumus bei principus. Taip pat sužinoti prevencines priemones bei organizacijas, kurios kovoja su prekyba žmonėmis.

Raktažodžiai: baudžiamoji teisė, prekyba žmonėmis, vergovė, nelegali prekyba.

## Įvadas

**Temos aktualumas:** Prekyba žmonėmis yra didelė ir sudėtinga problema, kuri veikia milijonus žmonių visame pasaulyje. Ši tema yra labai svarbi, nes ji susijusi su žmogaus orumu, teisėmis ir saugumu. Prekyba žmonėmis – tai šiuolaikinė vergovė, kuri yra nesuprantama XXI amžiaus žmogui, gyvenančiam teisinėje valstybėje. Šia vergove – nusikaltimu – pažeidžiamos prigimtinių žmogaus teisių – teisiniai gėriai (vertybės), kurie įtvirtinti daugelio šalių konstitucijose ir tarptautiniuose teisės aktuose. Ne išimtis ir Lietuvos Respublikos Konstitucija, kurios 21 straipsnio 1 dalyje nurodyta, kad „žmogaus asmuo neliečiamas“. Jungtinių Tautų Organizacijos Generalinės Asamblėjos 1948 m. gruodžio 10 d. priimtos Visuotinės žmogaus teisių deklaracijos 4 straipsnyje įtvirtinta, kad „niekas negali būti laikomas vergijoje ar nelaisvas; visų formų vergija ir prekyba vergais yra draudžiama.“ Prekyba žmonėmis varžo ne tik žmogaus fizinę, bet ir valios laisvę, todėl šis socialinis reiškinys yra kriminalizuotas Lietuvos Respublikos Baudžiamajame kodekse, numatančiame atsakomybę už prekybą žmonėmis. Ši veika apima veiklą, kurioje žmonės yra išnaudojami per jėgą, sukčiavimą arba kitokius manipuliacijos būdus. Ši išnaudojimo forma gali apimti prostituciją, priverstinį darbą, vergovę, organų prekybą ir kitas nepriimtinas praktikas.

Svarbu išryškinti, kad prekyba žmonėmis nėra tik tolimų šalių problema. Ji egzistuoja ir veikia netoli mūsų. Remiantis Vidaus Reikalų ministerijos duomenimis, kurie rodo, kad: „2022 m. buvo pradėta 12 naujų ikiteisminių tyrimų dėl vidaus ir tarptautinės prekybos žmonėmis pagal Lietuvos Respublikos baudžiamojo (toliau – BK) kodekso 147 straipsnį (dėl prekybos žmonėmis), 147<sup>1</sup> straipsnį (dėl išnaudojimo priverstiniam darbui ir paslaugoms) ir 157 straipsnį (dėl vaiko pirkimo ar pardavimo). 2022 m. Lietuvoje buvo vykdoma 30 ikiteisminių tyrimų, pradėtų 2015–2022 m. dėl vidaus ir tarptautinės prekybos žmonėmis. Paminėtina, kad 2017–2022 m. buvo stebimas prekybos žmonėmis srityje atliekamų ikiteisminių tyrimų mažėjimas. 2022 m. ikiteisminių tyrimų padaugėjo.“ Nors skaičiai nėra masiškai dideli, bet kalbant apie veikos sunkumą ir traumas, kurias patiria nukentėję žmonės, šie skaičiai džiaugsmo taip pat nekelia. Taip pat šie skaičiai nėra pilnai tikslingi, nes ne visos aukos, kurios yra susidūrę su prekyba žmonėmis kreipėsi į teisėsaugos institucijas ar organizacijas, kurios kovoja būtent su šia veika. Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo teisėjas Aurelijus Gutauskas kalbėjo, jog sunku tiksliai nustatyti, kiek žmonių yra šiuolaikinės vergovės aukos, nes žmonių išnaudojimas slepiamas už kitų nusikalstamų veikų, tokių kaip prostitucija, nelegali migracija, nusikaltimai nuosavybei. „Žmonės išnaudojami įvairiais būdais ir įtraukiami į kitokias neteisėtas veiklas, dėl to pasunkėja prekybos žmonėmis atvejų identifikavimas, jie nėra registruojami kaip tokie. Prekybos žmonėmis nacionalinių teisinių apibrėžimų skirtumai trukdo palyginti ir įvertinti bendras prekybos žmonėmis tendencijas ir naudojamus modelius visoje ES“, – komentavo A. Gutauskas.

## 1. Prekyba žmonėmis samprata

Remiantis Lietuvos Respublikos baudžiamojo kodekso 147-uoju straipsniu prekyba žmonėmis apibrėžiama taip: „<...> pardavimas, pirkimas, kitoks perleidimas ar įgijimas, verbavimas, gabenimas ar laikymas nelaisvėje žmogaus, panaudojant fizinį smurtą ar grasinimus arba kitaip atimant galimybę priešintis, arba pasinaudojant nukentėjusio asmens priklausomumu ar pažeidžiamumu, arba panaudojant apgaulę, arba priimant ar sumokant pinigų, arba gaunant ar suteikiant kitokią naudą kitam asmeniui, kuris faktiškai kontroliuoja nukentėjusį asmenį, jeigu kaltininkas žino arba siekia, kad nukentėjęs asmuo, nesvarbu, ar jis sutiko, būtų išnaudojamas vergijos ar panašiomis į vergiją sąlygomis, prostitucijai, pornografijai ar kitoms seksualinio išnaudojimo formoms, priverstinei, fiktyviai santuokai, priverstiniam darbui ar paslaugoms, įskaitant elgetavimą, nusikalstamų veikų darymą arba kitus išnaudojimo tikslus.“ Trumpiau tariant, tai žmonių verbavimas, gabenimas, perdavimas, slėpimas ar įtraukimas naudojant jėgą, apgaulę ar sukčiavimą, siekiant juos išnaudoti pasipelnymo tikslais.

Pasak A. Gutausko, vergijos reiškinyje moderniuoju periodu yra įgavęs keletą naujų pavidalų, tačiau išliko jos pagrindinis bruožas – žmogaus laisvės suvaržymas. „Neretai vergovės aukos užverbuojamos, išvežamos arba apgyvendinamos jėga, prievarta ar apgaule, visai išnaudojamos (taip pat ir seksualiai), verčiamos dirbti, teikti paslaugas, elgetauti, nusikalsti ar atiduoti vidaus organus. Prekyba žmonėmis yra žmogaus teisių pažeidimas ir nusikaltimas žmogaus laisvei, orumui ir vientisumui. Nors visame pasaulyje prekyba žmonėmis yra pripažinta kaip nusikalstama ir nelegali veikla, tačiau tai tebėra viena sparčiausiai augančių organizuoto tarptautinio nusikalstamumo formų“, – aiškino LAT teisėjas.

## 2. Prekybos žmonėmis rūšys

Kalbant apie prekybos žmonėmis rūšis, jų tikrai rasime ne vieną. Prekyba žmonėmis apima platų spektrą veiksmų, kurie apima žmonių išnaudojimą įvairiais būdais. Tai gali būti seksualinio išnaudojimo, priverstinio darbo, vergovės, organų prekybos ir kitų formų. Visos šios formos yra žeminančios ir daromos prieš žmogaus valią. Pagrindinės prekybos žmonėmis rūšys:

**Prekyba žmonėmis seksualiniam išnaudojimui:** viena labiausiai paplitusių prekybos žmonėmis formų. Tai asmens išnaudojimas seksualinių paslaugų teikimui. Dažnai, tačiau tikrai ne visada, prekeivių taikiniu tampa socialiai pažeidžiami asmenys. Jiems yra pažadamas lengvas darbas užsienyje, kartais – ir jų šalyje. Dalis į prekybos žmonėmis tinklą patenkančių asmenų jame atsiduria šantažo, prievartos keliu. Jiems nuolat grasinama, naudojamas fizinis smurtas, įvairios manipuliacinės priemonės, padedančios ne tik įtraukti, bet ir išlaikyti asmenis šiame versle. Šiandien seksualinių paslaugų sektorius, kuriame yra priverstos dirbti aukos, yra labai platus.

**Išnaudojimas prostitutijai** - tai asmens vertimas teikti seksualines paslaugas už atlygį, kurį visą ar jo dalį pasisavina išnaudojantis asmuo, arba kitokiems išnaudojančio asmens interesams patenkinti. Šiuo atveju atlygis gali būti tiek piniginis, tiek kitoks materialinis atlygis, pvz., mainais į narkotines medžiagas ir pan.

**Išnaudojimas pornografijai** - tai asmens panaudojimas gaminant ar platinant pornografinio turinio dalykus, kuriuose atvirai ir detalai rodomas tikras ar suvaidintas lytinis aktas, lytiniai organai, masturbacija arba lytiniai iškrypimai (pedofilija, sadizmas, mazochizmas, zoofilija, nekrofilija ir kt.), ir tai yra pagrindinis to dalyko tikslas, siekiant iš to gauti pajamų.

**Išnaudojimas priverstinėms santuokoms** – tai asmens išnaudojimas santuokos sudarymui, siekiant socialinių ar finansinių garantijų užtikrinimo. Pasitelkiant prievartą ir šantažą, sukuriama iliuzija apie laimingą šeimyninį gyvenimą, pažadant dideles pinigų sumas žmonės yra priverčiami sudaryti santuoką su užsienio šalių piliečiais. Tačiau dažniausiai sutartas užmokestis yra nesumokamas, arba sumokama gerokai mažesnė pinigų suma, o pažadėta meilė ir laimingas gyvenimas virsta nuolatiniu smurtu ir patyčiomis be galimybės ištrukti. Neretais atvejais asmenys santuokos tikslais, to patys nežinodami, yra išvežami į užsienį, iš jų atimami visi asmens dokumentai, jie yra priversti gyventi nuolatiniu smurto ir psichologinio išnaudojimo sąlygomis. Be to, asmenys, kurie susidomi potencialiai lengvu uždarbiu ir savo noru sutinka sudaryti santuoką dėl anksčiau minėtų priežasčių, dažnai nesupranta, kad net ir tokiu atveju jie vykdo nusikaltimą, už kurį jiems gresia baudžiamoji atsakomybė.

**Priverstinis darbas**- asmens išnaudojimas, kai jis yra priverstas dirbti per daug valandų už minimalų atlyginimą arba net gauti jokią atlyginimą. Tai gali apimti įvairias sritis, kaip žemės ūkis, statyba, pramonės sektoriai ir t.t.

**Priverstinis vergovės darbas**- – asmens išnaudojimas darbo tikslais. Žmonės, susidomėję potencialiai lengvu ir gerai apmokamu darbu Lietuvoje ar užsienyje, dažnai patenka į prekybos žmonėmis tinklus. Prievartos ar apgaulės būdu asmenys atsiduria labai įvairiuose darbo sektoriuose, kuriuose yra priversti dirbti vergiškomis sąlygomis. Dažnai jiems vis žadamas, tačiau niekada nesumokamas atlyginimas, jie gyvena atokiose, sunkiai pasiekiamose vietose, iš kurių savarankiškai ištrukti yra labai sunku. Be to, vergiškomis sąlygomis dirbantys žmonės dažnai nemoka vietinės kalbos, todėl jiems yra sudėtinga prašyti pagalbos. Dažniausiai jie dirba be jokių darbo sutarčių, neterminuotas darbo valandas, neturi jokių socialinių garantijų, yra priversti gyventi itin sudėtingomis sąlygomis. Norint juos išlaikyti darbo vietose yra grasinama, priverstinai pasirašomi fiktyvūs darbo kontraktai, apribojamas bendravimas su artimaisiais ar kitais visuomenės nariais. Vergiško darbo atvejais dažnai sutinkami žemės ūkio, statybų, žuvininkystės, paslaugų sektoriuose, tačiau tokia žmonių išnaudojimo forma egzistuoja ir daugelyje kitų sričių. Pažadant lengvą būdą greitai ir lengvai užsidirbti daug pinigų arba pasitelkiant įvairius grasinimų būdus į vergiško darbo tinklą gali būti įtraukti tiek vyrai, tiek moterys, tiek vaikai.

**Išnaudojimas nusikalstamoms veikoms daryti** - tai asmens vertimas užsiimti kišenvagystėmis, vagystėmis, prekyba narkotikais ir kita nusikalstama veika, už kurią taikomos sankcijos ir kuri susijusi su finansiniu išnaudojančių asmenų pasipelnymu.

**Organų prekyba**- tai nelegalūs žmonių organų ar jų dalių „mainai“, dažnai vykdomi prieš žmogaus valią ar jam neturint kitos išeities. Organų prekeiviai dažniausiai naudoja kelis skirtingus būdus, siekdami prisivilioti žmones. Asmenys gali būti priversti atiduoti savo organus ar jų dalis (pvz., už skolas) arba tai gali būti iš jų išviliota apgaulės būdu. Antras būdas – tai asmens sutikimo organų pardavimui gavimas, už tai pažadant nemenką atlygį, tačiau vėliau jo nesumokant ar sumokant daug mažesnę, nei sutarta, sumą. Pagrindiniai organai, kuriuos siekia gauti suinteresuotos grupuotės, yra kepenys, plaučiai ir inkstai, tačiau svarbu pažymėti, kad bet kuris žmogaus organas, kuris gali būti pašalintas iš kūno ir panaudotas, gali tapti prekeivių žmonėmis taikiniu.

**Vaikų prekyba**- Tiesioginis seksualinis išnaudojimas arba vaikų seksualinio išnaudojimo vaizdų / pornografijos platinimas virtualioje ar realioje erdvėje. Šiuo atveju aukomis dažniau tampa mergaitės, tačiau berniukai taip pat gali nukentėti.

Vaikų prekybos rūšys: išnaudojimas vergijos ar kitomis į vergiją panašiomis sąlygomis, kai vaikai verčiami atlikti namų ruošos darbus, prižiūrėti mažus vaikus; priverstinis darbas ar paslaugos, liepiant vaikams valyti, dirbti restoranuose, statybos aikštelėse arba gamyklose, kur gaminamos legalios arba nelegalios prekės. Vaikai taip pat gali būti verčiami prašyti išmaldos, elgetauti; priverstinė nusikalstama veikla, kai vaikai verčiami užsiimti smulkiomis vagystėmis, platinti arba prekiauti narkotikais, sukčiauti; vaiko vidaus organų pardavimas, donorystė; įvaikinimas, kai asmenys perka sūnų arba dukrą; priverstinė santuoka.

### 3. Prevencija

Baudžiamoji atsakomybė už prekybą žmonėmis ir su ja susijusiomis veikomis Lietuvoje pirmą kartą nustatyta 1998 metais, papildžius Baudžiamąjį kodeksą atitinkamu straipsniu. 2003 metais įsigaliojo naujasis Baudžiamasis kodeksas, kuriame, be bendrosios, pateikta ir specialioji norma, skirta apsaugoti asmenis iki 18 metų amžiaus, tai yra vaikus. 2005 nustatyta baudžiamoji atsakomybė ir juridiniam asmeniui, taip pat baudžiamoji atsakomybė už kitus su prekyba žmonėmis susijusius nusikaltimus, pavyzdžiui, pelnymąsi iš kito asmens prostitucijos, įtraukimą į prostituciją, išnaudojimą priverstiniam darbui, neteisėtą žmonių vežimą per valstybės sieną. Administracinių nusižengimų kodeksas (įsigaliojo 2017 m.) nustato atsakomybę už vertimąsi prostitucija ir naudojimąsi prostitucijos paslaugomis už atlygį.

Vyriausybė 2002 metais patvirtino Prekybos žmonėmis kontrolės ir prevencijos pirmąją 2002–04 programą, 2005 – antrąją (2005–08 metams), 2009 – trečiąją (2009–12 metams). Prekybos žmonėmis prevencijos ir kontrolės koordinavimas vyko per pakopiniu principu veikiančią sistemą. Pirmąją pakopą sudarė Vidaus reikalų ministerija, kuri rengė Programą, kontroliavo ir koordinavo jos įgyvendinimą, kasmet teikė Vyriausybei ataskaitas apie Programos vykdymą. Antroji pakopa – 2010 vidaus reikalų ministro įsakymu sudaryta tarpžinybinė darbo grupė, kurioje buvo visų Programos priemonės įgyvendinančių valstybinių institucijų ir įstaigų atstovų. Trečioji pakopa – specializuotas Kriminalinės policijos biuro Prekybos žmonėmis tyrimo skyrius ir paskirti atsakingi pareigūnai teritorinėse policijos įstaigose (kiekvienoje iš 10 apskričių).

2012 Vyriausybė patvirtino Tarpinstitucinės veiklos planą 2013–2015 metams, 2016 – Kovos su prekyba žmonėmis 2017–2019 metų veiksmų planą. 2016 Vyriausybės nutarimu sudaryta Kovos su prekyba žmonėmis koordinavimo komisija. 2017 Vidaus reikalų ministro įsakymu paskirtas Lietuvos Respublikos nacionalinis pranešėjas kovos su prekyba žmonėmis klausimais (jis atstovauja Lietuvai Europos Sąjungos nacionalinių pranešėjų prekybos žmonėmis klausimais tinkle, teikia informaciją Europos Sąjungos kovos su prekyba žmonėmis koordinatoriui).

Prekybos žmonėmis kontrolės ir prevencijos veikloje dalyvauja Vidaus reikalų, Užsienio reikalų, Teisingumo, Socialinės apsaugos ir darbo, Švietimo ir mokslo ministerijos, prokuratūra, policija, Specialiųjų tyrimų tarnyba, Valstybės sienos apsaugos tarnyba, Migracijos departamentas, Valstybinė darbo inspekcija, Valstybės vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnyba ir kitos institucijos, mokslo įstaigos, taip pat nevyriausybinių organizacijų: Moterų krizių centras, Dingusių žmonių šeimų paramos centras, Lietuvos Caritas, Moterų informacijos centras, asociacija Vyrų krizių centras, apskričių ir miestų krizių centrai, Tarptautinės migracijos organizacijos Vilniaus biuras. Sunkaus ir organizuoto nusikalstamumo tyrimo 2-oji valdyba renka iš policijos teritorinių įstaigų su prekyba žmonėmis susijusią informaciją, ją analizuoja, teikia siūlymus, vykdo kriminalinę žvalgybą, atlieka ir koordinuoja ikiteisminius tyrimus, susijusius su prekyba žmonėmis, taip pat pelnymusi iš kito asmens prostitucijos ir



įtraukimu į prostituciją (kai ši nusikalstama veika vykdoma tarptautiniu lygiu arba ją vykdo organizuota nusikalstama grupuotė). Kriminalinės ir viešosios policijos pareigūnai dalyvauja šioje veikloje – atlieka ikiteisminius tyrimus, organizuoja ir vykdo prevencines priemones, bendradarbiauja su kitomis valstybės ir savivaldybių, nevyriausybinėmis organizacijomis. Informatikos ir ryšių departamentas prie Vidaus reikalų ministerijos kaupia duomenis apie asmenis, ikiteisminio tyrimo pripažintus nukentėjusiais nuo prekybos žmonėmis, ir įtariamuosius prekyba žmonėmis. Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, remdamasi nevyriausybinių organizacijų teikiamais duomenimis, kaupia informaciją apie esamus ir potencialius nukentėjusiuosius nuo prekybos žmonėmis ar priverstinės prostitucijos ir jiems suteiktą pagalbą. Organizuojamos informacinės kampanijos (daugiausia nepilnamečiams) apie prekybos žmonėmis pavojų. Į mokyklų pilietinio ugdymo programas įtrauktas kursas apie prostituciją, lytiškumo ugdymą. Teikiamos konsultacijos telefonu, internetu, leidžiami mokomieji leidiniai, vykdomi nukentėjusiųjų nuo prekybos žmonėmis socialinės paramos projektai, parengta nukentėjusiųjų nuo prekybos žmonėmis gražinimo į Lietuvą sistema. Rengiamos tarptautinės konferencijos, seminarai. Jungtinių Amerikos Valstijų Valstybės departamento vertinimu, Lietuva priskiriama prie valstybių, kurios daugiausia kovoja su prekyba žmonėmis.

Prekiautojų žmonėmis atžvilgiu atliekami ikiteisminiai tyrimai, jų baudžiamasis persekiojimas ir nuteisimas yra esminės kovos su prekyba žmonėmis priemonės. Tačiau šios priemonės pradėdamos taikyti tik tada, kai nusikalstama veika jau įvykdyta ir šio nusikaltimo aukų teisės smarkiai pažeistos. Prekybą žmonėmis galima panaikinti tik tada, kai jai apskritai yra užkertamas kelias naudojant visas turimas priemones. Svarbu aktyviai vykdyti prevencines priemones ir laiku užkardinti prekybos žmonėmis nusikalstamas veikas. Pavyzdžiui, 2017 m. Vidaus reikalų ministerija, atsižvelgdama į 2016 m. užfiksuotas aktyvias žmonių verbavimo vietas, surengė plačią prevencinę akciją, skirtą kovai su prekyba žmonėmis. Šioje prevencinėje akcijoje dalyvavo ir valstybės institucijų bei įstaigų, ir savivaldybių specialistai (įskaitant socialinius, švietimo darbuotojus, vaiko teisių apsaugos specialistus, savivaldybėje dirbančius pareigūnus), nevyriausybines organizacijas ir bažnyčia. Akcijos metu viešajame transporte ir AB Lietuvos pašto skyriuose esančiuose „PayPost“ ekranuose buvo rodomi vaizdo klipai su subtitrais, skirti įspėti apie prekybą žmonėmis keturiomis išnaudojimo formomis: seksualiniam išnaudojimui, priverstinam darbui, priverstinėms nusikalstamoms veikoms ir priverstinėms santuokomis. Buvo išplatinti įvairaus formato plakatai, informacinės sulankstomos kortelės skirtos įspėti apie prekybos žmonėmis grėsmes. Savivaldybėse surengtos tikslinės priemonės rizikos grupės asmenims, galintiems nukentėti nuo prekybos žmonėmis. Teritorinių užimtumo tarnybų darbuotojai suteikė darbo ieškantiems asmenims informaciją apie gresiančius pavojus dėl prekybos žmonėmis. Buvo vykdomi renginiai: „Stabdykime prekybą žmonėmis“, „Stabdykite prekybą žmonėmis savo krašte“, „Pažink prekybos žmonėmis pavojus“ ir kt. Taip pat dalį gyventojų ir svečių informacija apie prekybą žmonėmis pasiekė per žiniasklaidos priemones ir institucijų, įstaigų, organizacijų interneto svetaines. Paslaugų teikėjų duomenimis, informacija apie prekybą žmonėmis pasiekė daugiau kaip milijoną Lietuvos gyventojų ir svečių.

### Išvados

1. Prekyba žmonėmis apibendrintai yra nelegalus veiksmas, kai žmonės yra perkami, parduodami arba išnaudojami, dažniausiai siekiant finansinės naudos. Tai apima įvairius veiksmus, tokius kaip priverstinis darbas, seksualinė išnaudojimas, vergovė, priverstinis prostitucijos arba pornografijos veikimas, organų prekyba ir kt.

2. Prekybos žmonėmis veikla gali būti labai įvairi, o jos ypatumai priklauso nuo daugelio veiksnių, įskaitant vietą, kultūrinį kontekstą, nusikaltėlių grupuotės tikslus ir aukų pažeidžiamumą. Tačiau pagrindinės rūšys yra šios: priverstinis darbas, seksualinė išnaudojimas; vergovė ir prievartavimas, organų prekyba, vaikų prekyba.

3. Lietuvoje, kaip ir daugelyje kitų šalių, yra įvairių prevencinių priemonių kovai su žmonių prekyba. Apibendrinant galima išskirti šias pagrindines priemones: teisinės priemonės,

socialinės priemonės, edukacinės priemonės, tarptautinė bendradarbiavimo priemonės: Lietuva taip pat dalyvauja tarptautinėse iniciatyvose ir organizacijose, kurios skirtos kovai su žmonių prekyba. Šios priemonės sukuria kompleksinį požiūrį į žmonių prekybos problemą ir padeda užkirsti kelią šiai nusikaltimo formai bei apsaugoti potencialias aukas.

## Literatūra

1. <https://www.vle.lt/straipsnis/prekyba-zmonemis/>
2. [https://vk.lcn.lt/doc/2017\\_Metodines-rekomendacijos-Baznyciai-kova-su-prekyba-zmonemis.pdf](https://vk.lcn.lt/doc/2017_Metodines-rekomendacijos-Baznyciai-kova-su-prekyba-zmonemis.pdf)
3. <https://www.infolex.lt/ta/66150>
4. <https://www.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija20220522.htm>
5. <https://www.europarl.europa.eu/topics/lt/article/20230921STO05705/prekyba-zmonemis-es-kova-su-isnaudojimu>
6. [https://vrm.lrv.lt/uploads/vrm/documents/files/LT\\_versija/Viesasis\\_saugumas/Prekyba\\_zmonemis/Prekyba%20%C5%BEmon%C4%97mis%20ir%20jos%20prevencija.pdf](https://vrm.lrv.lt/uploads/vrm/documents/files/LT_versija/Viesasis_saugumas/Prekyba_zmonemis/Prekyba%20%C5%BEmon%C4%97mis%20ir%20jos%20prevencija.pdf)
7. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.278385>

# APYVARTINIO KAPITALO VALDYMAS

## UAB „KLEVAI“ ĮMONĖJE

*Miglė Labutytė*

*Lektorė Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

### Anotacija

Šiame darbe pristatomas apyvartinis kapitalas UAB „Klevai“ įmonėje. Darbe analizuojamos skirtingų autorių sąvokos apie apyvartinį kapitalą. Pasitelkiant pagrindinius apyvartinio kapitalo valdymo finansinius rodiklius, apskaičiuojama ir vertinama apyvartinio kapitalo dinamika, nustatomos pagrindinės kitimo priežastys. Lyginamas UAB „Klevai“ apyvartinis kapitalas 2019 m. – 2022 m.

Raktiniai žodžiai: apyvartinis kapitalas, apyvartinio kapitalo dinamika, apyvartinio kapitalo valdymas.

### Įvadas

**Temos aktualumas.** Šiuolaikinėmis ekonomikos sąlygomis, viena iš svarbiausių problemų, su kuria susiduria daugelis įmonių, yra apyvartinių lėšų trūkumas. Dėl šios priežasties įmonės negali panaudoti visų savo pajėgumų ir tinkamai vykdyti veiklos. Pakankamos apyvartinės lėšos įmonei yra labai svarbios, kadangi net trumpalaikis jų trūkumas gali sukelti kitus neigiamus padarinius. Įmonė gali pradėti vėluoti atsiskaityti su tiekėjais, kas galimai iššauktų tiekėjų nepasitenkinimą, ko pasekoje tiekėjai gali padidinti kredito kainą arba visai nutraukti tiekimą, dėl ko sumažėtų ir pasitikėjimas įmonei, bei įmonės reputacija. Apyvartinių lėšų trūkumas dažniausiai priklauso nuo įmonės vykdomos veiklos, bei specifikos, tačiau yra stipriai veikiamas išorinių veiksnių, tokių kaip pirkėjų ar užsakovų finansinės padėties pablogėjimas bei kt. Pakankamos apyvartinės lėšos įmonei yra labai svarbios, todėl apyvartinio kapitalo valdymo mechanizmo tobulinimas yra vienas iš pagrindinių veiksnių, didinančių ekonominę gamybos efektyvumą šiuolaikiniame ekonomikos vystymosi etape.

**Darbo problema** – netinkamas apyvartinio kapitalo valdymas.

**Darbo objektas** – įmonės UAB „Klevai“ apyvartinis kapitalas.

**Darbo tikslas** - išanalizuoti apyvartinio kapitalo valdymo sistemą UAB „Klevai“.

**Darbo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti apyvartinio kapitalo valdymą teoriniu aspektu.
2. Nustatyti UAB „Klevai“ apyvartinio kapitalo dydį.
3. Nustatyti kurie apyvartinio kapitalo rodikliai yra svarbūs įmonei.

**Darbo metodai** – mokslinės literatūros, bei kitų informacijos šaltinių analizė; duomenų sisteminimas, grupavimas, bei apibendrinimas. Finansinių rodiklių skaičiavimas, bei analizė.

## 1. Apyvartinio kapitalo teorinė analizė

Kiekvienos pelno siekiančios įmonės veiklos tęstinumo garantas – nuolat gaunamos pajamos. Apyvartinis kapitalas yra vienas iš pagrindinių veiksnių, turinčių įtakos įmonės veiklos rezultatams. Dauguma autorių yra bendros nuomonės, kad apyvartinio kapitalo dydis - tai būtina apyvartinio turto suma tam tikram užsibrėžtam gamybos ir pardavimų lygiui palaikyti.

### 1.1 Apyvartinio kapitalo apibrėžimas

Apyvartinis kapitalas reiškia kapitalą, kurio reikia įmonei, kad ji galėtų vykdyti savo operacijas, t. y. trumpalaikį įmonės finansavimą. Dėl šios priežasties apyvartinio kapitalo savybės yra tokios, kad jis neuždirba palūkanų (pvz., kapitalas susietas su atsargomis). Todėl svarbu, kad įmonės gerai valdytų apyvartinio kapitalo lygį, kad būtų užtikrinta, jog tai įmonei sugeneruotų pakankamą pelną (kad atsvertų kapitalo sąnaudas). Apyvartinį kapitalą sudaranti grynoji trumpalaikio turto suma atėmus trumpalaikius įsipareigojimus vadinama grynuoju apyvartiniu kapitalu (Penman, 2013).

Apyvartinis kapitalas apibūdinamas kaip trumpalaikio turto finansavimo šaltiniai. Šie finansavimo šaltiniai gali būti ilgalaikiai ir trumpalaikiai. Skirtumas tarp trumpalaikio turto ir trumpalaikių finansavimo šaltinių yra grynasis apyvartinis kapitalas., kuris parodo, kokia trumpalaikio turto suma finansuojama ilgalaikiais finansavimo šaltiniais. (V.Aleknevičienė, 2011).

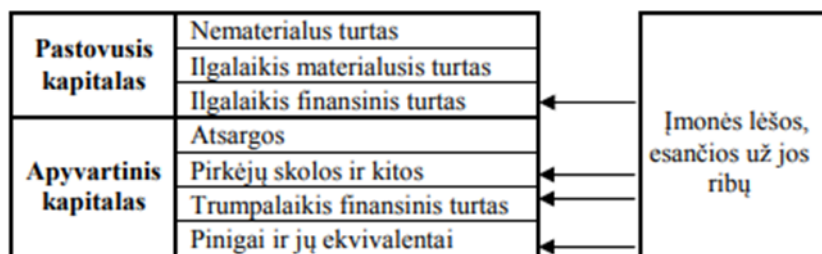
G.Kalčinskas (2010) savo literatūroje nurodo, jog grynasis apyvartinis kapitalas - tai itin reikšmingas rodiklis kiekvienai įmonei, rodantis, kuri savininkų nuosavybės ir išsipareigojimų dalis dalyvauja apyvartoje, t. y. neinvestuota į ilgalaikį turtą.

Apyvartinis kapitalas įmonei labai svarbus, nes parodo, ar ji turės pakankamai išteklių išsipareigojimas įvykdyti. Pasak V.Bagdžiūnienė (2011), J.Mackevičius (2011), apyvartinio kapitalo dydis - tai būtina trumpalaikio turto suma tam tikram užsibrėžtam gamybos ir pardavimo lygiui palaikyti. Tačiau, kiek apyvartinio kapitalo įmonė turėtų turėti nėra konkretaus atsakymo. Neįmanoma nustatyti visoms įmonėms vienodo apyvartinio kapitalo dydžio. G.Kalčinskas (2010) teigia, kad šito negalima padaryti vien jau dėl to, kad įvairaus dydžio įmonės disponuoja skirtingu turto dydžiu. Kuo įmonė didesnė ir kuo greičiau ji auga, tuo daugiau jai reikės kapitalo ir atsargų kapitalo, kad galėtų vykdyti savo veiklą.

Išanalizavus apyvartinio kapitalo koncepciją pastebima, kad finansinėje literatūroje apyvartinis kapitalas labiausiai siejamas su įmonės trumpalaikiu turtu bei trumpalaikiais išsipareigojimais. Kasmet didėjantis apyvartinis kapitalas rodo, kad finansinė padėtis stabili.

## 1.2 Kapitalo grupavimas ir struktūra

Kaip matome iš paveikslėlio, kapitalas gali būti pinigų, daiktų ir nematerialaus turto pavidalo. Pastovųjį (pagrindinį) kapitalą sudaro ilgalaikis turtas, kuris savo vertę perkelia į įmonės veiklos produktą dalimis. Taip pat apyvartinį kapitalą sudaro turtas, kuris iškeičiamas į pinigus per vieną veiklos (gamybos) ciklą arba per vienerius metus.



1 pav. Kapitalo grupavimas pagal jo paskirtį: pagal V.Bagdžiūnienė 2011 m.

Kaip pastebi W.Maszek ir M.Polewski (2006), nors veiklos požiūriu apyvartinių lėšų buvimas įmoneje priklauso nuo veiklos srities, didžiausią įtaką įmonės valdymui turi apyvartinio kapitalo struktūra ir gebėjimas ją valdyti. V.Bagdžiūnienė (2011) apyvartinį kapitalą sulygina su įmonės „krauju“, jei jo mažai – įmonė nevykdo nustatytais terminais privalomų finansinių išsipareigojimų, o jei labai daug – jis gali būti panaudojamas neefektyviai.

J.Mackevičiaus (2007) teigimu, analizuojant apyvartinio kapitalo struktūrą, pirmiausia būtina apskaičiuoti, kokią trumpalaikio turto dalį sudarė: atsargos, išankstiniai apmokėjimai ir nebaigtos vykdyti sutartys, per vienerius metus gautinos sumos, pinigai ir jų ekvivalentai bei kitas trumpalaikis turtas.

Apyvartinio kapitalo struktūros analizė, pasak J.Mackevičiaus (2011), leidžia nustatyti šio kapitalo sudedamųjų dalių lyginamąjį svorį ir jų įtakos dydį bendrai apyvartinio kapitalo sumai. Nuolatinė ir nuosekli apyvartinio kapitalo struktūros analizė padeda įmonių vadovybei pasiekti optimalią turimų finansinių išteklių ir jų panaudojimo pusiausvyrą.

**Atsargos.** Didelę apyvartinio kapitalo analizės dalį sudaro atsargų valdymas ir vertinimas, tad kalbant apie jas galima teigti, kad jos sudaro reikšmingą visų įmonių turto dalį. Literatūroje atsargos apibūdinamos kaip trumpalaikis turtas, kurį įmonė sunaudoja pajamoms uždirbti per vienus metus arba per vieną įmonės veiklos ciklą (Černiaus, 2014). Taip pat atsargos reikėtų suprasti kaip teigiamą veiksnį pelningai veiklai palaikyti (Palšaitis, 2010). Atliekant atsargų analizę, būtina išsiaiškinti jų absoliučius pokyčius, dinamiką ir struktūrą. J.Mackevičius (2007) teigia, kad atliekant atsargų analizę, būtina atsargų straipsnio kitimą lyginti su pardavimo pajamų kitimu: augant pardavimų pajamų apimčiai, didėja atsargų apyvartumas.

**Gautinos sumos.** Parduodant prekes ar paslaugas tarp įmonių retai atsiskaitoma iš karto, taip susidaro skolinis išsipareigojimas įmonei iš pirkėjų už parduotas prekes ar paslaugas. Kancerevyčius (2006) pirkėjų skolas apibūdina kaip trumpalaikes skolas įmonei už parduotas prekes ar suteiktas paslaugas. Taip pat, remiantis Anciūte ir Misiūnu (2006), gautinų sumų apyvartumo rodiklis naudingas tuo, jog parodo ūkio subjekto gebėjimą protingai pasirinkti prekybos partnerius, nes jei įmonė daug prekių bei paslaugų parduos skolon, jai gali pritrūkti apyvartinių lėšų, kas sukeltų veiklos sutrikimų. Be to, jei įmonės didžioji

prekių dalis yra parduodama iš karto negaunant atlygio, gali būti, kad įmonės prekybos partneriai yra nesąžiningi arba įmonė siūlo rinkai nepaklausias prekes ar paslaugas.

**Mokėtinos sumos.** Kad įmonės mokumas išliktų stabilus ir nekeltų grėsmės įmonės išlikimui įmonės vadovai turėtų prognozuoti būsimų skolų kiekį. Tai geriausiai parodo skolų tiekėjams apyvartumo koeficientas, kuris turi didelę įtaką apyvartinio kapitalo poreikio prognozavimui. Kaip teigia Aleknevičienė (2009), didelį kreditorinio įsiskolinimo apyvartumą galima aiškinti dvejopai. Arba tiekėjai vis labiau pasitiki įmonės veikla ir tiki, kad su jais bus atsiskaityta, arba įmonė tiesiog delsia atsiskaityti su tiekėjais ir jų sąskaita naudojasi turimu turtu. Vis dėlto mažėjantis skolų tiekėjams apyvartumo rodiklis vienareikšmiškai rodo papildomo apyvartumo kapitalo finansinį poreikį.

### 1.3 Apyvartinio kapitalo analizė

Apyvartinio kapitalo analizė yra labai svarbi visiems informacijos vartotojams. Nors apyvartinis kapitalas ir nėra parodomas balanse, bet dažnai skaičiuojamas. Daugelis autorių (J.Mackevičiaus, A.V.Rutkauskas, V.Sūdžius) teigia, kad būtent grynas apyvartinis kapitalas geriausiai apibūdina įmonės finansinę būklę, nes nuo jo priklauso kiti finansiniai rodikliai. Nuo grynojo apyvartinio kapitalo priklauso įmonės galimybės plėsti veiklą, vykdyti savo įsipareigojimus. Apyvartinio kapitalo analizė yra labai svarbi visiems informacijos vartotojams, nes pagal jo dydį ir kitimo tendencijas sprendžiama apie įmonės finansinį stabilumą ir veiklos tęstinumą. Todėl žymiausi finansinės analizės specialistai (J.Mackevičius, V.Bagdžiūnienė) siūlo įmonės finansinę būklę pradėti analizuoti nuo apyvartinio kapitalo. Pasak Juozaitienės (2007) apyvartinį kapitalą galima skaičiuoti dviem būdais. Apyvartinis kapitalas gali būti skaičiuojamas iš trumpalaikio turto atėmus trumpalaikius įsipareigojimus:

Apyvartinis kapitalas = Trumpalaikis turtas – Trumpalaikiai įsipareigojimai.

Kaip teigia J.Mackevičius (2007), analizuojant trumpalaikius įsipareigojimus, tikslinga nustatyti kokią dalį įmonėje sudaro einamųjų metų ilgalaikės skolos, finansinės skolos tiekėjams, atidėjimai bei kiti straipsniai. Minėto autoriaus teigimu, jeigu einamųjų metų ilgalaikės skolos dalis mažėja, tai rodo gerėjantį įmonės atsiskaitymą su ilgalaikiais kreditoriais. Taip pat apyvartinį kapitalą galima apskaičiuoti prie savininkų nuosavybės pridėdant įmonės ilgalaikius įsipareigojimus ir atimant ilgalaikio turto vertę. Apyvartinis kapitalas = Nuosavas kapitalas + Ilgalaikiai įsipareigojimai – Ilgalaikis turtas.

### 1.4 Dinamikos analizė

Pirmiausia atliekama dinamikos analizė. Analizuojama sudėtinių elementų sudėtis ir struktūra, atliekama apyvartinio kapitalo veiksmų analizė. Anot E.Buškevičiūtės ir I.Mačerskienės (2015), dinamikos analizė – apskaičiuotas apyvartinis kapitalas lyginamas su praeitais laikotarpiais ir daromos išvados apie įmonės veiklos augimo tendencijas. Jei apyvartinis kapitalas didėja, tai prasiplečia įmonės saugumo ribos, nes įmonė turi pakankamai savų išteklių apyvartiniam kapitalui įsigyti. Tačiau apyvartinio kapitalo padidėjimas turėtų būti analizuojamas derinant šio rodiklio kitimą su pardavimų rodiklio kitimu. Jei apyvartinis kapitalas auga, o pardavimai ne – tai neefektyvu.

Apyvartinio kapitalo analizė yra labai svarbi visiems informacijos vartotojams. Nors apyvartinis kapitalas ir nėra parodomas balanse, bet dažnai skaičiuojamas. Daugelis autorių (J.Mackevičiaus, A.V.Rutkauskas, V.Sūdžius) teigia, kad būtent grynas apyvartinis kapitalas geriausiai apibūdina įmonės finansinę būklę, nes nuo jo priklauso kiti finansiniai rodikliai. Nuo grynojo apyvartinio kapitalo priklauso įmonės galimybės plėsti veiklą, vykdyti savo įsipareigojimus.

## 2. UAB „KLEVAI“ apyvartinio kapitalo analizė

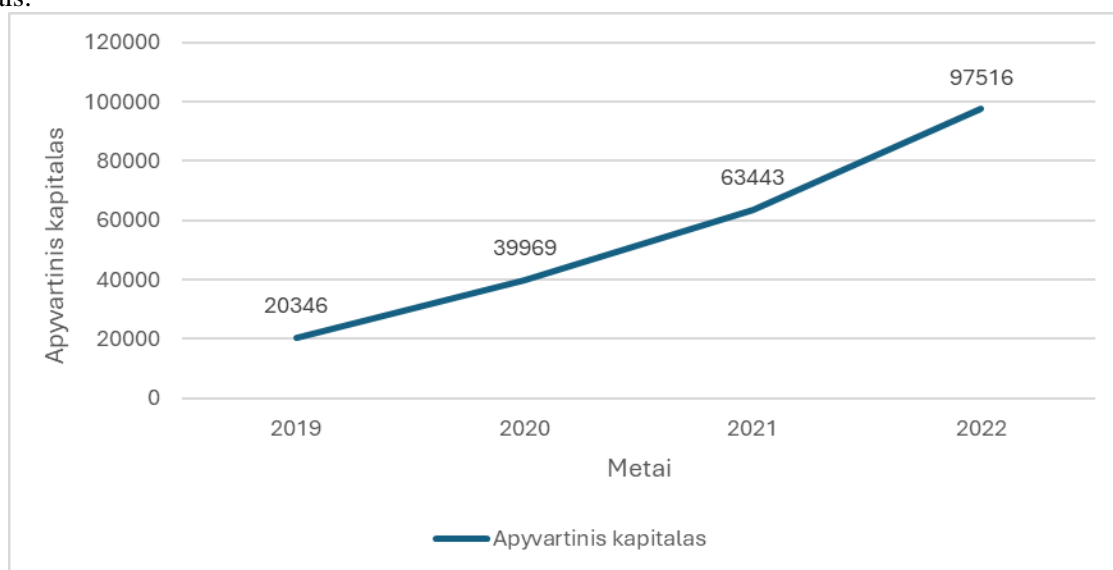
Siekiant sumaniai valdyti apyvartinį kapitalą būtina suvokti visas jo sudedamąsias dalis ir gerai žinoti priežastis, nuo ko priklauso jo pokyčiai. Kad tai išsiaiškinti, reikia turėti įmonės veiklos rezultatus ir juos išanalizuoti, įvertinti kas turi įtakos šiems įmonės veiklos rezultatams kisti.

### 2.1 Bendra įmonės apžvalga

Apyvartinio kapitalo analizė UAB „Klevai“. Apžvelgsime įmonės UAB „Klevai“ veiklos rezultatus 2019-2022m. UAB „Klevai“ yra privati maisto tiekimo įmonė, kurį yra įsikūrusi Marijampolės mieste. Įmonė įsteigta vadovaujantis Lietuvos Respublikos įstatymais. Šiai dienai, įmonei yra daugiau nei 30 metų. Įmonėje dirba 17 darbuotojų.

## 2.2 Apyvartinio kapitalo dinamikos analizė

Apyvartinio kapitalo dinamikos analizė parodo bendros apyvartinio kapitalo sumos ir jo elementų pasikeitimus per nagrinėjamą laikotarpį. 2 pav. pavaizduota apyvartinio kapitalo dinamika 2019-2022 metais.



2 pav. UAB „Klevai“ apyvartinio kapitalo dinamika 2019-2022 m.

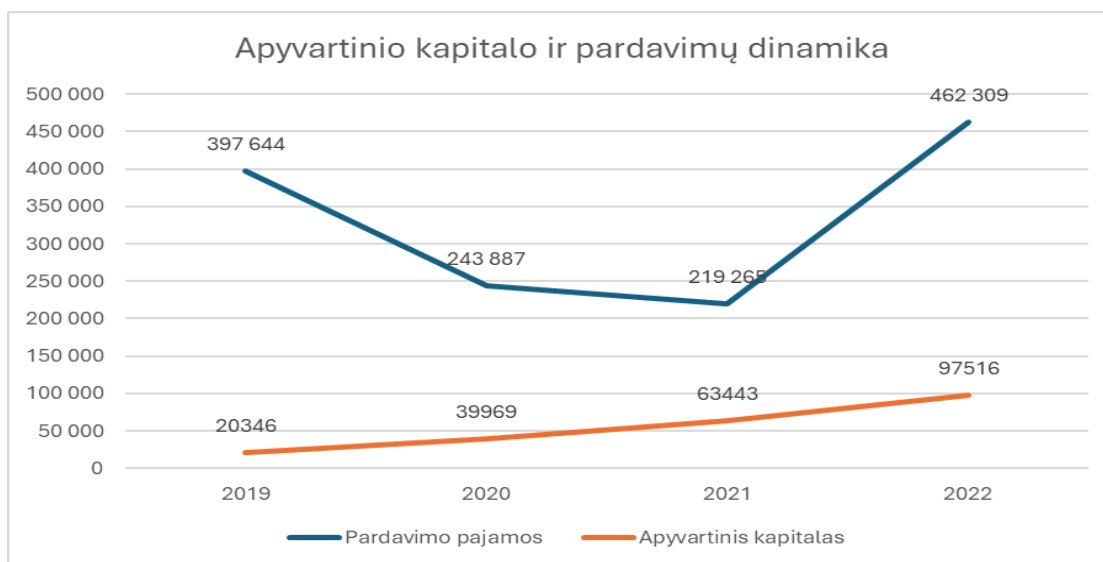
1 lentelė. UAB „Klevai“ apyvartinio kapitalo dinamika

Metai	2019	2020	2021	2022
Trumpalaikis turtas	40 920	50 738	72 863	115 345
Trumpalaikiai įsipareigojimai	20 574	10 769	9 420	17 829
<b>Apyvartinis kapitalas</b>	20 346	39 969	63 443	97 516

2 lentelė. UAB „Klevai“ apyvartinio kapitalo dinamika

Nuosavas kapitalas	98 203	104 495	109 511	132 802
Ilgalaikiai įsipareigojimai	0	0	0	0
Ilgalaikis turtas	77 857	64 526	46 068	35 286
<b>Apyvartinis kapitalas</b>	20 346	39 969	63 443	97 516

1 lentelėje skaičiavimą atlikau taikydama šią formulę : Apyvartinis kapitalas = Trumpalaikis turtas – Trumpalaikiai įsipareigojimai. Trumpalaikį turtą sudaro: atsargos, per vienerius metus gautinos sumos, pinigai, ateinančių laikotarpių sąnaudos. 2 lentelėje atlikau skaičiavimą taikydama šią formulę : Apyvartinis kapitalas = Nuosavas kapitalas + Ilgalaikiai įsipareigojimai – Ilgalaikis turtas. Taip parodžiau, jog abejomis formulėmis rezultatas išlieka vienodas. Nuo 2019 iki 2022 metų trumpalaikis turtas ir nuosavas kapitalas augo, kas ir įtakojo viso apyvartinio kapitalo augimą. 2020 m. ir 2021 m. šis rodiklis nestipriai augo dėl COVID-19 pandemijos sukeltos nestandartinės ekonominės krizės. Kaip ir daugumoje pasaulio valstybių įvedus karantiną, daugumos įmonių veikla buvo sustabdyta, net nežinant kuriam laikotarpiui. Paskelbus karantiną įmonės veikla negalėjo būti tęsiama, todėl verslams buvo teikiamos įvairios paramos. Kai pandemijos reikalavimai buvo sumažinti, žmonės buvo pasiilgę maitinimo paslaugų. Pasibaigus pandemijos sukeltai ekonominei krizei įmonės apyvartinis kapitalas ženkliai išaugo.

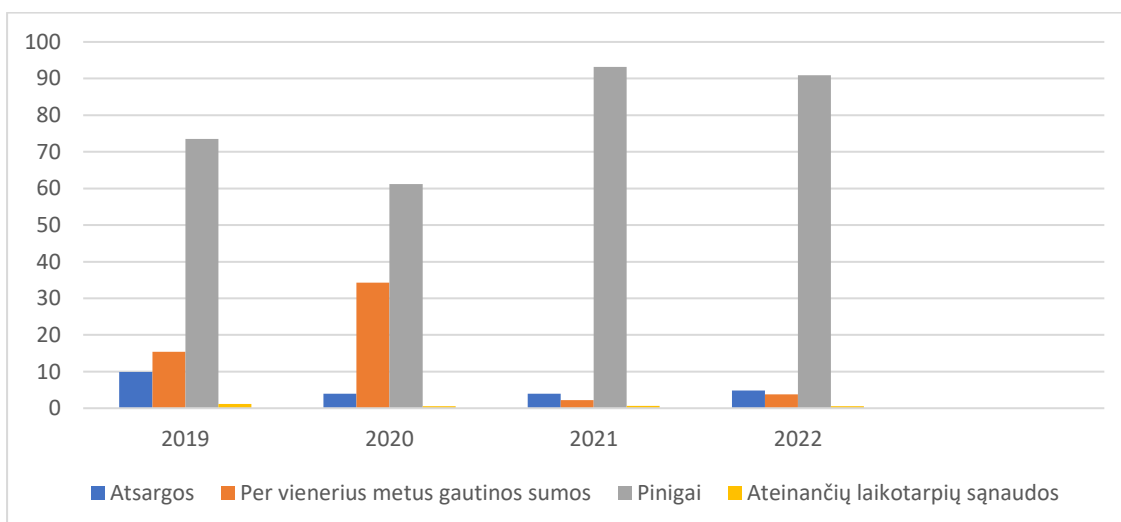


3 pav. Apyvartinio kapitalo ir pardavimų dinamika UAB „Klevai“.

Literatūroje pabrėžiama, kad apyvartinio kapitalo kitimas labiausiai priklauso nuo pardavimų dydžio. Atlikta analizė rodo, kad UAB „Klevai“ apyvartinio kapitalo pokyčiai netolygūs pardavimų pokyčiams (3 pav.). 2020 m. palyginti su 2019 m. pardavimai sumažėjo, bet apyvartinis kapitalas augo. Tai rodo, kad apyvartinis kapitalas buvo naudotas efektyviai, nors ir pardavimų apimtis mažėjo dėl pandemijos, bet maitinimo paslaugos buvo teikiamos vasaros metu, kuomet COVID-19 situacija buvo kontroliuojama. Kainos buvo padidintos, žmonės buvo pasiilgę įprasto gyvenimo ritmo, dėl to kapitalas didėjo.

### 2.3 Apyvartinio kapitalo struktūros analizė

Struktūros analizė parodo apyvartinio kapitalo struktūrą ir padeda nustatyti atskirų jo komponentų įtaką bendrai apyvartinio kapitalo apimčiai. 4 pav. galima palyginti pagrindinius trumpalaikio turto straipsnius. Trumpalaikio turto struktūrinė analizė atlikta remiantis įmonės finansinėmis ataskaitomis.



4 pav. UAB „Klevai“ Trumpalaikio turto struktūra.

Iš paveikslo matyti, kad 2019 m. 2022m. didžiąją dalį turto struktūros sudaro pinigai. Išanalizavus UAB „Klevai“ trumpalaikio turto struktūrą 2019 – 2022 metais galima teigti, kad įmonė ekonominiu ir finansiniu požiūriu moka tinkamai naudoti pinigus, neturi pirkėjų skolų. Kadangi, tai yra maitinimo įstaiga, didžioji dauguma klientų atsiskaito iškart ir tik mažuma prašo išrašyti sąskaitas. Įmonė nesusidūrė su apyvartinių lėšų trūkumu, ir didino savo pajamas.

## Išvados

Apyvartinis kapitalas labai populiarus ir naudingas rodiklis, dažnai naudojamas vertinant ir analizuojant įmonės veiklą. Kartu su kitais finansiniais rodikliais apyvartinio kapitalo dydis parodo, kaip sėkmingai įmonė naudojami trumpalaikiu turtu ir kaip jį finansuoja trumpalaikiais išpareigojimais. Dauguma autorių apyvartinį kapitalą sieja su trumpalaikiais finansais, taip pat apyvartinis kapitalas suprantamas kaip rodiklis, kuris įvertina įmonės finansinę būklę. Atlikus finansinių balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos analizę nustatėme, kad bendrovės apyvartinis kapitalas buvo teigiamas. Nuo 2019 m. apyvartinis kapitalas padidėjo. Apibendrinant apyvartinio kapitalo pelningumo rodiklių analizę, galima teigti, kad tiek UAB „Klevai“ analizuojamu laikotarpiu dirbo pelningai.

## Literatūra

1. BAGDŽIŪNIENĖ, V. (2011). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė*. Vilnius: Conto Litera.
2. KALČINSKAS, G. (2010). *Buhalterinės apskaitos pagrindai*. Vilnius: Pačiolis.
3. MACKEVIČIUS, J. (2011). *Finansinė analizė: mokomoji knyga*. Vilnius.
4. MACKEVIČIUS, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė. Informacijos rinkimas, sisteminimas ir vertinimas*. Vilnius.
5. ČERNIUS, G. (2014). *Įmonės finansų valdymo pagrindai*. Vilnius.
6. PALŠAITIS, R. (2010). *Šiuolaikinė logistika*. VGTU leidykla Technika.
7. KANCERAVYČIUS, G. (2006). *Finansai ir investicijos*. Smaltijos leidykla.
8. RUTKAUSKAS, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, (2009). *Verslo finansų principai ir praktika: mokomoji knyga*. Vilnius: Technika.
9. BUŠKEVIČIŪTĖ, E., MAČERSKIENĖ, I. (2015). *Finansų analizė*. KTU leidykla Technologija
10. BAGDŽIŪNIENĖ, V. (2008). *Finansinių ataskaitų analizė*. Vilnius: Conto Litera.
11. PENMAN, S.H. (2013). Prieiga per internetą: [Finansinių ataskaitų analizė ir vertybinių popierių vertinimas : Penman, Stephen H : Nemokamas atsisiuntimas, skolinimasis ir srautinis perdavimas : Interneto archyvas \(archive.org\)](#)
12. MASZEK, W., POLEWSKI, M. (2006). Prieiga per internetą: [Tam tikri apyvartinio kapitalo statybos įmonėje aspektai: Ūkio technologinis ir ekonominis vystymasis: Vol 12, No 3 \(tandfonline.com\)](#)
13. MACKEVIČIUS, J. (2010). Prieiga per internetą: [Lituanistika | Finansinių ataskaitų auditas ir analizė : procedūros, metodikos ir vertinimas : monografija / Jonas Mackevičius](#)



# ATSISKAITYMŲ TVARKA AB „PIENO ŽVAIGŽDĖS“ ĮMONĖJE

*Inga Malinauskaitė*

*Lekt. Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnyje pabrėžiama atsiskaitymų su tiekėjais ir pirkėjais svarbą įmonei. Tarp įmonių, vykdant ūkines operacijas, nuolat susiformuoja įvairūs atsiskaitymų santykiai. Atsiskaitymai su pirkėjais ir tiekėjais turi didelę reikšmę įmonei nuo kuriuos gali priklausyti net paties verslo sėkmė.

## Įvadas

Pinigai yra svarbus ekonomikos elementas padedantis pasauliui veikti, nes jis yra pripažintas mainų įrankis už prekes, paslaugas ir kitus turtus. Pinigai leidžia žmonėms atsiskaityti už būtinausius poreikius, investuoti į verslą ar jo plėtrą, tai pat suteikia galimybę vykdyti tarptautinę prekybą. Įmonėms kurios parduoda prekes ar paslaugas labai svarbus pinigų gavimo momentas. Tiek pirkėjas, tiek pardavėjas stengiasi kuo ilgiau išlaikyti pinigus savo rankose, kad pasinaudodamas jais, galėtų uždirbti kuo daugiau pelno. Todėl labai svarbu tinkamai organizuoti atsiskaitymus tarp ūkio subjektų. Atsiskaitymai - tai piniginių santykių išraiška, atsiskaitant už parduotas prekes ar produkciją, suteikus paslaugas. Pagrindinė atsiskaitymų santykių susidarymo priežastis – prekinės operacijos, bet pasitaiko atvejų, kai jie susidaro ir dėl kitų priežasčių. Atsiskaitymai būna įvairūs, tačiau kokia bebūtų atsiskaitymų santykių atsiradimo priežastis, jie rodo įmonės teisę gauti tam tikrą pinigų sumą arba pareigą ją sumokėti.

Darbo objektas - atsiskaitymų tvarka ab „pieno žvaigždės įmonėje“.

Tikslas – išanalizuoti atsiskaitymų tvarką ab „pieno žvaigždės“ teoriniu bei praktiniu aspektu įmonėje.

Uždaviniai:

1. Apibrėžti atsiskaitymų sampratą.
2. Nustatyti pagrindinius finansinius rodiklius, naudojamus atsiskaitymų kontrolei.
3. Atlikti AB „Pieno žvaigždės“ atsiskaitymų valdymo rodiklių analizę.

Tyrimo metodai. išnagrinėti mokslinės literatūros, teisės normų šaltinius, juos palyginti, atlikti atsiskaitymų analizę.

## 1. Atsiskaitymų samprata

Atsiskaitymas tai procesas, kai viena šalis sumoka kitai už gautas prekes ir paslaugas, tačiau gali susidaryti ir dėl kitų priežasčių. Atsiskaitymų pagrindu gali būti įstatymai, numatantys įmonių prievolės socialinio draudimo įstaigoms, atsiskaitymai už darbuotojams mokamą socialinį draudimą, prievolės valstybės išdui, taip pat juridinių asmenų pelno mokestis, kelių fondo mokestis ir kiti. Šis procesas yra labai svarbus verslo ir kasdienio gyvenimo elementas, nes užtikrina prekių ir paslaugų mainus bei ekonominį judėjimą. Pagrindiniai atsiskaitymai vyksta tarp pirkėjų ir tiekėjų.

Pagal Žaptorių J. (2015) pirkėjų įsiskolinimas – tai dėl pirkėjams išsiųstų prekių ar suteiktų paskolų atsiradęs įsiskolinimas įmonei, kuris pagal pirkimo – pardavimo sutartį turi būti padengtas ne vėliau kaip einančiais po atskaitinių metais. Pirkėjų skolos atsiranda tada kai įmonė parduoda savo prekes ir paslaugas skolon.

Herison R., Sahabuddin R., Azis M., Azis F. (2022) pirkėjų skolas vadina gautinomis sumos. Pagal šiuos autorius gautinos sumos tai yra trumpalaikio turto dalis, kurios atsiranda dėl paslaugų ar prekių pardavimo skolon. Kitaip dar vadinama debitoriniu įsiskolinimu, nes skola didėja debete. Mackevičius J. (2007) teigia, kad kiekviena įmonė nepriklausomai nuo jos veiklos pobūdžio turi būti apsirūpinusi trumpalaikiu turtu, kad galėtų plėtoti savo veiklą.

Atsiskaitymai su tiekėjais - įsipareigojimas kitoms įmonėms, įstaigoms ir organizacijoms. Įsipareigojimas - dėl atliktų ūkinių operacijų ir ūkinių įvykių atsiradusi prievolė, kuri turės būti įvykdyta ir kurios dydį galima objektyviai nustatyti (Žaptorius, 2015, p. 292psl). Šie įsipareigojimai atvaizduojami atsiskaitymų sąskaitų kredite ir pavadinamas kreditoriniais įsiskolinimais.

Nuo šių atsiskaitymų priklauso labai daug kas – net paties verslo plėtojimo sėkmė. Pavėluoti atsiskaitymai gali ne tik sutrikdyti normalią įmonės veiklą, bet ir padaryti jai didelių nuostolių, kurie iš karto gali pasireikšti pinigų trūkumu. O vėliau dėl sutrikusių atsiskaitymų įmonė gali prarasti tiekėjų pasitikėjimą ir pirkėjų susidomėjimą.

Norint sužinoti ar tinkamai yra valdomi atsiskaitymai su tiekėjais ir pirkėjais įmonėje turi būti atliekamos finansinės analizės. Joms yra reikalingi duomenys apie įmonę, todėl atliekant finansinių rodiklių skaičiavimą pagrindinis informacijos šaltiniai yra finansinės atskaitomybės rinkinys. Žinoma, šios informacijos nepakanka, todėl reikia pasitelkti buhalterinės apskaitos registru kaupiamą informaciją. Aleknevičienė V. (2011) išskiria tris iš finansinių ataskaitų rinkinio galimas atlikti finansines analizės: horizontalią, vertikalią, santykinę analizę, dar kitaip vadinama koeficientų analizė.

Horizontaliąją ir vertikaliąją analizę galima vadinti pirminiais analizės metodais, o santykinę rodiklių analizę – antriniais.

Horizontali analizė – tai dviejų ar daugiau laikotarpių finansinių ataskaitų duomenų palyginimas (Kazakevičius ir Jakštas, 2018). Visose standartinėse finansinėse atskaitose duomenys pateikiami už du laikotarpius, todėl šias ataskaitas galima išanalizuoti horizontalios analizės būdu. Naudojant šį būdą atliekami papildomi skaičiavimai: suskaičiuojama absoliutus ir santykiniai pokyčiai.

Vertikali analizė – tai atitinkamo finansinės atskaitos rodiklio lyginimas su bendru baziniu tos atskaitos rodikliu (Kazakevičius ir Jakštas, 2018). Atliekant vertikaliąją analizę kuris nors finansinės atskaitos rodiklis lyginamas su bendru baziniu tos atskaitos rodikliu, o gautas dydis išreiškiamas bazinio rodiklio (pavyzdžiui, turto, išsipareigojimų, produkcijos savikainos ir kita) procentais, tai yra kiekvienas dalinis rodiklis sudaro tam tikrą šio bazinio rodiklio dalį (procentais).

Finansinių koeficientų analizė dar kitaip vadinama santykinę analize. Koeficientai išreiškia finansinių ataskaitų bei kitų informacinių šaltinių duomenų tarpusavio ryšius (Aleknevičienė, 2011, p.23). Rohit Bansal (2014) išskiria penkias koeficientų kategorijas: likvidumo, pelningumo, veiklos, turto apyvartumo, rinkos vertės. Aleknevičienė V. (2011) išskiria tai pat penkis santykinės analizės grupes: pelningumo, efektyvumo, mokumo, stabilumo, rinkos. Nagrinėjant šią temą aktualūs yra efektyvumo analizės rodikliai:

- Gautinų sumų apyvartumas kartais ir dienomis,
- Mokėtinų sumų apyvartumas kartais ir dienomis,

Jie parodo ne tik pirkėjų įsiskolinimų kiekį, tenkantį vienam pardavimų eurui, bet klientams suteiktų kreditų trukmę bei jų apyvartumą dienomis. Palyginus šiuos rodiklius su praėjusių laikotarpių rodikliais, galima nustatyti atsiskaitymų su tiekėjais efektyvumo tendencijas. Jie parodo ne tik pirkėjų įsiskolinimų kiekį, tenkantį vienam pardavimų eurui, bet klientams suteiktų kreditų trukmę bei jų apyvartumą dienomis.

$$\text{Pirkėjų apyvartumas} = \frac{\text{Pardavimo pajamos}}{\text{Pirkėjų skolos}} \quad (1)$$

Pirkėjų įsiskolinimo apyvartumo rodiklis paprastai pateikiamas koeficientu parodo kaip greitai turto ar išsipareigojimų rodiklis padaro pilną apyvartą (dažniausiai lyginama su pardavimais ar pardavimų savikaina).

Nustatant pirkėjų įsiskolinimo apyvartumą, rekomenduojama skaičiuoti vidutinį pirkėjų įsiskolinimą, ypač jei metų pradžios ir metų pabaigos likučiai per metus žymiai pakinta.

$$\text{Vidutinis pirkėjų įsiskolinimas} = \frac{\text{Pirkėjų skolos laikotarpio pradžioje} + \text{Pirkėjų skolos laikotarpio pabaigoje}}{2} \quad (2)$$

Be to, jis apibūdina pirkėjų skolų surinkimo efektyvumą. Didesnė rodiklio reikšmė rodo, jog klientai greičiau atsiskaito su įmone už gautas prekes ir paslaugas, ir išreiškia aukštesnį įmonės veiklos efektyvumą (Nasdaq OMX Vilnius, 2010, p. 33).

Mackevičius J. (2007) pateikia vidutinio debitorinio įsiskolinimo (gautinų sumų) apyvartumą dienomis pirkėjų įsiskolinimo padengimo laikotarpio formulę.

$$\text{Debitorinio įsiskolinimo (gautinų sumų) apyvartumą (dienomis)} = \frac{\text{Debitorinio įsiskolinimo (vidutinė vertė)}}{\text{Pardavimo pajamos}} \times 365 \text{ d.} \quad (3)$$

Aleknevičienė V. pateikia truputį kitokią pirkėjų įsiskolinimų apmokėjimo periodo formulės išraišką, bet iš esmės, tai ta pati formulė (Aleknevičienė, 2011, p. 31):

$$\text{Gautinų sumų apyvartumas (dienomis)} = \frac{\text{Pirkėjų skolos} \times 365}{\text{Pardavimai skolon}} \quad (4)$$

Šioje formulėje dienų skaičius metuose pateikiamas 365, ir jis yra tikslesnis. Šis rodiklis parodo pirkėjų išskolinimų apmokėjimo procedūrų efektyvumą, kai pirkėjų išskolinimų apmokėjimų periodas palyginamas su įmonės produkcijos pardavimo terminais.

Pirkėjų išskolinimo apyvartumo rodiklio apskaičiavimas sudaro galimybę geriau suprasti pardavimų metu susidariusius pirkėjų išskolinimus. Didesnis apyvartų skaičius parodo:

- Pirkėjai greičiau apmoka savo išskolinimus;
- Sumažėja pirkėjų išskolinimas palyginus su pardavimais;
- Turtas, sukauptas kaip pirkėjų išskolinimai, sąlyginai sumažėja lyginant su pardavimo mastais.

Mažesnis apyvartų skaičius parodo:

- Lėčiau pirkėjai apmoka savo išskolinimus;
- Pirkėjų skolų apimtis, palyginus su pardavimo apimtimi, santykinai padidėja;
- Turtas, kaip pirkėjų išskolinimai, palyginus su pardavimo apimtimi, santykinai padidėja.

Mokėtinų sumų apyvartumas parodo, koks yra vidutinis skolų tiekėjams apmokėjimo terminas dienomis (Aleknavičienė, 2011, p. 31).

Dauderis H. pateikia neatgautinų sumų apskaičiavimo metodiką. Nuostolių procentas apskaičiuojamas, remiantis ankstesniais sąskaitų apmokėjimais: kuo ilgiau sąskaitos neapmokamos, tuo didesnė tikimybė, kad jos nebus apmokėtos. Pagal pasirinktą procentą, apskaičiuojamos neatgautinos sumos nuo pirkėjų išskolinimų sumos.

Analogiškai gali būti apskaičiuojamos ir nesumokėtinos sumos tiekėjams (Dauneris, 1994, p.813).

$$\text{Skolų tiekėjams apyvartumas} = \frac{\text{Pardavimo savikaina}}{\text{Skolos tiekėjams}} \quad (5)$$

Nustatant skolų tiekėjams apyvartumą rekomenduotina skaičiuoti vidutines skolas tiekėjams, ypač jei dėl didelių pokyčių įmonėje skolos tiekėjams per metus žymiai pakinta.

$$\text{Vidutinės skolos tiekėjams} = \frac{\text{Skolos tiekėjams laikotarpio pradžioje} + \text{skolos tiekėjams laikotarpio pabaigoje}}{2} \quad (6)$$

Šis rodiklis, kaip ir atsargų apyvartumas, gali būti apskaičiuojamas imant ne vidutines per metus skolas tiekėjams, o skolas tiekėjams metų pabaigoje. Taip pat tikslesni skaičiavimų rezultatai gaunami, jei vietoje pardavimo savikainos naudojami įmonės pirkimų kreditan duomenys. Tačiau tam viešos informacijos nepakanka, o vidinė įmonės informacija apie pirkimus ne visada gaunama.

Dėl didelės konkurencijos dažnai įmonėse investicijos į pirkėjų išskolinimus didėja. Stambiose įmonėse pirkėjų skolos ir prekių atsargos sudaro didžiausią trumpalaikio turto dalį. Todėl iškyla problema – kiek verta didinti tokias investicijas ir kaip jas valdyti. Gaidienė Z. teigia, kad pirkėjams suteikiami kreditai turi dvi specifines iš anksto aptartas sąlygas: kredito laikas ir pinigų diskontas. Kredito laikas – tai dienomis išreikštas laikotarpis, per kurį tiekėjas planuoja gauti apmokėjimą. Pinigų diskontas – tai sąlyga, kurią įvykdžius pirkėjui yra atlyginama už greitesnę negu reikalaujama apmokėjimą. Pinigų diskontu pirkėjas gali pasinaudoti tik diskonto laikotarpiu, kuris yra žymiai trumpesnis už įprastą apmokėjimo laikotarpį. Jeigu pirkėjas nesumoka diskonto veikimo laikotarpiu, jis praranda teisę pasinaudoti diskontu (Gaidienė Z. 1998. p.114)

Analogiškai yra ir atsiskaitymuose su tiekėjais. Įmonės, parduodančios skolon, turi savo kredito politiką, kurią sudaro konkrečios kreditavimo sąlygos. Tuo tarpu, įmonė, perkanti produkciją skolon ar gaunanti paslaugas skolon gali pasirinkti – ar sutrumpinti apmokėjimo periodą ir pirkti su nuolaida, ar prailginti apmokėjimo periodą ir mokėti pilną kainą. Todėl perkanti įmonė turi nuspręsti, ar nuolaidos jai priimtinos.

Tačiau nuolaidų suteikimas didina įmonės sąnaudas, todėl įmonė, prieš suteikdama diskontus, turi apskaičiuoti, ar jai tai apsimoka.

Įmonės šiuolaikinių informacinių technologijų amžiuje gali pasirinkti ir naudoti įvairesnes atsiskaitymo formas. Atsiskaitymus sąlyginai galima suskirstyti į grupes:

- atsiskaitymai grynaisiais pinigais;
- atsiskaitymai negrynaisiais pinigais arba įvairias grynuosius pinigus keičiančiais dokumentais;
- prekes ar paslaugas keičiant į panašios kilmės ir vertės prekes arba paslaugas arba prekes/paslaugas keičiant į nepanašias prekes ir paslaugas.

Grynieji pinigai yra paprasčiausia ir seniausia atsiskaitymų priemonė. Grynujų pinigų padidėjimas didina įmonės likvidumą, leidžia tuojau pat naudotis gauta suma.

Atsiskaitymas grynaisiais paprastai vykdomas tuo pat metu, kai gaunamos prekės, todėl kyla mažiausiai problemų dėl verslo partnerių tarpusavio nepasitikėjimo.

Atsiskaitant grynaisiais pinigais iškyla nemažai sunkumų;

- nepatogu nešiotis dideles pinigų sumas (juos galima pamesti, juos gali pavogti ir pan.);
- pinigų perskaičiavimas atima daug laiko;
- sudaromos palankios sąlygos nuslėpti pajamas, ypač tada, kai pirkėjas sumoka pinigus už prekę ir nereikalauja įmokėti į kasą pinigų, priėmimo dokumento ir pan.

- 2022 m. lapkričio 1 d. įsigaliojo Lietuvos Respublikos atsiskaitymų grynaisiais pinigais ribojimo įstatymo nuostatos, pagal kurias tiek fiziniai, tiek juridiniai asmenys atsiskaitymus, taip pat bet kokius kitus mokėjimus pagal sandorius gali atlikti grynaisiais pinigais, jeigu jie neviršija 5 tūkst. eurų sumos.

Taigi, kaip matome, atsiskaitymas grynaisiais pinigais turi daugiau trūkumų nei privalumų. Nors įmonės bei organizacijos ir gali atsiskaitinėti grynaisiais, ši atsiskaitymų rūšis tampa nepopuliari.

Įmonės šiuolaikinių informacinių technologijų amžiuje dažniausiai renkasi atsiskaitymus negrynaisiais pinigais, kurie paremti piniginių lėšų perkėlimu iš vienos įmonės atsiskaitomosios sąskaitos į kitos įmonės atsiskaitomąją sąskaitą. Atsiskaitymai negrynaisiais, sudarydami didžiąją pinigų apyvartos dalį, išstumia iš cirkuliacijos stambias pinigų sumas. Tai leidžia sumažinti jų emisiją, cirkuliacijos kaštus pinigams spausdinti, transportuoti, saugoti, skaičiuoti ir pan.

## **2. AB „PIENO ŽVAIGŽDĖS“ atsiskaitymų valdymo rodiklių analizė**

AB „Pieno žvaigždės“ – tai juridinio asmens teises turinti įmonė, kurios kapitalas padalintas į dalis tarp akcininkų. Įmonė yra išleidusi 45 134 419 paprastų akcijų, kurių vienos nominali vertė 0,29 eurų. Visos įmonės paprastosios akcijos yra kotiruojamos Vilniaus vertybinių popierių biržos „Nasdaq OMX Vilnius“. Viena akcija suteikia vieną balsą.

AB „Pieno žvaigždės“ buveinė yra Perkūnkiemio g. 3 LT-12127 Vilnius, Lietuva.

Įmonė įsteigta pagal Lietuvos Respublikos Įmonių ir Akcinių bendrovių įstatymą bei kitus galiojančius norminius aktus.

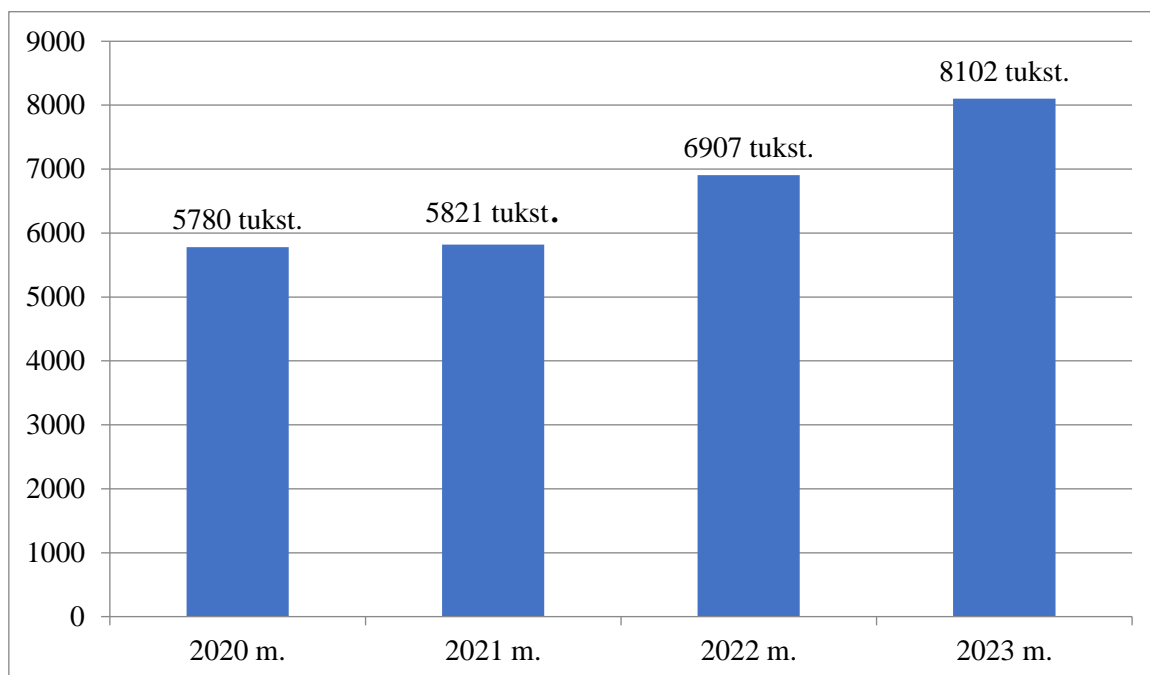
AB „Pieno žvaigždės“ įsteigta 1998 m. gruodžio 23 dieną.

Baltijos šalyse pirmaujanti pieno perdirbimo bendrovė AB „Pieno žvaigždės“ ypatingą dėmesį skiria šviežių pieno produktų gamybai bei eksportui. Bendrovės strategija - nuolatinis pozicijų stiprinimas pieno perdirbimo srityje, išlaikant glaudų ryšį su vartotojais bei numatant paklausos tendencijas. Šiuolaikiška perdirbimo įranga, griežtai kontroliuojama kokybė (ISO 9001), inovatyvi marketingo strategija bei profesionali vadovų komanda užtikrina efektyvų bei pelningą vystymąsi konkurencinėje aplinkoje.

Šiuo metu joje dirba 1 558 darbuotojai.

Kai įmonė parduoda prekes ar suteikia paslaugas ir tuo momentu negauna už jas pinigų, tai reiškia, kad ji suteikia pirkėjui kreditą. Šis kreditas tampa įmonės turtu, kuriuo pavadinimas ir yra pirkėjų įsiskolinimas.

Kadangi dažnai Lietuvoje ir užsienyje tarp įmonių atsiskaitymai yra neįvykdomi laiku, o tai pat ir dėl konkurencijos rinkoje, tai daugelyje įmonių didesnę ar mažesnę trumpalaikio turto dalį sudaro pirkėjų įsiskolinimai. Pirkėjų įsiskolinimas tai turto dalis, susijusi su tiesioginėm ir netiesioginėm sąnaudomis, tačiau svarbiausia, kad parduodant prekes skolon didėja pardavimų apimtys. Taigi labai svarbu įmonei išanalizuoti šiuos pirkėjų įsiskolinimus, įvertinant jų pokyčius, struktūrą bei nustatyti, ar įmonė gali sau leisti didinti šią trumpalaikio turto dalį. UAB „Pieno žvaigždės“ pirkėjų įsiskolinimai 2020 – 2023 m. pavaizduotas 2.1 paveikslėlyje.



2.1 pav. AB „Pieno žvaigždės“ prekybos gautinos sumos tūkst. 2020 - 2023 m.

Pirkėjai pirkdami skolon didina įvairių prekių apyvartą. Kita vertus, pinigai turi laiko vertę, t.y. jeigu ta pati pinigų suma yra gaunama vėliau, jos vertė yra mažesnė. Ir dar vienas bruožas – rinkos sąlygomis pirkėjų finansinė padėtis svyruoja ir kai kurie pirkėjai gali iš viso negražinti įmonei priklausančių pinigų. Tokiu būdu įmonė, suteikianti prekes skolon, ne tik gali prarasti dalį pinigų vertės, bet ir išvis jų negauti. AB „Pieno žvaigždės“, kad to išvengtų yra sukūrusi rizikos valdymo politiką. Kuri yra pritaikoma pagal rinkas ir įmonės veikloje atsirandančius pokyčius. Siekiant sumažinti neigiamą poveikį įmonei, įmonė turi įdiegusi procedūras, užtikrinančias, kad prekės būtų parduodamos tik pirkėjams su tinkama kreditavimo istorija ir neviršytų priimtinos kredito rizikos ribos, kurią nustato vadovybė.

Tai pat AB „Pieno žvaigždės“ įmonėje yra įdiegta kredito politika, ir kredito rizika nuolat kontroliuojama. Įmonė faktoringuoja gautinas sumas iš kelių didžiausių pirkėjų. Naudojamas ne regresinis faktoringas, t.y. įmonė neprisiima pirkėjo mokumo rizikos, iš faktoringo gautos sumos iš karto apskaitomos kaip gautinų sumų sumažėjimas.

Pradedant pirkėjų įsiskolinimų analizę, pirmiausia reikia pažiūrėti, kaip kito pirkėjų įsiskolinimai, lyginant vienus metus su kitais. Iš 2.2 lentelės matyti AB „Pieno žvaigždės“ prekybos įsiskolinimų pokytis 2020 -2023 m.

2.2 lentelė. AB „Pieno žvaigždės“ prekybos įsiskolinimo pokytis 2020 – 2023 m.

Pirkėjų įsiskolinimų pokytis	Absoliutinis pokytis tūkst., Eur	Santykinis pokytis, proc.
2023 m. palyginti su 2022 m.	1195	117,30
2023 m. palyginti su 2021 m.	2281	139,19
2023 m. palyginti su 2020 m.	2322	140,17
2022 m. palyginti su 2021 m.	1086	118,66
2021 m palyginti su 2020 m.	41	100,70

Sudaryta autorės: pagal AB „Pieno žvaigždės“ finansinės ataskaitos duomenis

2023 m. lyginat su kitais metais matosi gana žymus prekybos gautinų sumų pokytis tai galima paaiškinti, kad AB „Pieno žvaigždės“ turėjo ir pastovų pajamų augimą kiekvienais metais, todėl sau galėjo leisti turėti ir didesnius prekybos gautinus įsiskolinimus, bet tuo pačiu įmonė mažino ilgalaikių skolų sumas tai galima matyti 2.3 lentelėje.

2.3 lentelė. AB „Pieno žvaigždės“ gautinų skolų pasiskirstymas 2020-2023 m.

	2020 m.		2021 m.		2022 m.		2023 m.	
	Eurai, tūkst.	Proc.	Eurai tūkst.	Proc.	Eurai tūkst.	Proc.	Eurai tūkst.	Proc.
Nepradelstos skolos	5019	86,83	5168	88,78	6176	89,42	6725	83,00
Pradelstos 0 - 30 dienų	358	6,19	500	8,59	698	10,11	1333	16,45
Pradelstos 30 - 60 dienų	2	0,04	5	0,09	31	0,45	33	0,41
Pradelstos 61 - 90 dienų	43	0,74	122	2,10	1	0,01	3	0,04
Pradelstos 90 - 180 dienų	259	4,48	6	0,10	1	0,01	8	0,1
Pradelstos daugiau nei 180 dienų	99	1,72	20	0,34				
Viso:	5780	100	5821	100	6907	100	8102	100

Sudaryta autorės: pagal AB „Pieno žvaigždės“ finansinės ataskaitos duomenis

Įmonės pradelstos skolos ilgiau nei 180 dienų mažėjo nuo 2020 m. ir jau 2022 m. ji jų nebeturėjo. 2020 m. įmonė turėjo tik 1,72% visų skolų per 2020 m., 2021 m. tik 0,34% skolos per 2021 m. Per 2020 – 2023 metus AB „Pieno žvaigždės“ didžiausia skolos procentą sudarė nepradelstos skolos nuo 2020 iki 2023 metų nepradelstos skolos sudarė daugiau nei 80% visų gautinų iš prekybos skolų, bet augo pradelstos skolos nuo 0 iki 30 dienų ir nuo 30 iki 60 dienų per visus analizuojamus metus. Pradelstos skolos augo maždaug 3,42% punkto, o pradelstos skolos nuo 30 iki 60 dienų nuo 2020 m. iki 2021m pakilo nežymiai tik 0,05%, nuo 2021 m. iki 2022 m. skolos paaugo net per 0,36% punkto, bet jau 2023 jis sudarė 0,41% bendrų prekybos gautinų sumų.

Įmonei yra naudinga, kai pirkėjų įsiskolinimas mažėja, jei tai sąlygoja pirkėjų greitesnis atsiskaitymas su įmone, o ne pardavimų sumažėjimas. Pirkėjų įsiskolinimas – tai prekybinis kreditas pirkėjams, tačiau tuos pinigus įmonė galėtų panaudoti kitiems tikslams. Todėl labai svarbu įvertinti atsiskaitymo su pirkėjais efektyvumą.

2.4 lentelė. AB „Pieno žvaigždės“ gautinų skolų efektyvumo rodikliai 2020 -2023 m.

Rodiklis	2020 m.	2021 m.	2022 m.	2023 m.
Prekybos gautinos sumos koeficientas	24,11	30,46	32,14	26,80
Vidutinis prekybos gautinų įsiskolinimo padengimo terminas, dienomis	15,14	11,98	11,36	13,62

Sudaryta autorės: pagal AB „Pieno žvaigždės“ finansinės ataskaitos duomenis

Vidutinis prekybos gautinų įsiskolinimo padengimo terminas rodo vidutinį pardavimo dienų skaičių, už kurias įmonė negavo pinigų. Iš 2.4 lentelės duomenų matyti, kad pirkėjai savo skolas padengia laiku, arba jos yra perduodamos faktoringo įmonei, kuri dengia skolą ir ateityje gauna už tai teisę gauti gaunamas sumas pagal sąskaitas. 2021 – 2022 metais vidutinis prekybos gautinų sumų padengimas dienomis apie 12 dienų, 2023 m. buvo 14 dienų o 2020 m. skaičius išaugo iki 15 dienų. Per analizuojamus metus įmonės atsiskaitymus iš tiekėjų gauna greičiau nei per 15 dienų, o tai yra gerai nes įmonė galės pinigus investuoti ar atsiskaityti su tiekėjais laiku. Prekybos gautinų sumų koeficientas, kuris parodo įsiskolinimo apyvartų skaičių per metus. Per 2023 metus su AB „Pieno žvaigždės“ buvo parduota beveik 27 kartus prekių ir už prekes buvo atsiskaityta. Šis rodiklis nežymiai svyruoja per 2021 – 2022 metus, bet rodiklis yra gana stabilus, tad įmonė tikrai nepatirs jokių nesklandumų su pinigų trūkumu.

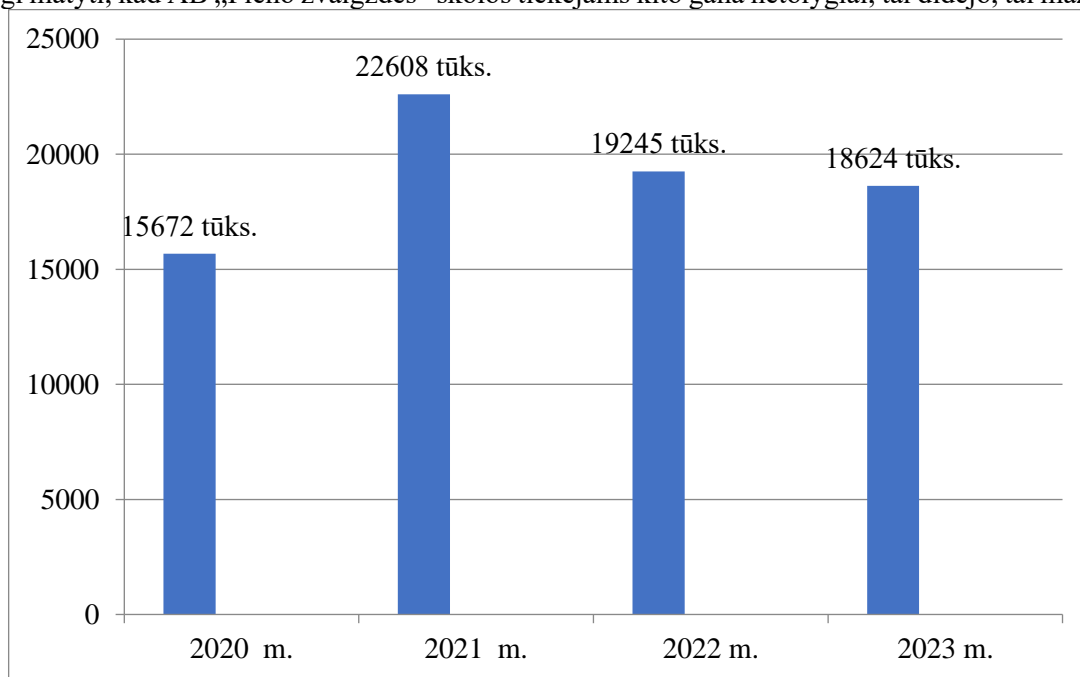
Taigi AB „Pieno žvaigždės“ prekybos gautinos sumos yra geros būklės, pirkėjai atsiskaito laiku su įmone, neuždelsia mokėjimų. Nes įmonė yra įdiegusi puikiai veikiančias sistemas, kad prekės būtų parduodamos tik pirkėjams su tinkama kreditavimo istorija. Įmonė neturėtų griežtinti atsiskaitymo su pirkėjais sąlygų, nes pirkėjų atsiskaitymų vidutinis apyvartumas mažėjęs. Dėl sugriežtintų sąlygų pirkėjai gali pradėti ieškoti atlaidesnių įmonių.

Taigi, UB „Pieno žvaigždės“ puikiai kontroliuoja gautinų prekybos sumų apyvartas, nuolat stebi pokyčius ir rizikas kurios gali sumažinti atsiskaitymus už prekes.

Įsiskolinimas tiekėjams atsiranda įmonei perkant prekes ar gaunant paslaugas skolon. Skola tiekėjams – tai komercinis kreditas, savaiminis finansavimo šaltinis, nes jis atsiranda vykdant paprastas komercines operacijas. Atsiskaitymų santykiai gali susidaryti dėl įvairių priežasčių ir jie rodo įmonės teisę

gauti tam tikrą pinigų sumą arba pareigą ją sumokėti. AB „Pieno žvaigždės“, vykdydama savo veiklą, įsigyja prekes ar paslaugas skolon ir tuomet atsiranda atsiskaitymų santykiai tarp įmonės ir jos tiekėjų. Taigi AB „Pieno žvaigždės“ tiekėjai – tai visos įmonės, kurios parduoda jai žaliavas, gamybai reikalingus komponentus ar teikia paslaugas skolon.

Įmonei yra naudinga gauti prekes ar paslaugas skolon, nes tuos pinigus, kuriuos ji turi sumokėti, gali panaudoti kitiems tikslams. AB „Pieno žvaigždės“ skolos parodytos 2.2 paveikslėlyje. Analizuojant įmonės atsiskaitymus su tiekėjais, reikia įvertinti skolų tiekėjams pokyčius, lyginant vienus metus su kitais. Didžiausias įsiskolinimas tiekėjams arba kaip įmonė AB „Pieno žvaigždės“ yra išskyrusi savo balanso eilutėje prekybos ir kitos mokėtinos sumos didžiausia skolos pokytis buvo 2021 m. metų duomenis lyginat su 2020 m. pokytis buvo 6936 tūkst. Eur., tai pat nemažas pokytis yra lyginat 2023 m. su 2020 m. skola išaugo iki 2952 tūkst. Eur. Lyginat 2023 m. su 2021 m. ir 2022 su 2021 skolos tiekėjams sumažėjo 18% ir 15%. Taigi matyti, kad AB „Pieno žvaigždės“ skolos tiekėjams kito gana netolygiai, tai didėjo, tai mažėjo.



2.2 pav. AB „Pieno žvaigždės“ prekybos mokėtinos sumos 2020 - 2023 m.

2.5 lentelė. AB „Pieno žvaigždės“ prekybos mokėtinų sumų pokytis 2020 – 2023 m.

Skolos pokytis	Absoliutinis pokytis tūkst., Eur	Santykinis pokytis, proc.
2023 m. palyginti su 2022 m.	-621	96,77
2023 m. palyginti su 2021 m.	-3984	82,38
2023 m. palyginti su 2020 m.	2952	118,84
2022 m. palyginti su 2021 m.	-3363	85,12
2021 m palyginti su 2020 m.	6936	144,26

Sudaryta autorės: pagal AB „Pieno žvaigždės“ finansinės ataskaitos duomenis

2.6 Lentelėje parodyta AB „Pieno žvaigždės“ atsiskaitymų su tiekėjais efektyvumo rodikliai, rodikliams skaičiuoti bus naudojama savikaina, vietoje pirkimų iš tiekėjų suma, nes finansinėse ataskaitose šio rodiklio nėra nurodyta. *Teoriškai formulėje naudojant pirkimų iš tiekėjų rodiklį koeficientas yra gerokai tikslesnė, nes savikaina tiesiogiai neatspindi visų pirkimų, su kuriais tiesiogiai susiję mokėtinos sumos. Į savikainą papulsi nusidėvėjimas, darbuotojų darbo užmokestis ir kiti iškreipiantys faktoriai. Taip pat į savikainą nepateks administraciniai pirkimai, kurie patenka į mokėtinas sumas.*

2.6 lentelė. AB „Pieno žvaigždės“ mokėtinų sumų efektyvumo rodikliai

Rodiklis	2020 m.	2021 m.	2022 m.	2023 m.
Mokėtinų sumų koeficientas	8,04	7,55	8,41	7,84
Mokėtinų sumų apyvartumas dienomis	43,15	57,11	39,93	45,78

Sudaryta autorės: pagal AB „Pieno žvaigždės“ finansinės ataskaitos duomenis

AB "Pieno žvaigždės" atsiskaito su tiekėjais apyvarta dienomis yra virš 30 dienų ir pats atsiskaitymo koeficientas yra mažas per nagrinėjamą laikotarpį, todėl kad įmonė turi sudariusi sutartis su tiekėjais dėl ilgesnio atsiskaitymo laiko, tai yra naudinga įmonei ji gali valdyti pinigų srautus ir išlaikyti finansinį lankstumą.

### Išvados

1. Atsiskaitymai suprantami, kaip mokestis už suteiktas prekes ir paslaugas, paprastai atliekamas pinigais. Atsiskaitymai skirstomi į atsiskaitymus grynais ir negrynaisiais pinigais. Tinkamas atsiskaitymų su tiekėjais ir pirkėjais organizavimas sudaro palankias verslo vystymo sąlygas, nes užtikrina sklandų įmonės darbą, gerą reputaciją. Dėl šios priežasties atsiskaitymai su tiekėjais ir pirkėjais turi būti suderinti tarpusavyje tokiu būdu, kad pinigų apyvartos ciklas būtų minimalus. Tai užtikrina efektyvią įmonės veiklą, pagerina apyvartinio kapitalo judėjimą.

2. Pagrindiniai rodikliai naudojami atsiskaitymų kontrolei yra pirkėjų ir tiekėjų apyvartos koeficientai bei atskaitymas dienomis, tai pat yra svarbu išanalizuoti kokios pirkėjų, tiekėjų skolos dominuoja įmonėje.

3. Atsiskaitymai su pirkėjais yra geros būklės, t.y. pirkėjai atsiskaito laiku su įmone, neuždelsia mokėjimų. Įmonė nuo 2022 m. neturi pradelstų daugiau nei 180 dienų iš prekybos gautinų sumų tai galima teigti, kad atsiskaitymų su pirkėjais padėtis gerėja ir įmonė yra ėmusi visų reikiamų priemonių, kad tos skolos neatsirastų.

Mokėtinų prekybos sumos koeficientas dienomis yra didesnės, bet tai gali lemti tai kad įmonė yra pasirašiusi sutartis su tiekėjais ir gali už prekes ir paslaugas atsiskaityti po tam tikro laikotarpio. Tai pat įmonė laikosi politikos, kad turėti pakankamai likvidaus turto, kurio galėtų įvykdyti einamuosius su veikla susijusius mokėjimus.

### Literatūra

1. V.ALEKNEVIČIENĖ, V. (2011) *Įmonių finansų valdymas*. Kaunas: Spalvų kraitė.
2. V.BAGDŽIŪNIENĖ (2015) *Finansinių ataskaitų analizė*. Vilnius: Conto litera.
3. H.DAUDERIS (1994) *Finansų apskaita*. Kaunas: pasaulio lietuvių kultūros ir švietimo centras.
4. R.HERISON, R.SAHABUDDIN, M.AZIS IR F.AZIS (2022) *The Effect of Working Capital Turnover, Accounts Receivable Turnover and Inventory Turnover on Profitability Levels on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019*.
5. A.KAZAKEVIČIUS ir E.JAKŠTAS (2018) *Verslo įmonių finansinių ataskaitų analizė*. Kaunas: Kauno kolegijos reklamos ir medijų centras. Prieiga per internetą: <https://dspace.kaunokolegija.lt/bitstream/handle/123456789/149/E.Jak%20c5%a1tas%20c%20A.Kazakevi%20c4%8dius.%20Mokomoji%20knyga.%20v.2020.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
6. J.MACKEVIČIUS (2007) *Finansinė analizė*. Vilnius: TEV.
7. *Nasdaq OMX Vilnius. Įmonių finansų analizė rodiklių skaičiavimo metodai, Vilnius, 2010*  
Prieiga per internetą: [https://www.nasdaqbaltic.com/files/vilnius/leidiniai/Rodikliu\\_skaiciavimo\\_metodika-final.pdf](https://www.nasdaqbaltic.com/files/vilnius/leidiniai/Rodikliu_skaiciavimo_metodika-final.pdf)
8. AB „Pieno žvaigždės“, *Ataskaitos*. Prieiga per internetą: <https://pienozvaigzdes.lt/lt/lt/content/11-finansines-ataskaitos>
9. B.ROHIT (2014) A Comparative Analysis of the Financial Ratios of Selected Banks in the India for the period of 2011-2014. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol.5, No.19.
10. J.ŽAPTORIUS (2015). *Finansų apskaita*. Vilnius: VGTU leidykla technika.



# MEDIACIJA CIVILINĖJE TEISĖJE: TEORINIAI ASPEKTAI, MEDIACIJOS PRAKTIKA IR EFEKTYVUMO VERTINIMAS

*Vytautė Margelytė*  
*Lekt. Arūnas Žukauskas*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Šiame straipsnyje analizuojami esminiai aspektai, susiję su mediacijos taikymu civilinėje teisėje. Šiuo straipsniu siekiama aptarti mediacijos taikymą civilinėje teisėje, mediacijos sampratą, jos rūšis ir ypatumus, mediacijos principus, sprendžiamus ginčus bei mediaciją šeimos bylose. Mediacijos tikslas yra padėti ginčo šalims taikiai išspręsti ginčą sumažinant teismo darbo krūvį, laiko sąnaudas ir kitus žmogiškuosius išteklius.

Raktažodžiai: civilinė teisė, mediacija, ginčo šalys, alternatyvus sprendimo būdas.

## Įvadas

Ginčai, pyktis yra neišvengiamas dalykas žmonių gyvenime, dažnai susipykus prarandami geri tarpusavio santykiai, šeimos išsiskaido ir pan., dažnai žmonės yra užsispyrę ir jie linkę pasukti skirtingais keliais o kilus dideliu ginčui jį spręsti teisiniu keliu, todėl mediacija yra labai aktuali tema šiuolaikiniame pasaulyje, kur vis daugiau dėmesio skiriama taikiam ir konstruktyviam ginčų sprendimui. Mediacija yra veiksmingas būdas spręsti konfliktus ir ginčus. Ji suteikia šalims galimybę tiesiogiai dalyvauti savo ginčo sprendimo procese ir priimti sprendimus, kurie atitinka jų interesus ir poreikius. Mediatorius padeda sukurti konstruktyvų dialogą ir ieškoti abipusiškai priimtinių sprendimų, kurie dažnai yra ilgalaikiai ir tvarūs. Teismo procesas yra pakankamai brangus ir ilgas procesas priešingai mediacija gali būti greitesnė, pigesnė ir efektyvesnė ginčų sprendimo forma. Mediatorius gali padėti šalims pasiekti susitarimą, kuris visiems tenkinantis, nes jis atsižvelgia į jų individualius poreikius ir interesus. Mediacija ne tik padeda spręsti esamus ginčus, bet ir gali būti naudojama kaip prevencinis įrankis. Ankstyvoji mediacija gali padėti identifikuoti potencialius konfliktus ir jų priežastis bei užkirsti kelią jų eskalacijai. Tai ypač svarbu organizacijose, kur prevencija ir konfliktų valdymas gali padėti išvengti darbo aplinkos įtampų ir sumažinti išlaidas, susijusias su konfliktų sprendimu. Galima manyti, kad mediacija yra aktualus ir vertingas metodas, kuris padeda žmonėms ir organizacijoms spręsti ginčus taikingu ir konstruktyviu būdu, išlaikyti gerus santykius ir išvengti ilgų ir brangių teismo procesų.

## Mediacijos samprata

Mediacijos sąvoka apibrėžta mediacijos įstatyme 2str. 4d., remiantis įstatymu „Mediacija – civilinių ar administracinių ginčų sprendimo procedūra, kurios metu vienas ar keli mediatoriai padeda ginčo šalims taikiai spręsti ginčą. Mediacija, išskyrus teisėjų vykdomą teisminę mediaciją ir Lietuvos administracinių ginčų komisijos, jos teritorinių padalinių narių vykdomą neteisminę mediaciją, yra profesinė veikla“. Mediacija yra procesas, kurio metu dvi ar daugiau šalių, turinčių ginčą ar nesutarimą, susitinka su neutraliu ir nepriklausomu tarpininku, kuris padeda šalims išspręsti jų problemas ir pasiekti abiem pusėms priimtina susitarimą. Mediacija yra savanoriška ir pagrįsta savanoriškumu, o tai reiškia, kad šalys savo noru pasirenka mediacijos procesą. Mediacijos procesas yra privatus ir konfidencialus, o šalys turi galimybę išreikšti savo poziciją ir ieškoti sprendimų, kuriems jos sutinka. Tarpininkas yra neutralus ir nepriklausomas asmuo, kuris padeda šalims suprasti viena kitą ir ieškoti sprendimų, kad ginčas būtų išspręstas taikiai ir abiem pusėms priimtina. Tarpininkas nesprenžia ginčų ar nesutarimų už šalis, bet tik padeda jiems pasiekti susitarimą. Mediacija gali būti naudojama įvairiose srityse, įskaitant civilinius ginčus, šeimos konfliktus, darbo ginčus ir kitas problemas. Galutinis mediacijos susitarimas yra teisiškai įpareigojantis ir yra priimamas šalių susitarimu.

## Mediacijos rūšys ir ypatumai

Remiantis autore N. Kaminskiene „Nors mediacija yra senas tradicijas turintis alternatyvus ginčų sprendimo būdas (procedūra), o modernios mediacijos raida sietina būtent su 1970 m. anglosaksiškose valstybėse iškilusia alternatyvos teisminei procesui būtinybe, praktikoje paplitusios skirtingos mediacijos formos. Pažymėtina, kad vienas iš pagrindinių mediacijos bruožų yra lankstumas, kuris pasireiškia ne tik formų, bet ir pačios procedūros turinio įvairove.“ ( Natalija Kaminskiene „Mediacija“ 2013m., p. 221).

Mediacijos rūšys yra tai pat aprašytos ir mediacijos įstatyme, tačiau mediacijos įstatymas išskiria tik dvi mediacijos rūšis: teisminę ir neteisminę mediacijos rūšis, tačiau atsižvelgiant į šių dienų galiojančius įstatymus galima išskirti ir trečią mediacijos rūšį, tai privalomoji mediacija. Šiame poskyryje trumpai aptarsiu visas tris mediacijos rūšis ir jų ypatumus.

Pirmoji mediacijos rūšis yra teisminė mediacija apie ją rašo LR mediacijos įstatymo 2 str. 9d., kurioje teigiama „Teisminė mediacija – civilinių ar administracinių ginčų sprendimo procedūra, kurios metu vienas ar keli mediatoriai padeda ginčo šalims taikiai spręsti šį ginčą teisme nagrinėjamoje byloje.“. Taigi ji glaudžiai susijusi su teismu ir ji yra neatsiejama teismo proceso dalis tam tikroje srityje. Teisminės mediacijos taisyklės taip pat yra išaiškintos ir „Teisėjų tarybos patvirtintomis Teisminės mediacijos taisyklėmis.“. Teisminė mediacija stipriai siejama su teismo procesu ir taikoma tik inicijavus teismo procesą. Teisminės mediacijos tikslas yra taikiai išspręsti ginčą, kaip teigia ir autorė Natalija Kaminskienė „Tokiu atveju teisminė mediacija yra daugiau siejama ne su vienu iš bendrų mediacijos tikslų – sumažinti teismų darbo krūvį ir išvengti ginčų perdavimo teismui nagrinėjimui, bet su siekiu, jau kreipusis į teismą, išspręsti kilusį ginčą taikiai, teismui nepriimant privalomo sprendimo“ (N. Kaminskienė „Mediacija“ 2013m., p. 231). Teisminė mediacija privaloma tam tikrais teismo nurodytais atvejais ir yra konfidenciali, efektyvi ir savarankiška o tai reiškia, kad mediatorius yra atsakingas už mediacijos procesą, bet nėra atsakingas už šalių sprendimus.

Antroji mediacijos rūšis yra neteisminė mediacija, kuri aprašyta LR mediacijos įstatymo 2 str. 6d. kuriame teigiama „Neteisminė mediacija – civilinių ar administracinių ginčų sprendimo procedūra, kurios metu vienas ar keli mediatoriai padeda teisme nesprendžiamo ginčo šalims taikiai spręsti šį ginčą.“, taigi neteisminė mediacija priešingai teisminei mediacijai yra visiškai nesusijusi su teismo procesu. Remiantis LR Vyriausybės išaiškinimais pateikiu keltą neteisminės mediacijos privalumų: „greitesnis procesas nei bylinėjantis teisme, patiriama mažiau išlaidų nei bylinėjantis teisme, neviešas ir konfidencialus procesas, savanoriškas procesas iš kurio bet kuriuo metu galima pasitraukti, gali vykti ginčo šalims patogioje vietoje ir sutartu laiku, nepavykus susitarti mediacijos metu, tai neužkerta kelio kreiptis į teismą.“ (LR Vyriausybės išaiškinimai 2023m.).

Trečioji mediacijos rūšis yra privalomoji mediacija, ji aprašyta LR mediacijos įstatymo 2 str. 7d., kuriame teigiama „Privalomoji mediacija – mediacija, kuria įstatymų nustatytais atvejais privaloma pasinaudoti prieš kreipiantis į teismą dėl civilinio ginčo sprendimo.“ Remiantis LR mediacijos įstatymu privalomoji mediacija nuo 2020m. sausio 1 d. privalomai taikoma sprendžiant šeimos ginčus t.y. privalomąją mediaciją privalo pasinaudoti asmenys prieš kreipiantis į teismą sprendžiant ginčus kilusius iš šeimos. Privalomoji mediacija yra ypatinga tuo, kad užtenka vienos šalies iniciatyvos pradėti vykdyti mediaciją, jeigu susitarimo nepasiekia mediacijos metu, tai ginčas tuomet persikelia į teismą.

Apibendrinant galima teigti, kad šios trys mediacijos rūšys yra visos labai panašios, bet ir labai skirtingos. Panašumai yra siejami su principais, kuriais privaloma vadovautis vykdant tam tikrą mediaciją. Teisminė mediacija yra siejama su teismo procesu, neteisminė mediacija yra visiškai nesusiejamas dalykas su teismu, o privalomoji mediacija turi būti įvykdyta prieš kreipiantis į teismą.

## Mediacijos principai

Mediacijos procesas vyksta laikantis tam tikrų principų vienas iš svarbiausių principų yra konfidencialumo principas. Mediacija turi vykti užtikrinant šalių ir mediatoriaus pasitikėjimą ir atvirumą, dažnai mediacijos proceso metu yra atskleidžiama daug emocinių išgyvenimų, paslapčių ir pan., todėl būtina šalims jaustis saugiai ir užtikrintai, kad apie jų padėtį niekas nesužinos, todėl yra užtikrinamas konfidencialumo principas, kuris leidžia šalims jaustis laisvai ir saugiai. Konfidencialumas yra aptartas ir mediacijos įstatymo IV skyriuje „Civilinių ginčų mediacijos vykdymas“ 17 straipsnis, kuris teigia „1. Jeigu ginčo šalys nesusitarė kitaip, ginčo šalys, mediatoriai ir mediacijos paslaugų administratoriai turi laikyti paslapyje visą civilinio ginčo mediacijos ir su ja susijusią informaciją, išskyrus informaciją, kurios reikia siekiant patvirtinti ar įvykdyti mediacijos metu sudarytą taikos sutartį, ir informaciją, kurios neatskleidimas prieštarautų viešajam interesui (ypač kai reikia užtikrinti vaiko interesus arba užkirsti kelią žalos fizinio asmens sveikatai ar gyvybei atsiradimui). Ši nuostata taip pat taikoma teismo, arbitražo ir kitoms civilinių ginčų sprendimo procedūroms, tiek susijusioms su civiliniu ginču, kuris buvo sprendžiamas mediacijos būdu, tiek nesusijusioms. 2. Mediatorius negali vienos ginčo šalies jam patikėtos konfidencialios informacijos atskleisti kitai ginčo šaliai, jeigu nėra informaciją patikėjusios ginčo šalies leidimo.“ Konfidencialumo principą aptaria ir Europos mediatorių elgesio kodeksas 4 straipsnis, jame nustatoma, kad mediatorius turi išlaikyti paslapyje visą informaciją susijusią su mediacija ir tai, kad ši informacija negali būti atskleista be šalies leidimo.

Antras svarbus principas yra nešališkumo principas. Šis principas reiškia kad mediatorius elgtųsi vienodai su šalimis. Mediatorius negali palaikyti vienos ginčo šalies, tarp šalių turi vyrauti lygiateisiškumo principas. Mediatorius privalo būti nešališkas ginčo dalyviams jis turi gerbti abi puses vienodai tarp mediatoriaus ir šalių negali būti jokių asmeninių santykių, kurie paskatintų priversti vieną šalį būti pranašesne todėl, kad mediatorius yra (šališkas). Nešališkumo reikalavimą nustato ir Lietuvos Respublikos mediacijos įstatymo 4str. 2d. kuriame teigiama „Mediatorius turi būti nešališkas civilinio ar administracinio ginčo šalims. Mediatorius gali priimti pasiūlymą pradėti mediaciją arba tęsti pradėtą mediaciją tik tuo atveju, jeigu jis informavo ginčo šalis apie jam žinomas aplinkybes, kurios gali kelti abejonių dėl jo nešališkumo, ir jeigu ginčo šalys sutiko, kad jis vykdytų mediaciją.“ Ši elgesio taisyklė įpareigoja mediatorių veikti nešališkai šalių atžvilgiu ir išpareigoja elgtis vienodai su šalimis. Su nešališkumo principu siejamas ir neutralumas, pagal lietuvių kalbos žodyną „neutralus - neprisidedantis ne prie vienos puses ( ginče, politinėje kovoje), bešališkas, bešalis. Autorė Eglė Atutiene daktaro disertacijoje teigia „ Kita vertus, mediatoriaus neutralumas neapsiriboja nešališku elgesiu su ginčo šalimis. Jis ir reiškia ir mediatoriaus nepriklausomumą, kuris priešingai nei nešališkumas, yra siejamas ne tik su ginčo šalimis, bet ir su reikšmingomis aplinkybėmis, darančiomis įtaką mediatoriaus neutralumui arba galinčiomis sukelti interesų konfliktą". (Atutiene., 2020m. P. 65), tai reiškia kad mediatorius turi būti nepriklausomas ir nuo reikšmingų aplinkybių.

### **Sprendžiami ginčai mediacijos būdu**

Yra įvairiausių ginčų, kurie kyla visuomenėje, tarp asmenų ar net tarptautinių ginčų, kurie gali būti sprendžiami įvairiausiai priklausomai nuo ginčo pobūdžio ir kitų aspektų. Vienas iš ginčo sprendimo alternatyvų yra – mediacija. Kai kurie ginčai gali būti išspręsti paprastesniu būdu tai yra derybų būdu, o į tai įeina mediacija. Tačiau tam kad būtų galima ginčą spręsti mediacijos būdu, svarbu yra nustatyti koks ginčas yra kilęs tarp šalių. Šiame skyriuje glaustai aptarsiu kokie ginčai gali būti sprendžiami mediacijos būdu.

Pirmiausiai sprendžiami gali būti šeimos ginčai, tai yra pagrindinis ginčas, kuris gali asocijuotis su mediacija, nuo 2020m. sausio 1 d. remiantis mediacijos įstatymu, yra įvesta privalomoji mediacija šioms ginčams prieš kreipiantis į teismą. Tai yra todėl nes mediacijos būdu siekiama išsaugoti asmenų tarpusavio santykius atsižvelgiant ir į šeimos padėtį.

Toliau gali būti sprendžiami įvairiausi civiliniai ginčai tokie kaip darbo ginčai, komerciniai ginčai, ginčai susiję su nekilnojamu turtu ar paveldėjimo teisėmis galima teigti, kad mediacija gali būti naudinga bet kokiame civiliniame ginče, kuriame siekiama surasti priimtina sprendimą abiem ginčo šalims savanoriškai, kuris būtų priimtinas visoms ginčo šalims.

### **Mediacija šeimos byloje**

Nuo 2020m. šeimos byloje įsitvirtino privalomoji mediacija, tai reiškia jog šeima yra didžiausia vertybė ir turtas, tad jos nevalia prarasti dėl kilusio piktumo ar susiklosčiusių situacijų. Mediacija yra puikus būdas spręsti šeimos konfliktus, nes ji suteikia šeimos nariams galimybę aktyviai dalyvauti ir kartu ieškoti priimtinių sprendimų, atsižvelgiant į visų šeimos narių interesus. Mediatorius padeda šeimos nariams pagerinti bendravimą ir supratimą vienas kito atžvilgiu. Jis skatina atvirą dialogą, kuriame šeimos nariai gali išreikšti savo nuomones, jausmus ir poreikius. Mediatorius taip pat padeda išgirsti ir suprasti kitų šeimos narių perspektyvą, skatindamas empatiją ir supratimą.

Mediacija šeimos konfliktų sprendimui gali būti labai naudinga, nes ji skatina šeimos narius bendradarbiauti, ryžtingai komunikuoti ir ieškoti tvarios ir abipusiškai priimtinių sprendimų. Ji padeda išlaikyti ar atkurti stiprius ir sveikus šeimos santykius, padėdama šeimai įveikti konfliktus ir tobulėti kaip vieningai veikianti sistema. Šeimos mediacijos tikslas – sudaryti galimybes šeimos nariams bendrauti, ieškoti sprendimų ir tapti atsakingiems už savo priimtus sprendimus, kurie tiesiogiai liečia ne tik juos, bet ir kitus, taip pat ir vaikus, šeimos narius. Šeimos mediacijos metu mediatorius turėtų siekti ginčo šalims padėti susitaikyti su pasikeitimais, išgirsti vienas kitą, skatinti tarpusavio bendravimą, bendradarbiavimą, priimant sprendimus. Šeimos ginčiuose, kurie yra susiję su vaikais, tėvų tarpusavio santykis ir bendravimas ateityje yra neišvengiamas. Svarbu padėti tėvams suprasti, kad niekas geriau už tėvus nežino, kas geriausia jų vaikams.)

Apibendrinant šeimos mediacija yra svarbi tam nes tai gali būti susijusi ne tik su dviem žmonij tarpusavio santykiais bet ir su vaikais, ar kitais šeimos nariais, todėl svarbu išlaikyti gerus tarpusavio santykius.

## Išvados

1. Mediacija apibendrinant galima teigti, kad yra alternatyvus ginčų sprendimo būdas, kuria siekiama padėti ginčo šalims išsaugoti tarpusavio santykius ir padedant mediatoriaus tai yra nešališko, nepriklausomo asmens pagalba priimti priimtina sprendimą, kuris tenkins visas ginčo šalis.
2. Nors mediacijos rūšys remiantis įstatymu yra išskirtos tik dvi, t.y. teisminė ir neteisminė mediacijos rūšys, tačiau galima išskirti ir trečią privalomąją mediaciją, kadangi ji tai pat yra plačiai naudojama, ir įtvirtinta įstatyme ir teisės aktuose.
3. Mediacijos principų yra ganėtinai daug, tačiau jie yra glaustai susiję tačiau pagrindiniai principai yra konfidencialumo, sąžiningumo, nešališkumo principai, kurių turi laikytis mediatorius ir visos ginčo šalys, kadangi mediacija remiasi šiais principais ir be jų mediacija net negalėtų vykti.
4. Mediacijos būdu gali būti sprendžiami įvairiausi civiliniai ginčai, jeigu yra tam pagrindas ir jeigu šalių siekis yra priimti alternatyvų sprendimą, ir išsaugoti tarpusavio santykius.
5. Nors mediacijos būdu gali būti sprendžiami įvairūs ginčai, kurių tikslas išsaugoti gerus tarpusavio santykius ir pasiekti taikų abipusį sprendimą, šeimos ginčiuose mediacija yra privaloma, kadangi tai gali lemti ne tik dviejų žmonių interesus bet ir jų vaikų, kuriems svarbu jog šeimos nariai palaikytų gerus tarpusavio santykius.

## Literatūra

1. [https://tm.lrv.lt/uploads/tm/documents/files/Mediatoriaus%20vadovas %20Metodinis%20leidinys%20TM%20\(pdf\)\(1\).pdf](https://tm.lrv.lt/uploads/tm/documents/files/Mediatoriaus%20vadovas%20Metodinis%20leidinys%20TM%20(pdf)(1).pdf)
2. Mediacijos įstatymas: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.325294/asr>
3. Civilinio proceso kodeksas: <https://www.infolex.lt/ta/77554>
4. Neteisminė mediacija: <https://vgtpt.lrv.lt/lt/mediacija/valstybes-uztikrinama-neteismine-mediacija>
5. Teisminė mediacija: <https://www.etar.lt/portal/lt/legalAct/70208500f79411e880d0fe0db08fac89/asr>
6. Privalomoji mediacija: <https://tm.lrv.lt/lt/veiklos-sritys-1/mediacija/privalomoji-mediacija>
7. <https://www.ssinstitut.lt/wp-content/uploads/Ka-reikia-zinoti-apie-mediacija.pdf>
8. <https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/16924/9789955195672.pdf?sequence=1&isAlloWed=y>

# MB „AURIAUTO“ ĮMONĖS PINIGŲ VALDYMAS

*Alma Matulionienė*

*Lekt. Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnyje pabrėžiamas pinigų vaidmuo įmonėje. Be jų neegzistuoti nei viena įmonė, todėl labai svarbu stebėti ar teisingai jie naudojami verslo veiklai vykdyti ir įmonės tikslams pasiekti. Kad galėtume matyti, kaip įmonėje nuolat vyksta apyvartinių lėšų judėjimas darbe sudaroma ir analizuojama pinigų srautų ataskaita. MB „Auriauto“ pinigų valdyme nustatyta rizika dėl grynųjų pinigų. Analizuojant MB „Auriauto“ pinigus įmonėje, sudaryta pinigų srautų ataskaita.

Raktažodžiai: Pinigų valdymas, finansinė analizė, pinigų srautai, grynieji pinigai, negrynieji pinigai.

## Įvadas

Pinigai - įmonės turtas, kuris naudojamas atsiskaityti su darbuotojais, tiekėjais, kreditoriais, valstybinėmis institucijomis, taip pat jais išmokami dividendai ir pan. Pinigų judėjimas įmonėse – daugiausiai tikrintojų dėmesio pritraukianti sritis, todėl išmanyti bendrąsias taisykles privaloma kiekvienam, kuris startuoja versle, juolab kad už pinigų judėjimo tvarką įmonėje atsako jos vadovas. Pinigų judėjimo organizavimas ir tvarkos nustatymas priklauso nuo to, koku būdu vykdomi juridinio asmens mokėjimai. Kai visi mokėjimai vykdomi atsiskaitomoje banko sąskaitoje, įplaukas ir išmokas pagrindžiantis dokumentas yra banko išrašas. Tai skaidriausias ir mažiausiai klausimų keliantis būdas.

Pagrindinė grynųjų pinigų judėjimo vieta yra įmonės kasa, dažnai neteisingai painiojama su kasos aparatu. Kasos aparatas – tai prekybos vietoje esantis fiskalinis aparatas, kuriuo fiksuojami prekių ar paslaugų pardavimai ir apmokėjimai, o įmonės kasa – vieta, kurioje atliekamos grynųjų pinigų operacijos ir laikomi pinigai. Jei įmonė neturi kasos aparato, grynaisiais pinigais disponuoja atskaitingi asmenys, jais gali tapti kiekvienas įmonės darbuotojas paskirtas vadovo įsakymu. Sėkmingai ir stabiliai dirbanti įmonė, visada turi sukaupusi tam tikrą pinigų kiekį, kuris užtikrina jos ilgalaikį ir trumpalaikį mokumą. Dažnai pasitaiko, jog pelningai dirbanti įmonė atsiduria ties bankroto riba, kadangi neturi pinigų padengti savo įsipareigojimus, o tai parodo neproporcingą išmokų ir įplaukų reguliavimą. Sėkminga įmonės veikla yra susijusi su jos gebėjimu generuoti pinigus.

**Darbo aktualumas:** Pinigų valdymas įmonėje yra labai svarbus procesas, kuris padeda efektyviai planuoti, kontroliuoti ir panaudoti įmonės finansinius išteklius. Tai apima įvairias veiklas, skirtas užtikrinti, kad įmonė veiktų pelningai ir efektyviai, išlaikant tinkamą finansinę būklę ir maksimizuojant vertę akcininkams.

**Darbo problema:** Visos įmonės norėdamos išsilaikyti rinkoje turi realiai vertinti ir reguliuoti pinigus. MB „Auriauto“ turi rasti sprendimą, kaip pagerinti pinigų srautų valdymą.

**Darbo objektas:** MB „Auriauto“ pinigų valdymas 2023 m.

**Tikslas:** Nustatyti, kaip MB „Auriauto“ yra valdomi pinigai, kokios pinigų politikos laikomasi ir pateikti siūlymus pinigų valdymo gerinimui.

**Darbo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti pinigų valdymą teoriniu aspektu.
2. Išanalizuoti, kaip pinigai yra valdomi MB „Auriauto“ įmonėje.
3. Nustatyti MB „Auriauto“ pinigų valdymo gerinimo sritis.

## 1. Įmonės pinigų valdymo teoriniai aspektai

T.Klammer (2018) teigimu jokia įmonė negali egzistuoti be pinigų, kadangi pinigai yra tarsi kraujas užtikrinantis kompanijos gyvybingumą. Nei viena įmonė negali pelnu padengti įsipareigojimų, nes tai tik „buhalteriški“ pinigai. Už viską kompanija turi atsiskaityti grynaisiais pinigais. Grynųjų pinigų stygius kompanijoje yra tas pats, kaip žmogui kraujo trūkumas. Netekęs daug kraujo, žmogus neišgyvens, lygiai tas pats yra ir su įmone. Verslas bankrutuos, jeigu neturės pakankamai apyvartinių lėšų.

### 1.1. Įmonės pinigų samprata ir klasifikavimas

Be pinigų negali egzistuoti nei viena valstybė, nei viena įmonė, nei vienas žmogus. Todėl pinigų įvairius aspektus – esmę, reikšmę, apibrėžimus, savybes, funkcijas, rūšis, kiekį ir t.t nagrinėjo daugybė

pasaulio mokslininkų, bankininkų, verslininkų, filosofų, matematikų ir kitų mokslų ar veiklos sričių atstovų. Pinigai yra ekonominės vertės matas, kuris naudojamas mainams, atsiskaitymui už prekes ar paslaugas. Jie taip pat gali būti laikomi kaip turtas, kuris gali būti investuojamas ar kaupiamas. Pinigai veikia kaip mainų priemonė, leidžianti žmonėms ir įmonėms greitai ir efektyviai prekiauti ir sudaryti sandorius.

Pinigų samprata įmonėse yra panaši į tai, kaip tai suprantama asmeninėje finansinėje srityje, tačiau su tam tikromis specifikomis, būdingomis verslo kontekstui. Pasak M.Jasienės (2013m.) įmonių pinigai apima finansinius išteklius, kurie yra naudojami verslo veiklai vykdyti ir pasiekti įmonės tikslus. Tai gali apimti įvairias formas lėšas, investicijas, turto ir skolas, susijusias su įmonės finansine būkle. Įmonių pinigai gali būti suskirstyti į keletą kategorijų:

- Likutis sąskaitose: Tai yra pinigai, kurie yra įmonės banko sąskaitose ir gali būti naudojami kasdieninėms operacijoms, darbuotojų atlyginimams, sąskaitų apmokėjimams ir kitoms būtinoms išlaidoms.

- Investicijos: Įmonė gali turėti investicijų portfelį, kuris gali būti sudarytas iš akcijų, obligacijų, investicinių fondų ar kitų vertybinių popierių.

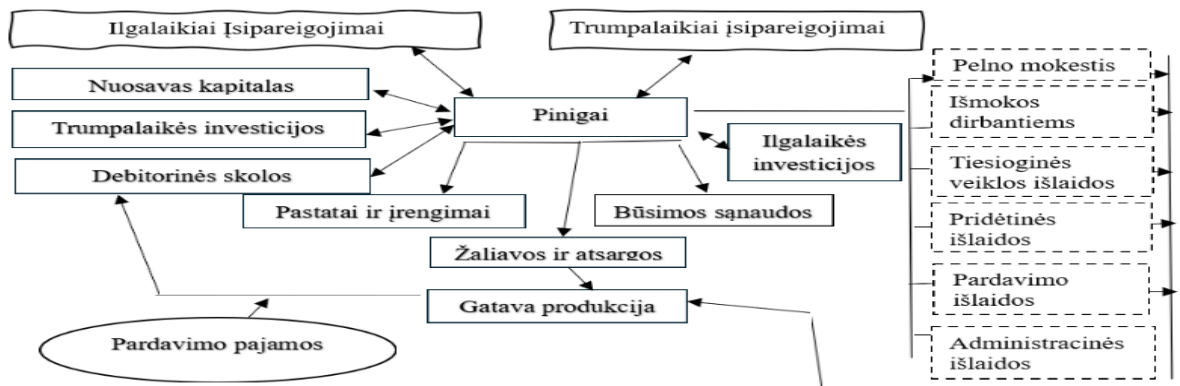
- Turto vertė: Tai apima visą įmonės turimą turtą, tokią kaip nekilnojamasis turtas, įrenginiai, mašinos ir įrankiai, kurie gali būti vertinami pagal rinkos vertę ar kitus vertinimo metodus.

- Skolos ir įsipareigojimai: Įmonė gali turėti skolas ir įsipareigojimus, susijusius su pardavimais, paslaugų teikimu ar kitomis finansinėmis operacijomis.

Pajamų ir išlaidų srantai: Tai yra įmonės pajamų ir išlaidų srantai, kuriuos būtina stebėti ir valdyti siekiant užtikrinti finansinį stabilumą ir pelningumą.

Efektyvus pinigų valdymas yra svarbus verslo sėkmės komponentas. Tai apima atidesnį finansų planavimą, saugų lėšų valdymą, investicijų strategijų kūrimą ir rizikos valdymą. Teisingas pinigų valdymas padeda užtikrinti įmonės finansinį stabilumą, pelningumą ir ilgalaikį augimą.

Anot M.Michalowich (2024) nuo pinigų reguliavimo priklauso įmonės galimybės laiku padengti įsipareigojimus, tobulinti paslaugų kokybę, teikti rinkai geresnės kokybės prekes. I.Danilevičienė (2021) pinigų judėjimą įmonės struktūroje lygina su kraujo keliu kūne. Pinigai nenutrūkstamai cirkuliuoja verslo „arterijomis“ nešdami vertybes įvairiems „organams“ (žr. 1 pav.)



**1.1.1. pav. Pinigų srautų judėjimas įmonėje**

Pasak G.Kalčinsko ir R.Kalčinskaitės-Klimaitienės (2022), esminis atskaitos elementas yra pinigai – įmonės grynieji pinigai kasoje, kurių paprastai turima nedaug, ir negrynieji pinigai banko sąskaitose, kurie sudaro didžiąją įmonės pinigų apyvartos dalį. V.Jurgutis (2014) pinigų apibrėžimą siūlo vartoti plačiuoju požiūriu apimant grynuosius ir negrynuosius pinigus. Pasak šio autoriaus, pinigų ekvivalentai – tai trumpalaikės likvidžios investicijos, kurios gali būti greitai iškeičiamos į žinomas pinigų sumas ir kurių vertės pasikeitimo rizika yra nereikšminga.

Apibendrinant galime drąsiai teigti, kad pinigai įmonėje cirkuliuoja intensyviai ir būtina juos stebėti ir analizuoti, kad netektų įmonei patirti apyvartinių lėšų stygiaus.

## 1.2. Įmonės pinigų valdymas ir atskaitomybė

Pinigų valdymas – tai gebėjimas suprasti sėkmingus ar nesėkmingus įmonės sprendimus panaudojant skaičių kalbą. Tai būdas suprasti įmonės veiklą ir ją įtakoti. Efektyvus pinigų valdymas

padedą užtikrinti įmonės finansinį tvarumą, maksimizuoja pelną ir sumažina finansines rizikas. Tai svarbus procesas, kuris turėtų būti nuolat stebimas ir tobulinamas, kad būtų galima pasiekti ilgalaikės sėkmės.

Anot A.Wayne'as (2013) pinigų valdymo pagrindinis tikslas – minimizuoti jų sumą, kuri yra neinvestuota, tačiau išlaikant pakankamą trumpalaikio turto likvidumą (virsmą pinigais). Priimant sprendimą dėl pinigų likučio reikia laviruoti tarp pelningumo ir rizikos, kurios didėjimas mažina turto likvidumą. Įmonės naudoja vis sudėtingesnes pinigų valdymo sistemas pinigams ir kitam likvidžiam finansiniam turtui valdyti, siekiant palaikyti reikiamą likvidumą mažiausia kaina.

Įmonės pinigų valdymas yra svarbus verslo veiklos aspektas, kuris apima visų įmonės finansinių resursų planavimą, stebėjimą ir valdymą. Tai apima įvairias veiklas ir strategijas, skirtas užtikrinti, kad įmonė veiktų efektyviai, būtų pelninga ir turėtų pakankamai lėšų savo kasdienėms operacijoms bei ilgalaikiam augimui. Štai keli pagrindiniai aspektai, susiję su įmonės pinigų valdymu:

- Biudžetas: Sukurkite ir stebėkite biudžetą, kuriame numatyti pajamos, išlaidos ir investicijos.
- Likvidumo valdymas: Užtikrinkite, kad įmonė visada turėtų pakankamai pinigų, kad būtų galima patenkinti trumpalaikius įsipareigojimus.
- Skolų valdymas: Atidžiai stebėkite skolas ir jų įtaką įmonės finansiniam stabilumui.
- Investicijų valdymas: Atlikite nuoseklų ir gerai apgalvotą investicijų strategiją, siekiant maksimizuoti grąžą ir diversifikuoti riziką.
- Pelno valdymas: Stiprinkite įmonės pelningumą ir maksimizuokite pelno potencialą.
- Mokesčių planavimas: Atidžiai planuokite mokesčius ir naudokites galiojančiomis mokesčių lengvatomis ir strategijomis, siekiant sumažinti mokesčių našą ir išlaikyti tinkamą mokesčių laikymąsi.

G.Kalčinskas ir R.Kalčinskaitė-Klimaitienė (2022) nurodo, kad pinigai yra plačiausiai naudojama mokėjimo priemonė, kuri domina visus informacijos vartotojus, todėl įmonės turi pateikti informaciją apie pinigų judėjimą. Tokia informacija pateikiama pinigų srautų ataskaitoje. Joje ataskaitinio laikotarpio pinigų srautai turi būti sugrupuojami pagal pagrindinę, investicinę, finansinę ir ypatingąją įmonės veiklą. Pinigų srautų skirstymą į pagrindinės, investicinės ir finansinės veiklos pinigų srautus įmonės renka pačios. Lietuvoje pinigų srautų ataskaitos sudarymą reglamentuoja: Lietuvos Respublikos įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas, įsigaliojęs nuo 2001 metų, 5 - tas Verslo apskaitos standartas „Pinigų srautų ataskaita“, įsigaliojęs nuo 2004 metų ir 7 - tas Tarptautinis apskaitos standartas „Pinigų srautų ataskaita“, įsigaliojęs nuo 2003 metų. T.Klammer (2018) pinigų srautų ataskaitą apibūdina kaip finansinę ataskaitą, kurioje nurodomos ataskaitinio laikotarpio pinigų ir pinigų ekvivalentų įplaukos ir išmokos. Pinigų srautų ataskaita paprastai rengiama pasibaigus ataskaitiniams finansiniams metams. Tačiau, tarptautiniai apskaitos standartai numato, jog ataskaita gali būti ir turėtų būti rengiama trumpesniam laikotarpiui, tai yra ketvirčiui ar pusmečiui. Labai svarbu tiksliai ir teisingai užpildyti pinigų srautų ataskaitą, kadangi nuo to priklauso kokie sprendimai gali būti priimti. Vertinant šios ataskaitos naudingumą, būtina išskirti pagrindinius pinigų srautų ataskaitos sudarymo tikslus. M.Michalowich (2024) bei I. Danilevičienė (2021) išskiria šiuos tikslus: pateikti duomenis apie gautus ir išleistus pinigus per ataskaitinį laikotarpį, apie pinigų panaudojimą įmonės pagrindinėje, investicinėje ir finansinėje veikloje taip pat pateikti informaciją įmonės finansinei analizei atlikti ir veiklai įvertinti.

Pinigų srautų ataskaitose atsispindi tai, kaip įmonėje nuolat vyksta apyvartinių lėšų judėjimas. Ne laiku pastebėtas lėšų stygius gali išsukti bankrotą, todėl būtina rengti pinigų srautų ataskaitą ir ją išanalizuoti. Taip pat ši ataskaita atskleidžia paradokšą, kad įmonė, kurios pelno (nuostolio) ataskaitoje nurodytas pelnas, neturi pinigų darbuotojų atlyginimas išmokėti, o įmonė, kurios pinigų srautų ataskaitoje parodomas nuostolis, sugeba įsigyti naujus, bei brangiai kainuojančius įrengimus.

Duomenų pateikimas ataskaitoje turi tam tikrų ribotumų vienas iš jų yra tai, kad ataskaitoje pateikiami duomenys priklauso nuo įmonės apskaitos politikos. Informacija pinigų srautų ataskaitoje pateikiama straipsniais. Pinigų srautų ataskaitoje pateikiant pinigų srautus, dėmesys turi būti kreipiamas į turinį ir ekonominę esmę, o ne į formalius pateikimo reikalavimus. Tai reiškia, kad įmonės, siekdamos tiksliau parodyti ataskaitinio laikotarpio pinigų srautus, į ataskaitą gali įtraukti papildomus straipsnius arba išbraukti nenaudojamus. Pigų srautų ataskaitos pavyzdinės formos galima keisti pagal savo poreikius, tačiau nepažeidžiant atitinkamų standartų reikalavimų. Pinigų srautų ataskaita, kaip numatyta 5 – tame Verslo apskaitos standarte (2001) (VAS) ir 7 – tame Tarptautiniame apskaitos standarte (2004) , gali būti sudaroma dviem būdais :

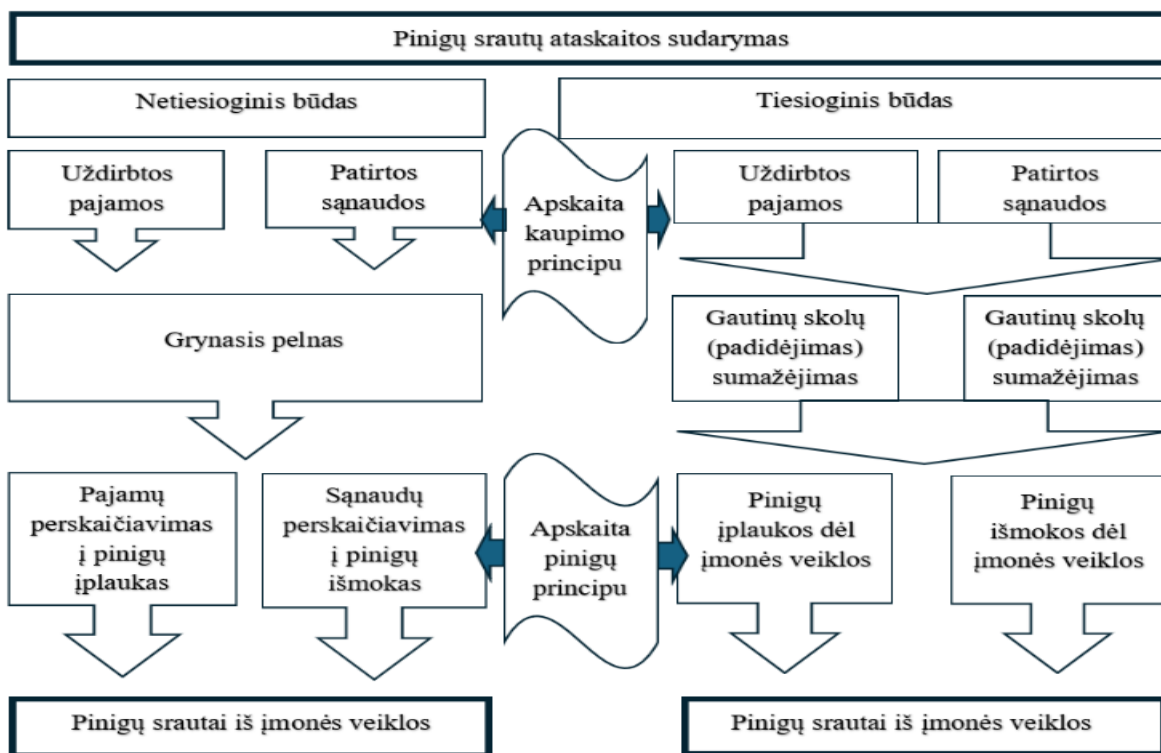
- tiesioginiu;
- netiesioginiu.

Pasak T.Klammer (2018) tiesioginis ir netiesioginis būdas pinigų srautų ataskaitoje yra du skirtingi metodai, kaip pateikti įmonės pinigų srautus finansinėse ataskaitose. Šie metodai skiriasi pagal tai, ar įmonė priskiria operacijas pagal jų esmę (tai yra, tiesioginis metodas) ar pagal jų finansinį poveikį

(netiesioginis metodas). Tiesioginiu būdu pateikiant pagrindinės veiklos pinigų srautus, ataskaitoje parodomos apibendrintos pinigų įplaukos ir pinigų išmokos per ataskaitinį laikotarpį. Pinigų srautų atskaitą rengiant tiesioginiu būdu, duomenys apie pinigų įplaukas ir išmokas pateikiami kartu su pridėtinės vertės mokesčiu (PVM). Toks PVM naudojimas kelia abejonių, ar neiškraipo ataskaitos informacijos, nes juk būna atvejų, kai PVM apskaitomas tik laikinai, kadangi gali būti susigrąžintas, arba dar papildomai sumokamas PVM į biudžetą.

Anot S.Calicchio (2021) netiesioginiu būdu pateikiant pagrindinės veiklos pinigų srautus, ataskaitinio laikotarpio grynasis pelnas (nuostoliai) perskaičiuojamas į ataskaitinio laikotarpio pinigų kiekį, gautą arba išleistą pagrindinėje įmonės veikloje. Netiesioginiu būdu sudarant pinigų srautų atskaitą, atskaitos tašku laikomas grynasis ataskaitinio laikotarpio rezultatas – pelnas ar nuostoliai, kurie koreguojami nepiniginė sandorių sumomis, balanso straipsnių pokyčiais, įplaukų ir išmokų sumomis, kurios turi būti parodomos pinigų srautų ataskaitos investicinės ar finansinės veiklos pinigų srautų dalyje, nors su jomis susijusios pajamos ir sąnaudos buvo parodytos pelno (nuostolių) ataskaitoje. Netiesioginiu būdu sudaromos pinigų srautų ataskaitos eilutės, kuriose pateikiami balanso straipsnių pokyčiai, atitinka balanso eilutes. Šis metodas gali būti naudingas, siekiant atskleisti operacijų finansinį poveikį, tačiau jis gali būti mažiau tikslus, nes jis neatspindi tiesioginių pinigų srautų.

Abu metodai turi savo privalumų ir trūkumų, ir pasirinkimas priklauso nuo įmonės poreikių ir pageidavimų, taip pat nuo buhalterinės apskaitos standartų, kuriuos privalo laikytis įmonė. Daugelyje šalių finansinės ataskaitos paprastai remiasi tiesioginiu metodu, tačiau kai kuriose situacijose gali būti naudojamas ir netiesioginis metodas. (žr. 1.2.1 pav.)



**1.2.1 Pav. Pinigų srautų ataskaitos sudarymo schema tiesioginiu ir netiesioginiu būdu**

Efektyvus pinigų valdymas padeda užtikrinti įmonės finansinį tvarumą, pelningumą ir ilgalaikę sėkmę. Tai svarbus procesas, kurį reikia nuolat stebėti ir tobulinti norint užtikrinti finansinį tvarumą. Pinigų srautų ataskaitos yra aktualios kiekvienai įmonei, kuriai yra svarbi jos kuo geresnė finansinė padėtis. Pinigų srautų ataskaitos informacijos gausa yra įmonės efektyvumo matas, nes ji suteikia detalumą apie patirtas išmokas ir gautas įplaukas. Šios ataskaitos įgalina nustatyti įmonės rizikingesnes veiklos sritis bei numatyti ir spręsti būsimas problemas, norint pasiekti geriausio rezultato.

### 1.3. Įmonės grynjieji pinigai

Grynjieji pinigai yra pinigų forma, kurią galima paliesti ir naudoti kaip atsiskaitymo priemonę kasdieninėse prekybos operacijose. Jie apima monetų ir banknotų formą, kurią žmonės gali turėti fiziškai



savo rankose ir naudoti atsiskaitymui už prekes ir paslaugas. Įmonėse gryniesi pinigai gali būti naudojami mažesnėms kasdieninėms išlaidoms padengti, tokioms, kai biuro prekės ir pan., taip pat įmonėms kartais gali prireikti grynųjų pinigų greitiems atsiskaitymams su tiekėjais. Kartais grynaisiais pinigais disponuoti lengviau, kadangi įmonėje atskaitingu asmeniu gali būti keletas įmonės darbuotojų, kuriuos paskiria įmonės vadovas.

36-ojo Verslo apskaitos standarte „Neribotos civilinės atsakomybės juridinių asmenų buhalterinė apskaita ir finansinė atskaitomybėje aprašoma, kaip teisingai apskaitomi gryniesi pinigai įmonėje.

Pinigai į įmonės kasą įnešami ir išmokami surašant kasos pajamų orderį (KPO) ir kasos išlaidų orderį (KIO), tuomet atskaitingam asmeniui iš įmonės kasos išmokami pinigai. Jeigu pas atskaitingą asmenį likęs didelis, logiškai nepagrįstas nepanaudotas avanso likutis, Valstybinė mokesčių inspekcija tokį avansą gali priskirti darbo užmokesčio ar dividendų išmokėjimui ir papildomai apmokestinti.

2022 metų birželio 23 dieną priimtas Lietuvos Respublikos atsiskaitymų grynaisiais pinigais ribojimo įstatymas. Šį įstatymą priėmė Lietuvos Respublikos seimas. Šis įstatymas įsigaliojo nuo 2022 m. lapkričio 1 dienos.

Įstatymas skelbia, kad atsiskaitymai, taip pat bet kokie kiti mokėjimai pagal sandorius gali būti atliekami grynaisiais pinigais, jeigu jie neviršija 5000 Eur. arba šią sumą atitinkančios sumos užsienio valiuta. Bendra dalimis atliktų atsiskaitymų grynaisiais pinigais, taip pat bet kokių kitų mokėjimų pagal sandorį suma grynaisiais pinigais negali viršyti 5000 Eur. arba šią sumą atitinkančios sumos užsienio valiuta. Jeigu dalimis atliekami atsiskaitymai, taip pat bet kokie kiti mokėjimai yra susiję su periodiniais mokėjimais pagal ilgalaikį arba neterminuotą sandorį ir visa atsiskaitymų, taip pat bet kokių kitų mokėjimų suma sandorio sudarymo metu nėra tiksliai žinoma, atsiskaitymai, taip pat bet kokie kiti mokėjimai pagal sandorį gali būti atliekami grynaisiais pinigais tol, kol jų bendra suma pasiekia šioje dalyje nurodytą sumą. Vėlesni atsiskaitymai, taip pat bet kokie kiti mokėjimai pagal tą sandorį, nesvarbu, kokio dydžio, turi būti atliekami negrynaisiais pinigais. Sandorio šalys neturi teisės skaidyti sandorio, jeigu taip galėtų būti išvengta šiame straipsnyje nustatyto atsiskaitymų grynaisiais pinigais, taip pat bet kokių kitų mokėjimų grynaisiais pinigais ribojimo taikymo.

Atsiskaitymo grynaisiais pinigais ribojimo įstatymas (AGPRI) taikomas ir sandoriams su užsienio piliečiais, todėl atsiskaitymai, taip pat bet kokie mokėjimai pagal tokius sandorius gali būti atliekami grynaisiais pinigais, jeigu jie neviršija 5000 Eur. sumos. Kai iš anksto žinoma, kad sandorio vertė viršija 5000 Eur., visa suma turi būti sumokėta tik negrynaisiais pinigais. Jei užsienio pilietis negali atlikti tiesioginio mokėjimo iš užsienio valstybės banko, turi būti ieškoma kitų būdų pirkėjui atsiskaityti, o pardavėjui priimti pinigus, pavyzdžiui, mokėjimo pavedimas per kitas mokėjimų įstaigas, pinigų perlaidas teikiančias įstaigas ir pan. Ir tik tuo atveju, jei tarpusavio atsiskaitymai, taip pat bet kokie kiti mokėjimai pagal sandorį negali įvykti negrynaisiais pinigais dėl aukščiau išvardintų aplinkybių (neįmanoma atlikti mokėjimo pavedimo, pinigų perlaidų ar kt. dėl taikomų draudimų ar ribojimų), ar dėl to, kad šių atsiskaitymų ar mokėjimų vietoje mokėjimo paslaugų teikėjai neteikia reikalingų paslaugų, o pagal sandorį yra būtina atsiskaityti nedelsiant, grynuosius pinigus gaunantis (priimantis) asmuo per 10 dienų turi pranešti mokesčių administratoriui apie tai, pateikdamas pranešimą apie gautus (priimtus) atsiskaitymus ir / ar bet kokius kitus mokėjimus pagal sandorį grynaisiais pinigais (forma PRC915) per Elektroninio deklaravimo sistemą (EDS).

Šis įstatymas paveikė nemažą dalį veikiančių labai mažų įmonių. Tai ypač palietė įmones, kurios turi mažas kaimo parduotuves, nes kaimuose pagyvenusio amžiaus žmonės vis dar nelabai pasitiki bankų institucijomis ir atsiskaitinėja grynaisiais pinigais. Surinktais grynaisiais pinigais sunku atsiskaityti su tiekėjais, kadangi lengva viršyti grynųjų pinigų ribojimą. Taip pat yra problema su grynųjų pinigų įnešimu į banko sąskaitas ypač mažose miesteliuose, labai išaugo pinigų surinkimo kaina per inkasatorius. Kone didžiausią įtaką grynųjų pinigų ribojimas padarė įmonėms prekiaujančioms naudotais automobiliais, kadangi pagrindiniai klientai yra trečiųjų šalių piliečiai.

VMI skelbia, kad net 96 proc. iš visų gautų pranešimų apie viršytą 5000 Eur. atsiskaitymą grynaisiais sudarė automobilių pardavėjų sudaryti sandoriai.

Iš visko matome, kad grynųjų pinigų judėjimas Lietuvoje yra vis dar labai intensyvus, nors ir dauguma verslininkų leidžia susimokėti už prekes ir paslaugas bankiniu pavedimu.

## **2. MB „AURIAUTO“ pinigų valdymo praktiniai aspektai**

MB "Auriauto" naudoja paprastus, tačiau veiksmingus pinigų valdymo principus, padedančius jaustis užtikrinčiau dėl savo finansų. Atskiria poreikius nuo norų. Finansiniai poreikiai yra išlaidos, būtinos įmonės išgyvenimui. Pavyzdžiui, aikštelės nuomos įmokos, išlaidos automobilių detalėms ir pan. Visa, kas nėra būtina įmonės išgyvenimui, yra norai. Tai – pramogos komandiruočių metu, įvairūs įrenginiai nesuseję su įmonės veikla. Stengiasi išleisti mažiau pinigų nei gauna, tai vienas esminių pinigų valdymo principų, padedančių užtikrinti finansinę ir emocinę ramybę. Domisi investavimu arba, kitaip tariant, galimybe įdarbinti savo pinigus. Stebi savo išlaidas. Aiškiai žino, kiek ir kam išleidžia, tai yra vienas iš teisingos ir tvarios finansinės elgsenos elementų. Stengiasi visada kai tik galima atsiskaityti kortele, kad įmonės pinigai sekti būtų paprasčiau. Tuomet gali ne tik sekti savo pinigų likutį, bet ir žinoti tiksliai, kur iškeliauja įmonės pinigai.

### **2.1. MB „Auriauto“ charakteristika**

2021 m. balandžio mėn. 23 d. įregistruotas juridinis asmuo MB "Auriauto", teisinė forma Mažoji bendrija, registracijos adresas Marijampolės sav., Liudvinavo sen., Netičkampio k., Gustaičių g. 7, vadovas ir direktorius A.Žolynas. Pagrindinė veiklos sritis - automobilių ir lengvųjų variklinių transporto priemonių pardavimas (EVRK 45.11.00).

Be pagrindinės savo veiklos, įmonė atlieka dar šiuos papildomus darbus: Automobilių ir lengvųjų variklinių transporto priemonių nuoma ir išperkamoji nuoma (77.11.00).

Įmonė, tvarkydama buhalterinę apskaitą ir sudarydama finansinę atskaitomybę, vadovaujasi šiais jos veiklą reglamentuojančiais aktais: Verslo apskaitos standartais, LR buhalterinės apskaitos įstatymu, LR įmonių finansinės atskaitomybės įstatymu, mažųjų bendrijų įstatymu ir kt.

MB "Auriauto", buhalterinę apskaitą tvarko buhalterinių paslaugų įmonė UAB „Admoneo“ Ūkinių operacijų registravimui, informacijos kaupimui ir apdorojimui naudojama kompiuterizuota buhalterinės apskaitos sistema „Monet“. Įmonė yra nusistačiusi minimalią ilgalaikio materialiojo turto įsigijimo savikainą – 1000 Eur. ir naudojimo terminą ne trumpesnę nei vieneri metai. Šis turtas yra nudėvimas, taikant proporcingą (tiesinį) metodą.

MB "Auriauto" pajamos pripažįstamos laikantis kaupimo principo, t.y. tuomet, kai jos uždirbamos neatsižvelgiant į pinigų gavimo momentą. Pajamos uždirbamos, kai suteikiamos paslaugos ar parduodamos prekės. Įmonės apskaitoje sąnaudos pripažįstamos vadovaujantis kaupimo ir palyginimo principais tuo ataskaitiniu laikotarpiu, kai uždirbamos su jomis susijusios pajamos.

### **2.2. MB „Auriauto“ gryniesi pinigai**

MB „Auriauto“ naudotus automobilius perka ir parduoda lauko sąlygomis (turgavietėse). Prekiaujant lauko sąlygomis, t. y. ne pastatuose ar patalpose, taip pat ne kioskuose, vagonėliuose, kilnojamuosiuose nameliuose, automobilinėse parduotuvėse, naudoti kasos aparatai neprivaloma (LRV nutarimo Nr. 1283 23.23 p.). Šiems atsiskaitymams įforminti yra naudojamas grynųjų pinigų priėmimo arba išmokėjimo kvitas. Kai yra sudaroma automobilio pirkimo–pardavimo sutartis, įmonė surašo pinigų priėmimo arba išmokėjimo kvitą, leidžiantį nenurodyti perkamos arba parduodamos prekės pavadinimo, matavimo vieneto, prekės kainos, jeigu tokia informacija yra nurodyta sąskaitoje faktūroje (VMI viršininko 2019-05-10 įsakymo Nr. VA-39 6.5 p.). Atskirų įstatymų ar teisės aktų, kuriais būtų nustatyti reikalavimai įmonėje grynųjų pinigų saugojimo nėra. Todėl MB „Auriauto“ atsižvelgdama į savo poreikius bei galimybes pasirenko sau tinkamą pinigų saugojimo būdą. Pagrindiniai automobilių pirkėjai šiuo metu vis dar yra užsienio piliečiai, nes šios šalies rinkoje yra vis dar didelė paklausa vakarietišku transporto priemonių, o Lietuva yra puiki tarpininkė tarp Rytų ir Vakarų. Net pusę parduotų įmonės automobilių nuperka būtent užsieniečiai. Dėl šios priežasties įmonei dažnai tenka deklaruoti mokėjimus pagal sandorį grynaisiais pinigais (forma PRC915) per Elektroninio deklaravimo sistemą (EDS). Svarbu yra tai, kad užpildyta deklaracija nesuteikia teisės disponuoti didesne nei 5000 Eur, suma ir už tai gali grėsti administracinė bauda, kurios dydis priklausys nuo panaudotos grynųjų pinigų sumos. Viršijus iki 2,5 tūkst. Eur., bauda siekia įmonės vadovams nuo 200 Eur. iki 1000 Eur., viršijus nuo 2,5 tūkst. Eur. iki 25 tūkst. Eur., bauda skiriama vadovams nuo 1 000 Eur. iki 2000 Eur. už pakartotinį nusizengimą nuo 2000 Eur. iki 3000 Eur. Kaip matome, paimant atsiskaitymą už automobilį grynaisiais pinigais įmonė rizikuoja. Tačiau užsienio piliečiai automobilį nori nusipirkti kuo greičiau ir laukti, kol jiems Lietuvoje atidarys bankas sąskaitą nenori.

MB „Auriauto“ automobilius perka ne tik Lietuvoje, bet ir Europos sąjungos (ES) šalyse daugiausiai iš fizinių asmenų, ten atsiskaitymai taip pat dažniausiai vyksta grynaisiais pinigais. Jeigu atsiskaitymai vyksta ne Lietuvos Respublikos teritorijoje 2022 metų birželio 23 dieną priimtas Lietuvos Respublikos atsiskaitymų grynaisiais pinigais ribojimo įstatymas negalioja.

## 2.3 MB „Auriauto“ pinigų srautų ataskaita

Kadangi MB „Auriauto“ pagrindinė veikla yra naudotų automobilių prekyba. Įmonės pagrindinės išlaidos yra, mokestis už aikštelės nuomą kur laikomi automobiliai, automobilių remonto darbai, detalių įsigijimas, techninės priežiūros paslaugos, ir panašios sąnaudos, kad galėtų parduoti techniškai tvarkingą transporto priemonę.

Lietuvoje su įmonės tiekėjais pagrindinis atsiskaitymas vyksta per banko sąskaitas, gavus išrašytą sąskaitą - faktūrą galima ją apmokėti atliekant pavedimą, taip pat atliekant banko pavedimą galima įsigyti automobilį perpardavimui iš ES juridinio asmens. Už operacijas įmonės banko sąskaitose yra mokami komisiniai banko mokesčiai.

Norint apskaičiuoti, kas sudaro grynuosius pagrindinės veiklos pinigų srautus, reikia sudėti tam tikrus straipsnius. Kokie straipsniai sudaro MB „Auriauto“ grynuosius pagrindinės veiklos pinigų srautus 2022–2023 m., pateikta 2.3.1. lentelėje.

2.3.1. lentelė MB „Auriauto“ veiklos pinigų srautai 2022-2023

Eil. Nr.	Straipsniai	2023 m.	2022 m.	Pokytis %
<b>1.</b>	<b>Pagrindinės veiklos pinigų srautai</b>			
1.1.	Ataskaitinio laikotarpio pinigų įplaukos (su PVM)	1044865	632816	65.11 %
1.1.1.	Pinigų įplaukos iš klientų	920565	602966	52.67 %
1.1.2.	Kitos įplaukos	124300	29850	316.42 %
1.2.	Ataskaitinio laikotarpio pinigų išmokos	(1044653)	(621918)	67.97 %
1.2.1.	Pinigai, sumokėti žaliavų, prekių ir paslaugų tiekėjams (su PVM)	(351173)	(201936)	73.90 %
1.2.2.	Pinigų išmokos, susijusios su darbo santykiais	(23600)	(13169)	79.21 %
1.2.3.	Sumokėti į biudžetą mokesčiai	(3471)	(1581)	119.54 %
1.2.4.	Kitos išmokos	(666409)	(405232)	64.45 %
	<b>Grynieji pagrindinės veiklos pinigų srautai</b>	<b>212</b>	<b>10898</b>	<b>-98.05 %</b>
<b>2.</b>	<b>Investicinės veiklos pinigų srautai</b>			
<b>3.</b>	<b>Finansinės veiklos pinigų srautai</b>			
<b>4.</b>	<b>Valiutų kursų pokyčio įtaka grynujų pinigų ir pinigų ekvivalentų likučiui</b>			
<b>5.</b>	<b>Grynasis pinigų srautų padidėjimas (sumažėjimas)</b>	<b>212</b>	<b>10898</b>	<b>-98.05 %</b>
<b>6.</b>	<b>Pinigai ir pinigų ekvivalentai laikotarpio pradžioje</b>	<b>16194</b>	<b>5296</b>	<b>205.78 %</b>
<b>7.</b>	<b>Pinigai ir pinigų ekvivalentai laikotarpio pabaigoje</b>	<b>16406</b>	<b>16194</b>	<b>1.31 %</b>

Apibendrinant 2.3.1. lentelėje pateiktas sumas galima teigti, kad pagrindinės veiklos pinigų srautams didėti didžiausią įtaką turėjo: pinigų įplaukos iš klientų ir kitos įplaukos, atsargų, avansų, pirkėjų skolų, kitų gautinų, mokėtinų sumų, skolų tiekėjams, su darbo santykiais susijusių įsipareigojimų pokyčiai.

Pažymėtina, kad 2022 metų birželio 23 dieną priimtas Lietuvos Respublikos atsiskaitymų grynaisiais pinigais ribojimo įstatymas galėjo turėti įtakos prekių pirkimams ir pardavimams tais metais. 2023 m. matome, kad pinigų įplaukos padidėjo 412 049 Eur. arba beveik 1,65 karto.

Su darbo santykiais susijusių įsipareigojimų straipsnyje įrašomi su darbo santykiais susiję įsipareigojimai – darbo užmokestis, socialinis draudimas, atostoginių kaupiniai, garantinio fondo ir gyventojų pajamų mokesčio įsipareigojimai. Per visą analizuojamą laikotarpį šie įsipareigojimai padidėjo 10431 Eur arba 1,79 karto.

Iš pateiktos lentelės matome, kad įmonė neturi pinigų srautų iš investicinės ir finansinės veiklos, gal būt labiau pasidomėjus įmonė pradės investuoti savo pinigus. Taip pat matome, kad nėra valiutų kurso įtakos, tikriausiai dėl to, kad visur galima atsiskaityti Eur. valiuta.

Norint pasitikrinti grynųjų pinigų srautų padidėjimą (sumažėjimą), reikia iš pinigų ir pinigų ekvivalentų laikotarpio pabaigoje atimti pinigų ir pinigų ekvivalentus laikotarpio pradžioje. MB „Auriauto“ 2022–2023 m. pinigai ir pinigų ekvivalentai laikotarpio pradžioje ir pabaigoje pateikti 2.4.1. lentelėje. Čia į 6 eilutę įrašytas pinigų ir jų ekvivalentų likutis laikotarpio pradžioje iš praėjusio ataskaitinio laikotarpio balanso, pinigų ir pinigų ekvivalento straipsnio, o į 2 eilutę įrašyti pinigų ir pinigų ekvivalentai iš ataskaitinio laikotarpio balanso, pinigų ir pinigų ekvivalento straipsnio. Atlikus horizontalią pinigų ir pinigų ekvivalentų laikotarpio pradžioje analizę matyti, kad per visą analizuojamą laikotarpį pinigai padidėjo, t. y. 10 898 Eur arba 3,06 proc. Pinigai ir pinigų ekvivalentai laikotarpio pabaigoje 2022-2023 m. taip pat padidėjo, t. y. 212 Eur arba 1,01 proc.

## Išvados

1. Aptarus pinigų sampratą, klasifikavimą jų valdymą ir atskaitomybę galima teigti, kad įmonės pinigai tai turtas, kuris naudojamas įvairioms ūkinėms operacijoms atlikti. Visi mokėjimai vykdomi atsiskaitomoje banko sąskaitoje arba įmonės kasoje, pinigai įmonėje cirkuliuoja intensyviai ir būtina juos stebėti ir analizuoti. Įmonės pinigų valdymas yra svarbus verslo veiklos aspektas, kuris apima visų įmonės finansinių resursų planavimą, stebėjimą ir valdymą. Informacija apie pinigų judėjimą pateikiama pinigų srautų ataskaitoje, kuri parodo iš kur per metus įmonė gavo pinigų ir kokiems tikslams jie buvo panaudoti. Remiantis šios ataskaitos duomenimis galima įvertinti įmonės mokumą ir likvidumą, finansinę struktūrą, apyvartinio kapitalo pokyčius, galimybę sukurti pinigų srautus ir daryti įtaką jų dydžiui bei reguliavimui. Tinkamas pinigų srautų valdymas padeda laiku atskleisti įmonės veiklos sričių ir padalinių darbo trūkumus, numatyti jų šalinimo bei veiklos veiksmingumo didinimo priemones. Verslo apskaitos standartai rekomenduoja taikyti tiesioginį pinigų srautų ataskaitos sudarymo metodą, kadangi jis remiasi balanso piniginių lėšų srautais. Tačiau praktikoje įmonės dažniau naudoja netiesioginį metodą dėl paprastesnio ataskaitos sudarymo. Pinigų srautų kontrolės sistema gali pasitarnauti, siekiant visapusiškai sukontroliuoti įmonių pinigų įplaukas ir išmokas.

2. MB „Auriauto“ laikydamasis 2022 metų birželio 23 dieną priimto Lietuvos Respublikos atsiskaitymų grynaisiais pinigais ribojimo įstatymo, kasmet stengiasi sumažinti automobilių pirkimų ir pardavimų kiekį grynaisiais pinigais, nes viršijus 5000 Eur. ribą, sandoriai privalo būti deklaruojami (forma PRC915) per Elektroninio deklaravimo sistemą (EDS). Atlikus horizontalią pinigų ir pinigų ekvivalentų laikotarpio pradžioje analizę matyti, kad per visą analizuojamą laikotarpį pinigai padidėjo, 3,06 proc. Pinigai ir pinigų ekvivalentai laikotarpio pabaigoje 2022-2023 m. taip pat padidėjo 1,01 proc.

3. Siekiant pagerinti MB „Auriauto“ pinigų valdymą, siūloma įmonei vykdyti griežtesnę pirkėjų atsiskaitymų valdymo kontrolę. Labiau išanalizuoti naudotų automobilių Lietuvos pirkėjų elgseną ir konkurencinę aplinką, kad būtų galima įmonei plėstis.

## Literatūra

1. A.WAYNE‘AS (2013) „*Label Accounting for Non-Accountants*“
2. *Atsiskaitymas grynaisiais pinigais*. Prieiga per internetą: <https://www.vmi.lt/>
3. G.ČERNIUS (2021) *Finansų valdymas* Mykolo Romerio universitetas
4. G.KALČINSKAS, R.KALČINSKAITČ- KLIMAITIENĖ 2022 Pačiolis
5. IRENA DANILEVIČIENĖ (2021) *Valdymo apskaita* Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
6. M.MICHALOWISZ (2024) *Pelnas pirmiausia* Eugrimas
7. M.JASIENĖ, (2013). *Pinigai ir kreditas*. – Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
8. *Pinigų srautų ataskaita ir jos analizė*. Prieiga per internetą: <https://investologija.lt/>
9. S.CALICCHIO (2021) *Internetinės prekybos žodynėlis*
10. Straipsnis Prof. VLADO JURGUČIO (2014) *Išvalgų apie pinigų analizę ir jų plėtotę*.
11. [T.KLAMMER](#) (2018) *Statement of Cash Flows: Preparation, Presentation, and Use* Wiley
12. V.BAGDŽIŪNIENĖ *Finansinių ataskaitų analizė: esmė ir verslo situacijos*. Vilnius: VŠĮ Conto litera

13. 5-tas verslo apskaitos standartas „Pinigų srautų ataskaita“. Prieiga per internetą: <http://www.avnt.lt>
14. 7-tas tarptautinis apskaitos standartas „Pinigų srautų ataskaita“. Prieiga per internetą: <http://www.avnt.lt>
15. Pinigų srautų ataskaita ir jos analizė. Prieiga per internetą: <https://investologija.lt/>
16. Atsiskaitymas grynaisiais pinigais. Prieiga per internetą: <https://www.vmi.lt/>

# GAMYBOS ĮMONIŲ ATSARGŲ APSKAITOS YPATUMAI

*Sigita Mickevičiūtė*  
*Lekt. Birutė Petrošienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Gamybos įmonėje didžiąją trumpalaikio turto dalį sudaro atsargos, todėl labai svarbu tinkamai organizuoti jų apskaitą. Straipsnyje aptariama atsargų samprata ir klasifikavimas, įkainojimo metodai, pateikiami atsargų apskaitos dokumentai, analizuojami atsargų apskaitos būdai, inventorizacijos bei pateikimas finansinėse ataskaitose.

Raktiniai žodžiai: atsargos, žaliavos, pagaminta produkcija, gamybos įmonė.

## Įvadas

Kiekviena įmonė siekia gauti kuo didesnę pelną. Tam tikras atsargas turi ir naudoja visos įmonės, nepriklausomai nuo jų dydžio ir veiklos pobūdžio. Jos turi labai didelę reikšmę įmonių finansinei būklei ir veiklos rezultatams. Atsargos dažniausiai sudaro didžiausią lyginamąją dalį visame įmonės trumpalaikiame turte. Jų sudėtimi, struktūra, technine būkle domisi ne tik įmonės vadovybė ir darbuotojai, bet ir daugelis išorės informacijos vartotojų. Atsargos vaidina svarbiausią vaidmenį pardavimo sąnaudoms ir iš dalies darbo rezultatui.

**Tyrimo problema-** kaip vedama atsargų apskaita gamybos įmonėje?

**Tyrimo objektas-** atsargų apskaita gamybos įmonėse.

**Tyrimo tikslas** – išanalizuoti atsargų apskaitą gamybos įmonėse.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Apibrėžti atsargų sampratą;
2. Išanalizuoti atsargų klasifikavimą bei įkainojimo metodus;
3. Pateikti atsargų apskaitos dokumentus;
4. Išanalizuoti atsargų sunaudojimo apskaitos būdus;
5. Atskleisti atsargų inventorizaciją bei pateikimą finansinėse ataskaitose.

## 1. Atsargos, jų klasifikavimas, įkainojimas

Lietuvoje plėtojamos įvairios perdirbamosios pramonės šakos: mašinų gamybos, medžio apdirbimo, popieriaus pramonės, maisto perdirbimo ir kt. (Ivanauskienė, 2016). Perdirbimo įmonės, apdorodamos įvairias žaliavas, pačios gamina parduodamą produkciją. Vėliau pagamintą produkciją parduoda prekybos įmonėms arba tiesiogiai vartotojams.

### 1.1. Atsargų apibūdinimas ir klasifikavimas

Dauguma autorių atsargas apibūdina panašiai. Atsargos- tai trumpalaikis turtas, kurį įmonė sunaudoja pajamoms uždirbti per vienerius metus arba per vieną įmonės veiklos ciklą. Įmonėje trumpalaikis turtas, pavyzdžiui atsargos sandėlyje, fiziškai gali būti ir labai ilgai- net keletą ar keliolika metų. Tačiau pradėtas naudoti pajamoms uždirbti šis turtas sunaudotas bus visas iš karto, o ne laipsniškai jo vertė bus perkelta į naujai gaminamą produkciją (Kalčinskis, 2017). Įmonė naudą gali gauti greičiau nei per vienerius metus, pvz.: esant sezoniniam veiklos procesui, todėl nustatomas veiklos ciklas. Veiklos ciklas- laikotarpis nuo veiklos procese naudojamų atsargų įsigijimo iki jų realizavimo už pinigus arba lengvai pinigais paverčiamą priemonę (Ivanauskienė, 2016). Visos išlaidos yra patiriamos uždirbant pajamas per vienerius metus, todėl veiklos ciklas yra svarbi valdymo apskaitos politikos dalis. Valdant atsargas yra garantuojama pusiausvyra tarp klientų aptarnavimo ir atsargų laikymo sąnaudų, o nuo to priklauso ir įmonės veiklos pelningumas, bei gamybinio proceso tęstinumas (Danilevičienė, 2021). Kadangi kiekvienas trumpalaikis turtas kuo greičiau turi būti paverstas pinigais, jis kartais dar vadinama apyvartiniu turtu (Kalčinskis, 2017). 9-ajame Verslo apskaitos standarte (VAS) išskiriamos tokios pagrindinės atsargų grupės: žaliavos ir komplektuojamieji gaminiai, prekės ir nebaigta gaminti produkcija. Žaliavos ir komplektavimo detalės skirtos per ateinančią laikotarpį sunaudoti gamybos proceso metu- tai pagrindinės ar pagalbinės žaliavos, statybinės medžiagos, kuras ir kt. Nebaigta produkcija- tai gaminiai, kurie perėjo nevisas technologinio proceso stadijas, išskyrus žaliavas, kurios dar nepradėtos apdoroti. Pagaminta produkcija- tai gaminiai perėję visas gamybos stadijas ir yra skirti parduoti arba sunaudoti įmonės veikloje. Pirktos prekės, skirtos perparduoti- tai iš trečiųjų asmenų gautos materialinės vertybės,

kurios ateityje bus parduotos siekiant gauti ekonominę naudą. Verslo apskaitos standartai nereglamentuoja atsargų klasifikavimo. Atsargų grupavimas dažniausiai atitinka jų naudojimo pobūdį, tačiau praktikoje atsargos gali būti grupuojamos ir pagal kitokias charakteristikas, leidžiančias įmonei geriau kontroliuoti jų panaudojimą, patenkinti įmonės vidaus bei išorės informacijos vartotojų poreikius.

Taigi, atsargos- tai pagrindinė trumpalaikio turto dalis. Jas galima greitai paversti pinigais, dėl to trumpalaikis turtas yra likvidesnis, nei ilgalaikis.

## 1.2. Atsargų įsigijimo ir pasigaminimo savikaina

Atsargų įkainojimas reglamentuojamas 9 VAS „Atsargos“. Atsargų įkainojimas apskaitoje ir finansinėje atskaitomybėje skiriasi. Atsargos apskaitoje įvertinamos įsigijimo savikaina. Finansinėse atskaitose atsargos parodomas įsigijimo (pasigaminimo) savikaina arba grynąja galimo realizavimo verte, atsižvelgiant į tai, kuri iš jų yra mažesnė (Ivanauskienė, 2016). Grynoji galimo realizavimo vertė, kaip apibūdina J. Mackevičius ir R. Valkauskas- tai vertė, kurią tikimasi gauti pardavus ir sunaudojus šias atsargas įprastinio įmonės veiklos ciklo metu. Jų teigimu, dažniausiai atsargos įvertinamos grynąja galimo realizavimo verte, kai jos būna sugadintos, visiškai arba iš dalies pasenusios. Įsigijimo (pasigaminimo) savikaina- sumokėta ar mokėtina pinigų ar pinigų ekvivalentų suma ar kito mainais atiduoto ar sunaudoto turto vertė įsigyjant ar pagaminant turtą. Atsargų pirkimo savikainos nustatymo pagrindas yra už prekes sumokėta pinigų suma ar kito mainais atiduoto turto vertė. Perkant prekes dažnai būna taikomos nuolaidos ar nukainojimai. Tuomet nustatant pirktų atsargų savikainą, kaina yra mažinama nuolaidos ar nukainojimo sumomis. Nustatant savikainą, prie atsargų pirkimo kainos pridunami visi su atsargų pirkimu susiję mokesčiai ir rinkliavos: muitai, akcizai ir kiti negražintini mokesčiai (Kalčinskas, 2017). Tačiau kitaip yra su pridėtinės vertės mokesčiu. Įmonės, kurios pridėtinės vertės mokesčių gali susigrąžinti, jo į savikainą neskaičiuoja. O jeigu įmonė PVM mokesčio negalės susigrąžinti, turi pripažinti jį veiklos sąnaudomis. Pagal LR pelno mokesčio įstatymo (2001) 14 straipsnį į prekių įsigijimo savikainą įtraukiamos visos išlaidos, patirtos įsigyjant turtą, įskaitant sumokėtus komisinius atlyginimus bei mokesčius (rinkliavas), išskyrus Pridėtinės vertės mokesčių, susijusių su šio turto įsigijimu. Ir tik tais atvejais, kai sumokėto pridėtinės vertės mokesčio suma yra reikšminga ir jo pripažinimas ataskaitinio laikotarpio veiklos sąnaudomis iškraipytų įmonės veiklos rezultatus, sumokėtas mokesčių gali būti įskaičiuojamas į atsargų pirkimo savikainą (Kalčinskas, 2017). Kada ši suma yra reikšminga yra nustatoma įmonės apskaitos politikoje. Atsargų įsigijimo savikainą taip pat didina ir atsargų gabenimo ir paruošimo naudoti išlaidos. Tai atsargų gabenimas, saugojimas, draudimas pervežimo metu, išpakavimo, supakavimo ir pristatymo į pardavimo vietą išlaidos. Tačiau, jei sumos yra nereikšmingos, šios išlaidos gali būti pripažįstamos sąnaudomis. Atskiros įmonės atsargas gali pasigaminti pačios. Pasigamintų atsargų savikaina skaičiuojama kitais būdais. 9 VAS „Atsargos“ atsargų (produkcijos) pasigaminimo savikainą apibūdina taip: pagamintų per ataskaitinį laikotarpį atsargų (produkcijos) savikainą sudaro tiesioginės ir netiesioginės gamybos išlaidos. Tiesioginės- tai išlaidos, kurios tiesiogiai siejamos su konkrečiu išlaidų objektu, o netiesioginių išlaidų neįmanoma ar sunku jas priskirti konkrečiam išlaidų objektui (Drury, 2008). Netiesioginių išlaidų skiriamoji ypatybė, Jagmino (2017) manymu, yra ta, kad neįmanoma nustatyti tikslaus jų ryšio su konkrečiais produktais arba tokių ryšių nustatyti paprasčiausiai neracionalu, nes tam reikia labai daug pastangų. Todėl pastarosios yra kaupiamos bendrai, o paskui paskirstomos pagal pasirinktus kriterijus. Tiesioginės gamybos išlaidas be žymių sąnaudų galima tiesiogiai priskirti gaminamai produkcijai. Tiesioginėmis gamybos išlaidomis dažniausiai laikomos pagrindinių žaliavų (medžiagų), komplektuojamųjų gaminių ir tiesioginio darbo užmokesčio išlaidos. Netiesioginės gamybos išlaidos- netiesiogiai su produkcijos gamyba susijusios išlaidos. Tai pagalbinių žaliavų (medžiagų), netiesioginio darbo užmokesčio, nusidėvėjimo bei kitos gamybos išlaidos, kurių neįmanoma be žymių sąnaudų priskirti konkretiems gaminiams ar jų grupėms. Įmonės, atsižvelgdamos į gamybos (veiklos) specifiką, savarankiškai renka išlaidų priskyrimo tiesioginėms ir netiesioginėms kriterijus. Tokie kriterijai- tai pagrindinis darbo užmokesčių, sunaudotos atsargos, pagaminti produkcijos vienetai ir t.t. Parinkti kriterijai turi būti naudojami pakankamai ilgą laiką, siejami su pastovumu ir palyginamumu principais. Produkcijos savikaina apima esminius valdymo sistemos elementus: prognozavimą, planavimą, normavimą, išlaidų apskaitą, skaičiavimą, analizę ir reguliavimą. Vertinant gamybos išteklių naudojimo efektyvumą būtina atsižvelgti į darbo našumą ir tikėtiną grąžą. Svarbu produkcijos savikainą traktuoti kaip vieną iš rodiklių efektyvumo vertinimo sistemoje, o ne kaip absoliutų gamybos efektyvumo matą. Automatizuojant gamybą darbo sąnaudos mažėja, bet atitinkamai didėja darbo našumo rodiklis. Produkcijos savikaina gali padidėti dėl per didelės orientacijos į vieną iš minėtų rodiklių, todėl įmonės veiklą būtina suvokti kaip ekonominių reiškinų kompleksą, kuris yra paremtas rodiklių sistema (Danilevičienė, 2021). Jei atsargos ilgą laiką yra

nenaudojamos, jos gali nuvertėti. Tokiu atveju jų vertę būtina sumažinti ir apskaitoje bei finansinėse ataskaitose tam, kad nebūtų klaidinami vartotojai. Nuvertėjusios atsargos nukainojamos iki jų grynosios galimo realizavimo vertės, kuri ir yra numatoma atsargų pardavimo kaina, esant normalioms verslo sąlygoms, atėmus įvertintas gamybos užbaigimo ir galimas pardavimo išlaidas (Kalčinskas, 2017). Atsargų savikainos apskaičiavimas ir vertinimas turi tiesioginės įtakos įmonės turtui ir grynosioms pajamoms. Svarbu įvertinti įvairias galimybes ir parinkti metodus, kurie tiksliai atspindėtų įmonės veiklą ir išnaudotų galimas pelno mokesčių lengvatas (William Ryan, 2012).

Taigi, atsargos apskaitoje registruojamos įsigijimo savikaina, o finansinėse ataskaitose- arba įsigijimo savikaina, arba galima realizavimo verte. Gamybos įmonės atsargas gali ir pasigaminti pačios, tokiu atveju, šios atsargos bus vertinamos pasigaminimo savikaina, kuri priklauso nuo tiesioginių ir netiesioginių gamybos išlaidų. Produkcijos savikaina apima esminius valdymo sistemos elementus.

### 1.3. Atsargų įkainojimo metodai

Įmonės, imdamos įkainojimo pagrindų įsigijimo išlaidas, gali apskaičiuoti parduotų ar sunaudotų gamyboje atsargų savikainą pagal įvairius įkainojimo metodus. Įkainojimo metodo pasirinkimas yra įmonės apskaitos politikos dalis (Ivanauskienė, 2016). Atsargų įkainojimo būdas turi tiesioginę įtaką pardavimo savikainai. Apskaičiuojant parduotų prekių ar produktams gaminti sunaudotų atsargų savikainą, įmonė gali taikyti įvairių atsargų įvertinimo būdus: konkrečių kainų, svertinio vidurkio, FIFO, LIFO. Stabiliroje rinkoje, kurioje kainos nekinta, koks bus pasirinktas atsargų įkainojimo metodas didelės reikšmės nėra, tačiau kintančioje rinkoje, kainoms kylant arba krentant, kiekvienas pasirinktas įkainojimo metodas gali duoti labai skirtingą rezultatą. Atsargų įvertinimo metodo pasirinkimą lemia jo įtaka balansui, pelno (nuostolių) ataskaitai, mokėtiniems mokesčiams ir priimamiems sprendimams (Balabonienė ir kt. 2011).

Konkrečių kainų metodas taikomas įmonėse, kurios prekiauja retomis ir brangiomis prekėmis, pavyzdžiui, nekilnojamu turtu, automobiliais, brangiais juvelyriniais dirbiniais, antikvarinėmis prekėmis, brangiais baldų komplektais (Ivanauskienė, 2016). Taikant šį metodą konkretūs atsargų vienetai įvertinami kaip jų savikaina (konkrečiam parduotam vienetai konkreti kaina). Taikomas nustatant konkrečiam tikslui gaminamų stambių vienetinių atsargų, prekių savikainą, nes negali būti taikomas lengvai pakeičiamų atsargų vienetų savikainai skaičiuoti (Danilevičienė, 2021). Anot Ivanauskienės (2016) šis metodas reikalauja didesnių darbo sąnaudų. Jį sunkiau taikyti, kai atsargose lieka daugybė nebrangių prekių, pirktų įvairiausiu laiku ir įvairiomis kainomis. Vieną kartą pasirinkus šį metodą reikia taikyti nuolat, kad būtų įmanoma palyginti pajamas ir sąnaudas. Jei siekiama ataskaitiniu metu dirbtinai padidinti pelną, pirmiausia parduodamos prekės, kurios buvo pirktos už mažiausią kainą, o jei norima sumažinti pelno mokesčio sumą ir sumažinti gaunamą pelną, pirmiausia parduodamos brangiausiai kainavusios prekės (Danilevičienė, 2021).

Kai negalima įvertinti, kurios atsargos įsigytos ar sunaudotos pirmiau, tinkamiausia taikyti svertinio vidurkio metodą dar vadinamą vidutinių kainų metodu. Taikant šį atsargų įkainojimo metodą visi laikotarpio pabaigos atsargų likučiai įvertinami vidutine kaina, kuri yra apskaičiuojama visų laikotarpio pirkimų ir pradinio likučio verčių sumą padalijus iš pirktų ir buvusių laikotarpio pradžioje atsargų vienetų skaičiaus (Danilevičienė, 2021). Vidutinei kainai nustatyti naudojama formulė:

$$K = \frac{Sp + \sum Sg}{Kp + \sum Kg}$$

Čia: K- vidutinė kaina; Sp- likučio vertė laikotarpio pradžioje; Sg- per laikotarpį gautų vertybių suma; Kp- kiekio likutis laikotarpio pradžioje; Kg- per laikotarpį gautas kiekis.

Taikant šį metodą vidutinę naują kainą reikia perskaičiuoti po kiekvieno pirkimo. Šis metodas yra sudėtingas ir taikomas įtraukiant į apskaitą vienarūšio asortimento prekių atsargas, kai gaunama nauja atsargų partija arba periodiškai (priklausomai nuo atsargų sunaudojimo būdo). Nors šio metodo rezultatais atsargų vertė balanse nukrypsta nuo realių laikotarpio pabaigos kainų, bet duomenys yra tikslesni rinkos atžvilgiu (Danilevičienė, 2021).

FIFO metodas (angl. *first-in, first-out*- pirmas į, pirmas- iš). Taikant šį metodą daroma prielaida, kad pradžioje yra naudojamos (parduodamos) anksčiausiai pirktos atsargos (prekės, žaliavos), o ataskaitinio laikotarpio pabaigoje lieka vėliausiai pirktos (paskutinėmis ir realesnėmis kainomis įvertintos) atsargos (Danilevičienė, 2021). Tokiu būdu nurašomos atskiros prekių partijos, nurašius pirmąją, vėliau nurašoma antroji, trečioji ir t.t. Atsargų likutis įkainojamas paskutinio pirkimo kainomis. Šį metodą būtina taikyti greitai gendančių produktų gamyboje ar prekyboje. FIFO metodas taikomas, kai nėra galimybės nustatyti, kurios atsargos, brangesnės ar pigesnės, buvo sunaudotos pirmiausiai.



LIFO metodas (angl. *last-in, first-out*- paskutinis- į, pirmas- iš). Taikant šį metodą daroma prielaida, kad parduodamos ar sunaudojamos vėliausiai pirktos atsargos. Šiuo metodu įkainojama durpės, cementas, anglis ir kt. Vėliausiai nupirktos medžiagos verčiamos ant anksčiau nupirktų ir jos bus sunaudotos ar parduotos anksčiausiai. Taikydami LIFO įkainojimo metodą, gausime didelę parduotų prekių savikainą ir gerokai sumažinsime pelną (Ivanauskienė, 2016). Mustafa Ciftci, Masaco Darrough (2022) teigia, kad LIFO atsargų politika, sumažindama bendrą uždarbį ir grynąjį tur tą, sukuria paslėptus rezervus, kuriuos galima išleisti, kad ateityje būtų gautas didesnis uždarbis.

Taigi, įvertinant atsargų įsigijimo išlaidas, įmonė gali apskaičiuoti jų savikainą pagal įvairius įkainojimo metodus. Kiekvienas šių metodų turi skirtingą įtaką produkcijos savikainai, į balansą įtraukiamai atsargų vertei, bei įmonės gaunamam pelnui. Taikant FIFO metodą, kylant kainoms, įmonė turės mažiausią atsargų savikainą, ir gaus didžiausią pelną. LIFO metodas atvirkščiai- sumažina pelną ir padidina savikainą. Svertinio vidurkio metodas turės mažesnės įtakos pelnui nei LIFO ar FIFO metodai, o tiksliausias yra konkrečių kainų metodas. Svarbiausia, kad kiekvienas metodas atitiktų realų atsargų judėjimą, nes vertinant atsargas padarytos klaidos turės įtakos produkcijos savikainai ir pelnui.

## 2. Atsargų sunaudojimo apskaita

Kada vienu ar kitu tikslu sunaudojamos ar parduodamos atsargos, šį judėjimą reikia parodyti apskaitoje. Atsargų apskaitymas gali vykti dviem būdais- atsargos apskaitomos nuolat arba periodiškai.

### 2.1. Atsargų apskaitos dokumentai

Danilevičienė (2021) pateikia tokią medžiagų apskaitos procedūros eigą:

Medžiagų saugojimas → Medžiagų pirkimas → Medžiagų gavimas → Medžiagų išdavimas → Sąnaudų paskirstymas.

Nors šiais laikais visas apskaitos procesas kompiuterizuotas, bet kaip kuriose nedidelėse įmonėse yra pildomos sandėlio atsargų kortelės, kuriose tiksliai nurodomas žaliavos likučio kiekis, matavimo vienetai ir vieta sandėlyje. Kai sandėlyje fiksuojamas atsargų trūkumas, yra pildomas ir pateikiamas tiekėjui medžiagų pirkimo užsakymas. Atsargų įsigijimo procesui įforminti reikalingi tokie dokumentai: PVM sąskaita faktūra arba sąskaita faktūra, kasos aparato kvitas (jei perkama grynaisiais), laisvos formos apskaitos dokumentas (perkant iš fizinio asmens), krovinio važtaraštis (dokumentas patvirtinantis krovinio atgabėimą, o jei kliento atstovas prekes atsiima pats, jam išrašomas įgaliojimas, kurį patvirtina vadovas ir buhalteris), muitinės deklaracija (įvežant prekes iš užsienio). Įmonėse, kur yra masinė gamyba yra pildomos limitinės išdavimo kortelės. Jose gamybos padalinio atstovas užpildo informaciją apie jo reikalaujamą atsargų kiekį, o sandėlininkas fiksuoja išduodamų atsargų kiekį. Jei esamo likučio nepakanka, išduodamas pareikalavimas. Gaunant žaliavas iš kitų įmonės padalinių, pildomi vidiniai važtaraščiai. Taip užpajamuojamos perduodamos atsargos. Jei lieka nenaudojamų atsargų (atliekų), jos yra nurašomos, arba užpajamuojamos važtaraščiuose. Jei realiai atsargų neturima, tai jų turi nelikti ir apskaitoje. Visos ūkinės operacijos ir ūkiniai įvykiai, susiję su perdurbimo įmonės veikla, susistemunami sąskaitų plane. Kiekviena įmonė parengia savo individualų sąskaitų planą. Pavyzdiniame sąskaitų plane tam yra keletas sąskaitų: 201- žaliavos, medžiagos ir komplektavimo detalės; 202- nebaigta produkcija ir vykdomi darbai; 203- produkcija; 204- pirktos prekės, skirtos perparduoti; 6000- parduotų prekių savikaina; 6003- tiesioginės gamybos išlaidos; 6004- netiesioginės gamybos išlaidos.

Kalčinskas (2017) išskiria penkias perdurbimo įmonėse vedamas su perdurbimo procesu susijusių atsargų tipų apskaitos sąskaitas: 1) žaliavų, medžiagų ir komplektuojamųjų gaminių; 2) nebaigtos gaminti produkcijos ir vykdomų darbų; 3) pagamintų produktų (produkcijos); 4) pirktų prekių, skirtų perparduoti; 5) biologinio turto. Taip pat labai svarbios yra atsargų grupės subsąskaitos: a) Gamybos atsargos, kurios pateikiamos žaliavų, medžiagų ir komplektuojamųjų gaminių sąskaitose (201) tampa parduoti skirtų produktų dalimi. Šios atsargos įkainojamos jų įsigijimo savikaina. Tai- kelyje esančios žaliavos, medžiagos ir komplektuojamieji gaminiai (2011). b) Nebaigtos gaminti produkcijos ir vykdomų darbų sąskaitose (202) pateikiami gaminami ir dar nebaigti apdoroti gaminiai. Šių gaminių savikainą sudaro žaliavų kaina ir jų apdirbimo išlaidos. Ši sąskaita pagal gaminamų produktų grupes ir produktus skirstoma į subsąskaitas ir analitines sąskaitas. c) Pagamintos produkcijos (203), kaip ir nebaigtos gaminti produkcijos sąskaita yra detalizuojama pagal produktų rūšis. Tai pagamintos, bet dar neparduotos prekės, kurios saugomos įmonės sandėlyje ir skirtos pajamoms uždirbti tai (2035). d) Pirktos prekės, skirtos perparduoti sąskaita (204) labiau skirta prekybos įmonėms, tačiau kartais naudojama ir perdurbimo įmonėse, jei šios įmonės be perdurbimo veiklos dar ir parduoda prekes jų neapdorojusios. Tuomet šios veiklos rezultatai pelno (nuostolių) ataskaitoje bus parodomi kaip kitos veiklos rezultatai, kol šios prekės yra kelyje, registruojamos

subsąskaitoje (2045). Šios subsąskaitos yra skirtos iš įmonės išsiųstoms atsargoms apskaityti, kol jos dar nepriklauso pirkėjams, o yra įmonės nuosavybė.

Norint apskaitoje nurodyti sunaudotų atsargų vertę, taikomas vienas iš atsargų įkainojimo metodų. Taip apskaičiuojama kokia verte nurašomos sunaudotos ir kokia verte lieka dar nesunaudotos medžiagos. Atsargų apskaitymas gali vykti dviem būdais- atsargos apskaitomos nuolat arba periodiškai. Atsargų apskaitos būdo pasirinkimas priklauso nuo įmonės apskaitos politikos. Atsargos įgyjamos, kaupiamos ir panaudojamos visus metus. Danilevičienė (2021) pateikia tokį nuolat ir periodiškai į apskaitą įtraukiamų atsargų būdų palyginimą:

2.1 lentelė. **Nuolat ir periodiškai į apskaitą įtraukiamų atsargų būdų palyginimas**

Nuolat į apskaitą įtraukiamų atsargų būdas	Periodiškai į apskaitą įtraukiamų atsargų būdas
Atsargų likutis laikotarpio pradžioje	Atsargų likutis laikotarpio pradžioje
+ Atsargų pirkimai	+ Atsargų pirkimai
- Atsargų pardavimai/ sunaudojimas	- Atsargų likutis laikotarpio pabaigoje
= Atsargų likutis laikotarpio pabaigoje	= Atsargų pardavimai/ sunaudojimas

Įmonėms, kurios parduoda produktus, tinkamas atsargų įvertinimas yra gyvybiškai svarbus priimant verslo sprendimus ir teikiant finansines bei pajamų mokesčio ataskaitas. Atsargų savikainos apskaičiavimas ir vertinimas turi tiesioginės įtakos įmonės turtui ir grynosioms pajamoms.. Norint išnaudoti galimas pelno mokesčio lengvatas, svarbu įvertinti skirtingus savikainos apskaičiavimo metodus (William Ryan, 2012).

## 2.2. Periodiškai apskaitomų atsargų būdas

Periodiškai apskaitomų atsargų būdas taikomas įmonėse, kur nekaupiamas didžiulis atsargų kiekis. Pasak William Ryan (2012) periodinėje atsargų sistemoje pardavimai registruojami tada, kai jie atsiranda, tačiau parduotų prekių atsargos ir savikaina nėra koreguojami. Kiekvieno laikotarpio pabaigoje atsargos yra fiziškai skaičiuojamos, kad būtų galima nustatyti besibaigiančias atsargas. Tada parduotų prekių atsargos ir savikaina pakoreguojamos į faktines, atsižvelgiant į fizinių skaičių. Įtraukiant į apskaitą atsargas svarbu nustatyti parduotų per ataskaitinį laikotarpį atsargų savikainą ir ataskaitinio laikotarpio pabaigos ir pradžios atsargų likučius. Jie nustatomi atliekant inventorizaciją. Išlaidų savikaina nustatoma iš perdirbti skirtų žaliavų atėmus žaliavų likutį laikotarpio pabaigoje, tam naudojama speciali sąskaita 3900 *Gamybos suvestinė*. Gamybos išlaidos skaičiuojamos susumuojant sunaudotas gamyboje pagrindines žaliavas, tiesiogines darbo išlaidas ir netiesiogines išlaidas. Gamybos išlaidos parodo, kiek buvo išleista pinigų, sunaudota kito turto produkcijos gamybai per ataskaitinį laikotarpį. William Ryan (2012) teigia, kad atsargos apima visas išlaidas, patirtas perkant prekes ir ruošiant jas parduoti, įskaitant žaliavas, tiesioginį darbą ir gamybą. Ataskaitinio laikotarpio pabaigoje reikia nustatyti, kiek produkcijos pagaminta, ir apskaičiuoti jos savikainą. Jai įtakos turi ir nebaigtos gamybos likučių pokyčiai (Ivanauskienė, 2004). Nebaigtos gamybos likučiai nustatomi atliekant inventorizaciją. Pagamintos produkcijos savikaina skaičiuojama prie nebaigtos gamybos likučių laikotarpio pradžioje, pridėjus laikotarpio gamybos išlaidas ir atėmus nebaigtos gamybos likučius laikotarpio pabaigoje. Taigi, pirmiausiai apskaičiuojamos sunaudotos žaliavos, paskui- gamybos išlaidos ir toliau nustatoma pagamintos produkcijos savikaina. Šis rodiklis naudojamas parduotos produkcijos savikainai apskaičiuoti ir likučių pasikeitimams nustatyti. Taikant periodiškai registruojamų atsargų būdą, gamybos procesui atskleisti sąskaitų plane naudojama speciali sąskaita 3900 *Gamybos suvestinė*. Ji naudojama ataskaitinio laikotarpio pabaigoje nustatant gamybos išlaidų ir pagamintos produkcijos savikainą. (Ivanauskienė, 2004).

Naudojant gamybos suvestinę laikotarpio pabaigoje daromi uždaramieji įrašai:

D 390 Gamybos suvestinė / K 2010 Žaliavų, medžiagų ir komplektavimo detalių įsigijimo savikaina (likučiai laikotarpio pradžioje); K 2020 Nebaigta produkcija (likučiai laikotarpio pradžioje); K 6002 Įsigytų prekių ir paslaugų savikaina; K 6003 Tiesioginės gamybos išlaidos (darbo užmokestis, socialinis draudimas ir kt.); K 6004 Netiesioginės gamybos išlaidos (darbo užmokestis, socialinis draudimas ir kt.).

Po šios sąskaitų korespondencijos sąskaitos *Žaliavos, Nebaigta produkcija, Įsigytų prekių ir paslaugų savikaina* uždaromos, jų likučiai tampa nuliniiais. Tuomet daromi įrašai sąskaitos 390 kredite, taip parodomas pagamintos produkcijos savikainos mažėjimas:

D 2010 Žaliavų, medžiagų ir komplektavimo detalių įsigijimo savikaina (likučiai laikotarpio pabaigoje); D 2020 Nebaigta produkcija (likučiai laikotarpio pabaigoje) / K 390 Gamybos suvestinė.

Ši sąskaita uždaroma per sąskaitą 3901 *Pajamų ir sąnaudų suvestinė*.

D3901 Pajamų ir sąnaudų suvestinė / K2030 Produkcijos savikaina (likutis laikotarpio pradžioje); K 62 Pardavimo sąnaudos; K 63 Bendrosios ir administracinės sąnaudos; K6900 Ataskaitinių metų pelno ir panašūs mokesčiai; K 390 Gamybos suvestinė.

Norint uždaryti pajamų sąskaitas, reikia įvertinti produkcijos likučių laikotarpio pabaigoje įtaką pardavimo savikainai ir nustatyti laikotarpio veiklos rezultatus:

D 50 Pardavimo pajamos; D 2030 Produkcijos savikaina (likutis laikotarpio pabaigoje) / K 3901 Pajamų ir sąnaudų suvestinė.

Po šio įrašo uždaroma pajamų ir sąnaudų suvestinė sąskaita:

D 3901 Pajamų ir sąnaudų suvestinė / K 341 Ataskaitinių metų nepaskirstytas pelnas (nuostoliai).

Pagamintos produkcijos savikaina skaičiuojama tam tikrais etapais. Pirmiausiai apskaičiuojamos sunaudotos žaliavos, paskui- gamybos išlaidos ir toliau nustatoma pagamintos produkcijos savikaina (Ivanauskienė, 2016).

### 2.3. Nuolat apskaitomų atsargų būdas

Ivanauskienė (2016) teigia, kad perdirbimo įmonių apskaitos praktikoje paplitęs nuolat registruojamų atsargų būdas. Jis yra tikslesnis, bet reikalauja didesnių buhalterinio darbo sąnaudų. Šiuo atveju žaliavoms į apskaitą įtraukti naudojama sąskaita 2011 Žaliavos ir komplektavimo gaminiai. Taikant nuolat apskaitomų atsargų būdą buhalterinės apskaitos sąskaitose registruojama kiekviena su atsargų sunaudojimu arba pardavimu susijusi operacija (Pučkienė, 2012). Tai būdinga įmonėms prekiaujančioms brangiomis mašinomis, juvelyriniais dirbiniais, antikvariniais daiktais (Ivanauskienė, 2016). Gamybos išlaidos perdirbimo įmonėse gali būti kaupiamos ir apibendrinamos keliais variantais. G. Kalčinskas (2017) išskiria du pagrindinius atsargų apskaitos nuolat apskaitomų atsargų būdu variantus: 1) kai visos išlaidos apskaitomos tiesiogiai sąskaitoje 2020 *Nebaigta gaminti produkcija*, nenaudojant tarpinių šeštosios klasės sąskaitų. Per visą ataskaitinį laikotarpį fiksuojamas žaliavų pirkimas, tiesioginio darbo užmokesčio išmokėjimas ir įvairios netiesioginės gamybos išlaidos, sunaudotos žaliavos ir medžiagos priskiriamos nebaigtai gamybai, o pagaminta produkcija perduodama į sandėlį, registruojant kiekvieną pagamintos produkcijos partiją. Kiekvieną kartą pardavus prekes, registruojama parduotų prekių savikaina, iš produkcijos pardavimų uždirtos pajamos- gauti pinigai, pirkėjų skolos ir kitas turtas (turto sąskaitose), tai atliekama iš karto pripažinus pajamas. Ataskaitinio laikotarpio pabaigoje per sąskaitą 391 *Pajamų ir sąnaudų suvestinė* uždaroma sąskaita 6000 *Parduotų prekių savikaina* ir sąskaita 5000 *Pajamos, gautos perpardavus prekes*. 2) antruoju atveju įtraukiamos papildomos sąskaitos 60032 *Tiesioginis darbo užmokestis* ir 6004 *Netiesioginės gamybos išlaidos*. Jos reikalingos tuomet, kai netiesioginių gamybos išlaidų negalima iš karto priskirti tam tikriems gaminiams. Mėnesio pabaigoje naudojantis cechų atskaitomybe arba inventorizacijos būdu nustatomi nebaigtos gamybos likučiai natūra. Juos įkainojus, apskaičiuojama nebaigtos gamybos vertė. Baigti gaminiai įforminami produkcijos priėmimo aktu (Ivanauskienė, 2004). Čia svarbios yra dvi kainos- tai savikaina ir pardavimo kaina, kurią įmonė nusistato pati. Parduotų prekių savikaina gali būti nustatoma nelaukiant ataskaitinio laikotarpio pabaigos, o užregistravus kiekvieną pardavimą. Pasibaigus ataskaitiniam laikotarpiui nereikia daryti koreguojamųjų įrašų (Ivanauskienė, 2016).

Nupirkus žaliavas, komplektavimo gaminius, sumokėjus iš karto, iš anksto, ar perkant skolon, rašoma tokia sąskaitų korespondencija:

D 2010 Žaliavų, medžiagų ir komplektavimo detalių įsigijimo savikaina / K 271 Sąskaitos bankuose; K 2080 Sumokėti avansai tiekėjams; K 4430 Skolos tiekėjams už prekes ir paslaugas.

Gamybos išlaidos kaupiamos sąskaitose 6003 *Tiesioginės gamybos išlaidos* ir 6004 *Netiesioginės gamybos išlaidos*. Galutiniam išlaidų apibendrinimui naudojama sąskaita 2020 *Nebaigta produkcija*. Gamybos išlaidos iš karto sukaupiamos šios sąskaitos debete, kredituojant įvairias sąskaitas:

D 2020 *Nebaigta produkcija* / K 2010 Žaliavų, medžiagų ir komplektavimo detalių įsigijimo savikaina; K 4480 Mokėtinas darbo užmokestis (gamybos darbuotojų); K 4482 Mokėtinos socialinio draudimo įmokos; K 12X7 Ilgalaikio turto, naudojamo gamyboje, nusidėvėjimas.

Susidarius netiesioginėms išlaidoms, daroma tokia sąskaitų korespondencija:

D 6004 netiesioginės gamybos išlaidos / K 2010 Žaliavų, medžiagų ir komplektavimo detalių įsigijimo savikaina; K 4480 Mokėtinas darbo užmokestis (pagalbinių darbuotojų); K 12X7 Ilgalaikio turto nusidėvėjimas ir kt.

Sąskaitos 2020 *Nebaigta produkcija* debete sukaupiamos visos išlaidos, kredite- pagamintos produkcijos faktinė savikaina. Perkėlus šias išlaidas į nebaigtos produkcijos sąskaitą, surašoma tokia sąskaitų korespondencija:

D 2030 Nebaigta produkcija / K 6003 Tiesioginės gamybos išlaidos; K 6004 Netiesioginės gamybos išlaidos.

Užbaigus gaminti produkciją, sumos iš sąskaitos 2020 *Nebaigta produkcija* perkeliamos į sąskaitą 2030 *Produkcijos savikaina*. Surašoma tokia korespondencija:

D 2030 Produkcijos savikaina / K 2020 Nebaigta produkcija.

Kadangi gamybos procesas vyksta nenutrūkstamai, mėnesio pabaigoje lieka dalis nebaigtos gaminti produkcijos, kuri parodoma sąskaitos 2020 *Nebaigta produkcija* likutyje. Inventorizuojant nustatomi produkcijos likučiai ir įkainojus apskaičiuojama jo vertė. Svarbios yra dvi kainos- pasigaminimo savikaina ir pardavimo kaina. Parduodant gaminius, daroma tokia sąskaitų korespondencija:

D 6000 Parduotų prekių savikaina / K 2030 Produkcijos savikaina.

Sąnaudos pripažįstamos pardavus produkciją. Pardavimo ir kartu pajamų pripažinimo momentu yra išrašoma sąskaita faktūra, PVM sąskaita faktūra. Iš pajamų ir sąnaudų sąskaitų suformuojami rodikliai pelno (nuostolių) ataskaitai sudaryti (Ivanauskienė, 2016). Informacijos požiūriu kur kas operatyvesnis yra nuolat apskaitomų atsargų būdas. Norint gauti duomenis, nebūtina atlikti inventorizacijos, o jai taip pat reikia atitinkamų sąnaudų. Be abejo, norėdamos sutikrinti savo apskaitos duomenis su faktiškai esančiais, įmonės, taikančios nuolat apskaitomų atsargų būdą, taip pat atlieka inventorizaciją, bet dažniausiai vieną kartą per metus, prieš sudarant finansinę atskaitomybę (Bikienė, 2012). Pasak William Ryan (2012) nuolat apskaitomų atsargų būdas turėtų pašalinti būtinybę atlikti fizinių atsargų skaičiavimą. Tačiau fizinis skaičiavimas turėtų būti atliekamas bent kartą per metus dėl galimų kanceliarinių klaidų, sukčiavimo ir sugadinimo. Pirmenybė teikiama šiam metodui, nes duomenys pateikiami realiu laiku. Net ir nuolat įtraukiant į apskaitą prekes pasitaiko grobstymų ar natūralios netekties. Todėl prieš sudarant finansinių ataskaitų rinkinius būtina atlikti inventorizaciją. Inventorizacijos rezultatus- trūkumą ir perteklių- būtina įrašyti vadovaujantis inventorizavimo tvarka (Ivanauskienė, 2016).

### 3. Atsargų inventorizacija ir pateikimas finansinėse ataskaitose

Prieš rengiant metines finansines ataskaitas, ankstesnis Įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas įpareigojo atlikti inventorizaciją. Dabartinis Finansinės apskaitos įstatymas tokio griežto periodiškumo nenumato: apsiribota nuostata, kad inventorizacijos atvejus ir atlikimo tvarką kiekviena įmonė pasirenka savarankiškai (Daveikis, 2022).

#### 3.1. Inventorizacija

Žodis inventorizacija kildinamas iš lotyniškojo *inventorium*, reiškiančio daiktų sąrašą ar aprašą, todėl inventorizacija dažniausiai siejama su įmonės turimo turto ir įvairių daiktų skaičiavimu. Ivanauskienė (2004) inventorizaciją apibūdina taip: Inventorizacija- tai būdas faktiniams turto likučiams natūra nustatyti ir palyginti su apskaitos rodikliais. Lyginant duomenis, siekiama atskleisti turto trūkumą arba perteklių. Daveikio (2022) teigimu, inventorizacija- svarbi įmonės veiklos ir vidaus kontrolės procedūra, kurios metu patikrinamas faktinis įmonės turto ir įsipareigojimų egzistavimas. Jos atlikimas iki šiol dažniausiai buvo siejamas su teisės aktuose nustatyta prievole finansinių ataskaitų duomenų realumą patvirtinti inventorizacijos duomenimis. Dabar tokio griežto reikalavimo neliko, tačiau šios procedūros nauda verslui dėl to nė kiek nesumažėjo, gal net atvirkščiai- įmonėms vis plačiau diegiant automatizuotas technologijas, poreikis periodiškai tikrinti duomenų teisingumą tik didėja.

Yra įvairių priežasčių, dėl kurių sumažėja turto. Turtas gali būti grobstomas įmonės darbuotojų, ar iš šalies. Taip pat kaip kurios materialiosios vertybės gali nudžiūti, nubyrėti, ar kaip tik pasunkėti. Yra atsargų, kurių tūris priklausomai nuo temperatūros gali didėti, ar mažėti. Neretai pasitaiko ir paprasčiausių klaidų. Taigi atsargų gali būti mažiau arba daugiau nei užregistruota buhalteriniuose registruose. Net vykdant griežčiausią buhalterinę apskaitą, atsargas apskaitant nuolat apskaitomu būdu, kartais reikia patikrinti ar visas buhalterijoje užfiksuotas turtas yra iš tikrųjų. O kai atsargos apskaitomos periodiniu atsargų apskaitos metodu, inventorizavimas tampa vieninteliu duomenų apie faktinį atsargų kiekį šaltiniu. Be to, inventorizacija naudinga dar ir todėl, kad tai gera proga iš visų pakampių į dienos šviesą išvilkti dažnai įmonėms visiškai nereikalingą šlamštą, po kurio krūvomis kartais nyksta labai vertingas turtas, kurį galima sunaudoti įmonėje arba kam nors parduoti. (Kalčinskas, 2017). Prieš rengiant metines finansines ataskaitas, ankstesnis Įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas įpareigojo atlikti inventorizaciją. Dabartinis Finansinės apskaitos įstatymas tokio griežto periodiškumo nenumato: apsiribota nuostata, kad inventorizacijos atvejus ir atlikimo tvarką kiekviena įmonė pasirenka savarankiškai (Daveikis, 2022). Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymas nurodo atvejus, kada inventorizacija yra būtina:

“Subjekto vadovas užtikrina, kad turto ir įsipareigojimų sąskaitų likučiai būtų pagrindžiami inventorizacijos duomenimis: a) ndelsiant, kaip inicijuojamas nemokumo procesas; b) nedelsiant, kai priimamas sprendimas dėl subjekto likvidavimo, reorganizavimo arba pertvarkymo; c) vadovo nustatytu periodiškumu ir atvejais, išskyrus šios dalies 1 ir 2 punktuose nurodytus atvejus.” Inventorizacija apima keletą etapų, kuriuos reikia atlikti laiku ir tiksliai: 1) Parengiamieji darbai. Vadovo įsakymu nurodoma inventorizacijos komisijos sudėtis. Tai gali būti kompetentingi įmonės darbuotojai, arba, jei tokių nėra, tada yra galimybė juos samdyti iš šalies. Komisijos nariais negali būti materialiai atsakingi asmenys. Komisija yra aprūpinama visomis priemonėmis, būtinomis atlikti darbą. Materialiai atsakingi asmenys pateikia visus turimus pirminius dokumentus. 2) Natūrinis turto tikrinimas. Rasti likučiai yra įrašomi į inventorizavimo aprašus pagal vertybių laikymo vietą, atsakingus už šias vertybes asmenis ir buhalterines sąskaitas. 3) Inventorizacijos metu sudaryti aprašai yra perduodami į buhalteriją rezultatams apskaičiuoti. Po to šie rezultatai yra lyginami su buhalterinės apskaitos duomenimis. Jei faktiniai likučiai mažesni už apskaitinius, tai laikoma trūkumu, o jei didesni- pertekliumi. 4) Komisija nustato trūkumo ar pertekliaus pobūdį ir teikia rekomendacijas vadovui dėl nustatytų skirtumų panaikinimo. Turto perteklių rekomenduojama užpajamuoti, o trūkumą nurašyti arba išieškoti iš materialiai atsakingo asmens.

Įstatymo normos dėl kasmetinės visuotinos inventorizacijos panaikinimas, įpareigojant pačias įmones pasirinkti reikiamą periodiškumą ir tvarką, naudingas dar ir tuo, kad leidžia išvengti formalių inventorizacijų, kai į komisiją darbuotojai įtraukiami tik “dėl skaičiaus”, o inventorizacijos aprašai sudaromi aklaui kopijuojant duomenis iš buhalterinės apskaitos. Taip nutinka, nes iš tiesų ne visada racionalu kasmet atlikti ištisinę inventorizaciją- kur kas svarbiau koncentruotis į tas sritis, kuriose klaidų ir netikslumų tikimybė yra didžiausia (Daveikis, 2022). Už inventorizaciją įmonėje atsakomybė tenka vadovui. Jis atsakingas už visus inventorizacijos etapus- organizavimą, atlikimą laiku, duomenų išsaugojimą, trūkumų išieškojimą. Tačiau už tam tikrus veiksmus yra atsakingas tiek vadovas, tiek buhalteris- tai rezultatų, trūkumų ir pertekliaus įtraukimas į apskaitą. Ir nors už inventorizacijos neatlikimą, ar neteisingą atlikimą teisės aktuose nėra nustatyta tiesioginė atsakomybė, tačiau Daveikis (2022) teigia, kad inventorizacija yra viena iš buhalterinės apskaitos organizavimo sudedamųjų dalių, tad jos neatlikimas tais atvejais, kai ji privaloma, gali būti pripažintas aplaidžiu buhalterinės apskaitos tvarkymu. Inventorizaciją, geriausiai galima pažinti iš klasifikavimo, nusakant svarbiausius šio reiškinio bruožus. Tiek G. Kalčinskas ir kt. (2017), tiek Daveikis (2022) pateikia tokią inventorizacijos klasifikavimo pagal rūšis schemą (3.1 lentelė)

3.1 lentelė **Inventorizacijos rūšys**

Pagal priežastį	Pagal apimtį	Pagal pobūdį	Pagal inventorizuojamus objektus	Pagal privalomumą
Planinės, metinės, periodinės; Priežastinės; Netikėtos	Ištisinės; Atrankinės; Dalinės	Faktinės; Dokumentinės	Materialiojo turto; Nematerialiojo turto; Nuosavo kapitalo; Įmonės įsiskolinimų; Kitų objektų	Privalomos; Neprivalomos

Inventorizacijos metu rasti faktinių ir dokumentinių likučių skirtumai turi būti pagrįsti apskaitos dokumentais. Pasak Daveikio (2021) inventorizacijos rezultatų registravimas apskaitoje priklauso nuo jų pobūdžio. Nustačius perteklių, rastas turtas užpajamuojamas- didinamas atitinkamos turto sąskaitos likutis ir kredituojama laukimo sąskaita ( D- 1 ar 2 kl. sąskaita, K- 3981 *Nustatytas turto perteklius*). Jei gautas turtas nebuvo užpajamuotas, tuomet jis turi būti užpajamuojamas pagal jo pirkimo dokumentus. Jei buvo per daug nurašyta sunaudoto turto, tuomet turi būti mažinamos atitinkamų sąnaudų sumos tos dienos data, kada turtas buvo nurašytas. Kai priežasties nustatyti neįmanoma, tada rastas turtas užpajamuojamas pripažįstant ataskaitinio laikotarpio kitos veiklos pajamas (D 3981 *Nustatytas turto perteklius*, K5401 *Kitos pajamos*). Kai nustatomas turto trūkumas, nerastas turtas nurašomas (D 3980 *Nustatytas turto trūkimas*, K- 1 ar 2 kl. sąsk.). Jei trūkumas atsiranda dėl apskaitos klaidų, tai reikia peržiūrėti turto nurašymo dokumentus, nustatius turto sunaudojimo datą, šis turtas nurašomas didinant atitinkamų sąnaudų likutį, ar kito turto savikainą (pvz. nebaigtos gamybos). Jei nustatoma, kad buvo užpajamuota per didelė turto suma, turtas nurašomas tos dienos, kai buvo padaryta klaida data. Nustačius, kad trūkumas atsirado dėl atsakingo asmens ar kitų asmenų kaltės, galima išieškoti trūkumą iš šių asmenų. Tuomet turtas nurašomas registruojant gautas sumas ( D 2445 *Atskaitingų asmenų skolos*, K 3980 *Nustatytas turto trūkumas*). Jei trūkumo atsiradimo priežasties nustatyti neįmanoma, turtas nurašomas pripažįstant veiklos sąnaudas ( D 6312 *Įvairios bendros ir administracinės sąnaudos*, K 3980 *Nustatytas turto trūkumas*). Ivanauskienė (2016) siūlo atsargų trūkumą ar perteklių registruoti surašant buhalterinę pažymą, kuri registruojama

bendrajame žurnale. Buhalterinėje pažymoje svarbiausia nurodyti kokių atsargų rastas trūkumas ar perteklius, įvardijamos priežastys dėl ko tai įvyko.

Taigi, inventorizacija- tai būdas faktiniams turto likučiams palyginti su apskaitos rodikliais. 2022m. birželio 15 d. LRV nutarimu inventorizacija nėra privaloma, išskyrus viešojo sektoriaus subjektus. Kitos įmonės ar organizacijos inventorizacijos tvarką nusistato pačios. Atsakomybę už inventorizacijos atlikimą, teisingą dokumentų įforminimą ir užregistravimą apskaitoje dalijasi įmonės vadovas ir apskaitą tvarkantis asmuo.

### **3.2. Atsargų pateikimas finansinėse ataskaitose**

Bikienė ir Pučkienė (2012) teigia, kad finansinė atskaitomybė yra svarbiausias reglamentuotas šaltinis, parodantis įmonės veikos rezultatus ir jos finansinę būklę. Finansinė atskaitomybė skirta tiek vidaus, tiek išorės naudotojams, kad jie galėtų gauti konkrečios informacijos apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, perspektyvas ir pan. Apskaitoje registruojant atsargas, jos įvertinamos įsigijimo savikaina, o sudarant finansines ataskaitas – įsigijimo ar pasigaminimo savikaina arba grynąja galimo realizavimo verte, atsižvelgiant į tai, kuri iš jų yra mažesnė (9 vas). 2-asis verslo apskaitos standartas „Balansas“ (2015) reglamentuoja, jog trumpalaikiam turtui priskiriamos atsargos, kurios atitinka trumpalaikio turto apibrėžimą yra registruojamos trumpalaikio turto skiltyje, atsargos straipsnyje. Ivanauskienė (2016) teigia, kad pelno (nuostolių) ataskaitoje, antrajame straipsnyje pardavimo savikaina nukeliauja per visą atskaitinį laikotarpį ir ankstesnius laikotarpius patirtos išlaidos, tenkančios parduotai produkcijai. Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymas (2001) reglamentuoja leidžiamus atskaitymus, kurie yra visos faktiškai patirtos įprastinės tokiai veiklai vieneto sąnaudų, būtinos vieneto pajamoms uždirbti ar įmonės ekonominei naudai gauti. Esant natūralios netekties nuostoliams sąnaudų atskaitymai yra ribojami. Natūralios netekties nuostoliams nepriskiriami dėl prekių gedimo (neįskaitant uogų, daržovių, vaisių, grybų) ar broko susidarę nuostoliai, taip pat nuostoliai, patirti dėl stichinių nelaimių. Jeigu nuostolių negalima susieti su natūralia netektimi, tokiu atveju Pelno mokesčio įstatymas traktuoja tai kaip neleidžiamus atskaitymus. Aiškinamajame rašte Ivanauskienės (2016) teigimu pateikiama informacija apie atsargų apskaitos metodus, kokia yra atsargų bendra ir pagal rūšis balansinė vertė, įkeistų atsargų balansinė vertė, atsargos pas trečiuosius asmenis, aprašomi įkainojimo metodai.

Apibendrinant atsargų atvaizdavimą finansinėse ataskaitose galima teigti, kad atsargos priskiriamos trumpalaikiam turtui, kurios atitinka trumpalaikio turto apibrėžimą yra registruojamos balanso trumpalaikio turto skiltyje, atsargų straipsnyje. Finansinėse ataskaitose atsargos yra įvertinamos įsigijimo ar pasigaminimo savikaina arba grynąja galimo realizavimo verte, atsižvelgiant į tai, kuri iš jų yra mažesnė.

#### **Išvados**

1. Atsargos yra vienas iš svarbiausių trumpalaikio turto elementų. Jas sudaro žaliavos ir komplektuojamieji gaminiai, nebaigta gamyba, pagaminta produkcija bei pirktos prekės, skirtos perparduoti. Nuo šių atsargų dydžio, sudėties, struktūros, techninės būklės, apyvartumo ir pelningumo priklauso įmonių finansinė būklė ir veiklos rezultatai.

2. Atsargos apskaitoje įvertinamos įsigijimo savikaina- tai kaina, kuri nurodyta sąskaitoje faktūroje ir papildomos išlaidos (transporto išlaidos, draudimas ir pan.). Perkant prekes dažnai būna taikomos nuolaidos ar nukainojimai, kurie mažina savikainą. Atsargos gali būti įkainojamos įvairiais atsargų įkainojimo metodais. Įkainojimo metodo pasirinkimas yra įmonės apskaitos politikos dalis. Populiariausias yra FIFO metodas.

3. Įmonė taip pat gali rinktis, kokį būdą taikyti registruojant atsargas- apskaitant nuolat, ar periodiškai.

4. Nepriklausomai nuo atsargų apskaitymo būdo, įmonėje kartais būtina atlikti inventorizaciją tam, kad būtų galima palyginti faktinius atsargų likučius su apskaitos duomenimis. Lyginant duomenis, siekiama atskleisti trūkumą arba perteklių. Inventorizacija- tai svarbi įmonės veiklos ir vidaus kontrolės procedūra, kurios metu patikrinamas faktinis įmonės turto ir įsipareigojimų egzistavimas.

5. Finansinėse ataskaitose atsargos vertinamos įsigijimo ar pasigaminimo savikaina, arba grynąja galimo realizavimo verte, atsižvelgiant į tai, kuri iš jų yra mažesnė. Atsargos yra priskiriamos trumpalaikiam turtui ir yra registruojamos balanso trumpalaikio turto skiltyje, atsargų straipsnyje.

## Literatūra

1. BALABONIENĖ I., VEČERSKIENĖ G. (2011) *Atsargų apskaitos ypatumai*
2. BIKIENĖ J., PUČKIENĖ D.(2012) *Buhalterinė apskaita: teorija ir praktika*. Vilnius
3. DANILEVIČIENĖ I. (2021) *Valdymo apskaita*. Vilnius
4. DAVEIKIS G. (2022) *Inventorizacija įmonėje: prievolės, nauda, atlikimo ir įforminimo rekomendacijos*. Vilnius „Pačiolis“
5. DRURY C. (2008). *Cost & Management Accounting*. London:Thomson
6. IVANAUSKIENĖ A. (2016) *Buhalterinė apskaita*. Vilnius
7. IVANAUSKIENĖ A. (2004) *Buhalterinės apskaitos pradmenys*. Vilnius
8. JAGMINAS V. Bendruosius kaštus būtina paskirstyti konkreitiems produktams / *Buhalterija: Apskaitos ir mokesčių apžvalga*. 24(627) P. 12-14;
9. KALČINSKAS G., KALČINSKAITĖ- KLIMAITIENĖ R. (2017) *Buhalterinė apskaita*. Vilnius
10. KACHALAY V. (2012) *Šiuolaikiniai produktų savikainos nustatymo metodai pramonės įmonėse*. Vol.34.Nr.5 Scientific journal. Prieiga per internetą  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=84525794&s>
11. MACKEVIČIUS J., VALKAUSKAS R. (2012). *Atsargų kompleksinės analizės metodika*. Nr.1(8);
12. MUSTAFA CIFTCI, MASACO DARROUGH. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*. Jan 2022, Vol. 37 Issue 1, p 229-258. 30p. 9 Charts. Prieiga per internetą:  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=154040414&site=ehost-live>
13. RYAN WILLIAM, New Jersey CPA. Jan/Feb2012, Issue 31, p24-25. 2p. 1 Color Photograph, 1 Chart Prieiga per internetą  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=71493123&site=ehost-live>
14. *2-asis verslo apskaitos standartas „Balansas“*. Prieiga per internetą:  
<https://avnt.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/apskaita-1/verslo-apskaitos-standartai/priimti-standartai/>
15. *9-asis verslo apskaitos standartas „Atsargos“*. Prieiga per internetą:  
<https://avnt.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/apskaita-1/verslo-apskaitos-standartai/priimti-standartai/>
16. *Nutarimas dėl inventorizacijos taisyklių patvirtinimo*. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/43c1b5c1edfd11ec8a3a9ec3b65fdf23?jfwid=vhtm8c8tp>
17. *LR finansinės apskaitos įstatymas*. Prieiga per internetą:  
<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.154657/asr>
18. *LR pelno mokesčio įstatymo (2001) 14 straipsnis*. Prieiga per internetą:  
<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.157066?jfwid=11mmzbrbd5>

# ATSARGŲ VALDYMAS ĮMONĖJE AB „VILNIAUS BALDAI”

*Sigita Mickevičiūtė*

*Lekt. Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnyje pabrėžiamas atsargų vaidmuo įmonėje. Tam tikras atsargas turi kiekviena įmonė, nepriklausomai nuo jų dydžio ir veiklos pobūdžio. Jos atlieka svarbų vaidmenų pardavimo sąnaudoms ir darbo rezultatui. Todėl labai svarbus yra teisingas atsargų valdymas. Straipsnyje aptariama atsargų samprata ir klasifikavimas, valdymo tikslai, išlaidos, rodikliai, pateikiami atsargų valdymo būdai. Kad išsiaiškinti, kaip valdomos atsargos AB „Vilniaus baldai“, buvo atlikta horizontalioji ir vertikalioji įmonės finansinės būklės ataskaitos analizė.

## Įvadas

Kiekviena įmonė siekia gauti kuo didesnę pelną. Nepaisant veiklos pobūdžio, ji turi savo veiklai reikalingą trumpalaikį turtą. Paprastai gamybinės bei prekybinės įmonės didžiąją dalį savo apyvartinių lėšų turi skirti atsargų pirkimui, todėl įmonių vadovai susiduria su atsargų valdymo problemomis. Vadovai turi įvertinti teigiamas ir neigiamas atsargų buvimo įmonėje puses. Atsargos dažniausiai sudaro didžiausią lyginamąją dalį visame įmonės trumpalaikiame turte. Jų sudėtimi, struktūra, technine būkle domisi ne tik įmonės vadovybė ir darbuotojai, bet ir daugelis išorės informacijos vartotojų. Atsargos vaidina svarbiausią vaidmenį pardavimo sąnaudoms ir iš dalies darbo rezultatui.

Įmonės investicijos į atsargas priklauso nuo verslo rūšies, tačiau daugeliu atvejų sudaro didžiąją trumpalaikio turto dalį. Klientų poreikiai ir reikalavimai didėja, todėl įmonės priverstos laikyti daug daugiau atsargų. Pristatymas reikiamu laiku, užsakymo ciklo trumpinimas leidžia sumažinti atsargų kiekius ir kartu išlaikyti gana aukštą paslaugų lygį. Priimdama pinigų investavimo į atsargas sprendimus, įmonė turi įvertinti logistikos sistemos struktūrą, klientų aptarnavimo lygius, paskirstymo centrų išdėstymą, atsargų dydžius, atsargų laikymo ir transportavimo būdus (V. Aleknevičienė, 2009).

**Temos aktualumas** - kiekviena įmonė, siekdama dirbti pelningai, turi vykdyti atsargų valdymo politiką. Pagrindinė problema, susijusi su prastu atsargų valdymu - atsargų perteklius arba trūkumas. Pirmu atveju, esant atsargų pertekliui, susiduriama su didelėmis sąnaudomis, tokiomis, kaip sandėliavimas, draudimas, mokesčiai ir pan. O taip pat, perteklinėse atsargose "išsaldomos" lėšos. Galimas ir atsargų praradimas dėl natūralios netekties, ar moralinis jų senėjimas. Antruoju atveju, esant atsargų trūkumui - galimi išlaidų padidėjimai dėl pardavimų praradimo, prasto klientų aptarnavimo ir t.t. Taigi teisingas atsargų valdymas yra labai aktuali tema.

**Objektas**- AB „Vilniaus baldai“ atsargos.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti AB „Vilniaus baldai“ atsargų valdymą.

**Darbo uždaviniai:**

1. Apibrėžti atsargų sampratą.
2. Išanalizuoti atsargų klasifikavimo būdus.
3. Atskleisti pagrindinius atsargų valdymo tikslus.
4. Išanalizuoti atsargų valdymo problemas ir joms spręsti siūlomus metodus.
5. Atlikti AB „Vilniaus baldai“ įmonės atsargų valdymo analizę.

## 1. Atsargų valdymas teoriniu aspektu

Nuo įmonės trumpalaikio turto dydžio, sudėties, struktūros, jo apyvartumo priklauso įmonės veiklos rezultatai ir jos finansų būklė, todėl labai svarbu skaičiuoti trumpalaikio turto naudojimo rodiklius ir nuolat kontroliuoti jo dydį (L.Juozaitytė, 2007). Trumpalaikio turto valdymo tikslas- parinkti optimalų trumpalaikio turto dydį, struktūrą, jo padengimo šaltinius ir santykį tarp jų (A.Lileikienė, 2021).

### 1.1. Atsargų samprata ir klasifikavimas

Trumpalaikis turtas- tai įmonės turimas išteklius, kuris ekonominę naudą įmonei atneša per vieną finansinį laikotarpį, arba per vieną įmonės veiklos ciklą. Kitaip nei ilgalaikių išteklių, kurie naudojami ilgą laiką, trumpalaikio turto ciklas, nuo išteklių įsigijimo iki pardavimo arba sunaudojimo kuriant galutinį įmonės finansinės veiklos rezultatą- pelną, yra daug trumpesnis.



Įmonėje trumpalaikis turtas, pavyzdžiui atsargos sandėlyje, fiziškai gali būti ir labai ilgai- net keletą ar keliolika metų. Tačiau pradėtas naudoti pajamoms uždirbti šis turtas sunaudotas bus visas iš karto, o ne laipsniškai, jo vertė bus perkelta į naujai gaminamą produkciją (G.Kalčinskas, 2017).

Visos išlaidos yra patiriamos uždirbant pajamas per vienerius metus, todėl veiklos ciklas yra svarbi valdymo apskaitos politikos dalis. Valdant atsargas yra garantuojama pusiausvyra tarp klientų aptarnavimo ir atsargų laikymo sąnaudų, o nuo to priklauso ir įmonės veiklos pelningumas, bei gamybinio proceso tęstinumas (I.Danilevičienė, 2021).

Valdant trumpalaikį turtą reaguoti reikia labai greitai, nes tokio pobūdžio turto yra daug, o padarius valdymo klaidą sugrįžti atgal ir ją ištaisyti dažniausiai yra beveik neįmanoma, nes trumpalaikių išteklių veiklos ciklas jau būna pasibaigęs .

L. Juozaitienė (2007) įvardija tokias svarbiausias trumpalaikio turto savybes:

- Turtas naudojamas per vieną ataskaitinį laikotarpį;
- Viso turto vertės perkėlimas į pardavimo savikainą;
- Turto fizinės formos pakeitimas.

Tiek ilgalaikių, tiek trumpalaikių išteklių naudojimo valdymo specifika yra susijusi su jų rūšimi . Todėl pirmiausia tikslinga išskirti esmines valdymo sprendimų požiūriu trumpalaikių išteklių grupes. Tai atsargos ir trumpalaikis finansinis turtas.

Pasak G. Černiaus (2014), trumpalaikių išteklių grupėje reikšmingas lyginamasis svoris tenka atsargoms. Atsižvelgiant į įmonės specifiką atsargoms priskirtinos žaliavos, nebaigta gamyba, pagaminta produkcija ir perparduoti skirtos prekės. Prie šios grupės priskiriamos ir įvairios atsargos, sunaudojamos įmonės funkcionavimui palaikyti, kaip pvz. vadinamosios kanceliarinės prekės.

Atsargos – trumpalaikis turtas (žaliavos ir komplektuojamieji gaminiai, prekės ir nebaigta gaminti produkcija), kurį įmonė sunaudoja pajamoms uždirbti per vienus metus arba per vieną įmonės veiklos ciklą (9-asis VAS „Atsargos“, 2018).

Šaltiniuose analizuojamos įvairios atsargų klasifikacijos, daugelis atsargų rūšių klasifikuojamos pagal šiuos požymius: pagal dislokaciją, pagal atsiradimo laiką ir funkcinę paskirtį, pagal apimtį ir paklausą (1.1 lentelė).

1.1 lentelė. **Atsargų klasifikacija**

Požymiai	Atsargų rūšys
<i>Atsargų dislokacija</i>	<b>Gamybinės:</b> <i>darbo įrankiai</i> (žaliavos, medžiagos, komplektiniai gaminiai, kuras, pakuotės); <i>tarpiniai produkcija</i> (pusfabrikačiai); <i>gatava produkcija</i> ; <i>darbo inventoriūs</i> . <b>Prekinės:</b> <i>gatava produkcija</i> skirta vartotojams ar perpardavimui.
<i>Atsiradimo laikas ir funkcinė paskirtis</i>	<i>Paruošiamosios</i> (susijusios su paruošimu gamybai); <i>einamosios</i> (pagrindinės atsargos, užtikrinančios nenutrūkstamą gamybos procesą); „ <i>slenkstinio</i> “ <i>lygio</i> (tai atsargų rūšis, kurios papildomos, pasiekus tam tikrą lygį); <i>draudžiamosios</i> (jos reikalingos tam, kad būtų užtikrintas nenutrūkstamas gamybos procesas ir produkcijos realizacija, pasikeitus atsargų pristatymo sąlygoms ir terminams); <i>sezoninės</i> (šios atsargos susidaro tada, kuomet atsiranda paklausa sezoninėms prekėms); <i>pereinamosios</i> (atsargų likutis ataskaitinio laikotarpio pabaigai).
<i>Apimtis ir paklausa</i>	Normatyvinės ir virš normatyvinės (viršijančios numatytas normas) <i>Perteklinės atsargos</i> (nepaklausios)

V. Aleknevičienė (2009) atsargas klasifikuoja pagal tokius kriterijus:

- Apyvartos etapas (žaliavų, medžiagų ir komponentų atsargos; nebaigtos gamybos atsargos; pagamintos produkcijos atsargos; prekės);
- Atliekamos funkcijos (ciklo atsargos; tranzitinės atsargos; draustinės atsargos; spekuliacinės atsargos; sezoninės atsargos; nenaudojamos atsargos).

Pasak L. Juozaitienės (2007), atsargos yra svarbi turto dalis ir jų dydis daro didelę įtaką įmonės veiklos mastams bei rezultatams. Visos įsigytos materialinės vertybės (atsargos) yra arba sunaudojamos per ataskaitinį laikotarpį pajamoms uždirbti ir virsta išlaidomis, arba įrašomos į balansą kaip dar nepanaudotas turtas. Atsargų sudėtis priklauso nuo įmonės veiklos pobūdžio. Prekybos įmonėse didžiausią atsargų dalį sudaro prekės, skirtos perparduoti. Gamybos įmonėse atsargų sudėtyje dažniausiai apskaitomi gatavi arba pusiau pagaminti gaminiai, medžiagų atsargos. Atsargos balanse pateikiamos įsigijimo

savikaina arba grynąja galimo realizavimo verte, atsižvelgiant į tai, kuri iš jų yra mažesnė. Atsargų nuvertėjimas laikomas ataskaitinio laikotarpio veiklos sąnaudomis.

A. Lileikienė ir Ž. Grigaliūnienė (2021) teigia jog atsargos leidžia įmonei įgyvendinti šiuos tikslus:

- Leidžia užtikrinti masto ekonomiją, bet jai užtikrinti įmonė turi laikytis ekonominio kompromiso. Kuo daugiau įmonė gamina, tuo mažesnės pagaminto vieneto sąnaudos, tačiau didelį pagamintos produkcijos kiekį yra sunkiau realizuoti, todėl padidėja atsargų laikymo sąnaudos;
- Turimos atsargos leidžia subalansuoti paklausą ir pasiūlą;
- Atsargos sandėliuose apsaugo nuo netikėtumų: padeda pašalinti prekių trūkumą dėl paklausos svyravimo ar nereguliaraus pristatymo;
- Atsargų buvimas įmonėje užtikrina nenutrūkstamą gamybos procesą;
- Turimos įmonėje atsargos atlieka buferio funkciją, kurios paskirtis sušvelninti konfliktus tarp paskirstymo kanalo subjektų.

Taigi, atsargos- tai pagrindinė trumpalaikio turto dalis. Jas galima greitai paversti pinigais, dėl to trumpalaikis turtas yra likvidesnis, nei ilgalaikis. Atsargos skirstomos į prekes, skirtas perparduoti, pagamintą produkciją, žaliavas, medžiagas ir komplektavimo detales, bei nebaigtą produkciją ir vykdomus darbus. Atsargų klasifikavimas priklauso nuo įmonės veiklos.

## 1.2. Atsargų valdymo tikslai

Pagrindinis atsargų valdymo tikslas anot V. Aleknevičienės (2009) yra atsargų valdymo išlaidų mažinimas, užtikrinant produkcijos gamybos ir pardavimo bei paslaugų teikimo nenutrūkstamumą. Laikant per daug atsargų yra eikvojami pinigai joms išigyti, sandėliuoti, didėja nuostoliai dėl sunaikinimo ar pavogimo. Kita vertus, išsekus atsargoms, gali būti sustabdoma gamyba, patiriami darbo bei laiko nuostoliai. Siekiant sumažinti išlaidas bei nuostolius, svarbu nustatyti optimalų atsargų dydį.

A. Lileikienė ir Ž. Grigaliūnienė (2021) teigia, kad atsargų valdymo tikslai turi būti nukreipti į įmonės pelno didinimą, įmonės politikos, nukreiptos į atsargų dydį ir bendrą logistikos išlaidų mažinimą, įtakos prognozavimą.

Anot Kumar (2016) , efektyvus atsargų valdymas yra neatsiejamas nuo atsargų papildymo nustatymo, atsargų apskaitinių sąnaudų, turto valdymo, atsargų prognozavimo, Fizinės inventorizacijos, esamos atsargų fizinės vietos, kokybės valdymo, papildymo, nekokybiškos prekės gražinimo bei paklausos prognozavimo. Subalansavus šiuos konkuruojančius reikalavimus, gaunamas optimalus atsargų lygis.

R. Palšaitis (2010) atsargų valdymą apibūdina kaip išlaidų balansavimą tarp atsargų turėjimo ir jų neturėjimo. Pirmuoju atveju susiduriama su tokiomis išlaidomis, kaip atsargų draudimas, mokesčiai, transporto išlaidos, sandėliavimas bei didžiausia išlaidų dalis- atsargose įšaldytos apyvartinės lėšos. Antruoju atveju, per daug sumažinus atsargų lygį, išlaidos gali būti net didesnės nei susidariusios dėl atsargų turėjimo: prarasti pardavimai ir prastas klientų aptarnavimas gali atsiliepti įmonei užleidžiant dalį rinkos konkurentams, galimi tiekimo sutrikimai ateityje (jei įmonė nemažą užsakymų dalį vis atideda, tiekėjai gali atsisakyti toliau bendradarbiauti).

Radasanu (2016) teigia, kad aukštas atsargų prieinamumo lygis užtikrina aukštą reagavimo lygį, tačiau padidina sąnaudas, nes yra laikoma daug atsargų. Priešingai, žemas produktų prieinamumo lygis sumažina atsargų laikymo sąnaudas, tačiau padidėja skaičius klientų, kurie nėra aptarnaujami laiku.

Pasak S. Stungurienės (2010) gausios atsargos sukelia daug rūpesčių tiek fiziniu požiūriu, tiek finansiniu, nes reikalingi tam pritaikyti sandėliavimo plotai, o atsargų saugojimas yra brangus. Taigi, perdidelės atsargos įmonei finansiškai yra nenaudingos.

I. Balabonienė ir G. Večerskienė (2011) mano, kad norint priimti efektyvius veiklos valdymo sprendimus būtina aplinkybė yra atsargų apskaitos ypatumų nustatymas bei naudojimas, nes nuo to dažniausiai priklauso visos organizacijos planavimo ir kontrolės kokybė.

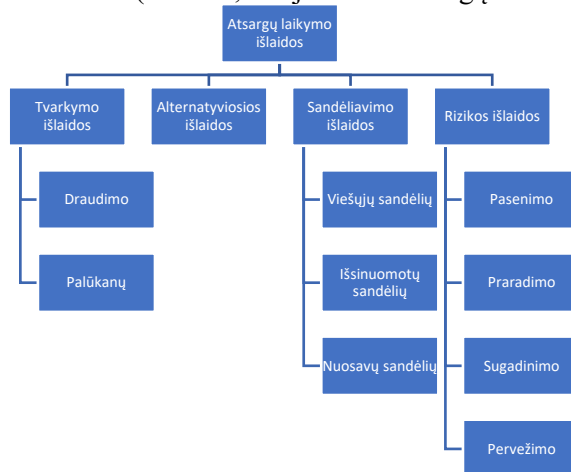
G. Černius (2014) teigia, kad valdant atsargas daugiausia dėmesio turėtų būti skiriama jų naudojimo efektyvumui didinti – kitaip sakant, tikslas formuluojamas taip, kad atsargos duotų kuo didesnę ekonominę naudą įmonei, kartu ir įmonės savininkams. Tačiau būtina atsižvelgti į tai, kad pačių atsargų ar jų naudojimo valdymas yra nevienalytis procesas. Tai susiję su tuo, kad vienoje įmonėje yra tik prekybinės atsargos, kitose yra žaliavų, reikalingų produkcijos gamybai, dar kitos teikia vien tik paslaugas. Todėl kalbant apie atsargų valdymą pirmiausia reikėtų atsižvelgti į įmonės specifiką ir į tai, kokio pobūdžio atsargomis yra disponuojama įmonėje.

Apibendrinant galima teigti, kad pagrindiniai atsargų valdymo tikslai – tai išlaidų mažinimas ir įmonės pelno didinimas.

### 1.3. Atsargų valdymo išlaidos

Siekiant minimizuoti atsargų valdymo išlaidas, reikia žinoti pagrindines jų grupes. V. Aleknevičienė (2009) išskiria šias grupes:

- a) laikymo išlaidos;
- b) užsakymo išlaidos;
- c) išsekimo išlaidos (išlaidos, susijusios su atsargų trūkumu).



1.1 pav. Atsargų laikymo išlaidos

1.pav. pavaizduotas atsargų laikymo išlaidų skirstymas į alternatyviasias, tvarkymo, sandėliavimo ir rizikos grupes: *Alternatyviosios atsargų išlaidos*- metinė pinigų, investuotų į kitą turtą, grąža. Jos priklauso nuo laikomų atsargų kiekio ir įmonės investavimo alternatyvos. *Atsargų tvarkymo išlaidos* sudaro draudimo nuo gaisro, vagysčių, komercinio draudimo ir kitų draudimo rūšių įmokos, taip pat palūkanos, jei atsargoms įsigyti įmonė naudoja kreditą. *Sandėliavimo išlaidos* gali būti kintamosios ir pastovios. Jų dydis priklauso nuo sandėlio nuosavybės formos: bendro naudojimo (logistiniai), nuomojami ar nuosavi sandėliai. Kintamosios išlaidos yra priskiriamos prie atsargų laikymo išlaidų, pastoviosios- nesiejamos su atsargomis. *Rizikos išlaidoms* priskiriamos pasenimo, praradimų, sugadinimo ir pervežimo.

Pasenimo išlaidos atsiranda, kai produkto nebeįmanoma parduoti už pirminę kainą. Tai skirtumas tarp pradinės ir galutinės pardavimo kainų. Sugadinimo išlaidos- tai išlaidos, kurios atsiranda transportuojant ar perkraunant prekes. Tačiau jos menkai gali koreliuoti su laikomų atsargų kiekiais. Kai atsargas sunku realizuoti vienas regione, jas stengiamasi pervežti į kitą.

Pasiėmimo bei praradimo išlaidos turi tendenciją didėti, didėjant laikomų atsargų kiekiui. Praradimo išlaidos atsiranda dėl vagysčių, nubyrežimo ar nutekėjimo transportuojant, perdirbant ar perkraunant. Pervežimo išlaidos atsiranda dėl prekių perkėlimo iš vienos sandėliavimo vietos į kitą. Užsakymų išlaidas sudaro užsakymo pateikimo ir įvykdymo bei transportavimo išlaidos. Užsakymo pateikimo ir įvykdymo išlaidos - įstaigų susirašinėjimo išlaidos, telefono ryšio, atsargų priėmimo. Transportavimo išlaidas- sudaro atsivežimo, patikrinimo, perdavimo saugoti išlaidos. Laikymo išlaidos atsargų vienetui yra kintančios, o užsakymo išlaidų dydis yra fiksuotas ir pastovus vienam užsakymui. Tokios prielaidos būtinos apskaičiuoti ekonomiškai pagrįstą atsargų užsakymo dydį. Atsargų išsekimo išlaidos atsiranda tada, kai, nesant atsargų sandėlyje, įmonė negali patenkinti pirkėjų paklausos.

Prarastų pardavimų vertė, kai pirkėjas perduoda užsakymą kitam gamintojui. Tokios išlaidos įvertinamos prarastu pardavimų pelnu (pardavimo pajamos minus kintamosios išlaidos). Atidėtų pardavimų vertė, kai pirkėjas priverstas laukti, kol bus įvykdytas užsakymas. Tada gali susidaryti papildomos transportavimo ir sandėliavimo išlaidos dėl to, kad užsakymas negali būti įvykdytas per įprastus paskirstymo kanalus.

Taigi, siekiant kuo didesnio įmonės pelno, būtina ieškoti būdų sumažinti atsargų valdymo išlaidas. Ypač svarbios atsargų priežiūros išlaidos- sandėliavimo sąnaudos ir galimo produktų kokybės praradimo, nusidėvėjimo sąnaudos. Tai sąnaudos, kurias patiriant nesukuriama vertės įmonei, o tik mažinamas įmonės pelnas.

#### 1.4. Atsargų valdymo rodikliai

Kalbant apie atsargų valdymą pirmiausia reikėtų atsižvelgti į įmonės specifiką ir į tai, kokio pobūdžio atsargomis yra disponuojama įmonėje. Tam kad būtų galima deramai valdyti įmonių atsargas, reikalingi ir atitinkami rodikliai, kurie leistų išmatuoti ir įvertinti, kiek efektyviai valdomos atsargos bendrai visos įmonės mastu ir kiekvieno proceso metu atskirai. Geras atsargų valdymas spartina turto apyvartumą ir leidžia laisvus pinigus panaudoti kitoms investicijoms, taip didinant įmonės pelningumą.

Pasak G. Černiaus (2014) bet koks valdymo tikslas turi būti išmatuojamas, atsargoms ir jų naudojimui valdyti taip pat reikalingas specifinis rodiklis ar keletas rodiklių, kurie teisingiausiai atspindėtų valdomą objektą ir leistų nustatyti, kaip rezultatai paveikė jam įtakos turintys veiksniai.

1.2 lentelė. Atsargų judėjimo etapai ir valdymo rodikliai

Atsargų pirkimas	Atsargų sandėliavimas	Produkcijos gamyba	Prekyba
<i>Tikslas:</i> Mažinti įsigijimo savikainą	<i>Tikslas:</i> Mažinti atsargų sandėlyje kiekį ir laiką	<i>Tikslas:</i> Mažinti gamybos trukmę ir kaštus	<i>Tikslas:</i> Gamybos įmonėje- didinti pardavimų pajamas . Prekybos įmonėje- didinti bendrąjį pelną .
<i>Rodikliai :</i> Rinkos kainos ir savikainos indeksas. Nukainojimo sumos.	<i>Rodikliai :</i> Atsargų apyvartumas (dienomis, kartais). Atsargų likutis.	<i>Rodikliai :</i> Nebaigtos gamybos likučiai. Gamybos ciklo trukmė. Nuostoliai dėl atliekų ir broko.	<i>Rodikliai :</i> Prekių (atsargų) grąža.

1.2 lentelėje pateikti rodikliai, kuriuos naudojant gali būti išmatuoti atsargų valdymo etapuose nurodyti tikslai. Tarkime, atsargų pirkimo metu gali būti skaičiuojamas rinkos kainos ir atsargų įsigijimo savikainos indeksas, parodantis, kiek pigiau ar brangiau negu rinkos kaina yra perkamos įmonės atsargos.

Sandėliuojant atsargas siekiama, kad atsargos kuo trumpiau gulėtų sandėlyje ir jų kiekiai būtų kiek įmanoma mažesni. Gamybos įmonėje yra valdomos žaliavos, kurios įsigyjamoms tam, kad iš jų vėliau būtų pagaminta produkcija. Prekybos įmonėje yra valdomos perparduoti nupirktos prekės.

Kitas rodiklis, apibūdinantis atsargų buvimą sandėlyje laiką, yra atsargų apyvartumo rodiklis. Šis rodiklis parodo, kiek apyvartų per nagrinėjamą laikotarpį vidutiniškai padarė visos atsargos. Anot L. Juozaitienės (2007), labai svarbu nuolat analizuoti atsargų apyvartumo rodiklį, nes didelėms atsargoms sukaupti įmonei reikia daug pinigų, kita vertus, per mažos atsargos gali sutrikdyti normalų veiklos ciklą. Atsargų apyvartų skaičius rodo, kiek kartų per metus gali pasikeisti atsargos, tai yra kiek kartų jos bus parduotos ir vėl atkurtos. Šis rodiklis įmonei labai svarbus, nes per kiekvieną atsargų apyvartą uždirbamas bendrasis pelnas.

Prekybos įmonėse tradiciškai šis rodiklis nustatomas kaip parduotų prekių savikainos ir vidutinio atsargų likučio santykis. Jis apskaičiuojamas pagal formulę (G. Černius, 2014):

$$\text{Atsargų apyvartumas (kartais)} = \frac{\text{Parduotų prekių savikaina}}{\text{Vidutinis prekių likutis}} \quad (1)$$

Tam kad būtų galima lengviau suvokti atsargų apyvartumo rodiklį, yra skaičiuojamas kitas rodiklis- atsargų apyvartumas dienomis, kuris parodo, kiek vidutiniškai dienų atsargos pragulės sandėlyje neparduotos. Šis rodiklis apskaičiuojamas pagal šią formulę (G. Černius, 2014):

$$\text{Atsargų apyvartumas (dienomis)} = \frac{\text{Laikotarpio trukmė dienomis}}{\text{Atsargų apyvartumas (kartais)}} \quad (2)$$

Gamybinėje įmonėje taip pat gali būti naudojamas atsargų apyvartumo rodiklis, kurio ekonominė prasmė yra ta pati, nors jis apskaičiuojamas naudojant šiek tiek kitus rodiklius. Naudojama tokia formulė (G. Černius):

$$\text{Žaliavų apyvartumas (kartais)} = \frac{\text{Pagamintos produkcijos savikaina}}{\text{Vidutinis žaliavų likutis}} \quad (3)$$

Produkcijos gamybos metu valdant atsargas pirmiausia turėtų būti siekiama, kad nebaigtos gamybos likučių būtų kiek galima mažiau, kad nereikėtų į juos investuoti daug pinigų. G. Černiaus (2014) manymu,

nebaigtos gamybos likučiai tiesiogiai susiję su produkcijos gamybos ciklu. Trumpesnis gamybos ciklo rezultatas tas pats kaip ir mažesnių atsargų likučių- sumažina pinigų kiekį, kuris turi būti investuotas į nebaigtą gamybą.

Dar vienas svarbus atsargų valdymo rodiklis - tai žaliavų praradimas gamybos proceso metu dėl atsiradusių atliekų ir gamybos broko. Atliekų ir su jomis susijusių nuostolių mažinimo uždavinys yra sprendžiamas technologinėmis priemonėmis. Gamybos brokas paprastai yra susijęs su žmogaus klaidomis arba technikos gedimais.

Prekybos - paskutinių atsargų valdymo etapo - metu yra sprendžiamas iš esmės svarbiausias klausimas - kiek galima brangiau parduoti turimas atsargas (prekes ir/ar produkciją). Atsargų naudojimo efektyvumui atspindėti naudojamas atsargų gražos rodiklis, kuris apskaičiuojamas kaip bendrojo pelno ir atsargų santykis (G. Černius):

$$\text{Atsargų graža} = \frac{\text{Bendrasis pelnas}}{\text{Atsargos}} \quad (4)$$

Ekonominė šio rodiklio prasmė yra ta, kad jis parodo, kiek pelno uždirba vienas atsargų, kaip trumpalaikių išteklių, euras.

Taigi, valdant atsargų judėjimą sandėliuose pagrindinis tikslas išlieka tas pats- sandėlyje turėtų būti kiek galima mažiau atsargų, o jei atsargų likučiai sandėlyje neišvengiami- tuomet siekti, kad atsargos jame būtų kuo trumpiau.

### 1.5. Atsargų valdymo būdai

Yra įvairių atsargų valdymo metodikų bei metodų: euristiniai, tyriminiai - statistiniai, ekspertinis vertinimo metodas, techninių - ekonominių apskaičiavimų metodas bei ekonominiai - matematiniai metodai ( A.Lileikienė, Ž.Grigaliūnienė, 2021).

Mokslinėje literatūroje ( A.Lileikienė, Ž.Grigaliūnienė, 2021; V.Aleknevičienė, 2009; G.Černius, 2014 ir kt.) yra pateikiamos įvairios atsargų valdymo sistemos, kurias galima pritaikyti įmonėje.

- EOQ (ekonomiškiausio užsakymo kiekio) metodas;
- Pristatymo reikiamu laiku (angl. just-in-time) JIT sistema;
- ABC (angl. Always Better Control) sistema;
- Pastovaus atsargų lygio sistema ir kt.

1.3 lentelė. **Atsargų valdymo sistemų privalumai ir trūkumai.**

Atsargų valdymo sistemos	Privalumai	Trūkumai
Ekonomiška užsakymų dydžio sistema	Mažiausiomis išlaidomis yra įvertinamas optimalus užsakymo dydis. Sumažinamos atsargų užsakymo, transporto, sandėliavimo išlaidos.	Ši sistema neleidžia įvertinti sezoniškumo, naudojama fiksuota prekių kaina, nepriklausomai nuo užsakymo dydžio. Paklausa ir pristatymo laikas turi būti žinomi ir ne kintami dydžiai. Nėra pasibaigusių atsargų. Atsargas sudaro tik vienas tipo produktas.
ABC sistema	Ši sistema- tai atsargų klasifikavimas pagal svarbą. Gaminio savikaina yra įvertinama tiksliai. Įvertina, kuri įmonės veiklos sritis patiria daugiausiai išlaidų.	Sudėtingas ir ilgas sistemos diegimo procesas. Reikalingas labai didelis duomenų kiekis apie įmonės veiklos procesus. Sudėtingas sistemos suvokimas, nes yra daug išlaidų nešėjų. Atsitiktinai paskirstomos netiesioginės išlaidos tarp skirtingų objektų.
JIT sistema	Sumažina atsargų lygų- mažesnės atsargos į investicijas. Sumažėjęs eksploatavimo laikas, taip sumažinamos sandėliavimo išlaidos. Nuolatinis gaminių kokybės gerinimas ir kontrolė. Sumažinamas gaminių gamybos laikas.	JIT diegimas reikalauja didelių investicijų. Sudėtinga ir brangi atsargų valdymo programinė įranga. Neužtikrina aukšto lygio klientų aptarnavimo. Įmonė ne visada gali

	Ekonomiškesnė gamyba, sumažina brokuotų gaminių kiekis.	rasti tiekėjų, kur jie atitiktų griežtus sistemos reikalavimus.
Pastovaus atsargų lygio sistema	Įvertinamas atsargų užsakymo dydžio kitimas. Užsakymai vykdomi vienodais laiko tarpais. Nėra pastovus atsargų kontrolės sandėliuose.	Neįvertina atsargų valdymo išlaidų. Paklausa turi būti pastovi. Palaikomas aukštas atsargų lygis.

Taigi, atsargų valdymo sistema padeda sumažinti atsargų valdymo išlaidas ir pagerinti veiklos rezultata. Kokią sistemą įmonė pasirinks, priklauso nuo įmonės dydžio, veikos pobūdžio, atsargų sunaudojimo, planuojamų užsakymų ir kt.

## 2. AB „VILNIAUS BALDAI“ atsargų valdymas

AB „Vilniaus baldai“ yra vienas didžiausių korpusinių baldų gamybos įmonių Lietuvoje. Akcinė bendrovė „Vilniaus baldai“ - puoselėjanti senas tradicijas, taikanti modernias technologijas ir stabiliai bei nuosekliai auganti Bendrovė.

Akcinė bendrovė „Vilniaus baldai“ - 450 profesionalių baldininkų, tęsiančių 140 metų sėkmingo augimo istoriją ir iš kartos į kartą užtikrinančių nuolatinį tobulėjimą bei kokybę.

Bendrovės vizija - tai modernaus žmogaus gyvenimo filosofija - amžinas, stilingas, jaukus.

### 2.1. AB „Vilniaus baldai“ veiklos charakteristika

1883 metais savo veiklą pradėjusi kaip maža dirbtuvė, AB „Vilniaus baldai“ tapo viena stambiausių pramonės įmonių Lietuvoje ir Baltijos šalyse, kuri sėkmingai suderina ilgametės baldų gamybos tradicijas bei novatoriškas verslo idėjas. Iki 2004 metų ji buvo žinoma kaip AB „Vilniaus baldų kombinatas“.

AB „Vilniaus baldai“ projektuoja ir gamina korpusinius baldus. Bendrovės produkcija gaminama iš medžio drožlių plokštės, naudojant korinio užpildo technologiją, pagal kurią gaminami baldai yra lengvesni, tačiau solidžiai atrodantys. Taikant šią technologiją sunaudojama mažiau žaliavų, produkcijos kokybė išlieka stabili. Kuriant naujus bei tobulinant esamus gaminius bendrovė visų pirma atsižvelgia į galutinių vartotojų poreikius bei naujausias technologijų tendencijas. Bendrovėje įdiegta gamybos planavimo sistema nuolat tobulinama siekiant didesnio gamybos lankstumo bei efektyvumo. Moderni įranga, įsigyta iš visame pasaulyje žinomų gamintojų leidžia gaminti įvairios rūšies drožtine fanera, dažais bei plėvele dengtus baldus.

AB „Vilniaus baldai“ Eksportuoja beveik visą pagamintą produkciją į Europos ir kitas pasaulio šalis. Įmonėje sėkmingai dirbama pagal sertifikuotas kokybės vadybos (ISO 9001) ir aplinkos apsaugos vadybos (ISO 14001) sistemas. Įmonei suteiktas FSC gamybos grandies sertifikatas.

Bendrovės pardavimus Lietuvoje sudarė ne tik baldų, bet ir žaliavų bei žaliavų atliekų pardavimai.

AB „Vilniaus baldai“ yra įdiegta efektyvi žaliavų ir paslaugų pirkimo sistema. Bendrovė palaiko strateginius santykius su tiekėjais bei nuolat ieško naujų galimybių paslaugų ir žaliavų rinkose. AB „Vilniaus baldai“ pirkimo procesą yra išskaidžiusi į strateginius ir operacinius pirkimus. Bendrovė siekia valdyti tiekimo riziką, todėl pagrindinėms tiekiamoms žaliavoms yra parinkti pagrindiniai ir alternatyvūs tiekėjai. AB „Vilniaus baldai“ įdiegta ir nuolat tobulinama tiekėjų vertinimo sistema, atliekami tiekėjų auditai. Bendrovė su pagrindiniais tiekėjais sudaro ilgalaikes sutartis. Pagrindines žaliavas bendrovė įsigyja iš Lietuvos, Lenkijos ir Slovakijos tiekėjų. Lokalus žaliavų tiekimas sąlygotas mažesnių transportavimo sąnaudų bei gerų santykių su pagrindiniais tiekėjais.

Pasibaigusiais finansiniais metais besikeičiant ekonominei situacijai, žaliavų tiekimas ir prieinamumas tapo daug lengvesnis, kadangi žaliavų gamintojai tik dalinai išnaudoja turimus gamybinius pajėgumus. Panaši tendencija turėtų išlikti ir 2024–aisiais finansiniais metais. Visgi tebelieka vykstančių karinių konfliktų masto padidėjimo rizika ir su tuo susijęs rinkų bei žaliavų tiekimo neigiamas efektas. Iš ilgalaikės bei strateginės pusės, žaliavų tiekime bendrovė siekia ilgalaikių santykių su patikimais tiekėjais bei turėti alternatyvas pagrindinių žaliavų tiekimui.

Įmonėje dirba virš 400 darbuotojų. Bendrovė strategiškai investuoja į gamybos plėtrą, nuosekliai auga kurdamas naujas darbo vietas, sistemingai dirba tirdama vartotojų poreikius bei ieškodama racionalių sprendimų jiems patenkinti.

Bendrovė daug dėmesio ir lėšų skiria darbo sąlygų gerinimui bei darbuotojų mokymams, kvalifikacijos kėlimui, taupiosios sistemos LEAN principų bei metodų įgyvendinimui. AB „Vilniaus baldai“ nuolat investuoja į gamybinę įrangą ir technologinių procesų automatizavimą siekdama pagerinti darbo sąlygas bei sumažinti darbuotojams tenkantį fizinį krūvį. Investicijos į darbuotojų saugą ir sveikatą bendrovėje formuoja naują darbo kultūrą, kuri leidžia siekti geresnių darbo rezultatų bei išlikti konkurencinga tarptautinėse rinkose .

## 2.2. AB „Vilniaus baldai“ trumpalaikio turto horizontalioji ir vertikalioji analizė

Atsargų dalies nustatymui trumpalaikio turto struktūroje, bei atsargų kitimo dinamikai per 2021-2023 metų laikotarpį buvo atliktos trumpalaikio turto horizontalioji ir vertikalioji finansinės būklės ataskaitos analizės.

### 2.1 lentelė. AB „Vilniaus baldai“ finansinės būklės ataskaitos trumpalaikio turto dalies horizontalioji analizė (tūkst. eur.)

Straipsniai	2023 m.	2022 m.	2021 m.	Kitimo tempai 2023/2022 m. (%)	Kitimo tempai 2022/2021 m. (%)	Kitimo tempai 2023/2022 m. (eur.)	Kitimo tempai 2022/2021 m. (eur.)
<b>A ILGALAIKIS TURTAS</b>	63228	67397	65870	-6,2	2,3	-4169	1527
<b>B TRUMPALAIKIS TURTAS</b>	18223	17430	16838	4,6	3,5	793	592
1..ATSARGOS	6351	11598	12006	-45,2	-3,4	-5247	-408
1.1..Žaliavos	1480	4091	3232	-63,8	26,6	-2611	859
1.2 Nebaigta gamyba	2293	4618	3784	-50,3	22,0	-2325	834
1.3 Pagaminta produkcija	2078	2339	4761	-11,2	-50,9	-261	-2422
1.4 Atsarginės dalys	450	547	227	-17,7	141,0	-97	320
1.5 Pirktos prekės, skirtos perparduoti	50	3	2	1566,7	50,0	47	1
2..PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	8370	4718	4686	77,4	0,7	3652	32
2.1 Iš pirkėjų gautinos sumos	7264	3144	3528	131,0	-10,9	4120	-384
2.2 Kitos gautinos sumos	1106	1574	1158	-29,7	35,9	-468	416
3..IŠANKSTINIAI APMOKĖJIMAI	21	66	11	-68,2	500,0	-45	55
4..PINIGAI IR JŲ EKVIVALENTAI	3481	1048	135	232,2	676,3	2433	913
<b>TURTAS IŠ VISO</b>	81451	84827	82708	-4,0	2,6	-3376	2119

Horizontalioji analizė parodo konkrečių straipsnių pokyčius, lyginant ataskaitinius metus su praėjusiu laikotarpiu. Šios analizės metu įvertinta atsargų kitimo dinamika per 2021 - 2023 metų laikotarpį.

Trumpalaikis turtas per analizuojamą laikotarpį palaipsniui didėjo, 2022 m, lyginant su 2021 m. padidėjo 3,5%, tai sudaro 592 tūkst. eur., o per 2023 m. dar padidėjo 4,6%, t.y. 793 tūkst. eur. Tam įtakos galėjo turėti išaugę pardavimai - iš pirkėjų gautinos sumos 2023m., lyginant su praeitais metais, padidėjo net 131%, t.y. 4120 tūkst. eur. Per visą laikotarpį pinigų ar jų ekvivalentų skaičius išaugo nuo 135 tūkst. eurų iki 3481 tūkst. eurų. Per 2022m. pinigai išaugo 913 tūkst. eur.- net 676,3%, o per 2023m. - dar 2433 tūkst. eur., tai yra 232.2 %.

Atsargų balansinė vertė 2023 m. lyginant su 2022 m. žymiai sumažėjo – net 45,2% (5247 tūkst. eur.). Mažėjo ir 2022m., lyginant su 2021m. – 408 tūkst. eur, tai sudaro 3,4%. Per 2023m. sumažėjo beveik visų rūšių atsargų: žaliavų 2611 tūkst. eur. (63,8%), nebaigtos gaminti produkcijos 2325 tūkst. eur. (50,3%), pagamintos produkcijos 261 tūkst. eur. (11,2%), bei atsarginių dalių 97 tūkst. eur. (17,7%). Smarkiai išaugo perparduoti skirtų prekių kiekis – nuo 3 tūkst. eur. 2022m. iki 50 tūkst. eur. 2023-iais, tai sudaro net 1566,7%, tačiau jos sudaro labai mažą visų atsargų dalį.

2.2 lentelė. AB „Vilniaus baldai“ finansinės būklės ataskaitos trumpalaikio turto dalies vertikalioji analizė (tūkst. eur.)

Straipsniai	2023 m.	2022 m.	2021 m.	Struktūra, proc.		
				2023 m.	2022 m.	2021 m.
<b>A ILGALAIKIS TURTAS</b>	63228	67397	65870	77,63	79,45	79,64
<b>B TRUMPALAIKIS TURTAS</b>	18223	17430	16838	22,37	20,55	20,36
1..ATSARGOS	<b>6351</b>	<b>11598</b>	<b>12006</b>	<b>34,85</b>	<b>66,54</b>	<b>71,30</b>
1.1..Žaliavos	1480	4091	3232	23,30	35,27	26,92
1.2 Nebaigta gamyba	2293	4618	3784	36,10	39,82	31,52
1.3 Pagaminta produkcija	2078	2339	4761	32,72	20,17	39,65
1.4 Atsarginės dalys	450	547	227	7,09	4,71	1,89
1.5 Pirktos prekės, skirtos perparduoti	50	3	2	0,79	0,03	0,02
2..PER VIENERIUS METUS GAUTINOS SUMOS	<b>8370</b>	<b>4718</b>	<b>4686</b>	<b>45,93</b>	<b>27,07</b>	<b>27,83</b>
2.1 Iš pirkėjų gautinos sumos	7264	3144	3528	86,79	66,64	75,29
2.2 Kitos gautinos sumos	1106	1574	1158	13,21	33,36	24,71
3.IŠANKSTINIAI APMOKĖJIMAI	<b>21</b>	<b>66</b>	<b>11</b>	<b>0,12</b>	<b>0,38</b>	<b>0,06</b>
4..PINIGAI IR JŲ EKVIVALENTAI	<b>3481</b>	<b>1048</b>	<b>135</b>	<b>19,10</b>	<b>6,01</b>	<b>0,81</b>
<b>TURTAS IŠ VISO</b>	81451	84827	82708	100,00	100,00	100,00

Finansinės būklės ataskaitos trumpalaikio turto dalies vertikaliosios analizės pagalba, įvertinta įmonės AB „Vilniaus baldai“ vienu straipsnių įtaka kitiems, bei trumpalaikio turto užimama dalis turte.

Įmonės AB „Vilniaus baldai“ trumpalaikis turtas viso turto struktūroje sudarė 20,36% 2021m., 20,55% - 2022m. ir 22,37% 2023 metais. Taigi trumpalaikis turtas palaipsniui didėja. Atlikus vertikaliąją finansinės būklės ataskaitos trumpalaikio turto dalies analizę nustatyta, kad atsargos trumpalaikiame turte sudarė 2021m. - 71,3%, 2022m. - 66,54%, o 2023m. - 34,85%. Galima pastebėti, kad atsargų dalis trumpalaikiame turte per analizuojamą laikotarpį sumažėjo. Nuo 2022m. pastebimas žymus žaliavų sumažėjimas. Žaliavos 2023 m. sudaro vos 23,3% visų atsargų, tai rodo, kad žaliavos nėra sandėliuojamos ir nėra „užšaldomi“ pinigai.

#### KONSOLIDUOTOJI IR ATSKIROJI PELNO (NUOSTOLIŲ) IR KITŲ BENDRŲJŲ PAJAMŲ ATASKAITA

Pastabos	Grupė		Bendrovė		
	2023 m.	2022 m.	2023 m.	2022 m.	
Pardavimo pajamos	16	97.868	100.738	97.868	100.738
Pardavimo savikaina	17	(90.122)	(100.914)	(90.281)	(100.913)
<b>Bendrasis pelnas (nuostolis)</b>		<b>7.746</b>	<b>(176)</b>	<b>7.587</b>	<b>(175)</b>

2.1 pav. AB „Vilniaus baldai“ pelno (nuostolių) ataskaita

Paskaičiavus atsargų apyvartumą matome, kad per 2023m. visos atsargos vidutiniškai padarė 10 apyvartų:

Parduotų prekių savikaina 2023m. buvo 90122 tūkst. eur. ( 2,4 pav.). Vidutinis prekių likutis - tai atsargų vertės laikotarpio pradžioje ir pabaigoje vidurkis:  $(11598+6351)/2=8974,5$  tūkst. eur. Taigi pagal atsargų apyvartumo formulę (1), atsargų apyvartumas =  $90122 / 8974,5 = 10,04$ .

Atsargų apyvartumas dienomis yra  $\sim 36$  (pagal formulę (2) –  $365/10,04=36,35$ ). Tai reiškia, kad vidutiniškai 36 dienas atsargos praguli sandėlyje nepanaudotos.

Taigi AB „Vilniaus baldai“ užtrunka vidutiniškai 36 dienas, kol atsargas paverčia produkcija ir jas parduoda.



## Išvados

Atsargos – trumpalaikis turtas (žaliavos ir komplektuojamieji gaminiai, prekės ir nebaigta gaminti produkcija), kuri įmonė sunaudoja pajamoms uždirbti per vienus metus arba per vieną įmonės veiklos ciklą. Šaltiniuose analizuojamos įvairios atsargų klasifikacijos, daugelis atsargų rūšių klasifikuojamos pagal šiuos požymius: pagal dislokaciją, pagal atsiradimo laiką ir funkcinę paskirtį, pagal apimtį ir paklausą. Pagrindiniai atsargų valdymo tikslai - tai įmonės išlaidų mažinimas bei pelno didinimas, užtikrinant nenutrūkstamą įmonės veiklą. Pagrindinė problema valdant atsargas yra ta, kad atsargų sandėlyje turi būti kuo mažiau, ir jos sandėlyje turėtų būti kuo trumpiau. Kad atsargos būtų valdomos tinkamai yra įvairių atsargų valdymo sistemų. Kurį sistemą rinksis įmonė priklauso nuo jos dydžio, veiklos pobūdžio ir kt. veiksnių. Apibendrinant finansinės būklės ataskaitos trumpalaikio turto dalies horizontaliosios ir vertikaliosios analizės rezultatus galima teigti, kad atsargų vertė ir dalis trumpalaikiame turte per analizuojamą laikotarpį žymiai sumažėjo. Remiantis šiais duomenimis galima daryti išvadą, kad įmonėje atsargos valdomos gan efektyviai, kadangi mažėjant atsargoms, didėja turto apyvartumas, o dėl padidėjusių apyvartinių lėšų, atsiranda galimybė investuoti į kitą, labiau pelningą turto rūšį.

## Literatūra

1. ALEKNEVIČIENĖ V. (2009) *Įmonės finansų valdymas*. Kaunas
2. BALABONIENĖ I., VEČERSKIENĖ G. (2011) *Atsargų apskaitos ypatumai*
3. ČERNIUS G. (2014) *Įmonės finansų valdymo pagrindai*. Vilnius
4. DANILEVIČIENĖ I. (2021) *Valdymo apskaita*. Vilnius
5. IVANAUSKIENĖ A. (2016) *Buhalterinė apskaita*. Vilnius
6. JUOZAITIENĖ L. (2007) *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. Šiauliai
7. KALČINSKAS G., KALČINSKAITĖ- KLIMAITIENĖ R. (2017) *Buhalterinė apskaita*. Vilnius
8. KUMAR, R Economic Order Quantity (EOQ) Model. *Global Journal of Finance and Economic Management*, (2016), 5(1), 1-5 Prieiga per internetą [https://www.ripublication.com/gjfem16/gjfemv5n1\\_01.pdf](https://www.ripublication.com/gjfem16/gjfemv5n1_01.pdf)
9. LILEIKIENĖ A., GRIGALIŪNIENĖ Ž. (2021) *Verslo finansų valdymas*. Klaipėda
10. Oficialus AB „Vilniaus baldai“ internetinis tinklapis, Ataskaitos. Prieiga per internetą <https://www.vilniausbaldai.lt/investuotojams/finansines-ataskaitos/>
11. Oficialus Vilniaus vertybinių popierių biržos „Nasdaq“ tinklapis, Vilniaus baldai, ataskaitos. Prieiga per internetą <https://nasdaqbaltic.com/statistics/lt/instrument/LT0000104267/trading>
12. PALŠAITIS R. (2010) *Šiuolaikinė logistika*. Vilnius
13. STUNGURIENĖ S. (2010) *Operacijų valdymas: vadovėlis*. Vilnius
14. RADASANU, A.K. *Inventory management, service level and safety stock*. *Journal of Public Administration, Finance and Law* (2016) 9, 145-153, 5 Prieiga per internetą <https://www.semanticscholar.org/paper/INVENTORY-MANAGEMENT%2C-SERVICELEVEL-AND-SAFETY-Radasanu/98b75ecc0cd653b5620180aab79f4024f9726016>
15. ROACH. W. *High Eccentricity EOQ Total Cost Function Yields JIT Results*. Washburn University School of Business, Working paper series, No.111. Prieiga per internetą <https://www.redalyc.org/pdf/1940/194014448003.pdf>
16. ROLIČIŪTĖ S., MILERIS R. (2018). *Optimalus atsargų lygio nustatymas valdant logistikos procesus. Technologijų ir verslo aktualijos*. KTU Panevėžio technologijų ir verslo fakultetas. Prieiga per internetą <https://tva.ktu.edu/wp-content/uploads/sites/312/2021/01/TVA18internet.pdf>
17. *9-asis verslo apskaitos standartas „Atsargos“*. Prieiga per internetą: <https://avnt.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/apskaita-1/verslo-apskaitos-standartai/priimti-standartai/>

# FINANSINIŲ ATASKAITŲ RINKINIO SUDARYMAS

*Sandra Micutienė*

*Lekt. Birutė Petrošienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Finansinė apskaita yra atsakingas ir sudėtingas procesas, prasidedantis nuo teisingo dokumentų registravimo apskaitoje iki finansinių ataskaitų sudarymo. Straipsnyje nagrinėjami finansinių ataskaitų rinkinio sudarymo reikalavimai. Kadangi finansinė apskaita teikia duomenis vidaus ir išorės vartotojams apie finansinę būklę, veiklos rezultatus ir pinigų srautus, leidžia priimti optimalius valdymo sprendimus, kontroliuoti ir planuoti įmonės veiklą. Dėl šios priežasties apskaitoje teikiama informacija privalo būti teisinga, kad parodytų realius rezultatus.

Raktažodžiai: finansinės ataskaitos, ataskaitų rinkinys, rinkinio sudarymas, LR Finansinės apskaitos įstatymas.

## Įvadas

Visos įmonės, kurios vysto veiklą, turi laikytis tam tikrų reglamentų ir įstatymų, kurie apibrėžia veiklos vykdymą. Vienas pagrindinių įmonės veiklos rezultatų apibendrinimas finansinių metų pabaigoje yra finansinės atskaitomybės sudarymas. Finansinių ataskaitų rengimas yra svarbi kiekvienos įmonės sėkmingos veiklos vykdymo dalis, todėl įmonės veiklos rezultatai apibendrinami parengiant finansinių ataskaitų rinkinį. Kiekvienais metais įmonės įvertina praėjusių metų rezultatus, kurie pateikiami finansinėje atskaitomybėje. Informacijos vartotojams reikalinga kokybiška informacija, kad jie galėtų priimti tinkamus sprendimus. Kokybė turi įtakos ne tik klientui – ji taip pat gali tiesiogiai paveikti ir įmonės reputaciją. Todėl būtina didelį dėmesį skirti finansinių ataskaitų sudarymui, norint atskleisti teisingą informaciją apie įmonės finansinę būklę.

**Tyrimo problema:** kaip sudaromas finansinių ataskaitų rinkinys.

**Tyrimo tikslas:** išanalizuoti finansinių ataskaitų rinkinio sudarymą.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Apibrėžti finansinės atskaitomybės sampratą;
2. Išskirti pagrindinius finansinių ataskaitų rinkinio reikalavimus;
3. Pateikti finansinių ataskaitų rinkinio sudėtį.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė, teisės aktų analizė.

## 1. Finansinės atskaitomybės samprata ir esmė

Šioje tyrimo dalyje analizuojami Lietuvos ir užsienio autorių finansinės atskaitomybės sampratos apibrėžimai ir aiškinimai, išskiriami finansinės atskaitomybės tikslai. Taip pat pateikiami pagrindiniai finansinę atskaitomybę reglamentuojantys teisės aktai Lietuvoje.

### 1.1. Finansinės atskaitomybės samprata

(Bukevičius, Jurkšaitienė ir Paliulis, 2009, p. 54) labai trumpai apibūdina finansinę atskaitomybę, kad „tai dokumentų rinkinys, kuriame yra pateikiama apskaitos informacija išoriniams ir vidiniams vartotojams, apie įmonės veiklą ir jos finansinę būklę“. Visuotinėje lietuvių enciklopedijoje (2023) finansinė atskaitomybė pateikiama, kaip „finansinių duomenų apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, pinigų srautus bei jų aiškinimo periodinis parengimas nustatyta forma. (Budrienė ir kt., 2019, p. 364) analizuoja, jog pagrindinis finansinės atskaitomybės tikslas – teikti teisingą finansinę informaciją apie įmonę. Ir teigia, jog „finansinėse atskaitose pateikiama informacija apie įmonės veikloje naudojamą turtą, nurodant, kokia jo dalis tenka savininkams bei kreditoriams, nuosavo kapitalo pokyčius, įmonės per atskaitinius metus uždirbtas pajamas ir patirtas sąnaudas, pelno paskirstymą bei susiformavusius pinigų srautus“. (Schroeder, Clark, Cathey, 2022) finansines ataskaitas apibūdina, kaip finansinės informacijos perdavimą finansinių ataskaitų vartotojams.

(Kalčinskas ir Kalčinskaitė - Klimaitienė, 2017, p. 89) pabrėžia, kad atskaitomybė yra procesas, kurio rezultatas – ataskaitos. „Finansinės ataskaitos, kurių visuma (tam tikru būdu surinktas komplektas) sudaro finansinių ataskaitų rinkinį“. (Budrienė ir kt., 2019, p. 364) pateikia, jog „finansinėse atskaitose atskleidžiama mažiausiai dviejų (ataskaitinių ir praėjusių) finansinių metų duomenys, todėl jos atskleidžia ir pateikiamų rodiklių dinamiką“. (Rao, 2022) nurodo, kad finansinės ataskaitos rengiamos atskaitinių metų, kurie paprastai yra vieneri finansiniai metai, pabaigoje. Taip pat (Rao, 2022, p. 19) išskiria, jog

„finansinė ataskaita yra organizuotas duomenų rinkinys pagal logiškas ir nuoseklias apskaitos procedūras“ ir pabrėžia, kad finansinė ataskaita tai gautų iš apskaitos įrašų, duomenų pateikimas.

(Subačienė ir kt., 2015) teigia, jog finansinės ataskaitos skirtos tiek vidaus, tiek išorės vartotojams, kad jie galėtų gauti konkrečios informacijos apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, pinigų srautus. Finansinių ataskaitų vartotojai yra dabartiniai ir potencialūs investuotojai, kreditoriai, pirkėjai, tiekėjai, darbuotojai, vyriausybė ir jos organizacijos, visuomenė. Kiek plačiau nagrinėja (Bendikienė, 2019, p. 8) ir teigia, kad „finansinių ataskaitų paskirtis – teikti įvairiems vartotojams naudingą informaciją apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus ir finansinės būsenos pokyčius“. Ir išskiria finansinių ataskaitų vartotojus:

- Investuotojai – akcininkai ir kapitalo tiekėjai. Jiems svarbu, ar įmonė pajėgi mokėti dividendus;
- Darbuotojai – jiems svarbu, ar įmonė pajėgi mokėti atlyginimus ir aprūpinti darbu;
- Kreditoriai – jiems svarbu, ar paskola bus gražinta laiku ir laiku sumokėtos palūkanos;
- Tiekėjai – jiems svarbu, ar laiku bus apmokėta už tiekiamas prekes ir teikiamas paslaugas.

(Pelekh, Khocha, Holovchak, 2020) pabrėžia, jog finansinių ataskaitų vartotojai yra visi rinkos dalyviai, tik skiriasi jų poreikiai ir informacijos panaudojimo būdai. Pagal 1 – aji verslo apskaitos standartą (VAS) finansinėse ataskaitose įmonės pateikia informaciją apie:

- turtą;
- nuosavą kapitalą;
- įsipareigojimus;
- pajamas ir sąnaudas;
- pinigų srautus.

(Ivanauskienė, 2016) teigia, jog visi elementai turi būti pateikti kuo tiksliau. Vertinimas turi būti kvalifikuotas, nes tiesiogiai veikia finansinius rezultatus.

Analizuojant mokslinės literatūros šaltinius, galima pastebėti, jog skirtingi autoriai finansinę atskaitomybę ir jos sampratą analizuoja labai panašiai, tik pabrėždami tam tikrus dalykus. Taigi, finansinė atskaitomybė yra dokumentas, pateikiantis informaciją išorės bei vidaus vartotojams apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, pinigų srautus bei finansinės būklės pokyčius. Atskleidžiami atskaitinių ir praėjusių finansinių metų duomenys.

## 1.2. Finansinę atskaitomybę reglamentuojantys teisės aktai

(Kuzminskaitė, 2023) pateikia, jog finansinių ataskaitų rinkinio sudėtį ir jų pateikimo tvarką Lietuvoje reglamentuoja:

- **Lietuvos Respublikos (LR) finansinės apskaitos įstatymas** – reglamentuoja finansinės apskaitos organizavimą ir tvarkymą siekiant užtikrinti finansinės apskaitos informacijos tinkamumą ataskaitoms parengti ir subjekto ar informacijos vartotojų ekonominiams sprendimams priimti (LR finansinės apskaitos įstatymas, 1 straipsnis).
- **Lietuvos Respublikos (LR) įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas** – nustato įmonių finansinę atskaitomybę, reikalavimą atlikti įmonių finansinių ataskaitų auditą, įmonių finansinių ataskaitų teikimo ir skelbimo tvarką, metinio pranešimo, mokėjimų valdžios institucijoms ataskaitos, pelno mokesčio informacijos ataskaitos parengimo, teikimo ir skelbimo tvarką, atsakomybę už įmonių finansinių ataskaitų, metinio pranešimo, mokėjimų valdžios institucijoms ataskaitos, pelno mokesčio informacijos ataskaitos rengimą, teikimą ir skelbimą. (LR įmonių atskaitomybės įstatymas, 1 straipsnis).
- **Verslo apskaitos standartai (VAS)** – sukonkretintos finansinę apskaitą reglamentuojančių įstatymų nuostatos, detaliau aprašyta, koku būdu turi būti rengiamos ne tik finansinės ataskaitos, bet ir vedama finansinė apskaita.

Taigi, išskiriami pagrindiniai trys teisės aktai reglamentuojantys finansinę atskaitomybę, tai LR finansinės apskaitos įstatymas, LR įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas ir VAS, kurie nurodo, kokie reikalavimai keliami rengiant finansines atskaitas, nurodo teikimo ir skelbimo tvarką.

Apibendrinant skyrių, galima teigti, jog finansinės atskaitomybė yra dokumentas, pateikiantis informaciją apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, pinigų srautus bei finansinės būklės pokyčius, vidaus bei išorės vartotojams. Finansinės atskaitomybės tikslas yra finansinių ataskaitų rinkinio sudarymas, kurį reglamentuoja tam tikri teisės aktai.

## 2. Finansinių ataskaitų rinkinio sudarymas

Šioje tyrimo dalyje yra išskiriami pagrindiniai finansinių ataskaitų rinkinio sudarymo reikalavimai, aptariamoms ataskaitinio laikotarpio pabaigos procedūros ir pateikiama finansinių ataskaitų rinkinio sudėtis.

### 2.1. Finansinių ataskaitų rinkinio sudarymo reikalavimai

Finansinių ataskaitų sudarymą reglamentuoja LR finansinės atskaitomybės įstatymas. Pagal šį įstatymą finansinės atskaitos sudaromos:

- naudojant LR piniginių vienetą – eurą, o prireikus – ir eurą, ir užsienio valiutą;
- lietuvių kalba, o prireikus – ir užsienio kalba;
- kad tikrai ir teisingai parodytų įmonės turtą, nuosavą kapitalą, įsipareigojimus, pajamas, sąnaudas ir pinigų srautus, jeigu įmonė rengia pinigų srautų ataskaitą;
- pateikiant praėjusio laikotarpio informaciją.  
(Česnauskė, 2018) išskiria, jog kiekvienos finansinės atskaitos pradžioje turi būti nurodyta:
- įmonės teisinė forma, pavadinimas, kodas, registras, duomenys apie įmonę, adresas ir teisinis statusas;
- atskaitinis laikotarpis ir paskutinė atskaitinio laikotarpio diena;
- pateikiamų skaičių tikslumas – nurodoma apskaitytų duomenų vieneto vertė, t. y. ar rodikliai pateikiami eurais ar tūkstančiais eurų.

Daugelis autorių nagrinėdami finansinių ataskaitų rinkinio sudarymo reikalavimus, išskiria bruožus, kurie nurodyti 1-ąjį VAS „Finansinė atskaitomybė“. (Ivanauskienė, 2016, p. 441) pateikia, jog finansinių ataskaitų informacija turi būti aiški, suprantama, tinkama, patikima, detali, pateikiama laiku, palyginama. Taip pat atitinkanti VAS, teisės aktų ir įmonės apskaitos politikos reikalavimus.

Finansinės atskaitos turi būti parengtos taip, kad jas suprastų ne tik specialistai, bet ir informacijos vartotojai, Kuo daugiau išaiškinami ir pateikiami finansinių ataskaitų rodikliai, tuo finansinės atskaitos būna aiškesnės ir suprantamesnės. 1-ojo VAS „Finansinė atskaitomybė“ išskiriami šie reikalavimai:

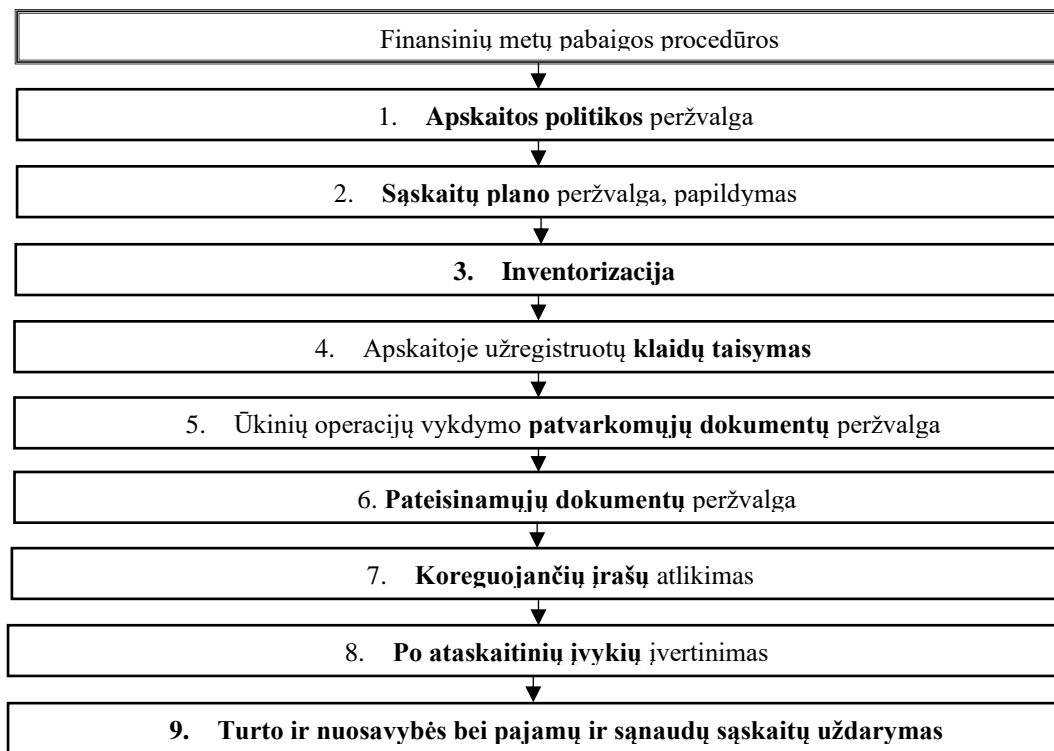
- finansinėse atskaitose pateikiama informacija tarpusavyje turi būti susijusi;
- finansinės atskaitos turi suteikti tikrą ir teisingą informaciją apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus ir pinigų srautus, jei įmonė sudaro pinigų srautų ataskaitą;
- duomenys finansinėse atskaitose turi būti pateikiami aiškiai ir suprantamai, kad informacijos vartotojai galėtų priimti tinkamus sprendimus;
- finansinėse atskaitose pateikiama informacija turi būti neutrali ir patikima. Draudžiama iškraipyti turto, pajamų, sąnaudų ar kitokius duomenis;
- jei dėl apskaitos politikos pakeitimo atskaitinio laikotarpio finansinių ataskaitų rodiklių neįmanoma palyginti su praėjusių atskaitinių laikotarpių rodikliais, informacija turi būti pateikiama 7-ojo verslo apskaitos standarto „Apskaitos politikos, apskaitinių įvertinimų keitimas ir klaidų taisymas“ nustatyta tvarka;
- nesilaikyti verslo apskaitos standartų reikalavimų leidžiama tik tuo atveju, jeigu tai būtina norint pateikti tikrą ir teisingą informaciją apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus ir pinigų srautus, jei įmonė sudaro pinigų srautų ataskaitą;
- finansinių ataskaitų duomenys turi būti pateikiami laikantis pasirinktos apskaitos politikos ir bendrųjų apskaitos principų;
- verslo apskaitos standartuose nustatytos finansinių ataskaitų formos ir jose pateikti straipsniai yra privalomi, kai teisės aktų nustatytais atvejais ir tvarka finansinės atskaitos skelbiamos viešai Juridinių asmenų registre. Įmonės savo nuožiūra negali keisti nustatytų finansinių ataskaitų formų, įrašyti kitokius straipsnių pavadinimus, įterpti naujus ar išbraukti esamus straipsnius, juos pergrupuoti net ir tuo atveju, kai juose nurodytos sumos lygios nuliui. Finansinių ataskaitų formose privalomų straipsnių sumas galima išskaidyti į smulkesnes sudėtines dalis ir parodyti atskirose eilutėse ir stulpeliuose tik tuo atveju, jei yra šios dvi sąlygos:
  - to reikia dėl įmonės veiklos specifikos;
  - būtina norint pateikti tikrą ir teisingą informaciją apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus ir pinigų srautus, jei įmonė sudaro pinigų srautų ataskaitą (1 VAS).

(Budrienė ir kt., 2019) išskiria, jog įmonė, rengdama finansines atskaitas, turi vadovautis tokiais duomenų rinkimo ir įvertinimo metodais, principais ir taisyklėmis, kurie teisingai atspindėtų įmonės finansinę būklę, pinigų srautus ir veiklos rezultatus.

Taigi, finansinėse ataskaitose informacija būti pateikiama aiški, detali, suprantama, pateikiamu laiku, patikima ir žinoma atitinkanti VAS, teisės aktų ir įmonės apskaitos politikos reikalavimus. O pagrindiniai reikalavimai yra išskiriami 1-ojo VAS.

## 2.2. Ataskaitinio laikotarpio pabaigos procedūros

(Subačienė ir kt., 2015, p. 55) teigia, jog „finansinės ataskaitos sudaromos tada, kai įmonė apskaitoje yra užregistravusi visus ūkinius faktus ir ūkines operacijas, įvykusias per ataskaitinį laikotarpį“. Taip pat analizuoja ir autoriai (Kalčinskas ir Kalčinskaitė-Klimaitienė, 2017, p. 334) jog, iki finansinių ataskaitų rinkinių sudarymo apskaitoje turi būti užregistruos visos ataskaitinių metų ūkinės operacijos ir įvykiai. Tam kad „finansinių ataskaitų rinkiniuose pateikta informacija būtų patikima ir teisingai atspindėtų įmonės turtą, nuosavą kapitalą, išsipareigojimus, pajamas bei sąnaudas“. Prieš sudarant finansinių ataskaitų rinkinius, įmonėse turi būti atliekami parengiamieji darbai, kurie pateikiami 1 paveiksle (žr. 1 paveikslą.).



14 pav. Finansinių metų pabaigos procedūros

Šaltinis: (2023)2022 m. *Finansinės ataskaitos: sudarymas, tvirtinimas ir skelbimas*. Vilnius, UAB „Pačiolis“, p. 6.

1 paveiksle pateikiamos finansinių metų pabaigos procedūros. Jos turi būti atliekamos nuosekliai. Tai pirmasis yra apskaitos politikos peržvalga – įvertinti, ar per ataskaitinius metus nesikeitė įmonės finansinės apskaitos vedimo ir tvarkymo bei finansinių ataskaitų rinkinių sudarymo principai, metodai ir taisyklės. Antra, sąskaitų plano peržvalga, papildymas - atnaujinti naudojamą sąskaitų planą. Trečia, inventorizacija, kiekvienais metais gali būti atliekama šiek tiek kitaip nei ankstesniais, todėl kasmet reikia persižiūrėti jų atlikimo tvarką. Ketvirta, apskaitoje užregistruotų klaidų taisymas - tai vienas sudėtingiausių pasirengimo finansinių ataskaitų rengimo darbų. Nuo šios procedūros gali priklausyti ne vieno, bet kelių ataskaitinių laikotarpių duomenų tikslumas. Penkta, ūkinių operacijų vykdymo patvarkomųjų dokumentų peržvalga- šiems dokumentams priskiriami įvairūs įsakymai, sutartys ir panašiai, kurių pagrindu atliekamos ūkinės operacijos. Šiuo dokumentu naudojasi ne tik buhalterija, bet ir darbuotojai, atlikę vieną ar kitą operaciją. Šešta, pateisinamųjų dokumentų peržvalga – reikalinga tam, kad jokie ūkiniai faktai neliktų nedokumentuoti. Septinta, koreguojančių įrašų atlikimas – sąskaitos koreguojamos jau sekančiais po ataskaitinių metais, tačiau procedūros datuojamos ataskaitinio laikotarpio paskutinę dieną. Aštunta, po ataskaitinių įvykių įvertinimas – tai įvykstantys tarp finansinių metų pabaigos ir praėjusių metų finansinių ataskaitų rinkinio patvirtinimo. Ir devinta, turto ir nuosavybės bei pajamų ir sąnaudų sąskaitų uždarymas - kiekvienais ataskaitiniams metams pasibaigus yra uždaromos pajamų ir sąnaudų sąskaitos, siekiant atskirti

vieno ataskaitinio laikotarpio pajamų ir sąnaudų sumas nuo kito ataskaitinio laikotarpio (Kalčinskas ir Kalčinskaitė-Klimaitienė, 2017).

(Česnauskė, 2018) teigia, jog visą ataskaitinį laikotarpį apskaitoje galima išskaidyti į tris etapus ir priskirti atitinkamas procedūras (žr. 1 lentelė). Kiekvienas etapas turi privalomas procedūras, kurios turi būti atliekamos nuosekliai. Nebaigus vieno etapo procedūrų, į kitą etapą pereiti negalima, todėl ataskaitinio laikotarpio pradžios likučių perkėlimas galimas tik tinkamai baigus praeito ataskaitinio laikotarpio 3-ąjį etapą.

2 lentelė. Ataskaitinio laikotarpio etapai ir procedūros

Etapas	Procedūros
1 etapas. Ataskaitinio laikotarpio pradžia	1. Praeito ataskaitinio laikotarpio likučių perkėlimas
2 etapas. Ataskaitinio laikotarpio eiga	1. Ūkinių įvykių registravimas
	2. Ūkinių įvykių duomenų perkėlimas į apskaitos registrus
3 etapas. Ataskaitinio laikotarpio pabaiga	1. Inventorizacija
	2. Sąskaitų likučių koregavimai
	3. Pajamų ir sąnaudų uždarymas
	4. Finansinių ataskaitų rinkinio sudarymas

Šaltinis: Česnauskė, J. (2018). *Apskaitos pagrindai: teorija ir praktika. Mokomoji knyga*. Kaunas, p. 43.

Antrajame etape – labai svarbus nuolatinis ir nuoseklus ūkinių įvykių registravimas apskaitoje, jų grupavimas ir apibendrinimas. Trečiasis etapas prasideda nuo inventorizacijos. Inventorizacija – turto ir išpareigojimų patikrinimas ir jų faktiškai rastų likučių palyginimas su buhalterinės apskaitos duomenimis (LR finansinės atskaitomybės įstatymas, 2001). Atlikus inventorizaciją ir užregistravus inventorizacijos metu nustatytus duomenis apskaitoje atliekamas sąskaitų koregavimas ir uždarymas. Ir tik atlikus visas išvardintas procedūras 3-ojo etapo pabaigoje sudaromas finansinių ataskaitų rinkinys (Česnauskė, 2018).

(Česnauskė, 2018, p. 44) teigia, jog „koreguojantys įrašai - sąskaitų likučių patikslinimas ataskaitinio laikotarpio pabaigoje“, kurių tikslas - įgyvendinti kaupimo principo esmę apskaitoje - pajamos turi būti registruojamos, tada, kada jos uždirbamos, o sąnaudos, kai jos patiriamos pajamoms uždirbti. Ir ūkinius įvykius, kuriems reikalingi koregavimai, išskaido į keturias grupes ir joms naudojamas sąskaitų plano sąskaitas (žr. 2 lentelė).

2 lentelė. Koreguojančių įrašų grupės ir naudojamos sąskaitos

Eil. Nr.	Koreguojančių įrašų grupės	Naudojamos sąskaitų plano sąskaitos
A	Apmokėtos, bet dar nepatirtos sąnaudos	291 Ateinančių laikotarpių sąnaudos
B	Neapmokėtos, bet uždirbtos pajamos	292 Sukauptos pajamos
C	Patirtos, bet dar neapmokėtos sąnaudos	491 Sukauptos sąnaudos
D	Apmokėtos, bet dar neuždirbtos pajamos	492 Ateinančių laikotarpių pajamos

Šaltinis: Česnauskė, J. (2018). *Apskaitos pagrindai: teorija ir praktika. Mokomoji knyga*. Kaunas, p. 44.

2 lentelėje matome pateiktas koreguojančių įrašų grupes ir naudojamas sąskaitų plano sąskaitas. (Česnauskė, 2018, p. 44) pateikia pavyzdžių, kiekvienai koreguojančių įrašų grupei:

**A. Apmokėtos, bet dar nepatirtos sąnaudos.** Praktikoje dažniausiai mokama iš anksto už patalpų nuomą, draudimą, prenumeratą ir t. t. Šie mokėjimai negali būti registruojami sąnaudomis mokėjimo atlikimo momentu, nes tai yra ateinančių laikotarpių sąnaudos, kurios turi būti pripažintos tik sulaukus konkretaus ataskaitinio laikotarpio, už kurį buvo mokėta, pabaigos.

**Pavyzdys.** UAB "X" gruodžio 2023.12.29 d. gavo sąskaitą už 2024 m. sausio – kovo mėnesių patalpų nuoma 3000 €.

Sąskaitos gavimo momentu bendrajame žurnale daromas įrašas:

D 291 Ateinančių laikotarpių sąnaudos 3000

K 443 Škola tiekėjams 3000

O pasibaigus pirmajam ataskaitiniam laikotarpiui už kurį buvo sumokėta, reikia pripažinti sąnaudų dalį, tenkančią šiam laikotarpiui, t. y. 1/3 visos sumos, sausį registruojamas taip:

D 6300 Nuomos sąnaudos 1000

K 291 Ateinančių laikotarpių sąnaudos 1000

Toks pat įrašas turi būti atliekamas vasario ir kovo mėnesių pabaigoje.

**B. Neapmokėtos, bet uždirbtos pajamos.** Praktikoje dažniausiai pasitaiko, kad pajamos yra uždirbamos, tačiau apmokėjimas bus žymiai vėliau. Tai būdinga ilgalaikėms sutartims - statybų, programavimo, kūrimo ir pan. Tokiu atveju uždirbtos pajamos turi būti patikimai įvertintos ir pripažintos atskaitinio laikotarpio pabaigoje sąskaitoje „292 Sukauptos pajamos”.

**Pavyzdys.** 2023.10.01 UAB “X” pasirašė elektroninės svetainės kūrimo sutartį, kurios vertė 12000 € ir įvykdymo terminas 6 mėnesiai. 2023.12.31 kvalifikuoti ekspertai įvertino, jog kuriamos svetainės baigtumas 40 proc. Apskaitoje reikia pripažinti uždirbtas pajamas, tenkančias šiam atskaitiniam laikotarpiui, t. y. 40 proc. nuo visos sutarties sumos (12000 \* 40 proc. = 4800).

Bendrajame žurnale registruojame taip:

D 292 Sukauptos pajamos 4800

K 50 Pardavimo pajamos 4800

Įvykdžius sutartį ir išrašius sąskaitą faktūrą, apskaitoje registruojama likusi uždirbtų pajamų dalis ir pirkėjų skola.

D 2410 Pirkėjų skolų vertė 12000

K 292 Sukauptos pajamos 4800

K 50 Pardavimo pajamos 7200

**C. Patirtos, bet dar neapmokėtos sąnaudos.** Būna atvejų, kai įmonė patiria sąnaudas šiuo atskaitiniu laikotarpiu, bet pinigų sumokės tik ateinančiais laikotarpiais. Tokiu atveju naudojama sąskaita „491 Sukauptos sąnaudos”.

**Pavyzdys.** UAB “X” 2023.10.01 gavo iš kredito įstaigos trumpalaikę 10000€ paskolą su 5% metinėmis palūkanomis. Paskolą ir paskaičiuotas palūkanas reikės grąžinti 2024.03.31. Tokiu atveju kiekvieno atskaitinio laikotarpio pabaigoje reikia atlikti koregavimą ir priskaičiuoti palūkanas.

D 6802 Palūkanų sąnaudos

K 491 Sukauptos sąnaudos

Šis įrašas turi būti atliekamas kiekvieno atskaitinio laikotarpio pabaigoje. Apskaičiuojamos pagal formulę paskolos suma \* metinės palūkanos / 365 \* atskaitinio laikotarpio dienų skaičius.

**D. Apmokėtos, bet dar neuždirbtos pajamos.** Kartais įmonės iš anksto išrašo sąskaitas ir gauna apmokėjimą už paslaugas, kurias suteiks tik ateityje. Dažniausiai tokie atvejai susiję su ilgą laiką atliekamais darbais: nuoma, remontu, apsauga ir pan. ir registruojami sąskaitoje „492 Ateinančių laikotarpių pajamos”.

**Pavyzdys.** UAB “X” 2023.10.01 gavo apmokėjimą 6000€ iš UAB “Y” pagal nuomos sutartį už laikotarpį nuo 2023.10.01 iki 2023.12.31.

Apmokėjimo gavimo dieną bendrajame žurnale daromas įrašas:

D 271 Pinigai 6000

K 492 Ateinančių laikotarpių pajamos 6000

Pasibaigus pirmajam atskaitiniam laikotarpiui – spalio mėnesiui, būtina pripažinti uždirbtas pajamas darant koreguojantį įrašą apskaitoje (6000/3=2000):

D 492 Ateinančių laikotarpių pajamos 2000

K 50 Pardavimo pajamos 2000

Toks pat įrašas turi būti atliekamas lapkričio ir gruodžio mėnesių pabaigoje.

**Pajamų ir sąnaudų sąskaitų uždarymas.** Pajamų ir sąnaudų uždarymas yra paskutinė procedūra prieš finansinių ataskaitų rinkinio sudarymą. Pajamų ir sąnaudų sąskaitos uždaromos tik pasibaigus finansiniams metams, sudarant metinį finansinių ataskaitų rinkinį. (Česnauskė, 2018, p. 46) teigia, jog pajamų ir sąnaudų uždarymo tikslas - įgyvendinti periodiškumo, kaupimo ir palyginimo principus apskaitoje. Per laikotarpį uždirbtos pajamos ir patirtos sąnaudos turi būti pateiktos to laikotarpio ataskaitose, tam kad informacijos vartotojai galėtų palyginti su kitais laikotarpiais bei kitų įmonių pateikiama informacija.

Pasibaigus atskaitiniam laikotarpiui, visos pajamų (5 klasės) ir sąnaudų (6 klasės) sąskaitų sumos turi būti iškeliamos į sąskaitą „390 Bendra sąskaitų suvestinė“. Po šios operacijos pajamų ir sąnaudų sąskaitų likučiai prilyginami nuliui ir pradėdamos kaupiti naujo atskaitinio laikotarpio pajamas ir sąnaudas. Sąskaitos „390 Bendra sąskaitų suvestinė“ likutis iškeliamas į sąskaitą „341 Atskaitinių metų nepaskirstytasis pelnas (nuostoliai)”. Jei sąskaitos „390 Bendra sąskaitų suvestinė“ likutis yra debete reiškia, kad įmonė patyrė nuostolį, jei kredite – uždirbo pelną (Kalčinskas ir Kalčinskaitė-Klimaitienė, 2017).

**Pavyzdys.** Įmonė per 2023 m. metus uždirbo 5 000 € pardavimo pajamų, patyrė 2 500 € pardavimo savikainos sąnaudų ir 500 € su darbuotojų darbo užmokesčio sąnaudų.

Pasibaigus ataskaitiniam laikotarpiui uždaromos pajamų ir sąnaudų sąskaitos ir bendrajame žurnale atliekami šie įrašai (žr. 3 lentelė).

3 lentelė. Pajamų ir sąnaudų sąskaitų uždarymas

Eil. Nr.	Data	Turinys	Sąskaitos		Debetas	Kreditas
			Nr.	V		
1	2023.12.31	Pardavimo pajamos	50		5000	
		Bendra sąskaitų suvestinė	390			5000
Uždaromos ataskaitinio laikotarpio pajamų sąskaitos						
2	2023.12.31	Pardavimo savikainos sąnaudos	60			2500
		Darbuotojų darbo užmokestis ir su juo susijusios sąnaudos	6304			500
		Bendra sąskaitų suvestinė	390		3000	
Uždaromos ataskaitinio laikotarpio sąnaudų sąskaitos						

Šaltinis: Česnauskė, J. (2018). *Apskaitos pagrindai: teorija ir praktika. Mokomoji knyga.* Kaunas, p. 46.

Atlikus šiuos įrašus pajamų ir sąnaudų sąskaitų likutis bus 0 €, o sąskaitos „390 Bendra sąskaitų suvestinė“ likutis kredito pusėje 2000€. Kitu įrašu reikia likutį iš sąskaitos „390 Bendra sąskaitų suvestinė“ perkelti į sąskaitą „341 Ataskaitinių metų nepaskirstytasis pelnas (nuostoliai)“ (žr. 4 lentelė).

4 lentelė. Suvestinės sąskaitos uždarymas

Eil. Nr.	Data	Turinys	Sąskaitos		Debetas	Kreditas
			Nr.	V		
1	2023.12.31	Ataskaitinių metų nepaskirstytas pelnas (nuostoliai)	341			2000
		Bendra sąskaitų suvestinė	390		2000	
Pripažįstamas ataskaitinių metų nepaskirstytas pelnas						

Šaltinis: Česnauskė, J. (2018). *Apskaitos pagrindai: teorija ir praktika. Mokomoji knyga.* Kaunas, p. 46.

Atlikus šiuos įrašus pajamų, sąnaudų sąskaitose ir sąskaitoje „390 Bendra sąskaitų suvestinė“ likutis yra 0 €, o sąskaitoje „341 Ataskaitinių metų nepaskirstytasis pelnas (nuostoliai)“ užregistruotas ataskaitinių metų pelnas – 2000€.

Apibendrinant, galima teigti, jog norint sudaryti finansinių ataskaitų rinkinį, pirmiausia reikia atlikti finansinių metų pabaigos procedūras: peržvelgti apskaitos politiką, atnaujinti sąskaitų planą, apskaitoje užregistruotų klaidų taisymas, patvarkomųjų ir pateisinamųjų dokumentų peržvalga. Ir svarbiausi baigiamieji darbai: inventorizacija, sąskaitų likučių koregavimai ir uždaromieji įrašai. Tik nuosekliai atlikus visas ataskaitinio laikotarpio baigiamąsias procedūras, galima sudaryti finansinių ataskaitų rinkinį.

### 2.3 Finansinių ataskaitų rinkinio sudėtis

(Kuzminskaitė, 2023) teigia, jo LR įmonių atskaitomybės įstatyme nurodyta, jog metines finansines ataskaitas įmonės parengia pasibaigus jų finansiniams metams pagal finansinių metų ir jų paskutinės dienos duomenis. Tiksliau tai nagrinėja (Bendikienė, 2019) ir teigia metines finansines ataskaitas įmonė sudaro pasibaigus finansiniams metams, kurie trunka 12 mėnesių ir įmonės pasirenka finansinius metus atsižvelgdamos į savo veiklos pobūdį. O (Kazakevičius ir Jakštas, 2018) analizuoja, jog sudaromo finansinių ataskaitų rinkinio sudėtis priklauso nuo įmonės dydžio ir įmonės vadovų pasirinkimų, norminiais dokumentais apibrėžtose ribose. Pagal LR įmonių finansinės atskaitomybės įstatymą, įmonės pagal dydį yra skirstomos į tokias kategorijas:

- labai mažos;
- mažos;
- vidutinės;
- didelės.



Įmonės dydis nustatomas atsižvelgiant į šiuos rodiklius - tai balanse nurodyto turto vertę, grynąsias pajamas per ataskaitinį laikotarpį ir vidutinį metinį darbuotojų skaičių. Įmonių skirstymo rodikliai pateikiami 5 lentelėje (žr. 5 lentelė).

5 lentelė. Įmonių skirstymo į kategorijas rodikliai ir jų dydžiai

Įmonių kategorijos	Labai mažos	Mažos	Vidutinės	Didelės
Skirstymo rodikliai	A	B	C	D
Balanse nurodyto turto vertė, Eur.	350 000	4 000 000	20 000 000	Daugiau kaip 20 000 000
Pardavimo grynosios pajamos per ataskaitinius finansinius metus, Eur.	700 000	8 000 000	40 000 000	Daugiau kaip 40 000 000
Vidutinis metinis darbuotojų skaičius pagal sąrašą per ataskaitinius metus.	10 darbuotojų	50 darbuotojų	250 darbuotojų	Daugiau kaip 250 darbuotojų

Šaltinis: Kazakevičius, A., Jakštas, E. (2018). *Verslo įmonių finansinių ataskaitų analizė. Mokojoji knyga*. Kaunas: Kauno kolegijos Reklamos ir medijų centras, p. 18.

Įmonė paskutinę finansinių metų dieną privalo neviršyti dviejų rodiklių dydžių, nurodytų 5 lentelėje, kad būtų priskirta prie labai mažos, mažos arba vidutinės įmonės. Prie didelių priskiriamos įmonės, kurių ne mažiau kaip du rodikliai paskutinę finansinių metų dieną viršija dydžius, nurodytus 5 lentelės D stulpelyje (Kazakevičius ir Jakštas, 2018).

Finansinių ataskaitų rinkinių grupavimas pateikiamas ir 1- jame VAS, taikomame sudarant 2016 m. sausio 1 d. ir vėliau prasidedančių ataskaitinių laikotarpių finansines ataskaitas. Jame išskiriami trys finansinių ataskaitų rinkiniai:

1. Labai mažos įmonės gali sudaryti tokį finansinių ataskaitų rinkinį:
  - 1) trumpas balansas;
  - 2) trumpa pelno (nuostolių) ataskaita.
2. Mažų įmonių finansinių ataskaitų rinkinį sudaro:
  - 1) balansas arba sutrumpintas balansas;
  - 2) pelno (nuostolių) ataskaita;
  - 3) aiškinamasis raštas.
3. Vidutinių ir didelių įmonių finansinių ataskaitų rinkinį sudaro:
  - 1) balansas;
  - 2) pelno (nuostolių) ataskaita;
  - 3) pinigų srautų ataskaita;
  - 4) nuosavo kapitalo pokyčių ataskaita;
  - 5) aiškinamasis raštas.

(Kazakevičius ir Jakštas, 2018, p. 18) nurodo, jog „nagrinėjami įstatymas ir standartas suteikia įmonėms galimybę pasirinkti finansinių ataskaitų rinkinį, labiausiai atitinkantį jų poreikius ir galimybes“. Dokumentai numato galimybę labai mažoms įmonėms ir mažoms įmonėms pasirinkti aukštesnio lygio (platesnio) finansinių ataskaitų rinkinio sudarymo variantą, mažos įmonės gali pasirinkti balanso formą (balansas ar sutrumpintas balansas). Iš esmės tai reiškia, kad verslo valdymo praktikoje galima susidurti su įvairiais finansinių ataskaitų formų rinkiniais tos pačios kategorijos įmonėse. Priklausomai nuo įmonės dydžio, teikiamas arba pilnas, arba trumpas finansinių ataskaitų rinkinys. Pilną finansinių ataskaitų rinkinį teikia vidutinės ir didelės įmonės. Trumpą finansinių ataskaitų rinkinį (be pinigų srautų ataskaitos) teikia mažos įmonės (Bendikienė, 2019). Toliau 6 lentelėje pateikiamas pilnas finansinių ataskaitų rinkinys ir jų apibrėžimai (žr. 6 lentelė).

6 lentelė. **Pilnas finansinių ataskaitų rinkinys:** pagal Bendikienė, D. (2019). Finansinė apskaita. Šiauliai: Šiaulių universitetas, p. 8., 1 VAS.

Eil. Nr.	Finansinės ataskaitos pavadinimas	Ataskaitų apibrėžimas
1.	Balansas	Finansinė ataskaita, kurioje nurodomas visas įmonės turtas, nuosavas kapitalas ir įsipareigojimai paskutinę ataskaitinio laikotarpio dieną.
2.	Pelno (nuostolių) ataskaita	Finansinė ataskaita, kurioje nurodomos visos įmonės ataskaitinio laikotarpio pajamos, sąnaudos ir veiklos rezultatai – pelnas arba nuostoliai.
3.	Pinigų srautų ataskaita	Finansinė ataskaita, kurioje nurodomos įmonės ataskaitinio laikotarpio pinigų ir pinigų ekvivalentų įplaukos ir išmokos.
4.	Nuosavo kapitalo ataskaita	Finansinė ataskaita, kurioje pateikiami duomenys apie įmonės nuosavo kapitalo pasikeitimą per ataskaitinį laikotarpį.
5.	Aiškinamasis raštas	Finansinė ataskaita, kurioje paaiškinamos įmonės balanse, pelno (nuostolių), pinigų srautų ir nuosavo kapitalo pokyčių ataskaitose nurodytos sumos, taip pat pateikiama papildoma informacija.

(Subačienė ir kt., 2015) teigia, jog finansinių ataskaitų rinkinys ir sutrumpintų finansinių ataskaitų rinkinys skiriasi finansinėse ataskaitose pateikiamos informacijos detalumu, t. y. sutrumpintose finansinėse ataskaitose pateikiami bendresni rodikliai, finansinėse ataskaitose – gerokai detalesnė informacija.

Galima teigti, jog finansinių ataskaitų rinkinio sudėtis priklauso nuo įmonės dydžio, todėl įmonės atsižvelgdamos į atitinkamus savo rodiklius gali sudaryti pilną arba sutrumpintą finansinių ataskaitų rinkinį. Pilną ataskaitų rinkinį sudaro balansas, pelno (nuostolių) ataskaita, pinigų srautų ataskaita, nuosavo kapitalo ataskaita ir aiškinamasis raštas.

### Išvados

1. Atlikus mokslinės literatūros analizę ir išnagrinėjus finansinės atskaitomybės sampratą, galima teigti jog finansinė atskaitomybė yra procesas, kurio rezultatas – finansinės ataskaitos, kurių visuma sudaro finansinių ataskaitų rinkinį. Ir tai yra dokumentas, pateikiantis informaciją išorės bei vidaus vartotojams apie įmonės finansinę būklę, veiklos rezultatus, pinigų srautus bei finansinės būklės pokyčius. Finansinės ataskaitos rengiamos ataskaitinių metų, kurie paprastai yra vieneri finansiniai metai, pabaigoje. Finansinėse ataskaitose atskleidžiami ataskaitinių ir praėjusių finansinių metų duomenys.
2. Labai svarbu, jog finansinėse ataskaitose informacija būtų rengiama ir atitinkanti VAS, teisės aktų ir įmonės apskaitos politikos reikalavimus, kurie nurodo, kokie reikalavimai keliami rengiant finansines ataskaitas, nurodo teikimo ir skelbimo tvarką, taip pat finansinių ataskaitų rinkinio sudėtį. Išskiriami pagrindiniai reikalavimai, kuriuose finansinėse ataskaitose informacija turi būti pateikiama aiški, suprantama, tinkama, patikima, detali, palyginama ir pateikiama laiku.
3. Finansinių ataskaitų rinkinio sudėtis priklauso nuo įmonės dydžio. Įmonės dydis nustatomas atsižvelgiant į šiuos rodiklius - balanse nurodyto turto vertę, grynąsias pajamas per ataskaitinį laikotarpį ir vidutinį metinį darbuotojų skaičių. Priklausomai nuo įmonės dydžio, teikiamas arba pilnas, arba trumpas finansinių ataskaitų rinkinys. Pilną finansinių ataskaitų rinkinį teikia vidutinės ir didelės įmonės. Trumpą finansinių ataskaitų rinkinį (be pinigų srautų ataskaitos) teikia mažos įmonės.

### Literatūra

1. 1-asis verslo apskaitos standartas „Finansinė atskaitomybė“. Audito ir apskaitos tarnyba. Prieiga per internetą: <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/1-VAS.pdf>
2. 2022 m. Finansinės ataskaitos: sudarymas, tvirtinimas ir skelbimas. (2023). Vilnius: Pačiolis.
3. Bendikienė, D. (2019). *Finansinė apskaita*. Šiauliai: Šiaulių universitetas. Prieiga per internetą: <https://epublications.vu.lt/object/elaba:39011682/>
4. Budrienė, L., Dauskurdas, V., Deveikis, G., Dovidaitė, B., Galin, O., Jagminas, V., ... ir Plačenyte, D. (2019). *Buhalterinės apskaitos žinynas*. Vilnius: UAB „Pačiolis“.
5. Bukevičius, J., Jurkšaitienė D. ir Žaptorius, J. (2009). *Apskaita vadybininkams*. Vilnius: VGTU leidykla TECHNIKA.

6. Česnauskė, J. (2018). *Apskaitos pagrindai: teorija ir praktika. Mokomoji knyga*. Kaunas. Prieiga per internetą: <https://core.ac.uk/download/pdf/154378258.pdf>
7. Česnauskė, J. (2021). *Finansinė apskaita. Finansinės atskaitomybės sudarymas, B1 programa*. Kauno kolegija. Prieiga per internetą: <https://www.b1.lt/apskaitos-kursai/finansines-atskaitomybes-sudarymas>
8. Ivanauskienė, A. (2016). *Buhalterinė apskaita*. Vilnius: Tyto alba.
9. Kalčinskas, G. ir Kalčinskaitė – Klimaitienė, R. (2017). *Buhalterinė apskaita*. Vilnius: UAB Pačiolis.
10. Kazakevičius, A. (2017). Naujos formos finansinių ataskaitų analizės. Prieiga per internetą: <https://ojs.kaunokolegija.lt/index.php/ITE/article/view/193>
11. Kazakevičius, A. ir Jakštas, E. (2018). *Verslo įmonių finansinių ataskaitų analizė. Mokomoji knyga*. Kaunas: Kauno kolegijos Reklamos ir medijų centras. Prieiga per internetą: <https://dspace.kaunokolegija.lt/bitstream/handle/123456789/149/E.Jak%20c5%a1tas%20%20A.Kazakevi%20c4%8dius.%20Mokomoji%20knyga.%20v.2020.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
12. Kuzminskaitė, D. (2023). Mažųjų bendrijų ir labai mažų įmonių finansinių ataskaitų reglamentavimo palyginamoji analizė. *Socialiniai tyrimai: 46(1)*, 8-23. Prieiga per internetą: <https://www.zurnalai.vu.lt/social-research/article/view/30065/30440>
13. Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymas. 2001 m. lapkričio 6 d. Nr. IX-574. Nauja redakcija nuo 2022-05-01. Įstatymas Nr. XIV-680. 2021-11-23. TAR 2021-12-03, i. k. 2021-25145. Lietuvos Respublikos buhalterinės apskaitos įstatymo Nr. IX-574 pakeitimo įstatymas. Prieiga per internetą: [IX-574 Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymas \(lrs.lt\)](https://www.lrs.lt/lt/taikyma/taikyma.aspx?kodas=IX574)
14. Lietuvos Respublikos įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas. 2001 m. lapkričio 6 d. Nr. IX575. Nauja redakcija nuo 2015-07-01: Nr. XII-1696, 2015-05-14, paskelbta TAR 2015-05-27, i. k. 2015-08160. Prieiga per internetą: [IX-575 Lietuvos Respublikos įmonių atskaitomybės įstatymas \(lrs.lt\)](https://www.lrs.lt/lt/taikyma/taikyma.aspx?kodas=IX575)
15. Pelekh, U., V., Khocha, N., V., Holovchak, H., V. (2020). Financial statements as a management tool. *Management Science Letters*, 10 (1), 197-208. Prieiga per internetą: [http://www.m.growingscience.com/msl/Vol10/msl\\_2019\\_216.pdf](http://www.m.growingscience.com/msl/Vol10/msl_2019_216.pdf)
16. Rao, P., M. (2022). *Financial Statement Analysis and Reporting*. Delhi: PHI Learning. Prieiga per internetą: <https://books.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=iWtnEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=financial#v=onepage&q=financial&f=false>
17. Schroeder, R., G., Clark, M., W., Cathey, J., M. (2022). *Financial accounting theory and analysis: text and cases*. English: John Wiley. Prieiga per internetą: [https://books.google.lt/books?hl=en&lr=&id=8F6LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=financial+statements&ots=DxMFzB7IJO&sig=QsFko6S1EZfp2bNtQzMAKOWjIXI&redir\\_esc=y#v=onepage&q=financial%20statements&f=false](https://books.google.lt/books?hl=en&lr=&id=8F6LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=financial+statements&ots=DxMFzB7IJO&sig=QsFko6S1EZfp2bNtQzMAKOWjIXI&redir_esc=y#v=onepage&q=financial%20statements&f=false)
18. Subačienė, R., Budrionytė, R., Kamarauskienė, I., Lakis, V., Raziūnienė, D., Savickas, V., ... ir Tamulevičienė, D. (2015). *Apskaitos ir audito pagrindai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
19. Visuotinė lietuvių enciklopedija. *Finansinė atskaitomybė*. 2023. Prieiga per internetą: [finansinė atskaitomybė - Visuotinė lietuvių enciklopedija \(vle.lt\)](https://www.vle.lt/straipsnis/finansine-atskaitomybe)

# ILGALAIKIO TURTO INVENTORIZAVIMAS IR REZULTATŲ ATSPINDĖJIMAS APSKAITOJE

*Liveta Paplauskaitė*  
*Lekt. Birutė Petrošienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Siekiant sukurti pilną įmonės veiklos rezultatų vaizdą, būtina įvertinti ilgalaikį įmonės turtą ir reguliariai atlikti inventorizaciją, parodančią turimo ilgalaikio turto vertę, būklę bei nuvertėjimą. Inventorizacija leidžia stebėti ilgalaikio turto pokyčius ir sukuria bendrą įmonės finansinės būklės patikimumo pamatą, leidžia įvertinti įmonės turto būklę ir sekti ilgalaikio turto dinamiką bei būti pasirėngus rinkos sąlygų diktuojamam viešumui. Tinkama turto apskaita, inventorizavimas ir įvertinimas leidžia užtikrinti ilgalaikio turto naudojimo efektyvumą, svarbų visos įmonės veiklos efektyvumui ir ilgalaikiai sėkmei.

Raktiniai žodžiai: ilgalaikis turtas, ilgalaikio turto inventorizacija, inventorizacijos organizavimas, atspindėjimas apskaitoje.

## Įvadas

Temos aktualumas. Šiuolaikinių įmonių ekonominė veikla dėl vykstančios globalizacijos nuolat vystosi ir keičiasi, ją būtina nuolat stebėti ir analizuoti (Arslan, 2020). Lietuvoje apskaitos istorija siekia XIII a., o 2016-ieji metai laikomi naujo Lietuvos buhalterinės apskaitos sistemos raidos etapo pradžia (Mackevičius ir Subačienė, 2016).

Šiuolaikinių įmonių finansinė apskaita – tai informacijos šaltinis apie įmones ir jų vykdomą veiklą. Verslo apskaitos standarte (VAS) „Finansinė atskaitomybė“ nurodoma, kad finansinė apskaita leidžia pateikti teisingą informaciją apie įmonės būklę ir panaudoti šią informaciją įmonės ataskaitose arba įmonės veiklos analizei ir pokyčių įgyvendinimui, tolimesnės įmonės veiklos planavimui.

Ilgalaikis turtas yra neatskiriama bet kurios įmonės turto dalis, be kurios neįmanoma realizuoti ūkinės veiklos. Daugeliu atvejų ilgalaikis turtas pasirenkamas kaip investicija (Wright ir Zhu, 2018; Worldwide Capital and Fixed Assets Guide, 2023.). Nuolatinė ilgalaikio turto būklės apžiūra ir įvertinimas bei fiksavimas apskaitoje leidžia sekti turto būklę ir tinkamumą tolimesniam naudojimui bei jo vertės pokyčius (Krot et al., 2020). Koloszko-Chomentowska ir Vilkevičiūtė (2020) nurodo, kad ilgalaikis turtas yra svarbus įmonės veiklos efektyvumui ir gaminamos produkcijos vertei. Todėl turėtų būti ypač dėmesingai vertinamas. Kulyk (2023) nuomone, apie ilgalaikio turto inventorizavimą ir vertinimą negalima pamiršti netgi ekstremaliomis karo sąlygomis. Arslan (2020) pabrėžia, kad šiuolaikinėje besivystančioje ir nuolat kintančioje ekonominėje sistemoje įmonių apskaitos operacijos ir jų pagrindu parengtos finansinės ataskaitos turi būti rengiamos skaidriai ir patikimai atsižvelgiant į poreikius ir realybę. Šiam požiūriui pritaria ir Lavrina ir kt. (2022), teigdami, kad ilgalaikis turtas yra reikšmingiausias įmonės gamybos potencialo elementas, suteikiantis materialinę techninę bazę ir sąlygas gamybinei veiklai. Pilniausias ir racionaliausias ilgalaikio turto panaudojimas prisideda prie techninių, ekonominių ir finansinių veiklos rodiklių gerinimo. Tuo tarpu finansinės ataskaitos „yra svarbiausias įmonės valdymo instrumentas“ (Žaptorius, 2015, p. 9).

Ilgalaikio turto naudojimo efektyvumas priklauso nuo savalaikio patikimos ir pakankamai išsamios apskaitos ir ekonominės informacijos gavimo organizavimo. Šiuo atžvilgiu didėja apskaitos, kaip vienos svarbiausių valdymo funkcijų, vaidmuo ir reikšmė (Stupnytska, Yevtushevska ir Pryimak, 2018).

**Tyrimo problema:** kaip nuosekliai atliekamas ilgalaikio turto inventorizavimas?

**Tyrimo objektas:** ilgalaikio turto inventorizacija.

**Tyrimo tikslas:** išanalizuoti ilgalaikio turto inventorizavimo ir rezultatų atspindėjimo apskaitoje principus.

### Tyrimo uždaviniai:

1. Apibūdinti ilgalaikio turto klasifikavimo įvairovę.
2. Išanalizuoti ilgalaikio turto registravimą apskaitoje.
3. Atlikti ilgalaikio turto inventorizavimo ypatumų analizę.
4. Pateikti nuoseklią eigą nuo inventorizacijos organizavimo pradžios inicijavimo iki rezultatų registravimo apskaitoje.

**Tyrimo metodai:** teoriniai - mokslinės ir teisinės literatūros analizė

## 1. Ilgalaikis turtas

Ilgalaikį turtą savo veiklai vykdyti naudoja visi ūkio subjektai. Ilgalaikio turto sąvoka šiuolaikinių mokslininkų tyrimuose interpretuojama skirtingai. Dažnai jis suvokiamas kaip nekilnojamasis įmonių turtas, kuris yra viena svarbiausių kapitalo dalių, ypač svarbių ūkinės veiklos procese ir reikalaujančių didelių investicijų plėtrai bei tobulėjimui. Dažnai tai yra gamybos materialinės ir techninės bazės pagrindas ir lemia įmonės galimybes naujoviškai atnaujinti visą gamybinę ir ūkinę veiklą, diversifikuoti gamybą, užtikrinti ekonominį augimą (Arsenieva ir kt., 2020; Subčenė ir kt., 2012). Vis dėlto, yra ir daugiau įvairių ilgalaikio turto rūšių.

### 1.1. Ilgalaikio turto klasifikavimas

Ilgalaikio turto klasifikavimo kriterijų pasirinkimas lemia geresnę apskaitos praktiką įmonėse (Stupnytska ir kt., 2018).

Ilgalaikio turto klasifikavimas padeda aiškiau suvokti turimo turto apimtį ir vertę. Pačia bendriausia prasme ilgalaikis turtas skirstomas į:

- Materialųjį ilgalaikį turtą
- Nematerialųjį ilgalaikį turtą
- Ilgalaikį finansinį turtą (Žaptorius, 2015).

Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatyme (2021) nurodomi ir įsipareigojimai, kurie taip pat gali būti ilgalaikiai. Vadovaujantis 12-uoju verslo apskaitos standartu „Ilgalaikis materialusis turtas“ (2008), ilgalaikiu materialiuoju turtu laikomas turtas:

1. Skirtas prekių gaminiui, paslaugų teikimui, nuomai ar administraciniams tikslams;
2. Kurį numatyta naudoti ilgiau nei vienerius metus;
3. Kurio savikainą galima patikimai nustatyti;
4. Kurio įsigijimo ar pasigaminimo savikaina yra ne mažesnė už įmonės nusistatytą minimalią ilgalaikio materialiojo turto vieneto vertę;
5. Įmonei perduota su materialiuoju turtu susijusi rizika (Bendikienė, 2019; 1-asis verslo apskaitos standartas „Finansinė atskaitomybė“, 2003; Guidelines for Fixed Assets Management, 2020).

Ilgalaikis nematerialusis turtas apibrėžiamas kaip „neturintis materialios formos nepiniginis turtas, kuriuo įmonė disponuoja, kurį naudodama tikisi gauti tiesioginės ir (arba) netiesioginės ekonominės naudos ir kurio vertė yra ne mažesnė už įmonės nusistatytą minimalią nematerialiojo turto vertę“ (Česnauskė, 2018, p. 25; 13-asis verslo apskaitos standartas „Nematerialusis turtas“, 2007; Verslo apskaitos standartai, taikomi nuo 2016 m. sausio 1 d., 2015).

Ilgalaikis finansinis turtas atspindi įmonės teises ir privilegijas, atsiradusias dalyvaujant kitų įmonių veikloje (Žaptorius, 2015). Materialusis, finansinis ir nematerialusis ilgalaikis turtas gali būti įvairių formų (žr. 1.1.1. lentelę).

1.1.1. lentelė. Materialiojo ir nematerialiojo ilgalaikio turto formos

Ilgalaikis turtas		
Materialusis turtas	Nematerialusis turtas	Finansinis turtas
<ul style="list-style-type: none"><li>• žemė ir įsigytos teisės į ją</li><li>• pastatai, statiniai ir įsigytos teisės į juos</li><li>• mašinos ir įrenginiai</li><li>• transporto priemonės</li><li>• statomas ar rekonstruojamas ilgalaikis materialusis turtas</li><li>• kitas materialusis turtas</li><li>• investicinis turtas</li><li>• kita įranga bei laikinai nenaudojamas turtas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• prekių ženklai</li><li>• patentai ir licencijos</li><li>• autorių ir gretutinės teisės</li><li>• plėtros darbai</li><li>• kompiuterių programos</li><li>• prestižas</li><li>• filmai</li><li>• meno kūriniai</li><li>• taršos integruotos prevencijos ir kontrolės leidimai</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• pinigai</li><li>• pinigų ekvivalentai</li><li>• debitorinis įsiskolinimas</li><li>• trumpalaikės ir ilgalaikės finansinės investicijos</li><li>• paskolos</li></ul>

Sudaryta darbo autorės: pagal 12-ąjį verslo apskaitos standartą „Ilgalaikis materialusis turtas“, 2008; 13-ąjį verslo apskaitos standartą „Nematerialusis turtas“, 2007; Arslan, 2020 bei Verslo apskaitos standartai, taikomi nuo 2016 m. sausio 1 d., 2015; Žaptorius, 2015, p. 229

Šios ilgalaikio turto formos, atitinkančius kiekvienai ilgalaikio turto rūšiai būdingus požymius, leidžia tiksliau apžvelgti ir įvertinti skirtingas turto formas ir užtikrinti efektyvų jo naudojimą. Ilgalaikis materialusis turtas pasižymi daiktine struktūra ir be jau nurodytų formų dar gali būti skirstomas į nekilnojamąjį (daiktus, susijusius su žeme ir neperkeliamus į kitą vietą) ir kilnojamąjį (daiktus, kurie gali būti perkelti iš vienos vietos į kitą) turtą (Žaptorius, 2015). Analogiškos ilgalaikio turto formos nurodomos ir užsienio šalių metodiniuose apskaitos dokumentuose (Fixed Asset Handbook, 2021)

Finansinio turto pripažinimo kriterijai: ekonominė nauda, patikimas įvertinimas ir atskyrimas nuo kitų turto rūšių, disponavimas bei kontrolė (Bukevičius ir kt., 2009).

Įmonės įsipareigojimai – tai „prievolės, atsirandančios dėl atliktų ūkinių operacijų, už kurias subjektas privalo arba privalės ateityje atsiskaityti turtu arba paslaugomis ir kurių dydį galima objektyviai nustatyti“ (LR finansinės apskaitos įstatymas, 2021, 2 str.). Ilgalaikiam turtui aktualūs ilgalaikiai įsipareigojimai – tokie, kuriuos įmonė privalės vykdyti ilgiau nei vienerius metu snuo balanso datos (Česnauskė, 2018).

Apibendrinant galima teigti, kad ilgalaikiam įmonės turtui priklauso ilgalaikis materialusis turtas, ilgalaikis nematerialusis turtas, finansinis turtas ir ilgalaikiai įsipareigojimai. Visos šios ilgalaikio turto rūšys registruojamos ir apskaitoms įmonės apskaitoje.

## 1.2. Ilgalaikio turto registravimas apskaitoje

Ilgalaikį materialųjų turtą įmonės registruoja apskaitoje, skirstydamos pagal paskirtį ir parodo ilgalaikio materialaus turto balanse turto likvidumo mažėjimo tvarka (Žaptorius, 2015).

Ilgalaikis turtas registruojamas apskaitoje pagal 12-ąją verslo apskaitos standartą „Ilgalaikis materialusis turtas“ (2008) ir pagal 13-ąją verslo apskaitos standartą „Nematerialusis turtas“ (2007). Ilgalaikis turtas gali būti registruojamas rankiniu būdu arba naudojant elektroninę apskaitos sistemą (Ilgalaikis turtas: naudotojo vadovas, 2018).

Registruojant ilgalaikį materialųjų turtą apskaitoje, nustatoma ilgalaikio turto įsigijimo ar pasigaminimo savikaina, kurią sudaro:

- Įsigyjant registruojamą turtą sumokėta ar mokėtina pinigų suma;
- Muitai ar kiti negrąžinami mokesčiai, susiję su šio turto įsigijimu;
- Atsivežimo, transportavimo išlaidos;
- Paruošimo naudoti išlaidos (sumontavimas, instaliavimas ir kt.);
- Projektavimo darbų išlaidos;
- Infrastruktūros ir turto registravimo išlaidos;
- Žemės sklypo ir statybos aikštelės paruošimo išlaidos;
- Kitos, tiesiogiai su turto įsigijimu susijusios išlaidos, patirtos iki jo naudojimo pradžios (Jonuškienė, 2011).

Į savikainą neįskaičiuojamos turto įsigijimui imtos paskolos palūkanos ir pridėtinės vertės mokesčiai išskyrus atvejus kai jis yra negrąžinamas (Jonuškienė, 2011).

Ilgalaikis nematerialusis turtas apskaitoje registruojamas šio turto įsigijimo savikaina (Jonuškienė, 2011). Savikainą sudaro turto įsigijimo metu sumokėta ar mokėtina suma, į kurią įeina muitai ir negrąžinami mokesčiai. Savikainai gali būti priskiriamos ir kitos turto įsigijimo ir paruošimo nauodojimui išlaidos, pavyzdžiui, atlyginimas už teises paslaugas, susijusias su turto naudojimu (Jonuškienė, 2011). Į savikainą, kaip ir nematerialiojo turto atveju, neįskaičiuojamos skolintų sumų palūkanos ir pridėtinės vertės mokesčiai išskyrus atvejus kai jis nėra grąžinamas.

Turto registracijos knyga skirta ilgalaikio turto analitinės apskaitos kontrolei. Knygoje fiksuojami visi su ilgalaikiu turtu susiję jo pokyčiai: įsigijimas, dovanojimas, nurašymas ir kt. Įsigijus ilgalaikį turtą, jo vertė įrodoma dokumentais ir vadinama ilgalaikio turto pradine verte (Žaptorius, 2015), kuri vėliau tampa turto vertės pokyčių apskaitos pagrindu. Užsienio šalių metodinėje apskaitos literatūroje taip pat nurodomi identiški ilgalaikio turto registravimo apskaitoje duomenys (Fixed asset management: main reflections, 2021).

Finansinis turtas ir įsipareigojimai taip pat atsispindi įmonės apskaitoje, jos sąskaitose bei sutartyse, fiksuojant sutarčių sudarymo laiką, sutarčių vertę ir kitus turtą charakterizuojančius elementus. Tikrinant sutartis ir sąskaitas, sutikrinami ir sąskaitų tarpusavio ryšiai, t.y. sąskaitų korespondencija, kai sumos įrašomos į vienos sąskaitos debetą, o kitos sąskaitos – kreditą (sudaromas dvejetainis įrašas). Koresponduojančios sąskaitos įrašomos bendrajame žurnale, registruojant ūkines operacijas (Bikienė ir Pučkienė, 2012).

Apibendrinant galima teigti, kad materialiojo ir nematerialiojo ilgalaikio turto registravimas apskaitoje vykdomas vadovaujantis Lietuvoje galiojančiais apskaitos standartais. Registruojant nustatoma turto savikaina, į kurią neįskaičiuojamos turto įsigijimui skolintos sumos palūkanos ir pridėtinės vertės mokestis.

## **2. Ilgalaikio turto inventorizavimas**

Ilgalaikis turtas reikalauja nuolatinės priežiūros ir reguliaraus įvertinimo. Įvertinti turimo ilgalaikio turto būklę ir galimus pokyčius padeda jo inventorizavimas. Inventorizavimo proceso organizavimas svarbus užtikrinant jo trukmę, sklandumą ir tikslumą. Taip pat užtikrinama tiksli įmonės ilgalaikio turto apskaita, turinti įtakos įmonės veiklos rezultatų vertinimui ir tolimesniam veiklos planavimui.

### **2.1. Inventorizacijos organizavimas**

Inventorizacija – tai „įmonės ilgalaikio turto, žaliavų, medžiagų, prekių, pagamintos produkcijos, nebaigtos gamybos bei kitų atsargų, skolų, pinigų, vertybinių popierių ir kito turto patikrinimas bei faktiškai rastų likučių palyginimas su apskaitos duomenimis“ (Ivanauskienė, 2007, p. 165). Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymo (2001) 2 str. inventorizacija apibrėžiama kaip „turto ir įsipareigojimų patikrinimas ir jų faktinių likučių palyginimas su apskaitos registrų duomenimis“. Analogišką inventorizacijos apibrėžimą pateikia ir Jonuškienė (2011). Inventorizacija laikoma tinkamiausiu būdu faktiniams turto likučiams natūra nustatyti ir palyginti su apskaitos rodikliais. Rahmawaty ir Astuti (2023) teigimu, ilgalaikio turto patikra leidžia geriau suvokti jo naudojimo intensyvumą.

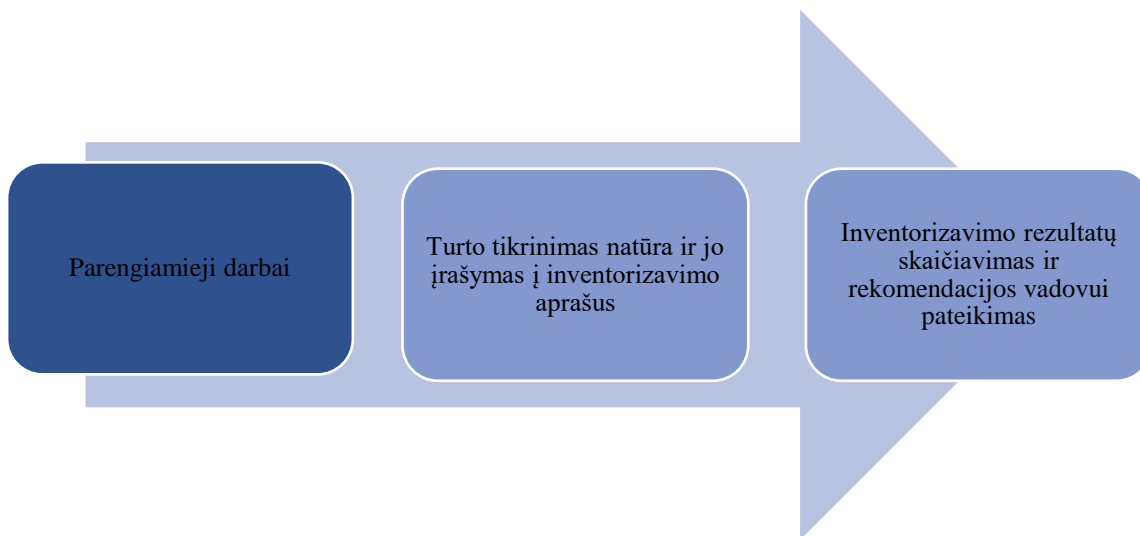
Ilgalaikio materialiojo ir nematerialiojo turto inventorizacija atliekama vadovaujantis Lietuvos Respublikoje galiojančiais teisiniais dokumentais:

- 2022 m. patvirtintomis inventorizacijos taisyklėmis (Inventorizacijos taisyklės, 2022).
- Vidaus kontrolės organizavimo rekomendacijomis (Audito, apskaitos, turto vertinimo ir nemokumo valdymo tarnyba prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos).
- Lietuvos Respublikos Pelno mokesčio įstatymu.
- Lietuvos Respublikos Pridėtinės vertės mokesčio įstatymu.
- 9-uoju verslo apskaitos standartu „Atsargos“
- 12-uoju verslo apskaitos standartu „Ilgalaikis materialusis turtas“.
- 13-uoju verslo apskaitos standartu „Ilgalaikis nematerialusis turtas“.
- 18-uoju verslo apskaitos standartu „Finansinis turtas ir finansiniai įsipareigojimai“.

Inventorizacija atliekama keletu atvejų:

1. Prieš metinės atskaitomybės sudarymą;
2. Keičiantis materialiai atsakingam asmeniui;
3. Po vagysčių apiplėšimų, piktybinio kenkimo;
4. Perkainuojant kai kurias materialiujų gėrybių grupes;
5. Po stichinės nelaimės, gaisro, audros;
6. Bankrutuojant įmonei;
7. Darant auditą, teismo, tardymo institucijų reikalavimu;
8. Keičiantis nuosavybės formai (Ivanauskienė, 2007, p. 165).

Inventorizacijos organizavimas apima keletą nuoseklių etapų (žr. 2.1.1 pav.)



2.1.1 pav. **Inventorizacijos organizavimo etapai**  
Sudaryta darbo autorės: pagal Ivanauskienę, 2007, p. 167

Parengiamieji darbai pradkami įmonės vadovo įsakymu, kuriame nurodoma inventorizacijos komisijos sudėtis. Komisijos narius konsultuoja vyriausias įmonės buhalteris. Jis išaiškina, kaip teisingai atlikti inventorizaciją ir įforminti jos rezultatus (Ivanauskienė, 2007). Komisiją turi sudaryti ne mažiau nei trys nariai, įskaitant ir komisijos pirmininką. Komisijos pirmininku negali būti įmonės finansinę apskaitą tvarkantis asmuo. Jei įmonėje dirba ne daugiau kaip trys darbuotojai, inventorizacijos komisija nėra sudaroma, tačiau inventorizacijos atlikimas pavedamas konkrečiam už ją atsakingam asmeniui (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Sklandus ir apgalvotas inventorizacijos organizavimas užtikrina sklandžią jos eigą ir tikslius rezultatus, leidžiančius įvertinti ilgalaikio materialiojo ir nematerialiojo turto būklę ir jo pokyčius.

## 2.2. Inventorizavimo įforminimas

Ilgalaikio materialiojo ir nematerialiojo turto inventorizacijos metu sudaromi dokumentai, t.y. ilgalaikio nematerialiojo ir ilgalaikio materialiojo turto inventorizacijos aprašai. Sudarytas apskaitos dokumentas apibūdinamas kaip „popierinis arba elektroninis dokumentas, kuriuo patvirtinama ūkinė operacija arba ūkinis įvykis ir kuriame yra rekvizitai tos ūkinės operacijos arba ūkinio įvykio tapatumui nustatyti“ (Česnauskė, 2018, p. 61).

Privalomieji aprašų rekvizitai:

- įmonės pavadinimas,
- dokumento pavadinimas,
- aprašo sudarymo vieta,
- aprašo sudarymo pradžios data,
- aprašo sudarymo pabaigos data,
- turto objektų pavadinimas,
- matavimo rodiklis, kiekis, kaina ir suma,
- inventorizuojamojo turto nuvertėjimo požymiai,
- inventorizacijos komisijos narių vardai, pavardės, pareigos ir parašai,
- materialiai atsakingo asmens vardas, pavardė, pareigos ir parašas (Ivanauskienė, 2007, p. 169; Jonušienė, 2011, p. 27; Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymas, 2001, 7 str.;).

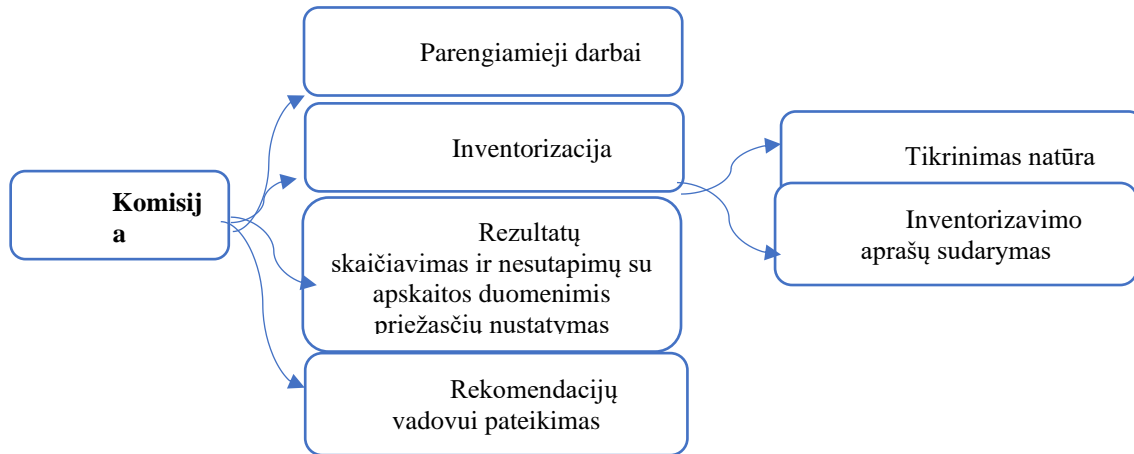
Inventorizacija įforminama inventorizacijos aprašu, kuriame privalomai nurodoma aukščiau išvardinta informacija. Aprašai gali būti rengiami raštu popieriuje arba finansinės apskaitos informacinėje sistemoje. Parengti aprašai saugomi dokumentų valdymo sistemoje, užtikrinant tinkamą apsaugą. Atsižvelgiant į turto buvimo vietą, turto judėjimą inventorizacijos metu, turto ir išipareigojimų grupavimą į sąskaitas, sutartis, inventorizacijos metu nustatomus netinkamo naudoti turto buvimo faktus, ataskaitiniais metais nebaigtą statomą ar montuojamą ilgalaikį materialųjį turtą, gali būti sudaromi atskiri inventorizacijos aprašai ;



Apibendrinant inventORIZACIJOS ĮFORMINIMO klausimus, galima pabrėžti svarbiausius įforminimo akcentus: skirtingų aprašų sudarymą atsižvelgiant į tam tikrus turto požymius, privalomų aprašo elementų užtikrinimą, aprašų saugojimą ir saugios prieigos prie jų užtikrinimą.

### 2.3. Ilgalaikio materialiojo turto inventORIZACIJA

Atliekant ilgalaikio materialinio inventORIZACIJĄ, vadovo įsakymu sudaroma inventORIZACIJOS komisija, kuri atlieka tam tikrus veiksmus, kurių eiliškumas užtikrina sklandžią inventORIZACIJOS eigą ir jos metu surinktos informacijos tikslumą (žr. 2.3.1 pav.).



2.3.1 pav. **InventORIZACIJOS komisijos darbų seka**

Šaltinis: Ivanauskienė, 2007, p. 167; InventORIZACIJOS taisyklės, 2022

Jei įmonė yra sudariusi sutartį su audito įmone, tikslinga pakviesti dalyvauti inventORIZACIJOJE auditorių atstovą. Parengiamajame etape paruošiamos visos darbai reikalingos priemonės ir pirminiai apskaitos dokumentai.

InventORIZACIJA pagal savo pobūdį gali būti skirstoma pagal priežastį (planinė, priežastinė, netikėta), pagal apimtį (ištisinė, atrankinė, dalinė), pagal pobūdį, pagal inventORIZUOJAMUS objektus ir kitus kriterijus (Bikienė ir Pučkienė, 2012, p. 255).

InventORIZACIJOS metu atliekamas tikrinimas natūroje ir įrašymas į ilgalaikio nematerialiojo ir ilgalaikio materialiojo turto inventORIZACIJOS aprašus (Ivanauskienė, 2007; Bukevičius ir kt., 2009). InventORIZUOJANT ilgalaikį materialųjį turtą būtina atidžiai apžiūrėti kiekvieną materialų turto vienetą ir jo dalis realiai, natūra, ir tik tuomet užfiksuoti inventORIZACIJOS apskaitoje apžiūrimo turto objekto pavadinimą, paskirtį bei inventoriaus numerį. Radus turtą, kuris nėra įtrauktas į pirminius apskaitos dokumentus arba turto, kuris neturi jį apibūdinančių dokumentų, inventORIZACIJOS komisija turi įrašyti trūkstamus duomenis ir techninius rodiklius. Rastas turtas įkainojamas atsižvelgiant į rinkos kainą (Jonuškienė, 2011; Bikienė ir Pučkienė, 2012; Ilgalaikio materialiojo turto apskaitos tvarkos aprašas, 2018).

Kilnojamasis ilgalaikis materialusis turtas (pavyzdžiui, transporto priemonės) ne visuomet yra prieinami ir randami pastovioje vietoje. Todėl toks turtas inventORIZUOJAMAS „iki jo laikino perkėlimo iš įmonės momento“. Turtas, įgyjamas finansinės nuomos (t.y. lizingo) būdu, inventORIZUOJAMAS registruojant informaciją apie jį atskirame inventORIZAVIMO apraše. Į atskirą sąrašą surašomas ir netinkamas naudoti ilgalaikis materialusis turtas. Tokiu atveju nurodomas ne tik inventoriaus numeris, bet ir vertė, nusidėvėjimo laipsnis ir netinkamumo priežastis (Jonuškienė, 2011, p. 26).

Drauge su ilgalaikiu materialiuoju turtu inventORIZUOJAMAS ir išsinuomotas, laikinai saugomas ir kt. ilgalaikis materialusis įmonės turtas. Šio turto inventORIZAVIMO aprašai sudaromi pagal jų tiesioginius savininkus nurodant nuomos ar panaudos pabaigos laiką.

Apibendrinant galima teigti, kad ilgalaikio materialiojo turto inventORIZACIJA atliekama pagal galimybes tikrinant turto objektus natūra, suteikiant jiems inventORINIUOS numerius ir sudarant inventORIZACIJOS aprašus.

### 2.4. Ilgalaikio nematerialiojo turto, finansinio turto ir įsipareigojimų inventORIZACIJA

Ilgalaikis nematerialusis, finansinis turtas bei įmonės ilgalaikiai įsipareigojimai taip pat yra patikrinami ir įvertinami inventORIZACIJOS metu.

Inventorizuojant nematerialųjį ilgalaikį turtą, tikrinami su jo įsigijimu susiję dokumentai bei sutartys, jo realus naudojimas, nustatomas faktinis nematerialiojo turto kiekis jo atitikimas su turimais įsigijimo dokumentais ir sutartimis. Radus turto, kuris nėra įtrauktas į finansinę apskaitą, inventorizacijos komisija papildo inventorizacijos aprašą trūkstamais duomenimis ir pateikia įmonės vadovui pasiūlymus dėl turto įvertinimo. Turtas vertinamas pagal numatytus standartus, reglamentuojančius nematerialiojo turto apskaitą. Taip pat pasiūlymą vadovui tikslinga teikti ir tuo atveju kai inventorizacijos komisija nustato turto nuvertėjimo požymių (Inventorizacijos taisyklės, 2022). Inventorizuojant investicijas, tikrinami investavimo patvirtinimo dokumentai (finansavimo sutartys, kita informacija). Kiekvieną kartą, sudarant finansines atskaitas, finansinis turtas turi būti peržiūrimas ir įvertinamas iš naujo (Bukevičius ir kt., 2009).

Inventorizuojant vertybinius popierius, tikrinami jų įsigijimą patvirtinantys dokumentai, nustatomas faktinis šių popierių kiekis, nominalioji ir įsigijimo vertės. Pinigų, esančių banko sąskaitose, inventorizacija atliekama lyginant sąskaitų likučius su finansinių įstaigų ir centrinio banko sąskaitų išrašų duomenimis. Grynieji pinigai skaičiuojami pagal jų nominalią vertę, priklausomai nuo valiutos. Kelyje esantys pinigais inventorizuojami tikrinant jų išsiuntimo dokumentuose rodomas sumas (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Inventorizacija atliekama turto buvimo vietoje arba nuotoliniu būdu. Finansinis turtas, t.y. pinigai finansų įstaigų ir centrinio banko sąskaitose, inventorizuojami pagal jų išrašų duomenis apie turimus sąskaitų likučius. Inventorizacijos metu inventorizuojamos iš ne viešojo sektoriaus subjektų gautinos ir mokėtinos sumos pagal gautinų ir mokėtinų sumų likučių suderinimo aktus. Inventorizuojant subjektų tarpusavio gautinas ar mokėtinas sumas, informacija apie ataskaitiniu laikotarpiu užregistruotas sumas pateikiama į Viešojo sektoriaus apskaitos ir ataskaitų konsolidavimo informacinę sistemą (VSAKI) (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Įsipareigojimai – tai prievolės, kurių dydį galima objektyviai nustatyti. Jie suprantami kaip konkretūs įmonės pasižadėjimai atlikti tam tikrus veiksmus kitiems fiziniams ar juridiniams asmenims (pavyzdžiui, sumokėti mokesčius, pinigus už prekes, dividendus akcininkams ir kt.) (Kanapickienė ir kt., 2008). Inventorizuojant finansinį turtą ir ilgalaikius finansinius įsipareigojimus, kurių sutikrinimas pagal suderinimo aktus nėra įmanomas, tikrinamo sudarytų sutarčių sąlygos ir finansinio turto bei įsipareigojimų padidėjimą ar sumažėjimą grindžiantys dokumentai. Todėl rekomenduojama turėti sutarčių registrą, kuriame būtų fiksuojamos finansinio turto ir finansinių įsipareigojimų pagrindimui reikšmingos sąlygos (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Nematerialiojo turto, finansinio turto ir ilgalaikių įsipareigojimų inventorizacijai būdinga galimybė ją atlikti nuotoliniu būdu, atliekant sąskaitų, sutarčių ir kitų finansinių dokumentų, peržiūrą, patikrinimą ir palyginimą.

## **2.5. Inventorizavimo rezultatų skaičiavimas, registravimas apskaitoje ir klaidų taisymas**

Visas inventorizacijos metu patikrintas ir suskaičiuotas ilgalaikis turtas nurodomas inventorizacijos apraše. Kiekvieno inventorizacijos aprašo lapo pabaigoje skaitmenimis ir žodžiu įrašomas faktiškai rasto ilgalaikio turto kiekis, žodžiu įrašomas paskutinio įrašo eilės numeris. Likusios neužpildytos lape esančios eilutės perbraukiamos užtikrinant, kad nebus palikta galimybė keisti aprašą.

Paskutinio inventorizacijos aprašo lapo pabaigoje žodžiais ir skaičiais įrašomas paskutinio įrašo eilės numeris, faktiškai rasto turto kiekis ir faktiškai rasto turto verčių suma (Inventorizacijos taisyklės, 2022). Radus ilgalaikio turto perteklių ar trūkumą, faktinė informacija fiksuojama dokumentuose (surašomi protokolai) ir pateikiama įvertinimui, rekomenduojant pripažinti nuostolius ir(ar) pelną. Jei vadovas sutinka su komisijos išvadomis, jis jas patvirtina savo įsakymu (Bikienė ir Pučkienė, 2012).

Apskaitos registrų skaičių, jų sudarymo būdą ir formą apsprendžia pačios įmonės. Darant įrašą apskaitos registre, nurodoma ši informacija:

- 1) „ūkinės operacijos laikotarpis arba data ir užregistravimo apskaitos registre data;
- 2) įrašo unikalus numeris, kai apskaita tvarkoma naudojant apskaitos informacinę sistemą;
- 3) ūkinės operacijos turinys;
- 4) dvejetainiu įrašu pagal sąskaitas arba paprastuoju įrašu įrašyta suma;
- 5) nuoroda į apskaitos dokumentą“ (Inventorizacijos taisyklės, 2022, 8 str.).

Ilgalaikio turto inventorizacijos apraše, privalo būti pateikiama informacija apie tai, kad visi inventorizacijos objekto gavimo ir nurašymo bei išdavimo dokumentai atiduoti įmonės finansinę apskaitą tvarkančiam asmeniui ir gautas turtas įtrauktas į finansinę apskaitą, o perduotas ar nusidėvėjęs turtas nurašytas ar išduotas, nurodant šio turto gavimo, nurašymo ar perdavimo dokumentų numerius bei datas. Įrašai koresponduojami. Atsakingas asmuo inventorizacijos apraše turi parašu patvirtinti teiginį: „Visą

šiam inventorizacijos apraše išvardytą turtą inventorizacijos komisija man dalyvaujant patikrino ir įrašė į aprašą, todėl inventorizacijos komisijai pretenzijų neturiu“ (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Jei atsakingas asmuo nesutinka su pateiktais dokumentais ir juose esančia informacija, inventorizacijos komisija privalo iš naujo peržiūrėti bei perskaičiuoti inventorizuojamą turtą. Jei rezultatai netenkina atsakingo asmens, jis ne vėliau nei per 2 darbo dienas nuo inventorizacijos atlikimo pabaigos turi pateikti inventorizacijos komisijai paaiškinimą apie savo atsisakymo priežastis. Paaiškinimas, kaip dokumentas, pridodamas prie inventorizacijos aprašo. Taip pat apraše nurodomos netinkamo naudoti turto netinkamumo priežastys ir inventorizacijos komisijos rekomendacijos dėl tolimesnio turto panaudojimo.

Inventorizacijos aprašai pagal reikalavimus saugomi dokumentų valdymo informacinėje sistemoje ir užtikrinama, kad juose esantys įrašai nekeičiami. Pakeitus arba pašalinus įrašą, nustatomas veiksmą atlikęs asmuo, veiksmo atlikimo data ir išsaugoma prieš pakeitimus buvusi informacija. Pagal Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymą (2021), „apskaitos registras – remiantis apskaitos dokumentais parengta ūkinių operacijų ir ūkinių įvykių suvestinė, kurioje apibendrinti jų duomenys“. Apskaitos dokumentuose ir registruose draudžiama taisyti datą. Taisant klaidą, klaidingas skaičius perbraukiamas taip, kad galima būtų perskaityti ir įrašomas teisingas tekstas arba skaičius. „Šalia ištaisyto įrašo pasirašo taisydamas asmuo ir nurodoma taisymo data“ (Česnauskė, 2018, p. 63). Klaidos inventorizacijos aprašuose gali būti taisomos tik inventorizacijos metu, vėliau šiuos pataisymus paaiškinant ir patvirtinant parašais.

Inventorizacijos komisija turi teisę pareikalauti iš atsakingų už inventorizuojamą turtą asmenų pasiaiškinimų dėl nustatytų trūkumų arba pertekliaus bei nustatytų finansinių nuostolių. Atsakingi asmenys atsakymus turi pateikti per inventorizacijos komisijos nurodytą laiką. Šis laikas negali būti trumpesnis nei 5 dienos ir ilgesnis nei 10 darbo dienų. Nustačius trūkumų, gedimų ir pertekliaus priežastis, inventorizacijos komisija rekomenduoja įmonės vadovui panaikinti inventorizacijos ir finansinės apskaitos duomenų nesutapimus (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Inventorizacijos sprendimus atitinkamose įmonės finansinės apskaitos sąskaitose registruoja įmonės finansinę apskaitą tvarkantis asmuo, tačiau tai atlikti gali tik vadovui priėmus galutinius sprendimus dėl inventorizavimo komisijos pateiktų rezultatų.

Inventorizacijos metu surinkta informacija svarbi įmonės veiklos analizei ir jos veiklos efektyvumo gerinimui, tolimesnių vystymosi sprendimų priėmimui. Šios informacijos registravimas ir apskaita, atsakingas duomenų rinkimas ir saugojimas užtikrina informacijos patikimumą. Už inventorizacijos rezultatų registravimą finansinėje apskaitoje atsakingas įmonės finansus tvarkantis asmuo, tačiau galutinio sprendimo jis negali priimti be vadovo sprendimo.

## **2.6. Vadovo sprendimas inventorizacijos apskaitoje**

Įmonės vadovas ne tik yra inventorizacijos iniciatorius, skiriantis už ją atsakingą komisiją. Vadovas atsakingas už:

- inventorizacijos organizavimo inicijavimą;
- duomenų išsaugojimą;
- inventorizacijos metu nustatytų turto trūkumų išieškojimą;
- sprendimų dėl turto vertės nustatyto it nuvertinimo priėmimą
- sprendimų inventorizacijos rezultatų įtraukimo į finansinę apskaitą priėmimą ir jų pateikimą finansinę apskaitą tvarkančiam asmeniui (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Vadovai, kaip atsakingi asmenys, reguliariai peržiūri ilgalaikio turto registrus, inventorizacijos rezultatus ir užtikrina, kad bet kokie inventorizacijos metu nustatyti skirtumai bus įvertinti ir išspręsti, o skirtumų priežastys bus nustatytos (Finansinio audito vadovas, 2022).

Inventorizacijos taisyklėse (2022), nurodoma, kad sprendimus dėl inventorizacijos metu rasto turto vertės nustatymo ir nuvertinimo vadovas priima per penkias darbo dienas nuo inventorizacijos pabaigos. Per 10 darbo dienų priimamas sprendimas dėl atliktos inventorizacijos rezultatų registravimo finansinėje apskaitoje.

Vadovui nusprendus, jo sprendimai ne vėliau kaip per 5 darbo dienas po sprendimo priėmimo dienos ir ne vėliau nei likus 10 darbo dienų iki finansinių ataskaitų sudarymo dienos perduodami asmeniui, tvarkančiam finansinę įmonės apskaitą ir galutinai registruojami atitinkamose įmonės finansinės apskaitos sąskaitose (Inventorizacijos taisyklės, 2022).

Apibendrinant vadovo sprendimus inventorizacijos apskaitoje, galima teigti, kad vadovo sprendimai susiję su inventorizacijos pradžia ir užbaigimu. Vadovas yra inventorizacijos iniciatorius ir pagrindinis asmuo, kurio sprendimas yra lemiamas sprendžiant ilgalaikio turto vertės ar nuvertėjimo klausimus.

## Išvados

1. Ilgalaikis turtas atlieka svarbų vaidmenį įmonės valdyme ir veiklos planavime. Klasifikuojant ilgalaikį turtą, mokslinėje, teisinėje ir metodinėje literatūroje išskiriamas: ilgalaikis materialusis turtas, ilgalaikis nematerialusis turtas, finansinis turtas ir įsipareigojimai.

2. Ilgalaikis turtas registruojamas įmonės apskaitoje, fiksuojant turto savikainą. Tikrinant ilgalaikį turtą, nustatomi apskaitoje neužfiksuoti objektai ir trūkumai bei registruotų objektų vertės pokyčiai. Savo išvadas inventorizacijos komisija pateikia įmonės vadovui, kuris priima galutinį sprendimą dėl turto kainų ir vertės nustatymo.

3. Inventorizuojant ilgalaikį turtą, svarbus turto klasifikavimas. Nuo ilgalaikio turto rūšies priklauso jo patikra ir jos rezultatų fiksavimas. Inventorizacijos sėkmei ir sklandumui svarbi nuosekli jos eiga, organizuotumas ir pasiruošimas.

4. Ilgalaikio turto inventorizacija vyksta įmonės vadovo iniciatyva, parašius įsakymą, kuriuo skiriama inventorizacijos komisija, atsakinga už inventorizacijos atlikimą. Pasirengimo inventorizacijai metu komisija pasiruošia reikalingas priemones ir dokumentus. Inventorizacijos metu ilgalaikis turtas gali būti tikrinamas natūra ir nuotoliniu būdu, priklausomai nuo turto rūšies. Sudaromi inventoriniai aprašai, laikantis apskaitos standartų reikalavimų. Inventorizacijos rezultatus į apskaitą įtraukia už įmonės apskaitos organizavimą atsakingas asmuo.

## Literatūra

1. Arsenieva, N.V., Putyatina, L.M., Tarasova, N.V. (2020). Methodological Aspects of a Comprehensive Analysis of the Fixed Capital of Machine Building Enterprises. *Economies*. 8(73): 1-13.
2. Arslan, S. (2020). Principles for presentation of intangible fixed assets in financial reports within the scope of tas-38. *International Journal of Eurasia Social Sciences*. 11(39): 53-68.
3. Bendikienė, D. (2019). *Finansinė apskaita*. Šiauliai: Šiaulių universitetas.
4. Bikienė, J., Pučkienė, D. (2012). *Buhalterinė apskaita: teorija ir praktika*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
5. Bukevičius, J., Burkšaitienė, D., Paliulis, N.K., Žaptorius, J. (2009). *Apskaita vadybininkams*. Vilnius: Technika.
6. Burkšaitienė, D. (2008). *Finansinė turto apskaita ir finansinės atskaitomybės rengimas*. Vilnius: Technika.
7. Česnauskė, J. (2018). *Apskaitos pagrindai: teorija ir praktika*. Kaunas: Kauno kolegija.
8. 12-asis verslo apskaitos standartas „ilgalaikis materialusis turtas“. *Valstybės žinios*. 2004, Nr. 20-616. 2016 m. redakcija. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.61E83B14A999/asr>
9. *Fixed Asset Handbook*. 2021. Prieiga per internetą [https://i.unisa.edu.au/siteassets/staff/finance/policies-and-guidelines/fixed\\_asset\\_handbook.pdf](https://i.unisa.edu.au/siteassets/staff/finance/policies-and-guidelines/fixed_asset_handbook.pdf)
10. *Fixed asset management: main reflections*. 2021. Prieiga per internetą [https://cfrr.worldbank.org/sites/default/files/2021-02/FAM\\_%20main%20reflections\\_Horn-Bergmann.pdf](https://cfrr.worldbank.org/sites/default/files/2021-02/FAM_%20main%20reflections_Horn-Bergmann.pdf)
11. *Finansinio audito vadovas*. (2002). Vilnius.
12. *Guidelines for Fixed Assets Management*. (2020). Geneva. Prieiga per internetą [https://www.theglobalfund.org/media/10202/financial\\_fixedassetsmanagement\\_guidelines\\_en.pdf](https://www.theglobalfund.org/media/10202/financial_fixedassetsmanagement_guidelines_en.pdf)
13. *Ilgalaikio materialiojo turto apskaitos tvarkos aprašas: vartotojo vadovas*. (2018). Vilnius: Lietuvos Respublikos finansų ministerija.
14. *Ilgalaikis turtas: naudotojo vadovas*. (2018). Vilnius: Lietuvos Respublikos finansų ministerija.
15. *Inventorizacijos taisyklės*. 2022. TAR, 2022-06-17, Nr. 13072. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/43c1b5c1edfd11ec8a3a9ec3b65fdf23?jfwid=vhtm8c8tp>
16. Ivanauskienė, A. (2007). *Buhalterinės apskaitos pagrindai*. Vilnius: TEV.
17. Jefimovas, B. (2008). *Apskaitos pagrindai*. Kaunas: Technologija.
18. Jonuškienė, E. (2011). *Individualių įmonių ir ūkinių bendrijų apskaita*. Šiauliai: Šiaulių valstybinė kolegija.

19. Kanapickienė, R., Rudžionienė, K., Jefimovas, B. (2008). *Finansinė apskaita*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
20. Koloszko-Chomentowska, Z., Vilkevičiūtė, J. (2020). Costs of maintaining fixed assets in agriculture – case of Poland and Lithuania. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 42(3): 248-258.
21. Krot, J., Brazilii, N., Shynkarenko, O. (2020). Repairs of own and leased fixed assets: organizational and methodological aspects of accounting. *Фінансово-кредитна діяльність: проблем и теорії і практики*. 2020, 3 (34): 116-125.
22. Kulyk, A. (2023). Considerations of the effect of armed conflicts on accounting estimate of fixed assets. *German International Journal of Modern Science*. 55: 4-9.
23. Lavrina, O., Shirikova, E., Shpagina, I., Magera, V. (2022). Fixed assets as an element of the production potential of the agricultural sector in regions. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*. 22(2): 463-471.
24. *Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymas*. 2021. Prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalact/lt/tad/b8c10fa24c6911ec86bdcb0a6d573b32?jfwid=-yvnrjiptp>
25. Mackevičius, J., Subačienė, R. (2016). *Lietuvos buhalterinės apskaitos sistema: praeitis, dabartis, perspektyvos*. Vilnius: Akademine leidyba.
26. Michalcea, M.M., Hada, I.D., Litan, C.S. (2018). Accounting policies on fixed assets and their influence on the financial performance of the economic entity. *Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu*. 208-216.
27. 1-asis verslo apskaitos standartas „Finansinė atskaitomybė“, 2003. 2016-ųjų metų redakcija. *Valstybės žinios*. 2004, Nr. 20-616
28. Rahmawaty, N., Astuti, C.D. (2023). The effect of csr, fixed asset intensity, profitability and leverage on tax avoidance with institutional ownership as a moderating variable. *Journal of Research and Community Service*. 4(2): 453-472.
29. Stupnytska, T., Yevtushevska, O., Pryimak, V. (2018). The analysis of approaches to the essence and classification of fixed assets. *Економіка Харчової промисловості*. 10(2): 102-112.
30. Subačienė, R., Budrionytė, R., Senkus, K. (2012). *Finansinė apskaita*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
31. 13-asis verslo apskaitos standartas „Nematerialūs turtas“. *Valstybės žinios*, 2007-11-24, Nr. 121-4994
32. *Verslo apskaitos standartai, taikomi nuo 2016 m. sausio 1 d.* (2015). Vilnius: Biudžetinė įstaiga Audito ir apskaitos tarnyba.
33. *Vidaus kontrolės organizavimo rekomendacijos*. Prieiga per internetą [https://avnt.lrv.lt/uploads/avnt/documents/files/Rekomendacijos\\_VK\\_organizavimas.pdf](https://avnt.lrv.lt/uploads/avnt/documents/files/Rekomendacijos_VK_organizavimas.pdf)
34. *Worldwide Capital and Fixed Assets Guide*. (2023). Prieiga per internetą [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en\\_gl/topics/tax/tax-guides/2023/ey-worldwide-capital-and-fixed-assets-guide-2023.pdf?download](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/tax/tax-guides/2023/ey-worldwide-capital-and-fixed-assets-guide-2023.pdf?download)
35. Wright, J., Zhu, B. (2018). Monopoly Rents and Foreign Direct Investment in Fixed Assets. *International Studies Quarterly*. 62, 341–356.
36. Žaptorius, J. (2015). *Finansinė apskaita*. Vilnius: Technika.

# INVESTAVIMO SĄLYGOS LIETUVOJE

*Liveta Paplauskaitė*  
*Lekt. Viktorija Mickevičienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnyje apibūdinamos investavimo sąlygos Lietuvoje, aptariamos investicijų rūšys, investavimo samprata, ryšiai su šalies ekonominiu vystymusi. Aptariamas Lietuvos investicinis patrauklumas, pabrėžiant investicinio patrauklumo elementų svarbą siekiant pritraukti užsienio investuotojus. Mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad Lietuvoje yra pakankamai palankios investavimo sąlygos.

Investavimo samprata, šalies investavimas, teisinio investavimo pagrindas, investavimo prielaidos.

## Įvadas

Lietuva vertinama kaip tiltas tarp Rytų ir Vakarų, leidžiantis lengvai patekti į naujas rinkas. Šalis yra viena iš pirmaujančių pasaulio šalių pagal patrauklumą gamybos įmonėms. Verslo pasaulyje Lietuva matoma kaip atvira ir dinamiška rinka (Zykienė ir kt., 2023).

Ekonominė gerovė yra svarbi pagrindinių žmogaus poreikių tenkinimo sąlyga, kuri yra vienas iš bet kurios šalies tikslų. Kad pasiektų šią sąlygą, šalis turi ne tik pasikliauti savo vidiniais ištekliais, bet ir stengtis pritraukti užsienio kapitalą bei palaikyti gerus užsienio santykius (Seržantė ir Karalius, 2022). Užsienio kapitalas į šalį pritraukiamas investicijų pavidalu.

Investicija reiškia bet kurios rūšies turtą, investuotą vieno iš investitoriaus tam tikroje teritorijoje su sąlyga, kad investicija atliekama pagal tos teritorijos įstatymus ir ypač, bet ne visada, apima: kilnojamąjį ir nekilnojamąjį turtą, kitas turtines teises, tokias kaip hipoteka, užstatas ar turto areštas, ir kitas panašaus pobūdžio teises; akcijas, obligacijas bei bet kurias kitas dalyvavimo bendrovėse formas; pretenzijas į pinigus, kuriuos naudojant buvo sukurta ekonominė vertė ar į bet kurią veiklą pagal kontraktą, turintį ekonominę vertę, taip pat su investicija susijusias paskolas; intelektualinės ir pramoninės nuosavybės teises, patentus, prekių ženklus, techninius procesus ir bet kurias panašias teises; koncesijas pagal viešąją teisę, įskaitant koncesijas gamtinių išteklių žvalgybai, gavybai, apdirbimui ar eksploatavimui, taip pat visas kitas teises, suteiktas įstatymu, kontraktu ar valdžios atstovų sprendimu (Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 1999, 2 str., naujausia redakcija 2024-01-01).

Lietuva laikoma pramonine šalimi, sėkmingai integruota į Europos Sąjungos rinkos sudėtį. Pramonė sudaro iki 20 procentų Lietuvos BVP, o pramonės prekės – daugiau nei 80 procentų Lietuvos prekių ir paslaugų eksporto. Gamybos sektorius yra viena iš strateginių Lietuvos sričių, kurios padėtis nuolat kinta. Investicijos į gamybos sektorių yra ypač svarbios, nes jos atneša inovacijų, naujų technologijų ir žinių. Užsienio kapitalas, know-how ir žinios leidžia sektoriui toliau vystytis, užtikrina pažangą ir gali prisidėti prie sektoriaus gyvybingumo (Zykienė ir kt., 2023).

Moskalenko ir kt. (2022) nurodo, kad nuolatinis ekonomikos vystymasis provokuoja konkurencijos stiprėjimą pasaulinėje rinkoje, todėl šalys turi nuolat siūlyti prienamas sąlygas pritraukti naujų darbo ir finansinių išteklių. Tuo pačiu metu užsienio investuotojai ir kvalifikuota darbo jėga orientuojasi į šalis, kuriose yra didelis investicinio patrauklumo lygis. Spartėjanti ekonomikos globalizacija verčia šalis konkuruoti tarpusavyje dėl įmonių investicinio kapitalo (Zykienė ir kt., 2023). Lietuva taip pat nėra išimtis, kadangi investicijos yra svarbios šalies raidai ir vystymuisi, jos finansinei gerovei. Bilas ir Franc (2022) teigimu, investicinis šalies patrauklumas priklauso nuo tos šalies vyriausybės sprendimų. Kadangi investavimo sąlygos nėra pastovios, jos nuolat kinta, priklausomai nuo vidinių bei išorinių veiksnių, tad nuolat svarbu stebėti ir analizuoti investavimo sąlygas ir jų patrauklumą investitoriams.

Darbo tikslas: apibūdinti investavimo sąlygas Lietuvoje.

Darbo objektas: investavimo sąlygos Lietuvoje.

Darbo uždaviniai:

1. Apibrėžti investavimo sampratą ir išskirti pagrindines investicijų rūšis.
2. Apibūdinti investicinio šalies patrauklumo prielaidas.
3. Apibūdinti investavimo patrauklumo sąlygas Lietuvoje.

Darbo metodai: mokslinės literatūros apžvalga ir analizė.

## 1. Investavimo prielaidos

Investicijos laikomos varomąja ekonomikos augimo jėga, skatinančia prekybą ir mažinančia nedarbą. Šalis gavėja gauna naudos iš perdavimo, priimančioji ekonomika vystosi ir keičia savo ekonominę struktūrą. Investicijų pobūdis ir šalies, priimančios investitorius, sąlygos sukuria prielaidas investicijų klestėjimui.

### 1.1. Investicijų samprata, rūšys ir aktualumas

Lietuvos Respublikos įstatymuose investicijos apibrėžiamos kaip „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“ (Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 1999, 2 str., naujausia redakcija 2024-01-01). Remiantis šia samprata, investavimas yra suprantamas kaip “Lietuvos Respublikos investicijų įstatymo nustatytais būdais atliekami investuotojo veiksmai, kuriais jis įgyja nuosavybės teisę arba kreditoriaus reikalavimo teisę į investavimo objektą arba teisę šį objektą valdyti ir naudoti“ (Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 1999, 2 str., naujausia redakcija 2024-01-01).

Investuotojais gali tapti tiek pati Lietuvos valstybė ar užsienio valstybės, įvairios tarptautinės organizacijos, Lietuvos Respublikos ir užsienio juridiniai ir fiziniai asmenys bei juridinio asmens teisių neturinčios įmonės, kurie Lietuvos Respublikos įstatymų nustatyta tvarka investuoja nuosavą, skolintą ar pasitikėjimo teise valdomą bei naudojamą turtą.

Remiantis šia informacija, galima teigti, kad investicijos gali būti skirstomos pagal įvairius požymius. Šiuo atveju investicijos klasifikuojamos pagal investuotojo įtaką ūkio subjektui. Taip pat pagal nuolatinę investuotojo buveinę. Kitas svarbus klasifikavimo pagrindas – tai investuotojo statusas bei investavimo objektas. Šie aspektai svarbūs vertinant investicijų pobūdį.

Tiesioginės užsienio investicijos laikomos vienu pagrindinių globalizacijos elementų. Jį galima apibūdinti kaip vadybinių, verslumo ir technologinių įgūdžių rinkinį, leidžiantį investuotojams gaminti prekes ir paslaugas kitoje šalyje. Šios investicijos gali sumažinti atotrūkį tarp besivystančių ir išsivysčiusių šalių, suteikdamos kapitalą išskirtiniams vidaus investicijų projektams. Užsienio investicijų pritraukimas yra pagrindinė daugelio besivystančių šalių problema, o ekspertai ir politikos formuotojai nuolat tiria pagrindinius veiksnius, lemiančius šalių patrauklumo lygį. Užsienio investicijos taip pat buvo apibūdintos kaip svarbi technologijų perdavimo priemonė, santykinai labiau prisidedanti prie augimo nei vidaus investicijos. Jos laikomos pasaulietine pažanga perduodant praktinę patirtį ir skleidžiant technologijas bei taip didinant šalies konkurencingumą (Zykienė ir kt., 2023). Žemgulienė ir Valukonis (2017) nurodo, kad viena iš investicijų formų – tai aplinkos apsaugos investicijos. Yra įvairių argumentų dėl investicijų į aplinką įtakos įmonių pelno augimui ir našumui. Tradicinis požiūris daro prielaidą, kad investicijos į aplinką yra susijusios su neigiamu poveikiu įmonės veiklos rezultatams. Įmonių investicijos į aplinkos apsaugos priemones tradiciškai laikomos aplinkos politikos sukelta našta. Teigiama, kad šios investicijos nepalaiko produkcijos ir našumo didinimo bei gamybos sąnaudų. Aplinkosaugos investicijos, skirtos mažinti taršos mažinimo išlaidas, gali neturėti našumo augimo efekto, jei našumo padidėjimas neatsveria taršos mažinimo išlaidų padidėjimo. Skirtingas gana teigiamas aplinkos investicijų, kaip produktyvaus paskirstymo, suvokimas grindžiamas argumentais, kad investicijos yra susijusios su inovacine veikla. Investicijų graža, skirta pažangiems gamybos būdams, suteikia pakankamai didelį efektą, kad būtų didesnis už sąnaudas. Į taršą mažinančias technologijas investuojančios įmonės turi pranašumą prieš konkurentus dėl pažangių produktų ir gamybos procesų. Investicijų į novatoriškas aplinkos apsaugos technologijas poveikis yra susijęs su produktų ir procesų tobulėjimu bei gamybos sąnaudų taupymu. Todėl investicijos į aplinką užtikrina inovatyvių procesų, veiklų ir produktų plėtrą. Vitunskienės ir Jazebčiko (2016) teigimu, investicijos yra svarbios ir žemės ūkio sektoriuje. Tuo tarpu Lukošiuūtė ir Martinkutė-Kaulienė (2016) pastebi, kad investicijos dažniausiai turi teigiamą poveikį šalies BVP augimui.

Apibendrinant galima teigti, kad investicijos – tai vadybinių, verslumo ir technologinių įgūdžių rinkinys, leidžiantis investuotojams gaminti prekes ir paslaugas kitoje šalyje. Ši galimybė naudinga ne tik šaliai, kuri gamina, bet ir tai šaliai, kuri įsileidžia investuotojus. Galima išskirti įvairias investicijų formas, tačiau aktualiausias šalies vystymuisi yra išorinės užsienio investicijos, susijusios su šalies investiciniu patrauklumu.

### 1.2. Šalies investicinio patrauklumo prielaidos

Mokslinėje literatūroje, analizuojant investicijų pritraukimą į tam tikrą šalį ar pramonės šaką, vartojama investicinio patrauklumo sąvoka. Pasak Karlovos, ir kt. (2021) – investicinis klimatas yra

apibendrinta socialinių ekonominių, organizacinių, sociokultūrinių ir kitų veiksnių visuma, daranti įtaką sėkmingam regionų vystymuisi. Investicinis klimatas gali būti suprantamas kaip vietinių veiksnių visuma, kuri formuoja įmonių paskatas ir galimybes investuoti, augti ir kurti darbo vietas, o tai yra susiję su įvairiomis šalies valdžios institucijomis. Investiciniu patrauklumu siekiama sukurti tvirtą pagrindą, kuris nulemia prioritetus ir palankiausias būdus, padedančius verslo valdymo struktūrai pasiekti užsibrėžtų tikslų, derinant socialinius, ekonominius ir aplinkosaugos poreikius. Investicinis patrauklumas neatsiejamas nuo šalies konkurencinio pranašumo prieš kitas šalis. Tai būtina konkurencingumo sąlyga. Kad šalis taptų konkurencinga, ji turi tapti patraukli investicijoms. Planuodama verslo strategiją, siekdama pritraukti kuo daugiau užsienio investicijų, valstybė turi įvertinti veiksnus, kurie yra jos pranašumas kitų šalių atžvilgiu. Kaip teigia Zykienė ir kt. (2021) vietovės patrauklumas verslo plėtrai – tai gebėjimas protingai ir efektyviai veikti per savo aplinką, pritraukiant ir kuriant verslą taip, kad regionas galėtų tapti konkurencingas prieš kitas sritis.

Pasak Urbšienės ir kt. (2016), kiekvieno investuotojo tikslas – maksimaliai padidinti tikėtina investicijų grąžą ir kartu sumažinti investicijų riziką. Rizika yra neatsiejama investicijos dalis ir kadangi jos negalima pašalinti, ją būtina valdyti. Mažos rizikos investicijų (pvz.: terminuotų indėlių) grąža yra labai maža ir kartais net mažesnė už infliaciją, o tai reiškia, kad reali grąža yra neigiama. Investavimas į akcijas yra vertinamas kaip rizikingesnis, todėl ir laukiama grąža turėtų būti didesnė. Rizikos įvertinimas pateikia galimo nuostolio tikimybę ir padeda atsakyti į klausimą, kokią investicijų klasę pasirinkti. Todėl grąžos ir rizikos santykis yra vienas pagrindinių finansų rinkų klausimų. Galimybė pasiekti šių tikslų siejama su investiciniu patrauklumu.

Investicinį patrauklumą tiriantys autoriai pabrėžia jo svarbą pritraukiant į šalį tiesiogines užsienio investicijas. Patrauklumas investicijoms formuojasi veikiant daugeliui rodiklių (Zykienė ir kt., 2021, 2023). Norint apibrėžti ir tinkamai įgyvendinti strategijas ir politikos priemones konkurencingumui ir ekonomikai bei jos augimui gerinti, svarbu atskleisti tiesiogines užsienio investicijas lemiančius veiksnus. Mokslininkai pabrėžia politinių veiksnių, gamtos išteklių ir žaliavų, pagrindinių rinkos rodiklių ir infrastruktūros svarbą. Norint įvertinti veiksnus, lemiančius tiesiogines užsienio investicijas, svarbu atsižvelgti į minėtus veiksnus, lemiančius šalies investicinį patrauklumą. Daugelyje mokslinių šaltinių pabrėžiama, kad tiesioginių užsienio investicijų pritraukimą lemia vertingi šalies ištekliai ir galimybės. Besikeičianti rinka verčia atsižvelgti į visus veiksnus, lemiančius ekonominį pajėgumą, pavyzdžiui, žmogiškąjį kapitalą, žinias ir institucijas (Zykienė, 2023; Bobinaitė ir kt., 2022).

Wang ir kt. (2022) teigia, kad investicijų pritraukimą lemia ekonominiai veiksniai (darbo kaštai, infrastruktūra ar valiutos kursas), kiti mokslininkai taip pat tiria institucijų įtaką tiesioginių užsienio investicijų patrauklumui. Daugelis autorių savo publikacijose pabrėžia veiksnus, kurie daro patrauklų investicinį klimatą. Investicinį klimatą galima apibūdinti tokiais veiksniais kaip klimatas, gamtos ištekliai, atstumas nuo svarbių objektų, taip pat šalies infrastruktūros būklė, ekonominė ir socialinė politika, įvairių institucijų ir valdžios institucijų stabilumas. Naujausios tendencijos rodo, kad dėl pasaulinių klimato kaitos problemų daugelis šalių įgyvendina aplinkosaugos reguliavimo politiką, o mokslininkai vis daugiau dėmesio skiria aplinkos reguliavimo poveikiui tiesioginėms užsienio investicijoms (Wang ir kt., 2022).

Bruneckienė ir kt. (2019) atskleidė naują požiūrį į investicinio patrauklumo vertinimą, apimančią „minkštuosius“ ir išmaniuosius kriterijus, tokius kaip: kūrybiškumas, tvarumas, socialinė atsakomybė, skaitmenizacija, smalsumas ir naujų žinių kompetencijos. Sparčiai besikeičianti aplinka lemia didėjančią įmonių konkurenciją, o norėdamos išlikti konkurencingos, įmonės ieško protingų būdų, kaip ilgalaikėje perspektyvoje konkuruoti nacionaliniu ir tarptautiniu mastu. Tiesioginės užsienio investicijos didina įmonės konkurencingumą ir visos šalies gerovę (Bruneckienė ir kt., 2019). Zykienė ir kiti (2021) savo moksliniame darbe išskyrė apčiuopiamus makroaplinkos veiksnus ir „minkštuosius“ gebėjimus, lemiančius šalies patrauklumą investicijoms. Taip pat autoriai pažymi, kad pačios šalys, didindamos investicinį patrauklumą, ženkliai prisideda prie įmonių konkurencijos didėjimo ir žinių, technologijų, inovacijų pritraukimo. Investicinio patrauklumo formavimąsi galima pateisinti teigiamu tiesioginių užsienio investicijų poveikiu. Vis dėlto, Moskalenko ir kt. (2022) teigimu, finansų sistema yra pagrindinis šalių investicinio patrauklumo elementas.

Mokslininkų nustatyti veiksniai gali būti suskirstyti į keturias skirtingas rodiklių grupes, kurios atskleidžia priežastis, dėl kurių investuotojai gali apsispręsti, kur investuoti. Ši grupavimas patvirtina faktą, kad tiesiogines užsienio investicijas į gamybos sektorių lemiančių veiksnių tyrimas reikalauja holistinio požiūrio, nes užsienio verslininkai sprendimą plėsti veiklą priima atsižvelgdami ir vertindami ne vieną, o visą grupę veiksnių. Rodiklius, pasak Zykienės ir kt. (2023), galima suskirstyti į keturias pagrindines grupes:



- Darbo rinkos rodikliai: kvalifikuota darbo jėga, darbo našumas, našumas, darbo rinkos lankstumas, darbo sąnaudos.
- Rinkoje veikiančių įmonių rodikliai: klasteriai, rinkoje veikiančių įmonių rezultatai.
- Šalies ekonominiai rodikliai: rinkos dydis, ekonominis stabilumas, atvirumas prekybai, importo ir eksporto rodikliai, šalies BVP rodikliai, šalies palūkanų norma, šalies investicijos į mokslinius tyrimus.
- Politiniai veiksniai: teisinis reguliavimas, politinis stabilumas.

Apibendrinant galima teigti, kad investicinio patrauklumo sukūrimas yra svarbi sąlyga pritraukiant užsienio investicijas ir jį sudaro didelė gausa įvairių elementų, apimančių šalies darbo rinką ir jos lankstumą, palūkanų normą, institucijas, atsakingas už investicijų reguliavimą, politinį stabilumą, rinkos dydį ir kt.

## 2. Lietuvos investicinis patrauklumas

Investicinis patrauklumas nusako tam tikras šalies ypatybes, kurios leidžia jai pritraukti tarptautinius investuotojus, tokius kaip tarptautinės įmonės ir tarptautinės korporacijos, žemės ūkio valdos ir kt. Investicinio patrauklumo vertinimas yra sudėtingas procesas su daugybe pasikartojimų, dimensijų, turinčių įtakos šalies investiciniam patrauklumui. Investicinio patrauklumo elementų spektras priklauso nuo šalies ir jos plėtros prioritetų.

### 2.1. Teisinis investavimo pagrindas

Teisinis reglamentavimas yra viena iš svarbių investavimo sąlygų, sukuriančių prielaidas investavimo sėkmei. Sklandžiai veikianti įstatyminė bazė, jos teisinis suderinamumas su užsienio šalių įstatymais yra ypač svarbus siekiant pritraukti investitorius ir sukurti jiems palankias investavimo sąlygas.

Pagrindinis įstatymas, reglamentuojantis užsienio investicijas Lietuvoje yra 1999 m. liepos 7 d. priimtas Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, pakeitęs iki to laiko galiojusį LR Užsienio kapitalo investicijų įstatymą (naujausia redakcija 2024-01-01). Naujas įstatymas yra suderintas su Europos Sąjungos direktyvomis ir nustato investavimo Lietuvos Respublikoje sąlygas, investuotojų teises ir investicijų apsaugos priemones visų rūšių investicijoms. Investicijų įstatymas įtvirtina nuostatą, kad Lietuva yra atvira investicijoms iš visų užsienio valstybių bei visų investuotojų. Investuotojai gali investuoti LR įstatymų nustatyta tvarka šiais būdais:

- 1) Steigdami ūkio subjektą, įsigydami Lietuvos Respublikos įregistruoto ūkio subjekto kapitalą arba jo dalį.
- 2) Įsigydami visų rūšių vertybinius popierius.
- 3) Sukurdami, įsigydami ilgalaikį turtą arba didindami jo vertę.
- 4) Skolindami lėšas ar kitą turtą ūkio subjektams, kuriuose investuotojui priklauso kapitalo dalis, suteikianti jam galimybę kontroliuoti arba daryti nemažą įtaką ūkio subjektui.
- 5) Vykdydami koncesijų bei išperkamosios nuomos (lizingo) sutartis (Lietuvos narystė ES).

Įstatyminė bazė nustato investitorių, t.y. investicinės veiklos subjektų, kurie priima sprendimus įdėti savas, skolintas ir pritrauktas turtines ir intelektualines vertybes į investavimo objektus, teisinį statusą (Lithuania. Country review, 2024). Lietuvoje galiojantys teisės aktai kartu su investitorių teisėmis nustato ir tam tikras jų pareigas.

Pagrindiniai Investicijų įstatymo privalumai:

- įtvirtina nuostatą, kad Lietuva yra atvira investicijoms iš visų užsienio valstybių bei visų investuotojų;
- investicijų įstatymas deklaruoja, kad visi investicinės veiklos subjektai nepriklausomai nuo nuosavybės ir veiklos formų turi vienodas teises vykdant šią veiklą. Jie taip pat savarankiškai nusistato investicijų tikslus, kryptis ir apimtis. Jie sutarčių pagrindu, tame skaičiuje organizuojant konkursus ir prekybos, pritraukia investicijų realizavimui bet kurios investicinės veiklos dalyvius. Investitorius turi teisę valdyti, naudoti ar kitaip disponuoti investiciniais objektais bei investicijų rezultatais, tame tarpe investicines ir prekybines operacijas Lietuvos teritorijoje;
- investicijų įstatymas įpareigoja investicinės veiklos subjektus laikytis nustatytų valstybinių normų ir standartų, teikti nustatyta tvarka buhalterinę ir statistinę atskaitomybę, neleisti nesąžiningos konkurencijos bei vykdyti antimonopolinio reguliavimo reikalavimus;
- LR įstatymai nustato, kad visi investuotojai, nepriklausomai nuo nuosavybės ir veiklos formų, turi vienodas teises vykdant investicine veiklą. Investuotojai, atsižvelgdami į savo interesus,

gali savarankiškai nusistatyti investicijų kryptis bei apimtis. Investuotojas turi teisę valdyti, naudotis ir disponuoti investavimo objektu Lietuvos Respublikoje, vadovaudamasis Lietuvos Respublikos įstatymais ir kitais teisės aktais. Investuotojas taip pat turi teisę jam nuosavybės teise priklausantį pelną (pajamas), Lietuvos Respublikos įstatymu nustatyta tvarka sumokėjęs mokesčius, konvertuoti į užsienio valiutą ir (ar) pervesti į užsienį be apribojimų.

Remiantis Lietuvos Respublikos investicijų įstatymu (1999, naujausia redakcija 2024-01-01), investitorius privalo:

- teikti finansiniams organams deklaracijas apie vykdomų investicijų apimtis ir šaltinius;
- gauti būtiną leidimą ar suderinimą norint atlikti statybą (plačiaja prasme) iš atitinkamų valstybinių organų ir tarnybų (siekiama proporcingai skatinti visų ūkio šakų plėtojimą);
- gauti investicinių objektų dalies, kurioje numatomas technologinių, sanitarinių-higieninių, radiacinių, ekologinių ir architektūrinių reikalavimų atlikimas, normas bei ekspertizų išvadas;
- gauti licenciją specialių rūšių darbams, kurie reikalauja atitinkamos vykdytojo atestacijos, atlikti.

Lietuvos Respublikos juridiniams asmenims, užsienio fiziniams ir juridiniams asmenims investavimo, įsigyjant nuosavybės žemę, tvarką, sąlygas ir apribojimus nustato Lietuvos Konstitucija (1992), kuri numato, kad žemę gali įsigyti:

- 1) nacionaliniai subjektai,
- 2) užsienio subjektai, atitinkantys Lietuvos pasirinktos europinės ir transatlantinės integracijos kriterijus (t.y. kilę iš valstybių, priklausančių Europos Sąjungai, arba valstybių Europos sutarties dalyvių, įsteigusių asociaciją su Europos bendrijomis ir joms priklausančiomis šalimis narėmis; valstybių, kurios yra Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (OECD) arba Šiaurės Atlanto sutarties organizacijos narės).

- 3) užsienio valstybių piliečiai – ne vėliau kaip pasibaigus Europos sutarties, steigiančios Europos bendrijų bei jų šalių narių ir Lietuvos Respublikos asociaciją, numatytam pereinamajam laikotarpiui.

Apibendrinant galima teigti, kad įstatyminė bazė yra svarbus investicinio šalies patrauklumo elementas, sukuriantis prielaidas kitų elementų realizavimui ir šalies patrauklumo kūrimui.

## 2.2. Investavimo prielaidos Lietuvoje

Įmonės ar fizinio asmens investicijos užsienio šalyje vadinamos tiesioginėmis užsienio investicijomis. Kuo daugiau Lietuva pritraukia tiesioginių užsienio investicijų, tuo lengviau skatinti ekonomiką. Todėl turėtų būti aišku, kas daro įtaką šioms investicijoms ir kaip ją įvertinti? Į šį klausimą galima atsakyti išanalizavus Lietuvos investicinio patrauklumo aspektus (Seržantė ir Karalius, 2022). Tvaronavičienė ir kt. (2023) taip pat pabrėžia, kad tiesioginės užsienio investicijos laikomos varomąja ekonomikos augimo jėga, skatinančia prekybą ir mažinančia nedarbą. Šalis gavėją gauna naudos iš technologijų perdavimo. Priimančiosios šalies ekonomika vystosi ir keičia savo ekonominę struktūrą. Moskalenko ir kt. (2022) pabrėžia, kad užsienio investicijų pritraukimas ypač svarbus Lietuvai ir daugeliui kitų šalių. Mokslininkai pabrėžia, kad apie 2018-uosius metus Lietuvos investicinis patrauklumas akivaizdžiai išaugo ir jo augimas tęsėsi iki 2020 m., apimdamas visus investicinio patrauklumo elementus.

Atsakomybė už investavimo strategijos formavimą tenka Lietuvos banko Bankininkystės tarnybos Investicijų valdymo departamento skyriui, kuris yra parengęs ir viešai paskelbęs turto paskirstymo investicijų portfelyje gaires (Galinenė ir Stravinskytė, 2016). Körnert ir Junghanns (2020) nuomone, Lietuvos bankai sukuria pakankamai palankias sąlygas investicijoms.

Lietuva aktyviai skatina užsienio įmones ir investuotojus ieškoti investavimo galimybių Lietuvoje. Lietuvos užsienio investicijų indeksas siekia 7,5 iš dešimties balų. Pagrindiniai užsienio investicijų politikos principai yra (Lithuania. Country review 2024, p. 191) šie:

- **Lygybė:** įstatymas numato, kad vienoda apsauga suteikiama tiek užsienio, tiek vidaus investuotojams. Investuoti užsienio kapitalą Lietuvoje nereikia specialaus valdžios institucijų leidimo ir nėra jokių draudimų ar apribojimų, jei investuotojas vykdo veiklą pagal Lietuvos įstatymus.

- **Investavimo formos:** įstatymas leidžia steigti verslo organizaciją, kuri visiškai arba iš dalies priklauso steigėjui arba įsigyti jau esamos įmonės akcijų. Pagal Lietuvos Respublikos įstatymus, užsienio investuotojas gali parduoti, dovanoti, įkeisti ar kitaip perleisti visiškai apmokėtas akcijas.

- **Užsienio kapitalo kilmės samprata:** tik užsienio kapitalas, t.y. teisėtai sukurtas ar gautas kapitalas už Lietuvos Respublikos teritorijos ribų ir priklausantysis užsienio piliečiams, gali būti investuojamas

Lietuvoje iš užsienio. Užsienio investuotojai gali įnešti kapitalą pinigais, kilnojamoju ar nekilnojamoju turtu arba intelektine ar pramonine nuosavybe.

- Kaip papildoma paskata skatinti užsienio investicijas, užsienio investuotojų įnašai natūra, kurie yra įmonės kapitalo dalis tiek steigiant, tiek plečiant įmonę, yra atleidžiami nuo importo muitų. Vėliau, įmonei nustojus veikti, visas likęs turtas, kurį įnešė užsienio investuotojas, gali būti išvežtas iš Lietuvos netaikant muitų.

Rozhenko ir kt. (2023), analizuodami Lietuvos investicinių patrauklumą, nustatė, kad viena iš investicinių sričių yra susijusi su atliekų perdirbimu. Kaip pavyzdys naudojama padangų pramonė. Padangų perdirbimo į degalus technologija paremta inovatyvaus verslo plėtros strategija, parengta atsižvelgiant į įtraukiuosios Lietuvos Respublikos ekonomikos principus. Verslumo plėtra šioje srityje sprendžia aplinkos taršos, kurią sukelia naudotos padangos, problemą, o padangų perdirbimas į parolinį kurą yra konkurencinga alternatyva energetikos rinkoje. Lietuvos Respublikoje egzistuojanti teisinė bazė sudaro būtinas prielaidas šiai strategijai įgyvendinti. Skandinavų sektoriaus investicijų Lietuvoje kontekste didžiausios tiesioginių užsienio investicijų įplaukos yra iš Švedijos. Tuo pačiu mažiausia dalis – Islandijos tiesioginių užsienio investicijų Lietuvoje. Didžiausias tiesioginių užsienio investicijų srautas visose Skandinavijos šalyse nukreipiamas į ekonomines veiklas, kurios sudaro Lietuvos antrinį ir tretinį ekonomikos sektorių.

Investuotojų optimizmą 2022 metams gerokai sugriovė Ukrainoje prasidėjęs karas. Geopolitiniai pokyčiai lėmė, kad nuo 8 iš 10 investuotojų, planuojančių investuoti į Europą, sumažėjo iki 4 iš 10. Tyrimo duomenimis, Lietuva tiesioginių užsienio investicijų žemėlapyje užėmė 21 vietą, tai yra 2 pozicijomis žemiau nei 2020 m. Pagal investicijomis sukurtas darbo vietas 1 mln. gyventojų Lietuva užėmė 6 vietą tarp Europos šalių. Lietuva metai iš metų pirmauja finansinių technologijų srityje tiek pagal investicijų apimtį, tiek pagal investicinių įmonių skaičių. Tačiau kituose sektoriuose (taip pat ir apdirbamojoje pramonėje) investicijų srautai mažesni. Pastebima tendencija, kad bendrai užsienio investicijų apimčiai didėjant, labai mažėja investuojančių įmonių gamybos sektoriuje (Zykienė ir kt., 2023).

Lietuvoje yra keli užsienio kapitalo investavimo būdai: tiesioginės investicijos steigiant įmones, perkant veikiančių įmonių akcijas bei suteikiant šioms įmonėms ilgalaikes ar trumpalaikes paskolas, ir netiesioginės investicijos – teikiant kreditus bei paskolas Lietuvos ekonomikos restruktūrizacijai bei gamybos modernizavimui. Taip pat galimos žalosios investicijos (Bužinskė ir Stankevičienė, 2023). Esant ribotiems kapitalo ištekliais Lietuvoje, užsienio investicijos yra labai efektyvios, skatinant gamybos augimą, eksportą, keliant prekių ir paslaugų kokybę, kuriant naujas darbo vietas ir padedant įmonėms sėkmingiau konkuruoti laisvosios rinkos sąlygomis. Tiesioginės investicijos yra vienas pagrindinių šalies ūkio renovacijos veiksnių, nes atsiranda galimybė diegti modernias technologijas, įgyvendinti naujas ir progresyvias vadybos idėjas. Kadangi Lietuvoje šios pramonės šakos įgyja keletą pranašumų, įskaitant galimybę gauti pigesnę darbo jėgą ir rankų darbą, išvystytą infrastruktūrą (kelius ir jūrų uostą) bei patogią geografinę padėtį, tai lemia jų patrauklumą investicijoms.

Lietuva pastaraisiais metais labai sėkmingai pritraukia vis daugiau tiesioginių užsienio investicijų į finansinių technologijų sektorių, todėl tai yra viena iš prioritetinių šalies plėtros sričių. Tačiau investicijų pritraukimas į kitus sektorius taip pat svarbus, jei šalis nori tęsti sėkmingą ekonomikos augimą, darbo vietų kūrimą ir plėtrą įvairiose srityse. Gamybos sektorius svarbus, nes įvardytas kaip vienas patraukliausių pramonės sektorių, galinčių prisidėti prie stabilaus šalies ekonomikos augimo. Tyrimai patvirtina, kad užsienio investicijos yra technologijų plėtros ir inovacijų variklis, o jų pritraukimas į analizuojamą gamybos sektorių užtikrintų sektoriaus gyvybingumą ir tvarią plėtrą (Zykienė ir kt., 2023).

Investavimo sąlygų gerinimo perspektyvos apibrėžiamos kaip Lietuvos valdžios orientacija į ir vidų nukreiptas užsienio šalių investicijas, kurios prisideda prie žinioms imlių sektorių arba diegia naujoves, taikant papildomas priemones. Pavyzdžiui, mokesčių sumažinimas arba mokesčių atleidimas galėtų būti patrauklios priemonės Šiaurės šalių įmonėms, kurios linkusios investuoti į tretinį sektorių. Detalesnė sektorių analizė leistų pritraukti tikslines įmones, kurios galėtų prisidėti prie didesnio našumo ar inovacijų plėtros. Be to, reikėtų persvarstyti Šiaurės šalis, kurios neturėjo įtakos sektorių augimui, ir imtis konkrečių priemonių. Ypatingą dėmesį tikslinga skirti tam tikrų sektorių plėtrai ir pažangai. Reikėtų individualiai susisiekti su stipriomis pirmaujančiomis tarptautinėmis korporacijomis ir imtis konkrečių priemonių, atsižvelgiant į verslo ypatumus ir poreikius (Tvaronavičienė ir kt., 2023). Burlea-Schiopoiu ir kt. (2021) nustatė, kad siekiant pritraukti užsienio investicijas į Lietuvą, tikslinga pritraukti užsienio turistus ir intensyvuoti reklamines kampanijas šioje srityje.

## Išvados

1. Investavimas mokslinėje literatūroje apibrėžiamas kaip Lietuvos Respublikos investicijų įstatymo nustatytais būdais atliekami investuotojo veiksmai, kuriais jis įgyja nuosavybės teisę arba kreditoriaus reikalavimo teisę į investavimo objektą arba teisę šį objektą valdyti ir naudoti. Vadovaujantis skirtingais kriterijais, gali būti išskiriama keletas investicijų rūšių, iš kurių aktualiausias yra tiesioginės užsienio investicijos.

2. Kadangi užsienio investicijos sukuria prielaidas šalies vystymuisi, kiekvienai šaliai svarbu sukurti aplinką patrauklią investicijoms. Investicinių patrauklumą sudaro bendras investicinis klimatas kaip socialinių-ekonominių, organizacinių, sociokultūrinių ir kitų veiksnių visuma, daranti įtaką sėkmingam regionų vystymuisi. Investiciniu patrauklumu siekiama sukurti tvirtą pagrindą, kuris nulemia prioritetus ir palankiausias būdus, padedančius verslo valdymo struktūrai pasiekti užsibrėžtų tikslų, derinant socialinius, ekonominius ir aplinkosaugos poreikius.

3. Lietuvoje investicinės sąlygos ir investicinio patrauklumo prielaidos kuriamos formuojant ir atnaujinant teisinį investavimo reglamentavimą, kurio pagrindą sudaro Lietuvos Respublikos Konstitucija (1992) ir Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas (1999). Investicinėms sąlygoms įtakos turi bankų veikla, darbo rinkos struktūra ir lankstumas. Pagal investicijų pagrindu sukurtų darbo vietų skaičių 1 mln. gyventojų, Lietuva užima 6 vietą tarp Europos šalių. Šis faktas patvirtina, kad Lietuvoje yra sukurtos palankios investavimo sąlygos.

## Literatūra

1. BILAS, Vlatka; FRANC, Sanja. The Contribution Of Foreign Direct Investment To Economic Growth In The Selected Emerging European Countries: The Evidence Based Upon The Panel Cointegration Model. *Economic Horizons*, September - December 2022, Volume 24, Number 3, 217 – 229. Prieiga per doi:10.5937/ekonhor2203229B
2. BOBINAITĖ, Viktorija; KONSTANTINAVIČIŪTĖ, Inga; CIBINSKIENĖ, Akvilė; DUMČIUVIENĖ, Daiva. Labour Productivity as a Factor of Tangible Investment in Companies Producing Wind Energy Components and Its Impacts: Case of Lithuania. *Energies*. 2022, 15, 4925. <https://doi.org/10.3390/en15134925>
3. BRUNECKIENE, J., JUCEVICIUS, R., ZYKIENE, I., RAPSIKEVICIUS, J., LUKAUSKAS, M. Assessment of investment attractiveness in European countries by artificial neural networks: what competences are needed to make a decision on collective well-being?. *Sustainability*. 2019, 11(24), 6892. <https://doi.org/10.3390/su11246892>
4. BURLEA-SCHIOPOIU, Adriana; BROTESCU, Simin; POPESCU, Liviu. The impact of foreign direct investment on the economic development of emerging countries of the European Union. *Wiley*. 2020. May 15, p. 2148-2178.
5. BUŽINSKĖ, Julija; STANKEVIČIENĖ, Jelena. Analysis of Success Factors, Benefits, and Challenges of Issuing Green Bonds in Lithuania. *Economies*. 2023, 11: 143. <https://doi.org/10.3390/economies11050143>
6. DANILEVIČIENĖ, Irena; LUKŠYTĖ, Vilma. Tiesioginių užsienio investicijų įtakos šalies ekonomikos konkurencingumui vertinimas. *VGTU Journals*. 2017 9(2) p. 183–196. ISSN 2029-2341. Prieiga per internetą: <https://vb.vgtu.lt/object/elaba:22844031/>
7. GALINIENĖ, Birutė; STRAVINSKYTĖ, Justina. Constructing An Optimal Investment Portfolio For The Bank Of Lithuania. *Ekonomika*. 2016, 95(1), p. 112-135.
8. KARLOVA, M.; KUZNETSOVA, E.; FOMINA, T. Modeling of Factors Influencing the Investment Climate in the Region. In *2021 3rd International Conference on Control Systems, Mathematical Modeling, Automation and Energy Efficiency (SUMMA)*. 2021, November. p. 378-380. IEEE. <https://doi.org/10.1109/SUMMA53307.2021.9632132>
9. KÖRNERT, Jan; JUNGHANN, Thomas. The Potential for Sovereign Wealth Funds to Exert Influence Through Critical Banks in the Five Smallest EU Member States: An Analysis of Malta, Cyprus, Estonia, Latvia and Lithuania. *Credit and Capital Markets*, Volume 53, Issue 2, pp. 187–220.
10. Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas [interaktyvus]. Vilnius, Lietuvos Respublikos Seimo kanceliarija, 2014. [žiūrėta 2024 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.C7E57DF3CEC5>

11. Lietuvos narystė ES [interaktyvus]. Vilnius, Lietuvos Respublikos užsienio reikalų ministerija [žiūrėta 2024 m. balandžio 07 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.urm.lt/default/lt/uzsienio-politika/uzsienio-politikos-prioritetai/lietuva-europos-sajungoje/lietuvas-naryste-es>
12. Lithuania. Country review 2024. [žiūrėta 2024 m. balandžio 07 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.countrywatch.com/intelligence/countryreviews?countryid=102>
13. LUKOŠIŪTĖ, Greta; MARTINKUTĖ-KAULIENĖ, Raimonda. Tiesioginių užsienio investicijų įtakos baltijos šalių ekonominei raidai vertinimas [interaktyvus]. Science: Future of Lithuania. 2016, Vol. 8 Issue 2, p212-220. 9 p. ISSN 2029-2341 [žiūrėta 2024 m. balandžio 22 d.]. Prieiga per <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://jest.vgtu.lt/index.php/MLA/article/download/2403/1942&ved=2ahUKEwjArKrNm-KFAxVYKRAIHXSjCoEQFnoECA8QAQ&usq=AOvVaw1g-vFBoUcaseha49dQbF53>
14. MOSKALENKO, Bogdan; LYULYOV, Oleksi; PIMONENKO, Tetyana. The investment attractiveness of countries: coupling between core dimensions. *Forum Scientiae Oeconomia*. 2022. Volume 10, No. 2, p. 153-174. Prieiga per DOI: 10.23762/FSO\_VOL10\_NO2\_8
15. ROZHENKO, Oleksandra; LURCHENKO, Maryna; JUSČIUS, Vytautas. The Innovative Strategy Of The Business Development Based On The Waste Tire Recycling In The Republic Of Lithuania. *Management Systems in Production Engineering*. 2023, 31(2), p. 162-171. Prieiga per DOI 10.2478/mspe-2023-0018
16. SERŽANTĖ, Milena; KARALIUS, Benas. Analysis of the Economic Factors Determining the Foreign Direct Investment Inflows of Lithuania. *Trends Economics And Management*. 2022 39(1): 35–46, prieiga per DOI: <http://dx.doi.org/10.13164/trends.2022.39.35>
17. TVARONAVIČIENĖ, Manuela; SIMELYTĖ, Agnė; STIRBLYTĖ, Gerda. The Impact Of Foreign Direct Investment From The Nordic Countries On The Structure Of Lithuania's Economy. *Marketing and Management of Innovations*. 2023, 14(4), p. 112-127, Prieiga per <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.4-08>
18. URBŠIENĖ, Laimutė; BUGAJEVAS, Andrius; PIPIRAS, Marekas. The Impact Of Investment Horizon On The Return And Risk Of Investments In Securities In Lithuania. *Organizations And Markets In Emerging Economies*, 2016, VOL. 7, No. 2(14), p. 88-113.
19. VITUNSKIENĖ, Vlada; JAZEPIČIKAS, Darius. Investicinės Ir Tiesioginės Paramos Priemonių Reikšmingumas Ūkių Investicijoms Lietuvoje. *Apskaitos ir finansų mokslas ir studijos: problemos ir perspektyvos*. 2016, vol. 10, no 1: 200-214, prieig per DOI: <https://doi.org/10.15544/ssaf.2016.19>
20. WANG, Q., DU, Z., WANG, B., CHIU, Y. H., CHANG, T. H. Environmental regulation and foreign direct investment attractiveness: Evidence from China provinces. *Review of Development Economics*. 2022, 26(2), 899-917. <https://doi.org/10.1111/rode.12871>
21. ZYKIENĖ, Ineta; LESKAUSKIENĖ, Aistė; MIČIULIENĖ, Ieva; DAUGĖLIENĖ, Rasa. Driving Growth and Innovation: Exploring Foreign Direct Investment in the Manufacturing Sector (The Case of Lithuania). *European Integration Studies*. 2023. No. 17, p. 124-140. Prieiga per [doi.org/10.5755/j01.eis.1.17.34264](https://doi.org/10.5755/j01.eis.1.17.34264)
22. ZYKIENE, I., SNIESKA, V., BRUNECKIENE, J., & BURKSAITIENE, D. Assessment of regions using an index for a location's attractiveness for business development. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2021, 34(1), 1366-1384. Prieiga per <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1825106>
23. ŽEMGULIENĖ, Jolanta; VALUKONIS, Mantas. Enterprise Environmental Investments And Productivity Growth – Evidence For Lithuania Industry Sectors. *Section Environmental Economics*. 2017. P. 293-301. <https://doi.org/10.5593/sgem2017/53>

# TRUMPALAIKIO TURTO FINANSAVIMAS AB „PANEVĖŽIO STATYBŲ TRESTAS“ ĮMONĖJE

*Monika Paukštienė*

*Lekt. Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Šiame darbe pristatomas trumpalaikio turto finansavimas AB „Panevėžio statybų trestas“ įmonėje. Darbe analizuojamos skirtingų autorių sąvokos apie trumpalaikį turtą, pateikiami apskaičiuoti trumpalaikio turto finansiniai rodikliai, aptariama trumpalaikio turto struktūra bei finansavimas, lyginamas akcinės bendrovės ilgalaikis ir trumpalaikis turtas 2022-2023 m. laikotarpyje, bei aptariama bendrovės sugebėjimai vykdyti trumpalaikius įsipareigojimus, valdyti rizikas.

Raktiniai žodžiai: trumpalaikis turtas, finansavimas, turto rodikliai, finansavimo politika.

## Įvadas

**Temos aktualumas.** Trumpalaikis turtas – tai įmonės turimas išteklius, kuris ekonominę naudą įmonei atneša per vieną finansinį laikotarpį arba per vieną savo veiklos ciklą. Kitaip nei ilgalaikių išteklių, kurie naudojami ilgą laiką, trumpalaikio turto ciklas, yra daug trumpesnis. Trumpalaikis turtas yra vienas svarbiausių įmonės išteklių, naudojamų prekėms gaminti bei paslaugoms teikti, todėl jis turi didelę reikšmę veiklos rezultatams. Mokslo leidiniuose aptariamas trumpalaikio turto suvokimas, atsargų, mokėtinų ir gautinų sumų bei pinigų ir pinigų ekvivalentų valdymas. Kadangi kiekvienoje įmonėje trumpalaikio turto sudėtis ir struktūra priklauso nuo vykdomos veiklos pobūdžio, produkto apyvartos ciklo, atsargų realizacijos laiko ir visų mokėjimo terminų, tai ir finansavimo dėmesys turėtų būti kreipiamas kiekvienai įmonei individualiai.

**Tyrimo objektas** - įmonės AB „Panevėžio statybų“ trestas trumpalaikis turtas

**Tyrimo tikslas** – atskleisti įmonės AB „Panevėžio statybų trestas“ trumpalaikio turto finansavimo politiką

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Apibūdinti trumpalaikį turtą ir jo valdymą teoriniu aspektu
2. Išnagrinėti trumpalaikio turto finansavimą įmonėje AB „Panevėžio statybų trestas“

**Tyrimo metodai:** Atliekama mokslinės literatūros, įvairių teisės aktų bei kitų informacijos šaltinių analizė; trumpalaikio turto analizė, naudojamas duomenų sisteminimas, grupavimas bei apibendrinimas.

## 1. Trumpalaikio turto sąvoka, struktūra ir pagrindiniai rodikliai

Trumpalaikis turtas yra vienas pagrindinių finansinių ataskaitų elementų. Jis yra būtinas kiekvienoje įmonėje, nes yra svarbus rodiklis įmonės finansinės būklės veiklos vertinimui. Kadangi trumpalaikis turtas yra labai svarbus įmonės finansinėje atskaitomybėje, didelis dėmesys turi būti skiriamas tinkamam jo valdymui, nes jis ne tik pateikia vidiniams ir išoriniams vartotojams informaciją apie esamą įmonės situaciją, bet ir padeda mažinti įmonės riziką. Mokslinėje Lietuvos ir užsienio autorių literatūroje yra pateikiama įvairių trumpalaikio turto sąvokų apibūdinimų. Trumpalaikiu turtu yra laikomas per vieną ataskaitinį laikotarpį pajamoms uždirbti sunaudojamas turtas. Mackevičius, Kanapickienė, Rudžionienė ir Jefimovas (2010) teigia, kad trumpalaikis turtas yra turtas, kurį įmonė sunaudoja ekonominei naudai gauti per vienerius metus arba per vieną įmonės veiklos ciklą. Kalčinskas (2017) akcentuoja, kad turtas trumpalaikiu yra laikomas ne kalendorine, bet ekonomine prasme ir jo priskyrimą trumpalaikiam ar ilgalaikiam lemia ne tiek turto pobūdis, kiek įmonės veiklos aplinkybės. Kazlauskas ir Liubickienė (2010) pritaria Mackevičiaus ir kitų autorių nuomonei, tačiau išskiria, kad veiklos ciklas yra laiko tarpas tarp prekių įsigijimo iki jų realizavimo už pinigus, ar lengvai pinigais paverčiamus daiktus, neatsižvelgiant į jo kainą.

Užsienio literatūros autorius Wooford (2010) savo knygoje taip pat mini, kad per vieną ataskaitinį laikotarpį sunaudojamas turtas laikomas trumpalaikiu „neatsižvelgiant į šio turto kainą. Turta priskiriant ilgalaikiam arba trumpalaikiam svarbu yra įvertinti ne tik laiko veiksnį, bet ir to turto vertę, nes tik šiuos du veiksnius susiejus tarpusavyje galima įvertinti, koks turtas finansinėje apskaitoje yra priskiriamas trumpalaikiam. Šį užsienio autorių apibūdinimą praplečia Brealey, Myers ir Allen (2019) įtraukdami ne tik pinigus, bet ir trumpalaikes finansines investicijas, atsargas, gautinas sumas ir kitą trumpalaikį turtą.

Autoriai pateikia išsamius trumpalaikio turto apibrėžimus, nors literatūroje, dėl savo aiškumo ir konkretumo, dažniausiai naudojamas verslo apskaitos standartų apibrėžimas, jog „trumpalaikis turtas yra turtas, kurį įmonė sunaudoja ekonominei naudai, gautai per vienerius metus arba per vieną įmonės veiklos ciklą“ (2-asis Verslo apskaitos standartas 2023 ). Į balanso eilutę B. Trumpalaikis turtas įrašoma visų įmonės trumpalaikio turto straipsnių suma. Per vienerius metus gautinos sumos balanse parodomos pagal 18-ojo verslo apskaitos standarto „Finansinis turtas ir finansiniai įsipareigojimai“ reikalavimus.

### 1.1 Trumpalaikio turto struktūra

Visas įmonės turtas yra atspindimas balanse (viena iš pagrindinių įmonių finansinių ataskaitų), balanso sudarymo dienai. Įmonės apskaitoje galima išskirti šias pagrindines turto grupes:

- Trumpalaikį finansinį turtą, kuris dažnu atveju išreiškiamas piniginiiais vienetais ar kitais per trumpą laiką galinčiais tapti grynaisiais pinigais

- Trumpalaikis nefinansinis turtas.

Trumpalaikis finansinis turtas – likvidžiausias įmonės turtas, kuris dažniausiai yra piniginiai aktyvai (arba tokie, kurie greitai gali būti paverčiami į grynuosius pinigus). Didelės įmonės pinigus paprastai laiko ne tik sąskaitoje, bet investuoja į likvidžius bei saugius vertybinius popierius. Šią turto grupę sudaro pinigai, pinigų ekvivalentai, indėliai, trumpalaikės investicijos į vertybinius popierius (2-asis Verslo apskaitos standartas, 2023).

Trumpalaikis nefinansinis turtas - tai turtas, kuris yra suvartojamas pagrindinės veiklos procese. Šis turtas apibūdinamas 2-ajame Verslo apskaitos standarte ir yra apyvartinio kapitalo dalis, ir dažniausiai didelė šio turto proporcija būna gamybinėse ar prekybinėse įmonėse. Šią turto grupę gautinos sumos, atsargos, sumokėti avansai.

Trumpalaikio turto piniginė vertė pateikia įmonės likvidumo rodiklį. Kreditoriai bei investuotojai itin atidžiai stebi įmonės trumpalaikį turtą. Todėl kad galėtų įvertinti įmonės veiklos vertes bei rizikas (Aleksnevičienė, 2011).

Bendras likvidumo koeficientas - matuoja įmonės galimybes vykdyti bei sumokėti trumpalaikius bei ilgalaikius įsipareigojimus. Greitasis koeficientas - pamatuoja įmonės gebėjimą vykdyti trumpalaikius įsipareigojimus remiantis savo likvidžiausiu turtu. Grynujų pinigų rodiklis - matuoja įmonės galimybę iškart apmokėti visus trumpalaikius įsipareigojimus.

### 1.2 Trumpalaikio turto finansavimas

Mokslinėje literatūroje pabrėžiama, kad įmonės trumpalaikio turto efektyvumą galima apibūdinti remiantis pelningumu Mackevičius, (2011). Verta paminėti, kad geri valdymo rezultatai didina ne tik įmonės pelningumą, bet ir likvidumą bei mokumą, todėl autoriai: Buškevičiūtė ir Kanapickienė (2010), siūlo pasirinkti trumpalaikio turto dydį, kuris leistų pasiekti optimalų veiklos pelningumo ir mokumo santykį. Literatūroje, nustatant trumpalaikio turto kiekius įmonėje, yra išskiriamos trys pagrindinės trumpalaikio turto finansavimo politikos:

- Konservatyvioji.

- Nuosaikioji.

- Agresyvioji.

Pagal konservatyviąją turto finansavimo politiką įmonė naudoja daugiau ilgalaikių finansavimo šaltinių savo poreikiams tenkinti: tiek nuolatiniam trumpalaikiam turtui tiek ir dalinai arba pilnam sezoniniam turtui finansuoti (Žaptorius, 2006). Ši politika yra laikoma saugiausia. Tačiau ir mažesnę pelną teikiančia finansavimo politika.

Antroji finansavimo politika yra nuosaikioji. Nuolatinei veiklai vykdyti įmonė finansuojama ilgalaikėmis paskolomis ar savininkų nuosavybe, o esant svyruojančiai turto daliai ji yra finansuojama ir trumpalaikėmis paskolomis.

Agresyvioji turto politika apibūdinama kaip politika, kuri minimizuoja pinigus, vertybinius popierius, atsargas ir pirkėjų įsiskolinimą. Įmonė trumpalaikiam turtui finansuoti gali pasirinkti banko paskolas, (kredito unija, faktoringas, prekybinis finansavimas), tiekėjų teikimas paskolas arba priskaičiuotus įsiskolinimus.

Palepu ir Healy, (2010) išskiria tik dvi pagrindines turto finansavimo politikas:

- Konservatyvią politiką, kuri remiasi mažesnėmis trumpalaikėmis banko paskolomis ir didesniais ilgalaikiais finansavimo šaltiniais. Šios politikos pasirinkimas anot autorių sumažina įmonės pajėgumą gražinti ar periodiškai apmokėti už savo trumpalaikius įsipareigojimus.

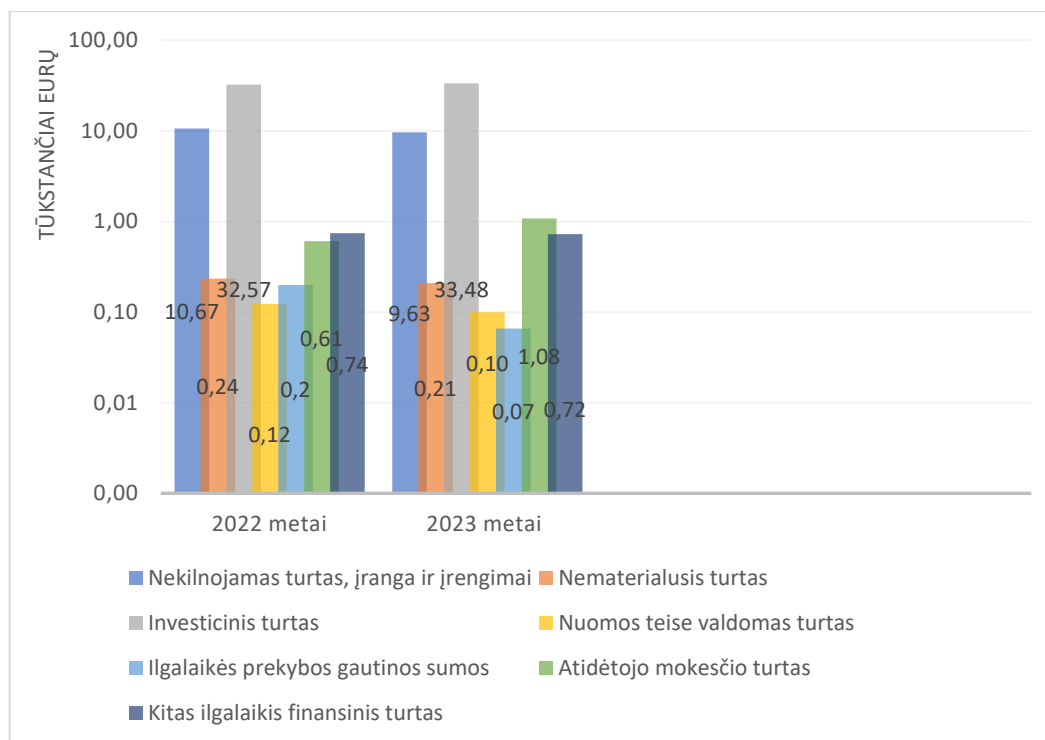
- Agresyvią politiką, kuri daugiausia remiasi trumpalaikėmis banko paskolomis.

Apibendrinant galima teigti, kad turto finansavimo politika yra siejama su finansavimo šaltinių parinkimu ilgalaikiam ir trumpalaikiam turtui finansuoti, atsižvelgiant į įmonės pelningumą ir mokumo galimybes.

## 2. Trumpalaikio turto finansavimas AB „PANEVĖŽIO STATYBOS“ trestas įmonėje

AB „Panevėžio statybos trestas“ yra Lietuvos statybų kompanija, kuri savo veiklą statybų sektoriuje vykdo nuo 1957 metų. Įmonė teikia projektavimo, bendrųjų ir specializuotų statybos darbų bei projektų valdymo paslaugas. Pagrindinės veiklos sritys – pramoninės, komercinės, visuomeninės ir gyvenamosios paskirties objektų statyba, lauko inžinerinių tinklų tiesimas, aplinkos tvarkymas, architektūros paveldo pastatų atnaujinimas.

Pasirinktas 2022 m. -2023 m. laikotarpis. Pirmąją įmonės balanso dalį sudaro įmonės turtas, kuris yra išskaidytas į dvi dalis: trumpalaikį ir ilgalaikį turtą.

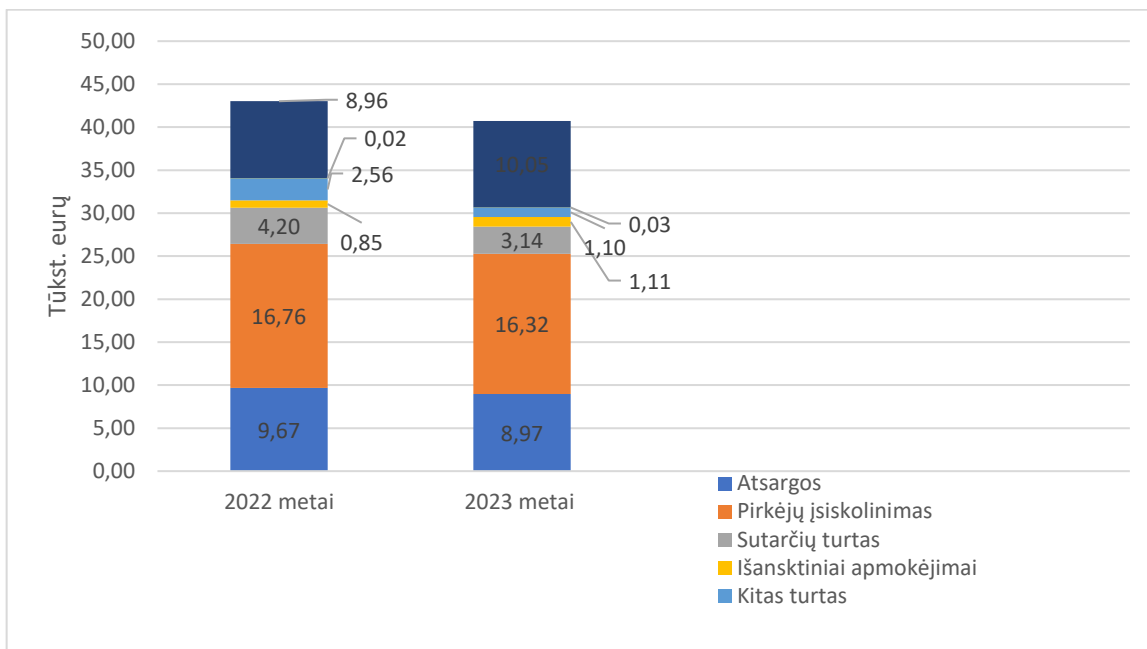


2.1 pav. AB „Panevėžio statybų trestas“ ilgalaikis turtas 2022 m. ir 2023 m.

Sudaryta darbo autorės pagal AB „Panevėžio statybų trestas“. *Konsoliduotą finansinę ataskaitą.*

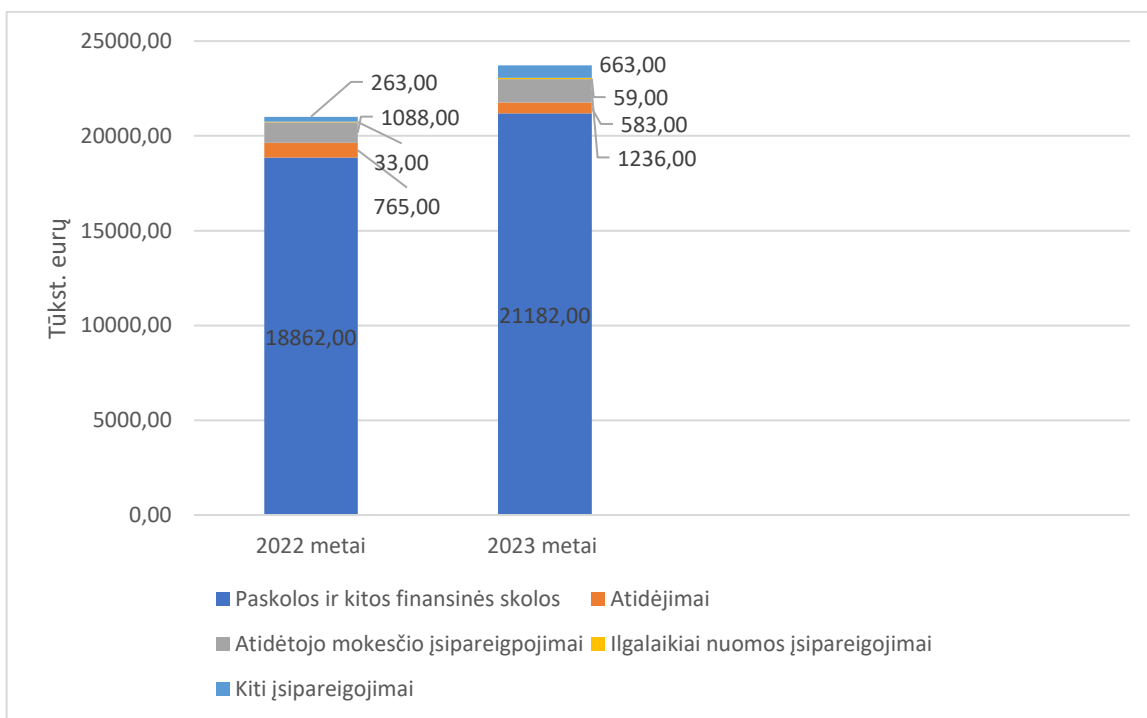
Ilgalaikis turtas įmonėje 2022 m. lyginant su 2023 m. padidėjo. Tai lėmė investicinio ilgalaikio turto padidėjimas, kurio įmonė įsigijo 33841 tūkst. Eurų, nors investicijos į dukterines įmones ir sumažėjo (žr. 2.1 pav.)





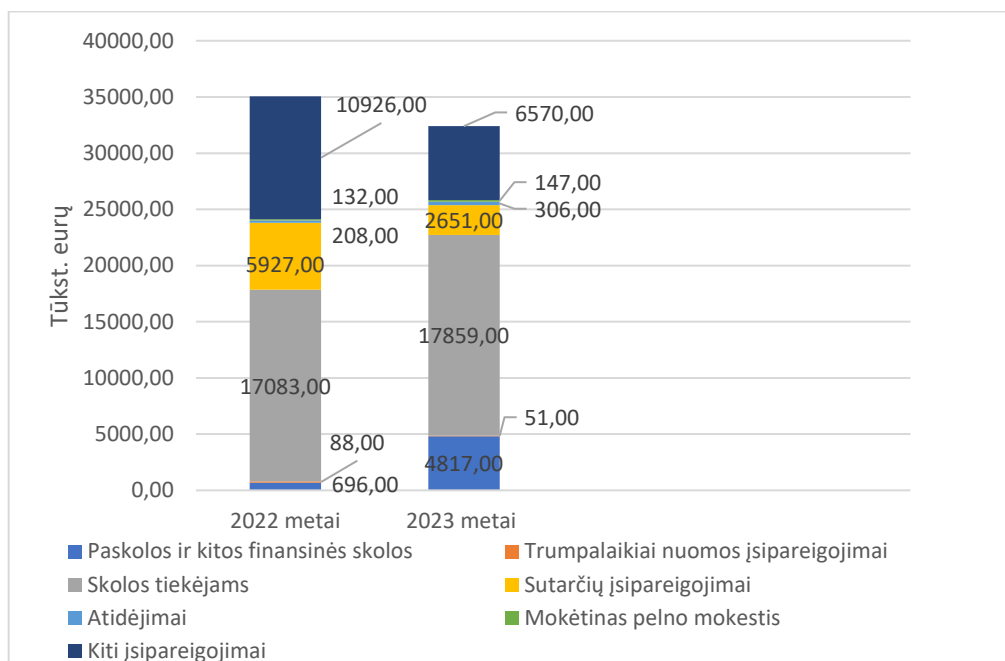
2.2 pav. AB „Panevėžio statybos trestas“ trumpalaikis turtas 2022 m. ir 2023 m. . Sudaryta darbo autorės pagal AB „Panevėžio statybos trestas“. Konsoliduotą finansinę ataskaitą.

Trumpalaikio turto įmonėje 2022 m. lyginant su 2023 m. sumažėjo. Trumpalaikio turto sumažėjimą lėmė atsargų sumažėjimas (705 tūkst. Eurų), taip pat dėl pirkėjų įsiskolinimo vertės sumažėjimo, pajamų iš statybos sutarčių ir sutarčių turto bei sutarčių įsipareigojimų vertinimo pagal darbų įvykdymo lygį (žr. 2.2 pav.).



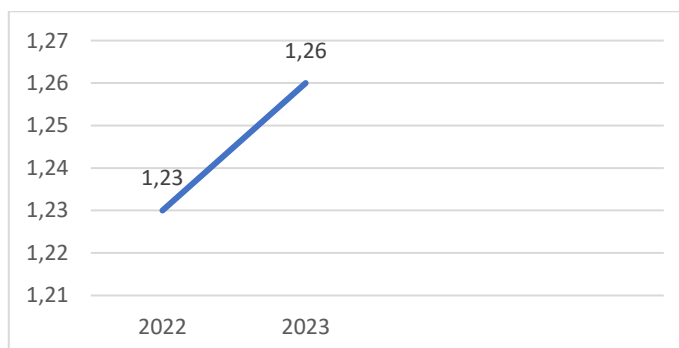
2.3 pav. AB „Panevėžio statybos trestas“ ilgalaikiai įsipareigojimai 2022 m. ir 2023 m. . Sudaryta darbo autorės pagal AB „Panevėžio statybos trestas“. Konsoliduotą finansinę ataskaitą.

Tiriamu 2022 m. – 2023 m. laikotarpiu bendrovė trumpalaikių įsipareigojimų turėjo ženkliai daugiau nei ilgalaikių. Ilgalaikiai įsipareigojimai tiriamu laikotarpiu turėjo didėjimo tendenciją. Ilgalaikių įsipareigojimų, 2023 m. lyginant su 2022 m., įmonėje padidėjo 2712 tūkst. eurų. Šį didėjimą lėmė paskolų ir kitų finansinių skolų padidėjimas (4320 tūkst. eurų). Kitose finansinėse skolose apskaityti nuomos įsipareigojimai, kurių likutinė vertė 2023 m. gruodžio 31 d. lygi 39 tūkst. eurų (2022 m. gruodžio 31 d. lygi 63 tūkst. eurų) (žr. 2.3 pav.).



2.4 pav. AB „Panevėžio statybų trestas“ trumpalaikiai įsipareigojimai 2022 m. ir 2023 m. Sudaryta darbo autorės: pagal AB „Panevėžio statybų trestas“. *Konsoliduotą finansinę ataskaitą.*

Trumpalaikiai įsipareigojimai tiriamu laikotarpiu bendrovėje, priešingai nei ilgalaikiai įsipareigojimai, turėjo mažėjimo tendenciją. 2022 m. trumpalaikių įsipareigojimų bendrovė turėjo daugiausiai. Lyginant su 2023 metais šių įsipareigojimų sumažėjo (2.659 eurų). Šiam sumažėjimui didžiausią įtaką turėjo kitų įsipareigojimų sumažėjimas (4.356 eurų), taip pat sutarčių įsipareigojimų sumažėjimas (3.275 eurų) (žr. 2.4 pav. ).



2.5 pav. AB „ Panevėžio statybų trestas“ bendrojo trumpalaikio mokumo rodiklis 2022 m. ir 2023 m.

Sudaryta darbo autorės: pagal AB „Panevėžio statybų trestas“. *Konsoliduota finansinę ataskaitą.*

Trumpalaikį turto mokumo rodiklį apskaičiuojame:

$$2022 \text{ m. } -a/b = \frac{43015}{35060} = 1.23. \quad (1)$$

čia a – trumpalaikis turtas

b – trumpalaikiai įsipareigojimai

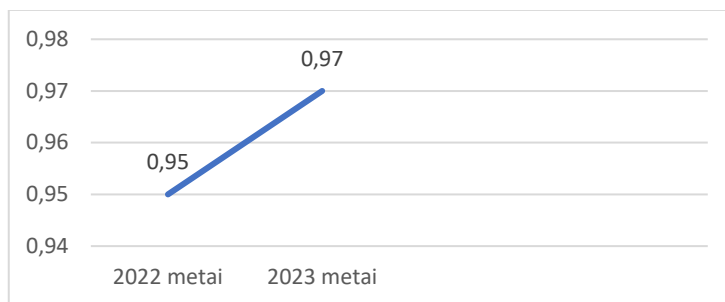
$$2023 \text{ m. } -a/b = \frac{40720}{324401} = 1.26 \quad (2)$$

čia a – trumpalaikis turtas

b – trumpalaikiai įsipareigojimai

2022 metais ir 2023 metais šis rodiklis buvo didesnis už 1.2 kuris yra rekomenduojamas, tačiau tai lemė sumažėję trumpalaikiai įsipareigojimai. Nors mokumo rodiklis yra didesnis nei rekomenduojama tačiau skirtumas nėra labai žymus. Didesnė rodiklio reikšmė rodo kad įsipareigojimus savo lėšomis įmonė

gali padengti dedesnėmis dalimis. Todėl galime daryti išvadą, kad įmonei nebūtų sunku grąžinti trumpalaikius įsipareigojimus (žr. 2.5 pav. ).



2.6 pav. AB „Panevėžio statybos trestas“ greitojo trumpalaikio turto mokumo rodiklis 2022 m. ir 2023 m.

Sudaryta darbo autorės: pagal AB „Panevėžio statybų trestas“. *Konsoliduotą finansinę ataskaitą.*

Greitojo trumpalaikio turto (kritinio) mokumo rodiklis apskaičiuojamas:

$$2022 \text{ metai } a-c/b = \frac{43015-9674}{35060} = 0.95; \quad (3)$$

čia a- trumpalaikis turtas

b- trumpalaikiai įsipareigojimai

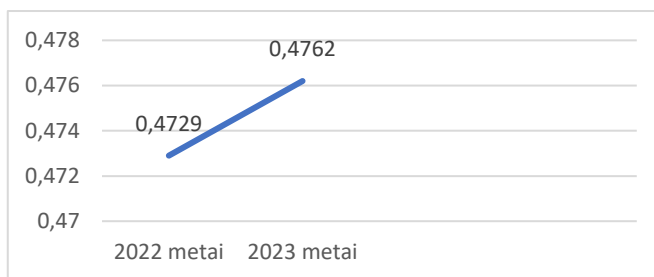
c- atsargos

$$2023 \text{ metai- } a-c/b = \frac{40720-8969}{32401} = 0.97; \quad (4)$$

čia a- trumpalaikis turtas

b- trumpalaikiai įsipareigojimai

c- atsargos



2.7 pav. AB „Panevėžio statybų trestas“ absoliutaus trumpalaikio mokumo koeficientas 2022 m. ir 2023 m.

Sudaryta darbo autorės: pagal AB „Panevėžio statybų trestas“. *Konsoliduotą finansinę ataskaitą*

2022 m. AB „Panevėžio statybos trestas“ absoliutaus trumpalaikio mokumo koeficientas buvo:

$$a-c-d/b = \frac{43015-9674-16759}{35060} = 0,4729 \quad (5)$$

čia a- trumpalaikis turtas

b- trumpalaikiai įsipareigojimai

c- atsargos

d- pirkėjų įsiskolinimas

2023 m. lyginant su 2022 m. šis koeficientas padidėjo:

$$a - c - \frac{d}{b} = \frac{40720-8969-16319}{32401} = 0,4762. \quad (6)$$

čia a- trumpalaikis turtas

b- trumpalaikiai įsipareigojimai

c- atsargos

d- pirkėjų įsiskolinimas

Šiam padidėjimui įtakos turėjo sumažėję trumpalaikiai įsipareigojimai. Šis rodiklis parodo, kad įmonė kiekvienais metais galėtų sumokėti vis didesnę trumpalaikių įsipareigojimų dalį grynais pinigais (žr. 2.7 pav.).

Įmonė trumpalaikį lėšų poreikį (laikiną trumpalaikį turtą) finansuoja ilgalaikiais finansavimo šaltiniais, tai ji naudoja konservatyvią finansavimo politiką. Bendrovė trumpalaikį lėšų poreikį finansuoja trumpalaikiais finansavimo šaltiniais, o ilgalaikį lėšų poreikį – ilgalaikiais finansavimo šaltiniais. Tai nėra efektyvus finansavimo būdas, nes, pvz., už ilgalaikę banko paskolą bus mokamos palūkanos ir tuo metu, kai įmonei nereikės papildomų piniginių lėšų.

### Išvados

1. Apibendrinant mokslinės literatūros analizę, galima teigti, trumpalaikis turtas yra įmonės turtas, sunaudojamas pajamos uždirbti per vienerius metus arba vieną veiklos ciklą. Įmonės trumpalaikio turto valdymas apima trumpalaikį turtą ir finansavimą, tam turtui įsigyti.

2. Išanalizavus AB „Panevėžio statybų trestas“ įmonės trumpalaikį ir ilgalaikį turtą, buvo matyti, kad ilgalaikio turto įmonėje didėjo, nes didėjo investicijos į dukterines įmones, o trumpalaikis turtas bendrovėje tiriamu laikotarpiu mažėjo, tai lėmė atsargų mažėjimas ir didelis pirkėjų įsiskolinimas.

3. Apskaičiavus bendrąjį trumpalaikio turto mokumo koeficientą, greitąjį mokumo rodiklį ir absoliutų mokumo rodiklį, galime teigti, kad įmonė AB „Panevėžio statybų trestas“ yra pajėgi laiku sumokėti trumpalaikius įsipareigojimus, tačiau susidurtų su rizika, jeigu reikėtų greitai padengti trumpalaikius įsipareigojimus turimu turtu.

### Literatūra

1. Aleknevičienė V. (2011) *Įmonių finansų valdymas*. Kaunas: Spalvų kraitė
2. Buškevičiūtė E., Kanapickienė R., Patašius M. (2010) *Finansinių rezultatų analizė: vadovėlis*. Kaunas: Technologija
3. Kalčinskas G., Kalčinskienė-Klimaitienė R. (2017) *Buhalterinė apskaita+ užduotys ir jų sprendimai*. Pačiolis
4. Kazlauskas V., Liubickienė L. (2010). *Apskaita vadybininkui*. Tarptautinė teisės ir verslo aukštoji mokykla
5. Mackevičius J., Poškaitė D., Vilis L. (2011). *Finansinė analizė*. Vilnius: MRU leidykla
6. Žaptorius J. (2015) *Finansinė apskaita. Vadovėlis*. VGTU leidykla Technika
7. Brealey R., Myers S., Allen F. (2019) *Principles of Corporate Finance, 13th Edition*. McGraw Hill
8. Palepu G., Healy P. (2007) *Business analysis and valuation*. South -Western College Pub; 4-asis leidimas
9. 2-verslo apskaitos standartas. Prieiga per internetą: <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/2-VAS.pdf>
10. AB „Panevėžio statybų trestas“ Prieiga per internetą: <https://www.pst.lt/apie-imone>

# THE IMPORTANCE OF USING METAPHORS IN BUSINESS ENGLISH

*Ieva Povilaitienė*

*Romalda Kasiliauskienė*

*Marijampolės Kolegija Higher Education Institution*

## Abstract

Metaphors play a crucial role in enhancing communication within the business sector. They are not only needed but also facilitate clearer and more impactful exchanges of ideas. The aim of the article is to analyze the importance of using metaphors in Business English. To achieve this aim, several specific objectives are set: to define the concept of the metaphor, to reveal characteristics and types of metaphors, to identify and compare the metaphors used in Business English discourse. The research revealed that the use of metaphoric language not only increases emotional engagement but also aids in conveying messages, making them more memorable and impactful. Therefore, metaphors are not just beneficial but essential for effective business communication.

Keywords: metaphor, effective business communication, emotional engagement

## Introduction

English is the world's main business language. To do business successfully outside your own country (and sometimes even within your own country), you need a good command of English. But sometimes it is not enough to know the grammatical side of the language. It is also important to understand the spoken language, especially what is said "between the lines". The analysis of the importance of using metaphors in business English helps to look at the use of figurative language in a specific context – business communication. It is relevant today because metaphorical language is often used in business language and can shape attitudes, beliefs and behavior in an organizational setting. The study of metaphors in Business English can help to better understand how language is used to convey meaning and create persuasive messages. Furthermore, in the context of the increasing globalization of business, the study of metaphors in Business English can help to reveal cultural nuances and differences in business communication across countries and regions. Metaphors play an important role in business communication as a powerful tool for conveying complex ideas, fostering emotional connections and increasing understanding. In this paper, the field of metaphor in the context of business language is examined. Metaphors are a powerful tool in business communication, allowing you to convey complex concepts or ideas in a simple and memorable way. The influence of these shapes in business communication is becoming increasingly important, especially in the sales process. Selling a product or service requires not only a clear communication of its benefits, but also the creation of an emotional perception linking the customer's needs to the company's offer. The use of metaphors in the sales process can contribute to memorability, customer engagement and increased sales success. This is an important step in understanding how language tools can be used to achieve business goals, especially in the field of sales.

### 1. English as a business language

Although English is not the first language of many people around the world, it is widely recognized as the main language of international trade. Businesses need to communicate effectively, and English is the common platform for global communication that allows business to run smoothly. Whether you want to start your own business or pursue a career, it is important to understand the role that English plays in the business world. English is the language of trade and international relations, and it is estimated that more than 1.5 billion people in the world are estimated to have spoken in English. More than 5.5 million people around the world speak English as a first or second language.

English is now the most widely spoken language in the world, making it the default language of business. Because of its global reach and recognition, English is becoming increasingly important in facilitating communication between different cultures, countries and businesses, making it the ideal language, an ideal language for facilitating international working processes. ([www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/](http://www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/)) This is understandable as many companies now use English as the main language of correspondence and negotiation, making it easier to communicate with partners around the world. English has played an important role in international business dialogue for some time. As the official language of many countries, it has become a lingua franca, helping to bridge communication gaps and foster understanding between people from different cultures.

For this reason, English offers businesses an effective way to collaborate with partners abroad and speak the same language in all markets. The ability to communicate in English also demonstrates a company's commitment to expand and collaborate globally, making it an even stronger argument for companies looking for customers abroad. ([www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/](http://www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/))

English is widely spoken and still relevant in today's international market, which makes it a true business language. English has become the global gold standard when it comes to conducting business and it would otherwise be difficult to have several different languages used in one business context.

English is the language of business for many reasons. It is most of all the promotion of international trade. It is the language used in formal business processes, as well as the common language between geographically dispersed organizations. This makes it much easier to negotiate deals and contracts, as there is no need for costly translations or other intermediaries. Having a common language also makes it easier to communicate with vendors, partners and customers in different countries.

Finally, English is fast becoming the main language for international communication through digital channels such as email and messaging services. By using one language that everyone understands, companies can communicate in near real time with their foreign partners. All these factors have contributed to English becoming the main language of international business language of trade and commerce worldwide. Although English is not the first language of many people around the world, it is universally recognized as the lingua franca of international trade. ([www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/](http://www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/)) Businesses need to communicate effectively, and English is the common platform for global communication that allows business to run smoothly. Many people therefore choose to learn English as a second language in order to have more opportunities at home and abroad. With the right teaching, even non-native speakers have a great opportunity to learn a language in their lifetime and become catalysts for progress in their communities.

English has many advantages over other languages in the international business. One of these advantages is that English, compared to other languages, is easy to learn. People from different countries can easily learn English and master it quickly, so communication between people from different languages becomes much smoother. In addition, the generality of English allows international business to use it as a neutral language, removing any potential language barriers between different cultures. This facilitates effective cooperation and the easy dissemination of information, which is a common language in the world and the official language of many countries. English is also the language of international business and trade. Many people learn English as a second language, and it is relatively easy to learn compared to other languages. (<https://www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/>)

Sources of this information include academic articles, books and research papers on metaphors in business language and communication. These sources can be found in academic databases such as JSTOR, Google Scholar and other similar sources.

## 2. Definition of the metaphor

The noun "metaphor" is a figure of speech where a word or phrase is applied to an object or action, to which it is not literally applied ([thewritelife.com/metaphor-examples/](http://thewritelife.com/metaphor-examples/)) As a lexical item, metaphor is defined in the Collins Cobuild English Dictionary (1995: 1045) as „A metaphor is a figurative way of describing something by referring to something else that has the characteristics that one wishes to express“. Metaphors, in other words, do not have to be taken literally. A metaphor states that one thing is another thing. The two are not equated because they are actually the same, but because of the comparison or symbolism. If you take the metaphor literally, it will probably sound very strange. “A metaphor is a figure of lexical style in which the similarity of objects is used to attribute the name or characteristics of one thing to another” ([thewritelife.com/metaphor-examples/](http://thewritelife.com/metaphor-examples/)) Every metaphor is a kind of simile, but it is one-sided - only one member (what is being compared to) is said, and the other member (what is being compared to) is silent. The omitted member is restored by the imagination. Metaphors are found in literature, poetry, music, writing and speech. As a common figure of speech, metaphors can be found everywhere from novels and films to presidential speeches and even popular songs.

Scholars classify and summarize business metaphors by examining their linguistic and conceptual features, as well as their function and impact in business communication. They may also analyze the cultural and contextual factors that influence the use and interpretation of metaphors in different business environments (Cacciaguidi-Fahy, & Cunningham, 2007).

### 3. The essence and meaning of metaphors

A growing number of marketers have focused on metaphor as an instrument capable of shaping advertising thought and practice. Linguists and philosophers propose that metaphors are the foundation of human knowledge and provide an aid to the lens through which we see the world. Researchers generally agree that metaphors play an important role in business language and communication. Some of the scholars who have studied metaphors in business the most include:

1. John L. Locke – Locke wrote extensively on the use of metaphors in management and organizational studies. He argued that metaphors can shape the way managers think about their organizations and influence their decision-making.

2. David Boje – Boje has studied the use of metaphors in organizational storytelling and how they can be used to create a sense of organizational identity and culture.

3. George Lakoff and Mark Johnson – Lakoff and Johnson work on conceptual metaphors has been influential in the study of metaphors in language more broadly. They argue that metaphors are not just linguistic expressions, but also reflect fundamental ways that we think and understand the world.

4. Graham Low – has studied the use of metaphors in international business communication and how they can contribute to misunderstandings and misinterpretations across different cultures.

Overall, these scholars and others have shown that metaphors are a powerful tool in business language and communication, and that understanding their use and effects can provide valuable insights into organizational culture, decision-making, and communication practices.

In other words metaphors are not meant to be taken literally. A metaphor states that one thing is another thin. It equates those two things not because they actually are the same, but for the sake of comparison or symbolism. If you take a metaphor literally, it will probably sound very strange (<https://www.grammarly.com/blog/metaphor/>).

Metaphors show up in literature, poetry, music, and writing, but also in speech. Metaphors can make the subject more relatable to the reader or make a complex thought easier to understand. They can also be a tremendous help in order to enhance one's writing with imagery. As a common figure of speech, metaphors turn up everywhere from novels and films to presidential speeches and even popular songs (<https://www.grammarly.com/blog/metaphor/>).

Researchers classify and summarize business metaphors by examining their linguistic and conceptual features, as well as their functions and effects in business communication. They may also analyze the cultural and contextual factors that influence the use and interpretation of metaphors in different business settings (Cacciaguidi-Fahy, & Cunningham, 2007).

Some of the most influential works in this area include:

1. „Metaphors We Live By” by George Lakoff and Mark Johnson – This book introduces the concept of „conceptual metaphors,, and explains how metaphors are used to structure our understanding of the world around us.

2. „Organizational Metaphors,, by Gareth Morgan – This book explores the use of metaphors in organizational theory and provides a framework for understanding how different metaphors can shape our understanding of organizations.

3. „The Power of Metaphor in Organizational Theory and Research,, by David Boje – This article discusses the use of metaphors in organizational research and argues that metaphors can be a powerful tool for understanding and communicating complex organizational phenomena.

4. „Metaphors in International Business Communication,, by Graham Low – This article examines the use of metaphors in international business communication and highlights the ways in which cultural differences can affect the interpretation of metaphors.

Zouheir Maalej, Independent Researcher Retired Professor from King Saud University, in his work published in 02/24/2023 writes: “... the fact that metaphor translating should not be monitored by ready-made procedures but should be dealt with on a case-by-case basis, with consequences for ready-made procedures and new paths followed in translating” (Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press. p. 24)

This means that translation using metaphors should not be subject to strict, predefined procedures or rules. Translation should be considered on a case-by-case basis, considering each case and its context.

#### 4. The functions of metaphors

Metaphors are a powerful language tool that not only help to convey concepts or ideas, but also create vivid and memorable images for language users. These literary figures have been of great importance not only in poetry and literature, but also in everyday language, especially in business, political and scientific contexts. I would highlight several functions that metaphors fulfil.

They help to convey complex ideas or concepts in a way that is understandable and accessible. Each metaphor has its own pictorial and associative content, which can be more easily understood than literal descriptions. For example, when it is said that "time is money", the implication is that time is valuable and should be used efficiently, as is money.

Secondly, metaphors help to convey emotions and create a connection with the audience. The vivid and powerful images that metaphors create can evoke strong emotions, including joy, sadness, frustration or even fear. This emotional connection with language users can help to reinforce familiar ideas or simply attract their attention.

Thirdly, metaphors allow us to reveal a deeper level of meaning and give the text a multi-layered character. They can be interpreted in different ways and have different meanings depending on the context or the reader's experience. They can therefore provide a more subtle and deeper level of meaning to the work, which encourages readers' reflection and understanding.

Fourthly, metaphors can help to make sense of abstract and complex concepts by providing concrete and graphic examples. This makes it easier for language users to grasp and remember new information or ideas, as they can relate them to familiar and understandable images.

The functions of metaphors are listed below:

##### 1. Simplification:

"Time is a wallet" - This metaphor simplifies the notion that time is a valuable resource, like money.

"Her thoughts fly like birds" - This metaphor simplifies the idea that her thoughts move quickly and easily, like birds do.

"Age is a journey" - This metaphor simplifies the idea that life is a journey in which each stage is a new twist.

"Science is the key to the future" - This metaphor simplifies the idea that science is a way to achieve future goals or success, like a key unlocks a door.

"Happiness is candy" - This metaphor simplifies the idea that happiness is something pleasurable and enjoyable, like a lollipop.

##### 2. Imaginative:

"Her heart was a fiery volcano that could not be contained" - This metaphor conjures up an image of a heart that is passionate and cannot be contained.

"Her voice sounded like the wet gold of a cooling river" - This metaphor creates an image of a sonorous, warm and pleasant voice.

"Hope was like a light at the end of a tunnel" - This metaphor creates the image of hope as a light at the end of a tunnel, which represents a way out of a situation in darkness.

"Our love is like a strong tree whose roots pierce even the hardest ground" - This metaphor conjures up an image of a strong and unwavering sense of love.

"She was like a ray of sunshine that warms even the darkest day" - This metaphor conjures up an image of the warmth and light that a woman's special presence brings.

##### 3. Availability:

"Managing financial risk is like growing a garden properly - you need to take care of it carefully so that you can enjoy the good fruit later." - This metaphor compares financial risk management to tending a garden, where you have to take care of it so that you can enjoy the good results later.

"A business plan is like a map pointing the way to success" - This metaphor compares business planning to a journey, where a map is necessary to reach the desired destination.

"Every lesson is like a box of gifts - each time you get something new and useful" - This metaphor compares learning to gifts, as each lesson brings new knowledge and skills.

"Creativity is like storytelling - it's all about having a good beginning, middle and end" - This metaphor compares creativity to storytelling, as both require structure and logical connections.

"A good leader is like a good driver - they know when to accelerate and when to brake" - This metaphor compares a leader to a driver, as both have the ability to take control of the situation and keep moving forward.

##### 4. Emotional effect



"Her tears were like raindrops falling on dry ground" - This metaphor conjures up an image of a torrent of tears, which is compared to raindrops.

"Our love was like a flame of fire that warmed our hearts even in the darkest nights" - This metaphor evokes a feeling of warmth and security, compared to a flame of fire.

"Her fear was like a dark, deep forest that she needed to enter" - This metaphor evokes feelings of fear and insecurity when compared to a dark, deep forest.

"Disappointment was like a heavy stone falling on our hearts" - This metaphor evokes a sense of pain and helplessness by comparing disappointment to a heavy stone.

"Her joy was like brilliant sunshine breaking through the clouds" - This metaphor evokes a sense of joy and light, comparing it to sunshine through clouds.

#### 5. Convincing:

"Climate change is like an unpredictable worsening of the weather that can change the entire face of our planet" - This metaphor helps to emphasise the dangers of climate change and its potential impacts in a way that is powerful and easy to understand.

"Our planet is like the plate we live on. We need to protect this plate if we want to stay alive and healthy" - This metaphor highlights the fragility of our planet and the need to protect it, comparing it to a plate that needs to be protected from falling.

"Fighting drugs is like fighting a terrible disease that can destroy our community" - This metaphor helps to emphasise the danger and importance of drug use by comparing it to a deadly disease.

"Every vote on tax reform is like a vote on the future of our country" - This metaphor helps to emphasise the importance and impact of the vote on the future by comparing it with a vote on the future of the country.

"Creativity is like sowing seeds - in order to get a harvest, you have to plant the seeds and look after them" - This metaphor helps to emphasise the importance and necessity of the process of creativity, comparing it to sowing seeds and growing a harvest.

## 5. Metaphors in business discourse

The business world is also full of metaphors, just like other domains of human experience. Now let's examine what kind of metaphors play a role in our understanding of concepts used in business English. „Many business terms are metaphorical, but the literal meaning is often so remote from present usage that the metaphor is usually no longer perceived.“ (Newmark, 1988)

Business is often structured metaphorically in terms of war. When we think of war, we usually have the following images of it: battles, the belligerents, weapons, strategies, victory or defeat. In accordance with the cognitive theory of metaphors, these serve as source domains, while the target domains involve business talks, businessmen, strategies used in business, success or failure. There are some linguistic expressions used in the language of business:

American stock exchanges: "Redrawing the battle lines" - This metaphor compares the American stock exchanges to a battlefield, indicating that there is competition and change, which alters market participants and their positions. The comparison with a battlefield indicates an active and dynamic market environment.

The main battlefield at present is retail trade.

This metaphor compares the trade sector to a battleground, indicating that the biggest focus of competition and change is currently in the trade sector. The comparison with the battleground shows that the trade sector is highly competitive and dynamic.

Air travel: the next green battleground.

This metaphor compares the aviation sector to a "green battleground", indicating that in the future the focus and competition will be on a sustainable aviation sector. The comparison with the battlefield indicates that sustainability and environmental protection will be the main focus.

Sometimes business is called a human body. The concepts „health" and „illnesses" are closely related to the human body. These are illustrated by the following examples:

America is doing well, with relatively healthy growth in jobs.

This metaphor compares the American economy to a healthy organism, indicating that it is growing and developing rapidly. The comparison with a healthy organism shows that the economy is strong, robust and viable.

The overall economy still seems healthier than it has been for a long time.

This metaphor compares the single economy to a healthy organism, indicating that it is very robust and strong. The comparison with a healthy organism indicates that the economy is very stable and functioning well.

India now boasts robust economic growth.

This metaphor compares the Indian economy to a healthy and strong organism, indicating that it is growing and developing rapidly. The comparison with a healthy organism indicates that the economy is very vibrant and rich.

America's economy continues to grow robustly.

This metaphor compares the American economy to a healthy and strong organism, indicating that it continues to grow and expand rapidly. The comparison with a healthy organism shows that the economy is very vibrant and strong.

Mastercard is doing nicely.

This metaphor compares Mastercard to a healthy and successful person, indicating that it has good financial performance and results. The comparison with a healthy person indicates that the company is well-functioning and successful.

Benign economic conditions have encouraged stable banks.

This metaphor compares favourable economic conditions with the calming factors that promote stable banking activities. The comparison with the calming factors indicates that economic conditions are favourable and promote financial stability.

The mainland's banks have never looked in better shape.

This metaphor compares banks to a healthy organism, indicating that they are very robust and strong. The comparison with a healthy organism shows that banks are very well prepared and functioning at their best.

The economy is in good shape.

This metaphor compares the economy to a healthy organism, indicating that it is very robust and healthy. The comparison with a healthy organism shows that the economy is very well prepared and functioning very well.

The most common and most widely used metaphors are in the advertising business. Metaphors have been used for decades by marketers to enhance the desirability of products and services using simple, memorable and effective words and phrases. Metaphors are used to amplify a compliment or description. While it's positive to say, "Our candy tastes good," it's much more positive to say, "Our candy tastes like a rainbow."

Metaphors are also used to liven up writing or speech and grab a reader's or listener's attention. This can prevent audio or ad copy from becoming monotonous and boring, causing an audience to leave. Metaphors can be very powerful solution when it comes to advertising.

Examples of advertising metaphors:

\* Red Bull gives you wings.

This metaphor compares Red Bull to wings, indicating that it provides energy and the ability to reach greater heights. This symbolises the product's ability to empower and encourage activity and energy.

\* Budweiser: The king of beers.

This metaphor compares Budweiser beer to a king, indicating that it is the best and highest quality beer. This symbolises the supremacy of the product and the highest quality in the beer market.

\* Chevrolet: The heartbeat of America.

This metaphor compares Chevrolet cars to the heart of America, indicating that they are a very important and essential element of American life. It symbolises the importance and significance of Chevrolet cars in American culture.

\* Gillette: The best a man can get.

This metaphor compares Gillette's products to the best that a man can get, indicating that it is a premium product designed for men's needs. This symbolises the superiority of the product and the highest quality in male grooming.

\* Triumph's TR7 auto: The shape of things to come.

The metaphor compares Triumph's TR7 to the shapes of the future, indicating that it is innovative and reflects future trends in the car industry. It symbolises the car's modernity, innovation and future prospects.

\* Head for the mountains of Busch.

This metaphor compares Busch beer to the mountains, indicating that it is like a direction to the mountains, a pleasant and wonderful path. It symbolises the naturalness, purity and pleasure of the product.

Visual communication is an exchange of messages between the eminent and the recipient with help of visual signs, messages, illustrations, images, texts. A person responds to different stimuli, reacts on different contents and brings conclusions that are always equivalent to the quality of his emotions.

Some messages can be clear and simple, but sometimes, when we want to make stronger impression and send message in most creative way, we can do it by using metaphors. Metaphors may seem more appropriate for copywriters, but they can be powerful solutions for visual problems, as well.

## **6. Challenges and mistakes related to the incorrect use of metaphors**

Newmark highlights the important problems that translators face when translating from one language to another, and in particular the difficulties of translating metaphors: "The differences between English and English cause many translation problems. One of the most important and difficult tasks for a translator is to choose the right words. Another problem for the translator is the style of the literary work. The appropriateness of the translation depends very much on the translator's knowledge of the language into which he is translating. However, it is not always possible to use equivalent lexical tools in translation. Moreover, the rendering of metaphors is particularly difficult because the translator has to find cultural, universal and personal elements." (Newmark,1988). Dagut states that "the crucial question that arises in thus whether a metaphor can, strictly speaking, be translated as such, or whether it can only be 'reproduced' in some way". He asserts that metaphors are not translatable. (Dagut, 1976:24). The Nature of Translation: Essays on the Theory and Practice of Literary Translation. John Benjamins Publishing. p. 24.) Newmark (1980) believe that metaphor can be translated, but he thinks there are inter-linguistic and inter-cultural limits for it. In my opinion, therefore, interpreting metaphors in translation, especially in a field such as business, requires appropriate education, experience, an analytical mind and, ultimately, a higher level of intelligence. To understand, apply and know how to interpret metaphors, one needs a certain amount of 'wisdom'. You need to be well-read, knowledgeable about the subject and the environment. Otherwise, it will be difficult to understand the context of what the salesperson is proposing, and this will ultimately determine our decision: whether or not to buy/use or to continue the conversation with that person.

Many problems arise when translating metaphors due to the differences between English and Lithuanian in the use of figures of speech. Differences between languages can cause problems and challenges when translating metaphors. When translating metaphors, it is important to take into account that the elements of the metaphor should be related not only in the figurative sense, but also in the literal sense of the words. This means that it is important for the translation to convey not only the figurative but also the literal meaning of the metaphor in order to preserve the meaning of the original text. As Newmark states in his book "The translation of metaphorical expressions requires creativity and flexibility on the part of the translator. (...) " Translating metaphor is especially difficult because the translator must find cultural, universal, and personal elements." (Newmark, 1988). A Textbook of Translation. Prentice Hall) This only confirms the conclusion that a translator's knowledge of the language into which it translates is crucial for a successful translation.

## **7. Comparative analysis of metaphors in business communication**

A comparative analyses was performed in order to find out how the restaurants "Audrutė. ToLi nuo klasikos" and "Grill London" present their restaurant concept. I have chosen them because they are both businesses operating in the same sphere, engaged in the same activities. Therefore, I was interested in how these restaurants describe their activities and what text they use to present themselves. The restaurant "Audrutė. ToLi nuo klasikos" uses a rich text in its description, full of metaphors both in its communication and in the descriptions of its dishes. Grill London, on the other hand, uses simple, clear and concrete text in its description.

The restaurant "Audrutė. ToLi nuo klasikos" stands out for its ability to create a rich and engaging narrative about its activities. Their description is full of details that not only inform, but also involve customers in a unique culinary journey. Here is the text that appears on their website (<https://tolinuoklasikos.lt/audrute/>) „Audrutė. It's just how gently we call our little house.

*From the very first moments of scratching my dreams and seeking the face of the house, I started talking with it.*

*Day by day, we all started talking with the house. We did not have conversations with the building, not quite so. We only filled each crack in the wall with viscous daub of love, which is so hard to scrape off that those with an open heart could feel the vibe.*

*Do not seek the ordinary concept here.*

*This is home. Home to wine, flavours and friends. This is a home not to rush. This is a home to enjoy, taste cocktails made by Saulė and Vygutė, and take a mouthful of the sky.*

*Eating the tiny tricks of our home kitchen – nothing fancy, yet all made with love and music. This is a home to laugh and hug. Kiss wherever you want and as much as you like. It is so good that sometimes we tend to forget our real home, with socks and TVs. And forgotten cats. Come, stay for a while and be awakened from the hustle. I have put my whole heart into this house. Not that much left for me, though, since I breathe calmer and silently wonder how all thoughts became true and how Audrutė was born in a new shape and image, yet so beautiful, mature and assured. I wish everyone to be guided into Audrutė's stories, to live amongst them; I hope you let us take you on a journey led by our family for those few hours and experience the home we have created. Wine, flavours and friends. A home which truly is far from the classics – ToLi nuo klasikos. „*

The restaurant makes clever use of metaphors to convey its concept and distinctiveness. Here are some examples that have been highlighted:

1. "Culinary oasis" - this metaphor highlights the restaurant as a unique place where visitors can escape from the everyday and enjoy special flavours.
2. "Symphony of flavours" - this expression reflects the restaurant as a place where each dish is a carefully coordinated combination of flavours, like a piece of music.
3. "Creative experimentation" - this metaphor emphasises the restaurant as an innovative space where new flavours and dishes are constantly being created, like a science laboratory.
4. "ToLi apart" - a metaphor describing physical distance and emotional isolation.
5. "Love nest" - a metaphor for co-creating a home and family life.
6. "With its trumpets and drums and flavour combinations and colour palettes" - a metaphor for creativity and uniqueness.
7. "The bubble of love" is a metaphor for a special and protected space of love and togetherness.
8. "Family at heart" - a metaphor describing the emotional connection to Italy.
9. "Travelling through flavours" - a metaphor describing a gastronomic journey through different tastes.
10. "Maps of flavours" - a metaphor describing culinary itineraries or collections of dishes.

These metaphors add richness and emotional depth to the text, conveying not only facts but also feelings and visions.

In contrast, I did not find a single metaphor in the description of the Grill London restaurant. The text is dry and concrete. Here is the description I found on their website: (<https://grilllondon.lt/en/about-us/>) „*The first Grill London restaurant, over 10 years ago, was opened in Kaunas. Customers were delighted by the unique menu concept, affordable prices, impeccable-tasting dishes, and authentic interior reminiscent of 19th-century London train station architecture, reflecting the Grill London concept. The restaurant became beloved by both families and the modern youth. The growing number of customers prompted the expansion of Grill London restaurants. Currently, you can find us in Kaunas, Vilnius, Klaipėda, Panevėžys, and Šiauliai!*“

The study has carried out a detailed analysis of the restaurant's communication in order to find out how the use of metaphors influences the consumer's perception and experience. The results show that the use of metaphors not only reinforces the restaurant's brand but also creates an emotional connection with customers. Each metaphor helps diners to better understand and appreciate the restaurant's offer, and at the same time it triggers certain feelings and expectations that enrich the overall experience.

Metaphors not only enliven restaurant descriptions, but also help to shape customer expectations and strengthen their emotional connection to the place. This analysis has shown that the creative and purposeful use of metaphors can be an effective tool to stand out in a competitive foodservice market.

## Conclusions

1. Metaphors are crucial in business communication, simplifying complex concepts and forging strong emotional connections with the audience. Businesses should actively employ metaphors to

enhance customer engagement and convey their messages more effectively. Further research should explore metaphor usage across different business domains and its impact on diverse audiences. Metaphors help businesses communicate more effectively and achieve their goals.

2. Metaphorical advertising is influenced by elements such as personal experience, emotions, education, culture, values, memory, thinking, and imagination. Consumers interpret metaphors individually, relating them to these elements. Metaphors are powerful tools that convey ideas, create emotional connections, and simplify complex concepts.
3. Study shows that metaphors are extensively used in business language to make complex ideas understandable and engaging. They enhance communication by evoking emotions, creating memorable images, and adding depth to the text. Customers recognize and appreciate metaphors, finding them effective for understanding business processes and product features.

## References

1. <https://www.northwestcareercollege.edu/blog/why-is-english-the-language-of-business/>
2. Oxford Dictionary
3. <https://www.grammarly.com/>. Page assessed 2024 03 15
4. Eva Kovács "Conceptual metaphors in popular business discourse"
5. <https://7esl.com/figurative-language/>. Page assessed 2024 03 10
6. <https://www.jstor.org/>
7. [https://www.researchgate.net/publication/295364435\\_Storytelling\\_organizational\\_practices\\_Managing\\_in\\_the\\_quantum\\_age](https://www.researchgate.net/publication/295364435_Storytelling_organizational_practices_Managing_in_the_quantum_age) Page assessed 2024 01 06
8. [https://www.academia.edu/11794602/THE\\_CONCEPTUAL\\_METAPHOR\\_BUSINESS\\_IS\\_WAR\\_IN\\_BUSINESS\\_ENGLISH](https://www.academia.edu/11794602/THE_CONCEPTUAL_METAPHOR_BUSINESS_IS_WAR_IN_BUSINESS_ENGLISH). Page assessed 2024 01 06
9. [https://lt.wikipedia.org/wiki/Kiekybinis\\_tyrimas](https://lt.wikipedia.org/wiki/Kiekybinis_tyrimas). Page assessed 2024 04 09
10. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press. p. 24.
11. Dagut, M. (1976). *The Nature of Translation: Essays on the Theory and Practice of Literary Translation*. John Benjamins Publishing. p. 24.
12. Charteris-Black, J. (2004). "Corpora, collocations, and words of limited distribution." In A. Partington, J. Morley, & L. Haarman (Eds.), *Corpora and Discourse* (pp. 221-238). Peter Lang.
13. Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. Prentice Hall.
14. (<http://lt.wikipedia.org/wiki/Metafora>). Page assessed 2024 03 25
15. [thewritelife.com/metaphor-examples/](http://thewritelife.com/metaphor-examples/). Page assessed 2024 02 05
16. <https://www.grammarly.com/blog/metaphor/>. Page assessed 2023 12 09
17. [www.northwestcareercollege.edu/blog/wh-is-english-the-language-of-business/](http://www.northwestcareercollege.edu/blog/wh-is-english-the-language-of-business/). Page assessed 2023 12 09

# IKIMOKYKLINIO UGDYMO PEDAGOGŲ SKAITMENINIO RAŠTINGUMO GEBĖJIMŲ SVARBA VAIKŲ UGDYMU

*Roberta Račkauskienė*  
*Lektorė Lina Seliokienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnyje analizuojama ikimokyklinio ugdymo pedagogų skaitmeninio raštingumo įgūdžių svarba užtikrinant šiuo metu ugdomos kartos vaikų ugdymo kokybę. Problematika grindžiama šiuolaikinės visuomenės poreikiu integruoti technologijas į ugdymo procesą nuo ikimokyklinio amžiaus. Rezultatai rodo, kad yra poreikis pedagogams tobulinti savo skaitmeninę kompetenciją, nes aukštas pedagogų skaitmeninio raštingumo lygis teigiamai veikia vaikų mokymosi pasiekimus ir motyvaciją.

Raktažodžiai: skaitmeninės technologijos, skaitmeninis raštingumas, skaitmeninė kompetencija.

## Įvadas

21 amžiuje sparti technologijų raida gali iš esmės pakeisti žmonių gyvenimo būdą – tarpusavio bendravimo ypatumus, darbo rinkas, verslo modelius. Šie pokyčiai kelia svarbų uždavinį švietimo sistemai - užtikrinti nuolatinį kompetencijų ir įgūdžių atnaujinimą bei darbuotojų perkvalifikavimo galimybes. (Valstybės pažangos strategija, 2023). Kai kurios skaitmeninių technologijų teikiamos galimybės efektyvumu yra neprilygstamos tradicinėms mokymosi metodikoms. Šiuolaikinių technologijų pritaikomumas ir galimybės daro mokymąsi patrauklesnį šiai besimokančiųjų kartai. (Haleem, Javaid, Qadri, Suman, 2022). Technologijų pritaikymas ikimokykliniame ugdyme yra svarbus tarptautiniu mastu. Technologijas švietime skatina Jungtinių Tautų Švietimo, mokslo ir kultūros organizacija (UNESCO), kaip būdą spręsti prieinamumo, įtraukties ir kokybės klausimus (Tootell, Freeman ir Freeman, 2014). Švietimo sistemos kaita atsižvelgiant į technologijų pažangą pasaulyje yra nenutrūkstamas procesas ir tai skatina kiekvieną mokytoją atidžiai peržiūrėti naudojamus ugdymo metodus bei įpareigoja šiuos metodus atnaujinti, pasitelkiant inovatyvias praktikas, todėl svarbu apibrėžti skaitmeninių technologijų svarbą ikimokyklinio ugdymo mokytojo darbe ir būtinybę tobulinti skaitmeninio raštingumo gebėjimus kiekvienam ikimokyklinio ugdymo pedagogui.

**Tyrimo tikslas.** Atskleisti pedagogų patirtis ir požiūrį į skaitmeninių priemonių naudojimo galimybes ugdant ikimokyklinio amžiaus vaikus.

### Tyrimo uždaviniai.

1. Apžvelgti pedagogų skaitmeninio raštingumo patirtis ir jų nuomonę apie skaitmeninių technologijų panaudojimą ugdymo procese.
2. Išryškinti galimas problemas bei poreikius, susijusius su skaitmeninių priemonių naudojimui ikimokykliniame ugdyme.

**Tyrimo metodai.** Mokslinės ir metodinės literatūros ir informacinių šaltinių analizė, kiekybinis tyrimas – anketinė apklausa, statistinių duomenų analizė.

## Skaitmeninių technologijų įtaka ikimokyklinio ugdymo kontekste

Vystydamasis švietimas susidūrė su vis labiau modernėjančių laikų iššūkiais ir šiuo metu ugdomos kartos charakteriu. Mokslo ir technologijų pažanga bei kartų pokyčiai reikalauja švietimo plėtos, inovacijų diegimo ir ikimokyklinėse įstaigose.

Anot Jha (2020), šiuo metu ugdamai alfa kartai technologijos reiškia pasaulį - nuo pramogų, žaidimų, bendravimo su bendraamžiais ir net mokymosi. Tai yra jų kasdienio gyvenimo dalis, kuriai įtakos turi tėvai, pedagogai ir daugelis kitų socialinių sąveikų (Tootell ir kt., 2014). Thompson (2018) pažymi, kad alfa kartos vaikai ir ateityje susidurs su karjeros galimybių pasirinkimu, kurios iš esmės bus susiję technologijomis.

Apaydin ir Kaya (2020), išnagrinėję ikimokyklinio ugdymo mokytojų nuomones, teigia, kad skiriasi alfa kartos grupių valdymo metodai. Alfa kartai prireikia pasitelkti modernesnes grupės valdymo technikas nei ankstesnėms kartoms. Be to, alfa kartos vaikų gilus domėjimasis technologijomis atsispindi jų mokyme, todėl ikimokyklinio ugdymo mokytojai turi pasižymėti gebėjimu orientuotis ir prisitaikyti dirbant su šios kartos vaikais. Macijauskienė bei Norvilienė (2018), savo tyrime siekusios išsiaiškinti alfa kartos ugdymo(si) ypatumus, teigia, kad alfa kartos atstovai mokosi visiškai kitaip, nei ankstesnių kartų atstovai, todėl šios kartos ugdymo(si) dalyvių požiūris turi keistis iš esmės.

## **Pedagogų skaitmeninio raštingumo svarba vaikų ugdymui(si)**

Nacionaliniu ir tarptautiniu mastu švietimo įstaigoms, kaip ir visai švietimo sistemai, yra keliami vis aukštesni kokybės standartai. Kartu su tuo didėja reikalavimai mokytojų kompetencijoms, ugdymo aplinkai, aprūpinimui šiuolaikinėmis mokymo priemonėmis ir komunikacinėmis technologijomis. (Valstybinė švietimo 2013–2022 m. strategija, 2014). Šiandien, nuolat kintančioje ir neapibrėžtoje aplinkoje, pedagogų kompetencijos tampa itin svarbios. Tikėtina, kad jos įgis dar didesnę reikšmę ateityje, kuri gali būti dar labiau neapibrėžta ir kintanti. (Mokytojų ir pagalbos mokiniui specialistų kompetencijų aprašas, 2023).

Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministras (2022) skaitmeninių kompetencijų stiprinimą patvirtino kaip prioritetinę pedagogų kvalifikacijos tobulinimo sritį, siekiant efektyviau perteikti ugdymo turinį, veiksmingiau siekti ugdymo(si) tikslų, panaudojant skaitmeninius įrankius, priemones ir aplinkas. Saulėnienė ir Grikietytė (2022), teigia, kad pedagogas, kuriam svarbu nuolatinis tobulėjimas, turi domėtis ir į ugdymo procesą įtraukti naujas, inovatyvias priemones ir metodus, tame tarpe ir skaitmenines, kad vaikus kuo labiau įtrauktume į ugdymo(si) procesus.

Dauguma nagrinėtų autorių savo darbuose akcentuoja pedagogo svarbą integruojant skaitmenines technologijas ikimokyklinio amžiaus vaikams. Hassan ir Mirza (2020) teigimu, mokytojai atlieka pagrindinį vaidmenį integruojant skaitmenines technologijas į mokymo(si) turinį, todėl labai svarbu jų požiūris ir gebėjimai. Pedagogams labai svarbu ne tik pažinti, kuo ypatingi yra alfa kartos vaikai, kokie jų poreikiai, bet ir atsizvelgti į jų ugdymo(si) ypatumus. Tuomet jie turi daugiau galimybių sužadinti vaikų vaizduotę, smalsumą, paskatinti juos mokytis tikslingai bei kūrybiškai, pasinaudojant technologijomis. (Macijauskienė ir Norvilienė, 2018). Istrati (2022) teigia, kad šiandien ikimokyklinio ugdymo programoje aprašytų kompetencijų formavimas neįmanomas tik naudojant klasikines mokymo ar vertinimo strategijas. Mokytojai turi turėti tiek bendrųjų skaitmeninių technologijų įgūdžių, tiek sudėtingų pedagoginių įgūdžių, kurie leistų jiems pažinti ir įvertinti technologijų švietime potencialą.

Tai akcentuoja ir informatikos mokymo profesorius Kalaš (2012) teigdamas, kad esminis produktyvios skaitmeninių technologijų integracijos reikalavimas yra pedagogų profesinis tobulėjimas skaitmeninės kompetencijos srityje, nes vienintelis veiksmingas būdas pašalinti arba sumažinti galimą žalą yra išmanantis mokytojas. Mokytojo pareiga yra kritiškai apsvarstyti tinkamas skaitmenines priemones ir tinkamai jas naudoti papildant ugdymosi turinį. Lietuvos edukologė, socialinių mokslų daktarė Monkevičienė kartu su Stankevičiene, Jonilienė ir Glebuviene (2010), nagrinėjusios šiuolaikinėje žinių visuomenėje gyvenančio vaiko mokymosi sociokultūrinius aspektus, pažymi, kad šiuolaikinio Lietuvos vaiko, gyvenančio globalizacijos sąlygomis, mokymąsi formuoja ne tik šeimos ir ugdymo įstaigos kultūra, bet ir informacinė kultūra. Skaitmeninės technologijos konkuruoja su tradiciniu vaiko ugdymu įstaigose, todėl šios turi prisitaikyti prie vaiko mokymosi poreikių, tapti atviresnės globalios visuomenės iššūkiams, tuo pačiu metu nepamiršdamos vertybinio vaiko ugdymo aspekto. Be to, anot Blackwell, Lauricella, Wartella (2014), trūksta įrodymų, kad mokytojai efektyviai integruoja technologijas į ugdymo procesą, nes svarbu yra tai, ar mokytojas skaitmeninius įrankius, pvz. skaitmeninį fotoaparata, naudoja fotografuojant ir dokumentuojant vaikų mokymosi pasiekimus, ar moko vaikus kurti skaitmeninį turinį (pvz., vaizdo, garso įrašus), skaitmeniniu būdu kurti istorijas ir pan. Fjørtoft, Thun, Buvik (2019) pritaria šiems teiginiams teigdami, kad skaitmeniniai įrankiai ikimokyklinio ugdymo įstaigose dažniausiai naudojami įprastinei veiklai fiksuoti, dokumentuoti ugdomąjį darbą, bendrauti su tėvais.

Kad pagerėtų švietimo sistemos efektyvumas ir mokymosi rezultatų kokybė, reikia daugiau dėmesio skirti švietimo technologijoms ir skaitmeninėms inovacijoms. Ypač sudėtinga padėtis egzistuoja ikimokyklinio ir priešmokyklinio ugdymo institucijose, kurios susiduria su iššūkiais tiek dėl technologinio aprūpinimo, tiek dėl pedagogų skaitmeninio raštingumo ir darbo sąlygų. Naudojant informacines technologijas atsiranda daugiau galimybių lengviau bendrauti su mokinių šeimomis, stebėti jų pažangą, planuoti veiklas ir pan., o tai reiškia, kad laikas, kurį pedagogas skiria dokumentacijos pildymui, būtų skiriamas besimokančiajam. (Nacionalinis pažangos planas, 2020). Kalaš (2012) teigia, kad veiksmingą skaitmeninių technologijų integraciją į ugdymo procesą gali sulėtinti mokytojų profesinio tobulėjimo stoka dėl nepakankamos pradinio tobulėjimo programos trukmės, nekompetentingų mentorių, neveiksmingų mokymų. Kai kurių mokytojų įsitikinimai apie skaitmenines technologijas prieštaravo jų pedagoginiams vaikų inicijuoto žaidimo principams, kiti jaučia nerimą dėl technologijų neigiamo poveikio vaikų gerovei, socialiniam vystymuisi ir sveikatai (Undheim, 2021). Blackwell, Lauricella, Wartella (2014) savo tyrime pateikia tokias kliūtis, kurios neleidžia mokytojams efektyviai naudotis technologijomis – tai ribotos galimybės naudotis technologiniais ištekliais, laiko mokytis išmaniomis technologijomis stoka, bei

mokytojų asmeniniai įsitikinimai, požiūris į technologijų edukacinę vertę. Šiems teiginiams pritaria ir Hassan ir Mirza (2020) išskirdami tokius veiksnius, ribojančius spartesnę skaitmeninės integracijos plėtrą:

- mokytojų igūdžių stoka valdyti skaitmenines technologijas;
- mokytojų sąmoningumo stoka ir nenoras naudotis išmaniosiomis technologijomis;
- skaitmeninių technologijų infrastruktūros trūkumas ugdymo įstaigose;
- sparčiojo interneto ryšio trukdžiai darbo vietose;
- ribota techninė pagalba įstaigose kuriant ir naudojant elektroninį turinį;
- neatsakyti klausimai dėl saugumo, įsilaužimo, elektroninių patyčių, prieigos prie netinkamų ar net kenksmingų programų, svetainių;
- laiko trūkumas skaitmeninėms veikloms atlikti;
- tėvų prieštaravimai dėl skaitmeninių priemonių naudojimo ugdyme.

Sėkmingai skaitmeninių technologijų integracijai ikimokyklinio ugdymo įstaigose labai svarbus mokytojų palaikymas ir skatinimas. Jei mokytojai, baigę pirminę profesinio tobulėjimo programą, liks patys vieni spręsti visas kasdienes technines ir edukacines problemas, susijusias su skaitmeninių priemonių naudojimu, nebus aprūpinti reikiama išteklių, jie gali lengvai prarasti entuziazmą. Todėl svarbu sukurti priemones, skirtas inicijuoti ir remti skaitmeninių technologijų integraciją, pvz., mokymo ištekliai, geros praktikos rinkiniai, mokymo programų tęsiniai ar pan. (Kalaš, 2012). Vaičiulė (2023), apibendrinama savo tyrimą, teigia, kad skaitmeninio raštingumo gebėjimų ugdyme aktualu yra glaudus organizacijų ir institucijų bendradarbiavimas bei veiklos koordinavimas. Taip pat, kad skaitmeninis raštingumas Lietuvoje nėra sisteminis, todėl atsiranda poreikis tobulinti skaitmeninę kompetenciją ir studentams pedagogų profesijos rengime, ir mokytojams – kvalifikacijos tobulinimo kursuose, nes gebėjimas pasirinkti patikimus informacijos šaltinius ir įvertinti turinį tapo ypač svarbus. Anot Ungheim, Plog (2023), į mokymo programas reikia įtraukti tiek teorinius, tiek praktinius skaitmeninės kompetencijos aspektus. Praktiniai aspektai galėtų būti kodavimas ir programavimas, animacinių filmų, įrašų ar skaitmeninių paveikslėlių knygų kūrimas, programėlių vertinimas, ir pan. Remdamiesi atitinkamais didaktiniais pavyzdžiais, kaip, kodėl ir kada naudoti skaitmenines technologijas, mokytojai bus labiau pasirengę įgyvendinti mokymo(si) tikslus, kurie atitinka 21-ojo amžiaus lūkesčius ir reikalavimus.

## Tyrimo rezultatai

**Tyrimo organizavimas.** Siekiant atskleisti pedagogų patirtis ir požiūrį į skaitmeninių priemonių naudojimo galimybes ugdant ikimokyklinio amžiaus vaikus, tyrimui atlikti pasirinktas kiekybinis tyrimo metodas – anketinė apklausa. Tyrime dalyvavo Alytaus miesto ikimokyklinio ugdymo pedagogai, dirbantys su 3-7 metų amžiaus vaikais (140 tyrimo dalyvių). Tyrimas vyko 2024 m. kovo – balandžio mėnesiais. Tyrime ikimokyklinio ugdymo pedagogai dalyvavo savanoriškai. Apklaustieji išliko anonimais, buvo laikomasi konfidencialumo ir privatumo principų.

**Tyrimo rezultatai.** Siekiant atskleisti ikimokyklinio ugdymo pedagogų patirtis ir nuomonę apie skaitmeninių technologijų naudojimą ugdymo procese, buvo pateiktas klausimas, kuriuo siekta išsiaiškinti tyrimo dalyvių nuomonę apie skaitmeninių priemonių naudojimo privalumus ir trūkumus. Duomenys parodė, kad labiausiai tiriamieji pritaria teiginiams, kad skaitmeninių priemonių naudojimas ugdymo procese pajvairina mokymo(si) procesą ir didina ikimokyklinio amžiaus vaikų įsitraukimą ir motyvaciją (atitinkamai 29% ir 26% visų atsakymų). 14% visų atsakymų sudarė nuomonė, kad skaitmeninių priemonių pagalba galima individualizuoti mokymo(si) procesą, 8% - kad tai skatina bendradarbiavimą. Po 6% procentus visų atsakymų sudarė teiginiai, kad tai lavina kalbinius ir rašymo gūdžius bei skatina smegenų vystymąsi, 3% visų atsakymų sudarė nuomonė, kad skaitmeninės technologijos padeda išreiškiant savo mintis ir požiūrį. Tik labai nedidelė dalis (4%) visų atsakymų sudarė teiginiai, kad skaitmeninių technologijų naudojimas ugdymo procese kenkia vaikų sveikatai ir, kad pakanka tradicinių būdų ugdymo(si) tikslams pasiekti, o 0,5% - kad tai yra per daug sudėtinga. Turėdami galimybę rašyti savo norimą atsakymo variantą nesirenkant iš pateiktų, šia galimybe pasinaudojo 2 tiriamieji (0,5%) teigdami, kad skaitmeninės technologijos turėtų būti taikomos saikingai ir, kad *skaitmeninės technologijos turi būti kaip papildoma mokymosi priemonė, o ne pagrindinė*.

Naujausi tyrimai rodo, jog ankstyvas vaiko sąmoningas susidūrimas su technologija gali paskatinti jo pažintinio vystymosi procesus tiek trumpalaikėje, tiek ilgalaikėje perspektyvoje. Modernios skaitmeninės technologijos, tokios kaip interaktyvūs mokymo įrankiai ir kūrybinės programavimo užduotys, suteikia vaikams galimybę tyrinėti ir kurti, o kartu ir mokytis per žaidimą. Fotografavimas, animacijos kūrimas, skaitmeninis piešimas ar fotografavimo derinimas su piešimu, papildytos realybės elementai yra tik keli iš gausybės būdų, kaip šiandienos technologija atveria vaikams duris į kūrybinį



pasaulį, leisdamą jiems jungti realų ir virtualų pasaulį savo kūryboje. (Realybių žaismė (Žaismė ir atradimai), 2021). Todėl apibendrinant diagramoje pateiktus duomenis galima daryti prielaidą, kad tiriamųjų nuomonė su mokslinėje literatūroje pateikiamais teiginiais sutampa tik iš dalies. Dauguma tiriamųjų palankiai vertina skaitmeninių technologijų suteikiamas galimybes ikimokyklinio amžiaus vaikų ugdyme, ypač dėl galimybių pajvairinti ugdymo procesą ir skatinant vaikų įsitraukimą bei motyvaciją. Tik maža dalis tiriamųjų išreiškia neigiamą požiūrį į skaitmeninių priemonių naudojimą ikimokyklinio amžiaus vaikams, teigdami kad skaitmeninės technologijos gali turėti neigiamą poveikį vaikų sveikatai arba gali būti per daug sudėtingos, taip pat, kad ugdymo procesui užtikrinti pakanka ir tradicinių mokymo(si) metodų. Bet akivaizdu, kad pedagogai skaitmenines technologijas labiausiai vertina kaip būdą įdomiau pateikti ugdomąją medžiagą ir neįžvelgia, kad tinkamai parinktos technologijos suteikia galimybę unikalioms mokymo(si) galimybėms ir patirtims.

Siekiant apžvelgti ikimokyklinio ugdymo pedagogų patirtis taikant skaitmenines technologijas ugdymo procese, tiriamiesiems buvo pateikti klausimai apie jų turimus įgūdžius šioje srityje. Daugiau nei pusė tiriamųjų (65%) pasitiki savo gebėjimais naudoti skaitmenines technologijas, tačiau jie taip pat pripažįsta poreikį tobulinti savo įgūdžius šioje srityje. Nors penktadalis (23%) apklaustųjų jaučiasi labai pasitikintis savo kompetencijomis, maždaug vienas iš dešimties tiriamųjų (11%) nurodo, kad nepasitiki savo gebėjimais naudoti skaitmenines technologijas profesinėje veikloje. Taip pat išsiskiria 1% tiriamųjų, kurie mano, kad skaitmeninės technologijos nėra būtinos siekiant ugdymo tikslų arba kad jų nenaudoja tam tikro amžiaus vaikams. Anot Meimei ir Baoxin (2022), nustatant kiek vaikas gali išmokti, vienas svarbiausių veiksnių yra mokytojo žinios ir tai daro didelę įtaką vaiko mokymuisi ir vystymuisi. Mokytojo žinios paverčiamos vaikų išmoktomis žiniomis įgyvendinant konkrečias veiklas, todėl ikimokyklinio ugdymo mokytojų profesinių žinių struktūra ir turtingumas yra labai svarbūs. Blackwell ir kt. (2014) pateikdami savo tyrimo rezultatus teigia, kad švietimo įstaigoms reikia ne tik inovatyvių technologijų, bet didelį dėmesį reikia skirti mokytojams, kad padėti jiems suprasti, kaip efektyviai integruoti technologijas mokymo procese, o suteikus mokytojams pakankamą paramą ir tvirtą technologijų viziją galima skatinti teigiamą pedagogų požiūrį ir pasitikėjimą technologijų naudojimu.

Remiantis apklausos duomenimis, daugumai pedagogų reikia pagalbos ir palaikymo tobulinant jų skaitmeninės kompetencijos įgūdžius, todėl svarbu investuoti į pedagogų profesinį tobulėjimą ir pasitelkti tinkamas mokymo programas bei resursus, kad būtų užtikrintas jų pasirengimas technologijų panaudojimui ugdymo procese.

Norint labiau apžvelgti turimus pedagogų įgūdžius, buvo suformuluotas klausimas apie tai, kaip dažnai ir kokių tikslu tiriamieji naudoja skaitmenines technologijas savo darbe. Paaikėjo, kad dauguma ikimokyklinio ugdymo pedagogų (89%) nuolat savo darbe naudoja skaitmenines technologijas dokumentacijos pildymui (planų rašymui, vaikų pasiekimų ir pažangos vertinimui, refleksijoms ir pan.), apie pusę tiriamųjų nuolat skaitmeninių priemonių pagalba bendrauja su vaikų tėvais (globėjais) internetinių platformų ar/ir el. laiškų pagalba bei profesiniam tobulėjimui (mokymai, seminarai, konferencijos). Tai sudaro atitinkamai 58% ir 50% tiriamųjų. Pusė (49%) tyrimo dalyvių teigia dažnai skaitmenines technologijas pasitelkia pajvairinant mokymo turinį vaikams, inovatyviai pateikiant žinias mokymo procese. Ketvirtadalis tiriamųjų (26%) teigia, tai darantys tik kartais, o 2% - nesinaudojantys inovatyviomis skaitmeninėmis priemonėmis ir aplinkomis. Gauti duomenys sutampa su Fjørtoft, Thun, Buvik (2019) darbe pateiktais teiginiais, kad skaitmeniniai įrankiai ikimokyklinio ugdymo įstaigose dažniausiai naudojami įprastinei veiklai fiksuoti, dokumentuoti ugdomąjį darbą, bendrauti su tėvais, o ne panaudojant skaitmenines technologijas ugdymo procese, siekiant maksimaliai įtraukti vaikus ir skatinti jų mokymąsi bei kūrybiškumą. Tad apibendrinant gautus duomenis galima daryti prielaidą, kad dauguma ikimokyklinio ugdymo pedagogų nuolat naudoja skaitmenines technologijas ne tam, kad pajvairintų mokymo turinį vaikams, bet daugiau siekdami efektyviau tvarkyti dokumentaciją, bendrauti su tėvais bei tobulėti profesiniame lygmenyje. Tai rodo, kad nors skaitmeninės technologijos yra įtrauktos į pedagogų darbo procesą, jos dažniausiai yra panaudojamos administraciniams uždaviniams, o ne kūrybingam ir inovatyviam mokymo turinio pristatymui.

Apžvelgiant pedagogų turimus įgūdžius skaitmeninių technologijų naudojimo srityje, taip pat svarbu apžvelgti kokias skaitmenines technologijas pedagogai naudoja ugdymo procese ir kaip dažnai tai daro. Didelė dalis tiriamųjų ugdymo procese kasdien naudoja kompiuterį (72%), išmanųjį telefoną (51%). Šie duomenys rodo, kad daug tiriamųjų naudoja šias technologijas ugdymo procese, bet negalima tiesiogiai daryti išvados, kad pedagogai naudoja šias priemones tik darbui su vaikais mokomosios medžiagos pristatymui. Tam reikalingas gilesnis tyrimas ir analizė. Kiek mažiau tiriamųjų kasdien savo darbe naudoja fotoaparata (25%) bei interaktyvią lentą (21%). Edukacinės programėlės yra pakankamai populiarios darbui su ikimokyklinio amžiaus vaikais - 1-3 kartus per savaitę ar 1-3 kartus per mėnesį jas naudojo po

31% tiriamųjų. Taip pat pakankamai dažnai naudojami robotai ir programuojami žaislai (pvz. Bee-bot, Kubo, Osmo) – 1-3 kartus per savaitę su šiomis priemonėmis veiktas su vaikais vykdė 18%, o 1-3 kartus per mėnesį ketvirtadalis (25%) tiriamųjų. Visgi nenaudojančių programuojamų žaislų tarp apklaustųjų yra kiek mažiau nei pusė (39%). Tiek pat apklaustųjų nurodė nesinaudojantys virtualiomis edukacinėmis ekskursijomis (muziejai, parodos, teatras ir pan.). Didžioji dalis tiriamųjų savo darbe nenaudoja skaitmeninių mikroskopų (89%), 3D spausdintuvų (86%), kiek mažiau - virtualios realybės programėlių (68%) ir planšelių (46%) ugdymo turiniui papildyti.

Saulėnienės ir Grikietytės (2022) teigimu, pedagogui yra ypač svarbu ugdytis ir tobulinti įvairius gebėjimus, skirtingose aplinkose, pasinaudojant naujomis inovatyviomis priemonėmis, nes taip sukuriama didesnė galimybė labiau sudominti vaikus. Iš apibendrintų duomenų matyti, kad nors skaitmeninės technologijos kaip edukacinis įrankis turi tam tikrą populiarumą, tačiau yra tam tikrų technologijų, kurios vis dar yra nepanaudojamos arba naudojamos mažai. Šių priemonių intensyvesnė integracija į ugdymo procesą ikimokyklinio amžiaus vaikams gali būti vertinama kaip galimybė pagerinti mokymosi turinį ir suteikti vaikams daugiau įvairių mokymosi galimybių.

Tyrimu taip pat siekta atskleisti koku tikslu pedagogai naudoja skaitmenines technologijas ugdymo procese. Paaiškėjo, jog ikimokyklinio ugdymo pedagogai ugdymo procese skaitmenines technologijas dažniausiai (27% visų atsakymo variantų) naudoja norėdami pateikti mokomąją medžiagą (pvz., Youtube platformoje), kiek mažiau - mokyti pasinaudojant edukacinėmis programėlėmis, platformomis (pvz. skaičių, raidžių mokymuisi) ir klausytis su vaikais muzikos, mokyti dainų (atitinkamai 25% ir 24%). Pakankamai maža dalis (13% visų atsakymų variantų) teigia, kad skaitmenines technologijas naudoja mokant vaikus programavimo pagrindų (pvz. programuojami robotai, Bee-Bot, programėlė ScratchJr). Labai svarbu išskirti tai, kad didesnė dalis tiriamųjų savo darbe renkasi išmaniąsias technologijas animacinių filmų žiūrėjimui (7%), nei mokant vaikus kurti elementarų skaitmeninį turinį (pvz., programėle „Stop Motion“, „ChatterPix“ ir pan.). Anot Kalaš (2012), dauguma autorių akcentuoja, kad rizika vaikų sveikatai kyla dėl pasyvaus vaikų buvimo prieš išmaniuosius ekranus, todėl yra svarbu rinktis veiklas, kuriose iš karto pastebimas vaikų įsitraukimas, socialinis interaktyvumas ir bendradarbiavimas bei kūrybiškumas. Būtina atkreipti dėmesį į riziką, kuri gali kilti dėl per ilgo pasyvaus laiko praleidžiamo prieš ekranus.

Apibendrinant duomenis galima daryti prielaidą, kad pakankamai didelė dalis tiriamųjų skaitmenines technologijas naudoja pasyviai leidžiant laiką prie išmaniųjų įrenginių (mokomųjų vaizdo įrašų pateikimui, muzikos klausymui, mokantis dainų ar animacinių filmų žiūrėjimui). Taip pat svarbu pabrėžti, kad išskirtinai maža dalis tiriamųjų skaitmenines technologijas naudoja mokant vaikus kurti skaitmeninį turinį (pvz., programėle „Stop Motion“, „ChatterPix“ ir pan.).

Pedagogams pateikus klausimą apie veiksnius, įtakančius jų pasirinkimą naudoti vieną ar kitą skaitmeninę priemonę, paaiškėjo, kad daugiau nei pusė (61%) tiriamųjų naudojamas darbe skaitmenines priemones, įrankius ar aplinkas pasirenka patys, 27% tiriamųjų naudoja seminarų, mokymų metu matytas priemones. Tik maža dalis tiriamųjų šiuo klausimu naudojasi vadovybės ar kolegų rekomendacijomis (atitinkamai 5% ir 4%). 3% tiriamųjų, pasirinkę galimybę įrašyti savo atsakymo variantą, teigė, kad tinkami yra visi ar keletas atsakymo variantų arba, kad nenaudoja skaitmeninių technologijų darbe. Apibendrinant šiuos duomenis galima daryti prielaidą, kad didelis procentas tiriamųjų pasirenkantys skaitmenines technologijas savarankiškai gali rodyti, kad pedagogai yra pasirengę ir geba prisitaikyti prie skaitmeninės aplinkos remdamiesi savo patirtimi, poreikiais ir inovatyviu požiūriu į mokymą. Kita vertus, kyla klausimų dėl savarankiškai pasirenkamų technologijų tinkamumo vaikams. Trūksta įrodymų ar tyrimų, kurie įvertintų naudojamų priemonių efektyvumą ir tinkamumą konkrečioms amžiaus grupėms ar mokymo poreikiams. Todėl būtų prasminga ateityje atlikti gilesnius tyrimus ar apklausas, skirtas įvertinti naudojamų skaitmeninių priemonių poveikį ir tinkamumą mokymosi procese, ypač atsižvelgiant į vaikų poreikius ir saugumo klausimus.

Siekiant išryškinti galimas problemas bei poreikius, susijusius su skaitmeninių technologijų naudojimu ikimokykliniame ugdyme, pedagogams buvo pateikti klausimai, skirti įvertinti kylančias pedagogams problemas ir identifikuoti galimus sprendimo būdus šioms problemoms spręsti.

Norint sužinoti, kokius iššūkius ir problemas pedagogai įžvelgia integruojant skaitmenines technologijas į ugdymo procesą, buvo pateikta keletas galimų variantų su galimybe įrašyti jiems tinkantį variantą. Apžvelgus duomenis matyti, kad pedagogai kaip didžiausią iššūkį ar problemą integruojant technologijas ugdymo procese įvardina laiko trūkumą randant ir išbandant naujoves (20% visų atsakymo variantų). Kiek mažiau pasirinko tinkamų programėlių pasirinkimo (18%), galimų techninių problemų atsiradimo ir pagalbos trūkumo jas sprendžiant (16%) bei poreikio papildomai mokytis ir prisitaikyti prie nuolat kintančių skaitmeninių technologijų (14%) problemas. Tik po 2% visų tiriamųjų atsakymų sudarė

teiginiai, kad didžiausias iššūkis ar problema jiems yra vadovybės nepalaikymas ir autorinių teisių pažeidimai, po 8% - saugumo ir privatumo užtikrinimas bei žinių ir įgūdžių trūkumas. 1% tyrimo dalyvių pasirinko galimybę įrašyti savo atsakymą ir pateikė šiuos teiginius: *kai dauguma informacijos vaikams pateikiama per IKT, tai ne skaitmeninis ugdymo turinys tampa vaikams mažiau patrauklus; problema, kad įstaiga nėra pakankamai aprūpinta priemonėmis; norėtuši dažniau naudoti, ypač individualiai veiklai, bet tiesiog yra didelis trūkumas priemonių; nėra problemų; nepakanka priemonių; yra vertingesnių priemonių ugdymui darželinio amžiaus vaikams.* Tiriamųjų atsakymai daugeliu atvejų patvirtina Blackwell ir kt. (2014) tyrimo rezultatus, kad viena svarbiausių kliūčių, neleidžiančių pedagogams efektyviai naudotis technologijomis, yra ribota prieiga prie technologijų, laiko mokytis naudoti skaitmenines technologijas trūkumas, mokymų ir paramos trūkumas. Ir tai parodo poreikį skirti daugiau dėmesio pedagogų mokymui, palaikymui ir resursams, kad jie galėtų efektyviai įsisavinti naujoves ir įgyvendinti inovacijas ugdymo procese.

Siekiant apžvelgti, su kokiomis problemomis susiduria pedagogai integruodami skaitmenines technologijas ugdymo procese, buvo tirta pedagogų nuomonė, ar jie turi pakankamai priemonių ir įrankių bei vadovybės palaikymą, kad galėtų sėkmingai diegti skaitmenines technologijas profesinėje veikloje. Atsakydami į šį klausimą apie pusė tiriamųjų (46%) teigė, kad skaitmeninių priemonių turi, bet jų nepakanka. Trečdalis (34%) tiriamųjų mano, kad priemonių ir vadovybės palaikymo turi pakankamai, o 16% tiriamųjų nurodė, kad jiems trūksta ir priemonių, ir vadovybės palaikymo integruojant skaitmenines priemones ugdymo procese. Maža dalis (3%) tiriamųjų, pasirinkę galimybę savo atsakymo variantą rašyti patys, nurodė, kad jiems trūksta konkrečių priemonių, pvz., išmanios lentos ar planšetės, kiti teigė, kad skaitmeninės priemonės jiems nėra būtinos. Tai rodo, kad nors daugelis mokytojų jau turi skaitmenines priemones, svarbu užtikrinti, kad priemonių ir vadovybės palaikymo būtų pakankamai, kad būtų galima sėkmingai integruoti technologijas į ugdymo procesą.

Tyrimas taip pat atskleidė, ar, pedagogų požiūriu, yra pakankamai informacijos (metodinių leidinių, mokymų ar pan.), kaip tinkamai pasirinkti ir tikslingai naudoti skaitmenines priemones ugdymo procese. Daugiau nei pusė (56%) apklaustųjų mano, kad informacijos nors ir yra, bet jos nepakanka. 39% tiriamųjų mano, kad informacijos yra pakankamai, ir tik 5% - kad informacijos labai trūksta. Chalak (2018) savo atliktame tyrime apie technologijų naudojimą ikimokyklinėse įstaigose taip pat išvelgė poreikį padėti mokytojams tobulinant skaitmeninio raštingumo kompetencijų sritį ir akcentavo, kad reikia tinkamų gairių apie galimybes, kurias sukuria skaitmeninės technologijos, kad padėtų pedagogams suprasti technologijų potencialą ir galimybes bei taip pagerintų mokinių mokymosi ir žaidimo patirtį. Lietuvoje skaitmeninio raštingumo klausimai išlieka nepakankamai išplėtoti ir struktūrizuoti, todėl yra poreikis tobulinti pedagogų skaitmeninę kompetenciją mokymų, kvalifikacijos kėlimo kursų pagalba. Šiuolaikinėje aplinkoje svarbu mokėti efektyviai atrinkti patikimus informacijos šaltinius bei kritiškai įvertinti turinį, o siekiant, kad skaitmeninio raštingumo ugdymas apimtų kuo daugiau žmonių, svarbu stiprinti bendradarbiavimą ir koordinuoti veiklą tarp įvairių organizacijų bei institucijų. (Vaičiulė, 2023). Viena iš problemiškesnių sričių diegiant atnaujintą ugdymo turinį iki šiol yra mokytojų pasirengimas vykdyti atnaujintas programas, įskaitant ir skaitmeninę sritį, nes trūksta kokybiškos, visiems pedagogams prieinamos metodinės medžiagos, platformos su praktiniais kokybiškos veiklos pavyzdžiais, įrankių. (Nacionalinis pažangos planas, 2020).

Svarbu pabrėžti, kad šio klausimo atsakymų variantai pasiskirsto labai panašiai, kaip ir ankstesniame klausime, kuriame buvo teirujamasi apie priemonių, įrangos ir/ar vadovybės palaikymo pakankamumą. Tad apibendrinus galima teigti, kad yra poreikis ne tik aprūpinat pedagogus priemonėmis, bet ir papildomiems mokymams, metodiniams leidiniams ir pan., kad būtų galima patenkinti pedagogų poreikius ir užtikrinti jų sėkmingą darbą.

## Išvados

1. Dauguma turime dalyvavusių Alytaus ikimokyklinių įstaigų pedagogų palankiai vertina skaitmeninių technologijų naudojimą ikimokykliniame ugdyme dėl galimybės pajavairinti mokymo procesą ir skatinti vaikų įsitraukimą bei motyvaciją. Tačiau, nors technologijos yra įtrauktos į darbo procesą, jos dažniausiai naudojamos administraciniams darbams, o ne unikaloms mokymo(si) galimybėms ir patirtims. Nepaisant pedagogų teigiamų nuostatų ir pasirengimo prisitaikyti prie skaitmeninės aplinkos, pastebėtas pakankamai pasyvus skaitmeninių technologijų naudojimas, nepakankama jų integracija mokymo procese, bei trūkumas palaikymo ir pagalbos pedagogams tobulinant jų skaitmeninės kompetencijos įgūdžius.

2. Apklaustų pedagogų apklausos rezultatai rodo, kad svarbiausios kliūtys efektyviam technologijų naudojimui yra laiko trūkumas naujovių įsisavinimui, tinkamų programėlių pasirinkimo galimybės ir techninės problemos taikant technologijas. Pedagogams trūksta priemonių ir vadovybės palaikymo, kad būtų galima sėkmingai integruoti technologijas į ugdymo procesą, siekti ugdymo(si) tikslų taip, kad jie atitiktų 21 amžiaus lūkesčius ir reikalavimus. Be to, išryškėjo poreikis aprūpinti pedagogus ne tik įrankiais, bet ir papildomais mokymais bei metodiniais leidiniais, kad būtų patenkinti jų poreikiai ir užtikrintas sėkmingas darbas.

## Literatūra

1. Apaydin, C., Kaya, F. (2020). An analysis of the preschool teachers views on alpha generation. *European Journal of Education Studies*, 6(11), 2020. doi: 10.5281/zenodo.3627158
2. Blackwell, C. K., Lauricella, A. R., & Wartella, E. (2014). *Factors influencing digital technology use in early childhood education*. *Computers & Education*, 77, 82–90. doi:10.1016/j.compedu.2014.04.013
3. Chalak, R. M. (2018). Information and Communication Technology in Kindergarten. *Master's thesis, Bethel University*. Prieiga per internetą: <https://spark.bethel.edu/etd/118>
4. Fjertoft, S. O., Thun, S., Buvik, M. P. (2019). Monitor 2019: en deskriptiv kartlegging av digital tilstand i norske skoler og barnehager. Monitor 2019: A Descriptive Comprehensive Survey of the Digital Status of Norwegian Schools and Kindergartens. Trondheim: Sintef. Prieiga per internetą: <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2626335>
5. Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., Suman, R. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable Operations and Computers*, Pages 275-285. doi.org/10.1016/j.susoc.2022.05.004
6. Hassan, M. M., Mirza, T. (2020). Exploring Benefits of Information and Communication Technology (ICT) in the Primary Education. *Journal of Xidian University*. doi.org/10.37896/jxu14.7/211 [https://www.udir.no/contentassets/92b2822fa64e4759b4372d67bcc8bc61/monitor-2019-sluttrapport\\_sintef.pdf](https://www.udir.no/contentassets/92b2822fa64e4759b4372d67bcc8bc61/monitor-2019-sluttrapport_sintef.pdf).
7. Istrati, V. (2021). Ensuring the right to quality education in preschool institutions through ICT application. In: *Educația privind drepturile copilului: experiențe și perspective în învățământul preșcolar și primar, Ed. 1, 26 noiembrie 2021, Chișinău. Chișinău: Centrul Editorial-Poligrafic al Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă” din Chișinău, 2022, p. 325-328.* Prieiga per internetą: [https://ibn.idsi.md/vizualizare\\_articol/166036](https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/166036)
8. Jha, A. K. (2020). Understanding Generation Alpha. doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g
9. Kalaš, I. (2012). ICTs in early childhood care and education. *UNESCO Institute for Information Technologies in Education* (286). Prieiga per internetą: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224207>
10. Macijauskienė, A., Norvilienė A. (2018). Alfa kartos vaikų bruožai ir ugdymo(-si) ypatumai: pedagogų nuomonė. *The 2nd Lithuanian educational research association (leta) conference and 2nd conference of doctoral students in education*, p. 76-85. *Klaipėdos universitetas*. Prieiga per internetą: <https://www.lituanistika.lt/content/82549>
11. Meimei, T., Baoxin, L., (2022). Research on the Correlation between Multisource Big Data Virtual Assisted Preschool Education and the Development of Children's Innovative Ability. *Occupational Therapy International*. DOI.org/10.1155/2022/3880201
12. *Mokytojų ir pagalbos mokiniui specialistų kompetencijų aprašas*, Nr. V-1499. (2023). Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/e8d855a08d6111eea791d94269904d9b?jfwid=k4bo6kqgw>
13. Monkevičienė, O., Stankevičienė, K., Jonilienė, M., Glebuviene, S. (2010). Šiuolaikinėje žinių visuomenėje gyvenančio vaiko mokymosi sociokultūriniai aspektai. *Pedagogika*. 100, p. 101-106. Prieiga per internetą: <https://www.lituanistika.lt/content/28410>
14. Nacionalinė švietimo agentūra (2021). *Realybių žaismė. Žaismė ir atradimai*. Rekomendacijos ikimokyklinio ugdymo pedagogui. Vilnius: UAB „Vitae Litera“.
15. Nacionalinis pažangos planas (2020). 2021–2030 m. plėtros programos valdytojos Švietimo, mokslo ir sporto ministerijos Švietimo plėtros programos pagrindimas. Prieiga per internetą: [https://smsm.lrv.lt/uploads/smsm/documents/files/Administracine%20informacija/planavimo%20dokumentai/pletros%20programos/%C5%A0PP%20pagrindimass\\_2021-05-31.pdf](https://smsm.lrv.lt/uploads/smsm/documents/files/Administracine%20informacija/planavimo%20dokumentai/pletros%20programos/%C5%A0PP%20pagrindimass_2021-05-31.pdf)

16. Saulėnienė, S., Grikietytė, S. (2022). Pedagogų kompetencijos taikant inovacijas ikimokykliniame ugdyme. *Studijos – verslas – visuomenė: dabartis ir ateities išvalgos*, 1(VII), 95–103. doi.org/10.52320/svv.v1iVII.240
17. Thompson, A. (2018). Study on The Alpha Generation and the Reflections of its Behavior in the Organizational Environment. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 6(1), 9–19. Prieiga per internetą: <https://www.questjournals.org/jrhss/papers/vol6-issue1/C610919.pdf>
18. Tootell, H., Freeman, M., Freeman, A. (2014). Generation Alpha at the Intersection of Technology, Play and Motivation. *47th Hawaii International Conference on System Science*. Prieiga per internetą: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6758614>
19. Undheim, M. (2021). Children and teachers engaging together with digital technology in early childhood education and care institutions: a literature review. *European Early Childhood Education Research Journal*. Pages 472-489. doi.org/10.1080/1350293X.2021.1971730
20. Undheim, M., Ploog, M. (2023). Digital competence and digital technology: a curriculum analysis of Norwegian early childhood teacher education. *Scandinavian Journal of Educational Research*. doi.org/10.1080/00313831.2023.2204109
21. Vaičiulė, R. (2023). *Medijų raštingumo aktualijos pedagogo veikloje*. 4-ojo tarptautinio forumo „Teisė būti sveikam ir laimingam“ mokslinių straipsnių rinkinys. P. 43-51. Klaipėdos universitetas. Prieiga per internetą: <https://www.ku.lt/cris/entities/publication/8cbe17dd-c064-4fc4-86a8-a8a8165deb05/details>
22. *Valstybės pažangos strategija „Lietuvos ateities vizija „Lietuva 2050“*, (2023). Lietuvos Respublikos Seimas. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/a8b03ef0a55511ee8172b53a675305ab?jfwid=-qj5rak902>
23. *Valstybinė švietimo 2013-2022 metų strategija*. (2014). Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija. Prieiga per internetą: <https://www.nsa.smm.lt/wp-content/uploads/2018/04/Valstybine-svietimo-strategija-2013-2020-svietstrat.pdf>

# UAB „X“ IŠORINĖS IR VIDINĖS APLINKOS VEIKSNIŲ STRATEGINĖ ANALIZĖ

*Egidijus Rimkus,  
Ilona Mulerenkienė  
Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Stiprėjant konkurencijai bei vykstant globalizacijos procesams, įmonių vadovai priversti atsakingai planuoti savo veiklą, o priimdami sprendimus atsižvelgti į riziką. Verslininkai, siekiantys ilgalaikės verslo sėkmės, privalo nuolat stebėti besikeičiančią išorinę aplinką, ją analizuoti ir, atsižvelgiant į joje vykstančius pokyčius, priimti sprendimus. Todėl kiekvienai įmonei, siekiančiai aukšto konkurencingumo bei veiklos efektyvumo, ypač svarbu veikti pagal iš anksto numatytą strategiją, kurios teisingas sukūrimas galimas tik gerai pažįstant išorinę aplinką bei įvertinus jos veiksnius.

Raktažodžiai: konkurencija, strategija, aplinkos veiksnių analizė.

## Įvadas

**Temos aktualumas.** Šiandien įmonės susiduria su nauja, reiklesne verslo aplinka, kuri dažnai apibūdinama, kaip nestabili, kintanti ir sunkiai nuspėjama (Korsakienė ir Grybaitė, 2012). Konkurencija rinkoje įtakoja visas įmones be išimties, nepriklausomai nuo jų dydžio ir užimamos padėties rinkoje. Dažnai pasitaiko, kad įvairiose verslo srityse konkurencija perauga ir į nacionalinę rinką. Konkurenciją derėtų vertinti kaip pozityvų reiškinį tiek valstybės ekonomikos, tiek vartotojų atžvilgiu. Visai kitaip – įmonėms, veikiančioms konkurencijos pilnoje rinkoje, kurios nuolat rizikuoja būti nustumtos į eilės galą ir tapti nekonkurencingomis. Vis aštrėjanti kova tarp konkurentų verčia analizuoti, kaupti informaciją apie konkurentus, ieškoti jų veiksmuose kokius privalumus jie pateikia siūlydami produktus. Sėkmingas konkuravimas lemia didesnę pelną, geresnę ateitį. Neatliekant rinkos, kainos, pasiūlos ir paklausos, esamų ir naujų konkurentų analizės, nei viena įmonė nebus įgali būti konkurencinga. Šiais technologijų laikais, tokiu sparčiu tempu vystantis pramonei, tobulėjant kiekvienai sistemai, sėkmingas konkuravimas yra vienas iš sudėtingiausių įmonės uždavinių.

Konkurencijos analizės, konkurencinę aplinką nagrinėjantys modeliai mokslinėje literatūroje išnagrinėti pakankamai smulkiai. Ir nors yra daug tokių aprašytų modelių, įmonės ne visada pasirenka tinkamiausius, labiausiai atspindinčius įmonės konkurencingumo veiksnius. Todėl kiekviena įmonė, stengdamasi atlikti informatyvią konkurencinės aplinkos analizę, privalo remtis tokiais teoriniais konkurencinės strategijos formavimo sprendimais, kurie aprėptų plačiau nei tik konkurencinę analizę ir strateginę pusę, tai reiškia kad turėtų atsispindėti ir ryšys tarp šių veiksmų.

**Darbo objektas:** įmonės strateginės aplinkos veiksnių analizė.

**Darbo tikslas:** atlikti UAB „X“ išorinės ir vidinės aplinkos veiksnių analizę ir pateikti priemones įmonės veiklos tobulinimui.

### Darbo uždaviniai:

4. Apibūdinti įmonės aplinkos strateginę analizę teoriniu aspektu.
5. Išanalizuoti UAB „X“ išorinės ir vidinės aplinkos veiksnius.
6. Įvardinti priemones UAB „X“ veiklos tobulinimui.

**Darbo metodai:** mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė, UAB „X“ dokumentų analizė.

## 1. Įmonės aplinkos strateginė analizė

Kučinskienė ir Marčinskas (2014) akcentuoja, jog kiekviena organizacija veikia tam tikrame kontekste, kuri konkrečiu momentu yra unikali. Norint parengti organizacijos veiklos ir jo plėtros strategines kryptis, ieškoma atsakymo besikeičiančioje organizacijos ir jos aplinkos konteksto lygmenyje. Kaip teigia Valentinavičius (2009), vadovui strategijos parengimas leidžia analitiškiau mąstyti apie organizaciją ir jos aplinką, įvairias veiklos galimybes ir perspektyvas bei apsisaugoti nuo išorinės aplinkos keliamų grėsmių.

Siekdamos prisitaikyti prie globalios pasaulio rinkos keliamų reikalavimų, esamos ekonominės padėties ir sėkmingai konkuruoti, įmonės turi rengti naujas savo veiklos strategijas. Strategija tampa ypač aktuali šiandieninėmis rinkos ekonomikos sąlygomis, kai reikia numatyti verslo plėtros kryptis, paslaugų paklausą, išsilaikyti rinkose ir gauti pelno. Tik turėdamos aiškią savo veiklos strategiją, įmonės gali

išgyventi konkurencinėje kovoje. Verslo įmonės, kurios geriau pažįsta išorinę aplinką, žino savo trūkumus ir pranašumus, turi daugiau galimybių daryti veiksmingus savo strategijų pakeitimus, yra daug lankstesnės.

Organizacijos išorinė aplinka - tai visuma veiksmų, esančių už jos ribų ir galinčių vienokiu ar kitokiu būdu daryti įtaką jos veiklai, siekiant savų tikslų. Aplinkos strateginės analizės tikslas – nustatyti aplinkos veiksmus ir galimą jų įtaką organizacijai. Gali būti atliekama dviejų lygių organizacijos veiklos aplinkos analizė – mikro- ir makroanalizė. Makrolygio tyrimas – tai bendrosios makroaplinkos: ekonominės, politinės, socialinės, kultūrinės, analizė. Mikrolygio tyrimas – tai pati organizacija, vartotojai, tarpininkai, konkurentai ir kiti. Organizacijos pagrindinės veiklos analizės tikslas – atsakyti į klausimą – kokia iš tikrųjų yra organizacijos veikla ir sąlygos šiai veiklai.

Anot A. Vasiliausko (2015) išorės analizė daroma tam, kad nustatyti grėsmes ir galimybes. Korsakienė ir Grybaitė (2012) išskiria tiesioginio ir netiesioginio poveikio aplinką. Tiesioginę (dar kitaip vadinamą šakinę mikroaplinką) išorę sudaro: klientai, tiekėjai, nauji konkurentai, esami konkurentai, pakaitalai. Netiesioginę (dar kitaip vadinamą makroaplinką) išorę sudaro veiksniai: politiniai, ekonominiai, sociakultūriniai, technologiniai veiksniai.

Pagal Koncevičienę (2012), aplinkos veiksmų verslo subjektas nepajėgus kontroliuoti, tačiau turi juos sekti, analizuoti bei tinkamai į juos reaguoti. Bet kuri verslo organizacija, siekdama sėkmės, turi sugebėti nuolat atsižvelgti į besikeičiančią aplinką. Ji privalo numatyti išorinių veiksmų poveikį ir užimti tokią poziciją, kad palankių galimybių dėka įgautų pranašumą ir išvengtų grėsmių, susijusių su aplinkos permainomis.

### 7.1. Išorinės aplinkos analizė

Kuriant įmonės strateginį planą pirmiausia reikia išanalizuoti makroaplinką, t. y. aplinką kuri supa organizaciją. Makroaplinkai analizuoti plačiausiai taikomas **PEST metodas** (Korsakienė ir Grybaitė, 2012). **PEST** analizės metodu dažniausiai apžvelgiami įmonės išoriniai veiksniai, juos analizuojant pagal tokius faktorius:

- **P – Politiniai** - gali būti ir galimybės, ir grėsmės mažoms bei didelėms organizacijoms. Organizacijoms, kurios priklauso nuo vyriausybinių užsakymų ar subsidijų, politinių-teisinių veiksmų numatymas yra ypač svarbus. Politiniai-teisiniai veiksniai gali būti: teisinis reglamentavimas, vidinė politinė šalies situacija, tarptautinė politinė situacija, lobistinė veikla, rinkėjų aktyvumas ir kt. Pasak Vasiliausko (2007) svarbu įvertinti skirtingų politinių judėjimų programines nuostatas, turinčias ryšius su įmonės veikla.

- **E – Ekonominiai** - turi tiesioginę įtaką organizacijų strategijai, pavyzdžiui, kai palūkanų normos didėja, verslo finansavimui būtini išteklių darosi brangesni ar neprieinami. Taip pat situacija kapitalo rinkoje atspindi bendrą investicijų klimata, kuris strategijai įgyvendinti gali būti palankus arba nepalankus. Ekonominiai veiksniai, kurie gali suteikti organizacijai galimybes arba kelti grėsmę, gali būti šie: BVP tendencijos, infliacija, užimtumas, palūkanų normos, importo/eksporto veiksniai, nedarbo lygis, mokesčių tarifai ir t.t

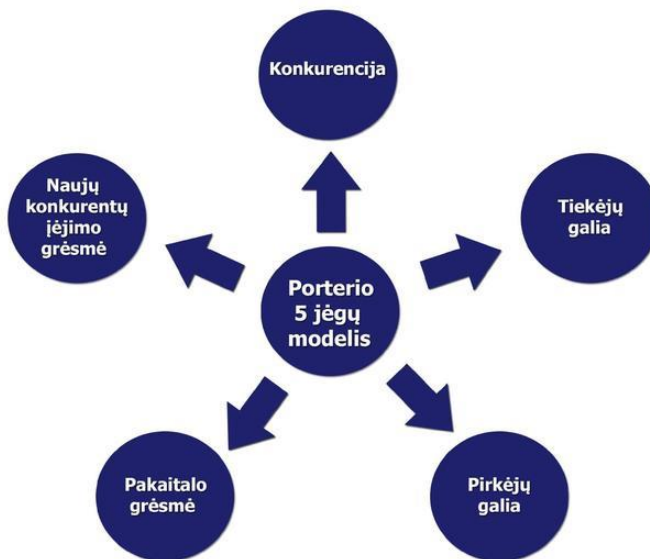
- **S – Sociakultūriniai** - skirtingose šalyse socialiniai ir kultūriniai veiksniai įmones paveikia skirtingai, ir dėl to yra svarbu, kad šis faktorius būtų apsvaistytas. Labai svarbu stebėti, kokios yra pagrindinės demografinės kaitos kryptys, ar jos naudingos, ar pavojingos įmonei. Kokių veiksmų turėtų imtis įmonė vienu ir kitu atveju? Kaip besikeičiantis gyvenimo būdas ar vartotojų vertybių sistema gali paveikti organizaciją? Svarbiausi socialiniai kultūriniai, demografiniai veiksniai gali būti šie: gimstamumas, gyvenimo stiliaus pokyčiai, socialinis mobilumas, vedybų skaičius, skyrybų skaičius, gyvenimo trukmė, pirkimo įpročiai, vidutinis išsilavinimo lygis ir t.t.

- **T – Technologiniai** - vienoms organizacijoms suteikia naujų galimybių, kitoms sukelia grėsmių. Technologiniai pokyčiai, atradimai turi didžiulį poveikį organizacijoms. Internetas keičia galimybių ir grėsmių esmę, keisdamas produktų gyvavimo ciklus, padidindamas paskirstymo greitį, kuriant naujus produktus ir paslaugas, panaikindamas tradicines geografinių rinkų ribas. Technologinės jėgos atspindi daugumą galimybių ir grėsmių, į kurias turi būti atsižvelgta formuluojant strategiją. Technologinė pažanga gali labai paveikti organizacijos produktus, paslaugas, rinkas, tiekėjus, konkurentus, vartotojus ir konkurencinę poziciją. Technologinė pažanga gali sukurti naujas rinkas, skatinti naujų produktų atsiradimą ir senų tobulėjimą, paversti egzistuojančius produktus ar paslaugas atgyvenusiais.



Daugeliui įmonių didelę reikšmę turi konkurencija verslo srityje viduje. Konkurencinių jėgų supratimas yra svarbus todėl, kad bet kurios įmonės vadovas turi suprasti, kaip veikia konkurencinės jėgos to pačio verslo viduje, nes tai nulemia verslo patrauklumą ir konkuravimo būdus. (Korsakienė ir Grybaitė, 2012). Pasak Valentinavičiaus (2009), konkurencinės strategijos tikslas - rasti rinkoje tokia nišą, kurioje organizacija galėtų geriausiai gintis nuo šių jėgų ir netgi naudoti jas savo tikslams. Tai pagrindinis teorinis modelis, kuriuo vadovaujama nustatant aplinkoje veikiančias jėgas. Modelio esmė ta, kad konkurencinę aplinką kuria ne vien tiesioginiai konkurentai, bet ir tie rinkos subjektai, kurie iš pirmo žvilgsnio su konkurencija neturi nieko bendro, pavyzdžiui, vartotojai. **M. Porter penkių konkurencinių jėgų modelis** naudojamas apžvelgti mikroaplinkos veiksniai. Šis metodas naudojamas rinkos patrauklumui ir šakos pelningumui įvertinti. M. Porter išskyrė penkis veiksniai, į kuriuos būtina atsižvelgti formuluojant organizacijos strategiją: naujų konkurentų atėjimo į rinką grėsmė; pirkėjų poveikis; tiekėjų poveikis pramonei; pakaitalų (prekių ar paslaugų) pavojus; konkurencija tarp kompanijų ( žr. 1 pav.).

1 pav. M. Porter penkių konkurencinių jėgų modelis



Sudaryta darbo autoriaus pagal Korsakienė, R. ir Grybaitė, V. (2012).  
*Strateginis organizacijų valdymas*. Vilnius.

**Naujų dalyvių grėsmė.** Naujų konkurentų pavojus priklausys nuo to, ar yra įėjimo į rinką barjerai. Įėjimo į rinką barjerai - tai veiksniai, kuriuos reikia įveikti naujiems rinkos dalyviams, jei jie nori sėkmingai konkuruoti. Naujų konkurentų atsiradimą gali riboti šie svarbiausi įėjimo į rinką barjerai: masto ekonomija; produkto diferenciacija; kapitalo poreikis; priėjimas prie tiekimo ir paskirstymo kanalų; pakeitimo išlaidos; valstybės politika; patirtis.

**Pakaitalo grėsmė.** Produktai pakaitalai sumažina tam tikros produktų klasės paklausą, nes vartotojai pereina prie alternatyvų. Tai priklausys nuo to, ar produktas pakaitalas teiks aukštesnę suvokiamą naudą ar vertę. Gali būti, kad, naujas produktas ar paslauga keičia esamą produktą ar paslaugą (pvz., patikimesni ir pigesni buitiniai prietaisai keičia remonto paslaugas). Kartais pakaitalai gali lemti, jog įmonės produktai bus nereikalingi. Tačiau dažnai pakaitalai nevisiškai pakeičia ankstesnį produktą, o gali sumažinti įmonės gaminamos produkcijos paklausą rinkoje, sumažinti jos kainas, o kartu ir įmonės veiklos pelningumo lygį. Tokiu atveju turi būti analizuojamos tokios problemos: produkto moralinio nusidėvėjimo grėsmė, klientų galimybės persiorientuoti pirkti pakaitalus; papildomos aptarnavimo, stabdančio klientų persiorientavimą į pakaitalus, sąnaudos; galimas bendro organizacijos pelningumo lygio mažėjimas dėl pakaitalų grėsmės.

**Pirkėjų galia.** Klientas turi didesnę derybinę galią, jeigu: tiekėjo pakeitimo sąnaudos yra mažos ar susijusios su maža rizika; pirkėjai koncentruoti arba jų yra nedaug; kai pirkėjas yra gerai informuotas; tiekiamos produkcijos kaina neturi didelės svarbos. Klientas turi mažesnę derėjimosi galią kai: pirkėjai įsigyja prekes retai ar mažais kiekiais; kai pirkėjui brangu pereiti prie kito prekinio ženklo; didelė paklausa; pirkėjui svarbi prekinio ženklo reputacija.

**Tiekėjų galia.** Tiekėjai turi didesnę derėjimosi galią, jeigu: alternatyvių tiekėjų yra nedaug; nėra alternatyvių pakaitalų tiekėjo pristatomoms žaliavoms, įrenginiams, teikiamoms paslaugoms; tiekėjo kainos sudaro didelę organizacijos bendrųjų sąnaudų dalį; kai yra tiekiamų medžiagų trūkumas. Tiekėjų



derėjimosi galios silpnėjimą parodo, jeigu: tiekėjų yra daug; pakeitimo sąnaudos nėra didelės; nėra galimybių tiekėjams tiesiogiai konkuruoti su pirkėjais.

**Esami konkurentai.** Didelės įmonės reguliariai tiria ir stebi rinkose konkurentus. Paprastai nuolat stebimi svarbiausių konkurentų kainų ir tarifų pokyčiai, konkurentų produkcijos ir paslaugų paketo pokyčiai, konkurentų investicijos ir t.t. Aukštą konkurencijos lygį parodo kainų mažinimas, dažnas naujų produktų pasiūlymas, intensyvi reklaminė kampanija. Konkurencija yra didelė, kai rinkoje veikia daug firmų ir jos yra panašaus dydžio, kai konkurentai yra apytikriai lygiaverčiai dydžiu ir vienas iš jų siekia padidinti savo rinkos dalį kitų rinkos dalyvių sąskaita. Rinkoje su dominuojančia kompanija konkurencija yra mažesnė, nes didelė kompanija gali greičiau imtis priemonių prieš mažesnių įmonių bandymą plėsti savo rinkos dalį. Jeigu rinka auga lėtai ir kompanija stengiasi įgyti dominuojančią padėtį rinkoje, konkurencija didėja.

Kadangi įmonės skiriasi savo rinka ir veikla, taikant šį M. Porter modelį reikia atsižvelgti į tai, kad jis turi būti taikomas strateginiam verslo vienetui, o ne visos įmonės lygmeniu. (Korsakienė ir Grybaitė, 2012)

Taigi, konkurencinės strategijos tikslas – rasti rinkoje tokią nišą, kurioje organizacija galėtų geriausiai gintis nuo šių jėgų ir netgi naudoti jas savo tikslams. Penkių jėgų modelis padeda susidaryti vaizdą apie konkurencinę aplinką. Didžiausias dėmesys skiriamas toms rinkoms, kuriose įmonė vysto savo veiklą.

## 7.2. Vidinės aplinkos analizė

Vidinės aplinkos analize yra siekiama nustatyti ir įvertinti organizacijos veikimo stiprybes, apibrėžti sėkmės veiksnius, išskirti esamas ir galimas silpnybes. Vidinės aplinkos analizei naudojamas **SSGG metodas**, nurodantis organizacijos strateginių planų vystymo kryptį ir suteikiantis jiems pagrindą. SSGG atspindi *stiprybes (ką organizacija yra pajėgi atlikti), silpnybes (ko organizacija negali atlikti), galimybes (potencialiai naudingos sąlygos organizacijai) ir grėsmes (potencialiai nenaudingos sąlygos organizacijai).*

Šio metodo tikslas identifikuoti esamas stiprybes ir silpnybes, kurios atitinka ir leidžia reaguoti į vykstančius aplinkos pokyčius. Tačiau metodas yra naudingas tik tuo atveju, jei jis yra lyginamasis, jei analizuoja stiprybes ir silpnybes, galimybes ir pavojus konkurentų atžvilgiu. SSGG analizė padeda orientuotis į sprendimus, susijusius su organizacijos ateitimi, bei gebėjimus, padedančius realizuoti jos strategiją. (Korsakienė ir Grybaitė, 2012) Reikia atkreipti dėmesį, kad:

- SSGG metodas gali padėti sukurti labai ilgą stiprybių ir silpnybių, galimybių ir pavojų sąrašą, tačiau reikia išskirti, kas iš tiesų svarbu ir kas mažiau svarbu.

- Egzistuoja pernelyg didelio apibendrinimo pavojus. Identifikuojant labai apibendrintą strateginių gebėjimų paaiškinimą, sunku nurodyti šio gebėjimo priežastis. Todėl SSGG analizė negali pakeisti tikslesnės analizės.

Taigi, SSGG analizė apibendrina ir sujungia išorinės aplinkos ir vidinės aplinkos analizės rezultatus, suklasifikuoja organizacijos strategiją lemiančius veiksnius į keturias grupes: stiprybes, silpnybes, galimybę ir grėsmes.

Tokios analizės atlikimas padeda nustatyti silpnybių poveikio versle mažinimo būdus, išryškinant stipriąsias puses. Idealiu atveju, pranašumai gali atitikti rinkos galimybes, kurios atsiranda dėl konkurentų produktų ir/ar paslaugų neefektyvumo. Tradiciškai SSGG analizė apsiriboja stipriųjų ir silpnųjų vietų nustatymu kompanijos vidinėje veikloje, kai galimybės ir grėsmės susijusios tik su išorine jos aplinka. Tačiau rekomenduojama vadovautis kiek kitokiu požiūriu - atidžiau pažvelgti į bendrąjį vaizdą, apsvarstant vidines ir išorines jėgas, tuo pačiu metu atskleidžiant galimybes bei grėsmes.

## 8. UAB „X“ veiklos apibūdinimas

UAB „X“ priklauso įmonių grupei UAB „X GROUP“. Pagrindiniai UAB „X“ įmonės uždaviniai apima judėjimo planavimą, organizavimą, kontroliavimą, transportavimą bei sandėliavimą. Logistikoje dirbantys asmenys užtikrina veiksmingą ir efektyvą valdymą bei kontrolę. Savo veiksmus grindžia ne samprotavimais, bet tiksliais skaičiavimais ir vertinimais. UAB „X“ pagal atliekamus uždavinius dar galima skaidyti į konkretesnes sritis, kaip: transporto logistika, krovinių ekspedicija, sandėliavimo ir paskirstymo logistika. Šios visos sritys yra svarbios norint užtikrinti kokybiškai atliktą darbą, o kiekvieną darbą atlieką specialistai geriausiai išmanantys savo pareigas.

Pagrindiniai procesai vykstantys įmonėje yra: duomenų apdorojimas, paskirstymas, sandėliavimas, krovinių valdymas ir gabenimas, sąskaityba. Kadangi tai yra skirtingų sričių procesai tai skiriasi ir jų vykdymo laikas, reikalavimai, aplinka ir išsilavinimas.

Įmonės sandėliai užtikrina žaliavų, pakavimo medžiagų priėmimą ir savalaikį pristatymą į UAB „X“ gamyklas atsižvelgiant į gamybos poreikius. Galutinio gaminio priėmimą, sandėliavimą, krovinių komplektavimą ir paruošimą klientui. Pagrindiniai specialistų uždaviniai tai: greitas žaliavų paskirstymas atsižvelgiant į gamybos poreikius. Efektyvus sandėliavimo ploto išnaudojimas, greitas krovinių suruošimas ir pakrovimas.

Planavimo skyrius UAB „X“ atsakingas už gaminio perdavimą galutiniam vartotojui. Jie atsakingi už gaminių srautą tarp gamybos ir vartotojo, kad klientą pasiektų tinkamas kiekis, tinkamu laiku, tinkamoje vietoje ir atitiktų visus reikalavimus. Šios srities specialistai atsakingi už sandėlio srautų planavimą, prekės priartinimą prie vartotojo, prekės vežimo kontrolę. Šį darbą atlieka sandėlio srautų analitikai, jie paskirsto produkciją, planuoja sklandų produkcijos pervežimą iš gamyklų į išorės sandėlius, pervežimą tarp sandėlių, pateikia transporto poreikį transporto vadybininkui.

Transporto skyrius atsakingas už produkto gabenimą. Gabenimas tiesiogiai daro įtaką produkto judėjimui nuo vieno taško į kitą. Gabenimas padidina gaminio vertę, jei produktas pristatytas reikiamu laiku, reikiama kokybe, reikiamoje vietoje atitikus visus kokybės reikalavimus. Šie specialistai rūpinasi transporto, vežėjo bei gabenimo parinkimu.

Ekspedicijos skyrius yra atsakingas už papildomo transporto paiešką, įmonės transporto paslaugų pardavimą, krovinių ekspediciją.

Taigi, UAB „X“ yra atsakinga už žaliavų priėmimą ir paskirstymą, transportavimą vartotojams, esant poreikiui ir sandėliavimą. UAB „Mantingos“ specialistai remiasi ne spėjimais, bet tiksliais apskaičiavimais ir analizėmis. Dirba kūrybiškai, lanksčiai ir atsakingai.

## 9. UAB „X“ PEST analizė

PEST modelis analizuoja aplinkos įtaką organizacijai. Sukaupia informacija apie aplinką padeda priimti strateginius UAB „X“ sprendimus. Politinė – teisinė aplinka. Lietuvoje veikia vidutinio stabilumo demokratija, kuri stipriai įtakojama populizmo, korupcijos, lobizmo, emocijomis besivadovaujančių rinkėjų bei politikų. Šalis neturi vystymosi strategijos. Dėl besikartojančių persiorientavimų nuo vieno politinio poliaus prie kito, šalis nesugeba užtikrinti kryptingo politinio vystymosi. Be to, šalis papuola į labai neigiamą Rusijos įtaką, kuri stipriai lėtina vystymosi procesus. Visi šie neigiami faktoriai mažina arba pristabdo šalies patrauklumą vietos ir užsienio investuotojams ir savo ruožtu mažina galimybę kurti naujas darbo vietas ir taip užtikrinti tolygų šalies gyventojų gerovės didėjimą. Tuo tarpu tai atsiliepia ir UAB „X“ veiklai, nes įmonė veikia vietinės logistikos segmente ir jos pardavimai tiesiogiai priklauso nuo vidinio vartojimo lygio. Lietuvoje veikia daug teisės aktų, reglamentuojančių įmonių, vykdančių logistikos ir su ja susijusią veiklą. Apžvelgus tokius teisės aktus, įtakojančius logistikos įmonių veiklą, galima teigti, jog LR transporto veiklos pagrindų įstatymas, LR muitinės įstatymas bei LR kelių transporto kodeksas reglamentuoja logistikos įmonių kasdieninę veiklą. Juose numatytas teisinių transporto santykių, transporto veiklos licencijavimo bei reikalavimų detalizavimas, norint gauti licenciją reglamentavimas. Taip pat numatytas muitinės ir su ja turinčių santykių įmonių bendradarbiavimo reglamentavimas. LR kelių transporto kodekse yra numatyti svarbiausi vežimų organizavimo, kelių transporto veiklos licencijavimo principai. Taip pat numatyta kelių transporto kontrolė, įvardytos atsakomybės už krovinių vežimo trūkumus. LR valstybės sienos ir jos apsaugos įstatymas yra svarbesnis tarptautinius pervežimus vykdančioms įmonėms, kadangi reglamentuoja sienos ir pasienio teisinį režimą. LR rinkliavų įstatymas numato rinkliavų dydžius, kelių mokesčius. Visi galiojantys teisės aktai, kurie įtakoja logistikos įmonių veiklą, šiek tiek apriboja veiklos laisvę, sukuria tam tikrus barjerus.

1 lentelė. LR įstatymų įtaka logistikos įmonėms

Įstatymas	Įtaka logistikos įmonėms
Lietuvos Respublikos transporto veiklos pagrindų įstatymas	Reglamentuoja transporto teisinius santykius. Reglamentuoja transporto veiklos licencijavimą bei reikalavimų detalizavimą, norint gauti licenciją. Numatomi tarifų, kainų bei rinkliavų sudarymo principai. Numatoma eismo sauga transporte.
Lietuvos Respublikos valstybės sienos ir jos apsaugos įstatymas	Reglamentuoja valstybės sienos teisinį režimą bei pasienio teisinį režimą. Numatoma pasienio kontrolės punktu veikla
Lietuvos Respublikos muitinės įstatymas	Reglamentuoja muitinės bendradarbiavimo įstaigomis ir kitais asmenimis pagrindus. Nustato iš trečiųjų šalių importuotų ir į trečiąsias šalis eksportuojamų prekių muitinės priežiūros tvarką. Nustato Lietuvos Respublikos muitinės administruojamų mokesčių taikymo tvarką. Reglamentuojamas muitinės atstovavimas ir tarpininkavimas. Numatomi reikalavimai asmenims, susiję su informacijos saugojimu ir apskaitos tvarkymu. Reglamentuoja prekių pateikimo muitinei tvarką. Numatomi reikalavimai laisvosios zonos ir laisviesiems sandėliams.
Lietuvos Respublikos rinkliavų įstatymas	Reglamentuoja rinkliavų nustatymą, rinkimą ir kontrolę.
Lietuvos Respublikos kelių transporto kodeksas	Reglamentuoja vežimų organizavimą, kelių transporto veiklos licencijavimą, Lietuvos vežėjų informacinę sistemą bei Tarptautinius vežimus. Nustato kelių transporto kontrolę. Reglamentuoja krovinių vežimą, krovinio vežimo sutartis, užsakymus, važtaraščius, krovinio priėmimą, pakrovimą ir iškrovimą. Numato atsakomybę už krovinio praradimą ar trūkumą, krovinio pavėluotą vežimą. Reglamentuoja atsakomybę už patirtą ar padarytą žalą.

Šaltinis: Teisės aktų registras (2023)

UAB „X“ kaip ir kitos logistikos įmonės turi laikytis Lietuvos Respublikos nustatytų teisės aktų, reglamentuojančių šios srities veiklą.

**Ekonominiai aspektai.** Lietuvos ūkis auga gana stabiliai. Lietuvos statistikos departamentas pateikia duomenis, jog šalies BVP auga.

2 lentelė. BVP tendencijos Lietuvoje

	2019	2020	2021	2022
Bendras vidaus produktas, mlrd. EUR	49,0	49,9	56,5	67,4
Bendrojo vidaus produkto pokyčiai, palyginti su ankstesniais metais, %	7,57%	1,87%	13,24%	19,34%
Bendras vidaus produktas, tenkantis vienam gyventojui, EUR	17 522	17 844	20 111	23 802

Sudaryta darbo autorius, remiantis Lietuvos Statistikos Departamento duomenimis (2023)

Palyginus 2022 metus su 2019 metais, jis padidėjo nuo 49 mlrd. Eurų iki 67.4 mlrd. Eurų. Šalies BVP parodo bendrą šalies ekonominę pajėgumą. 2 lentelėje matyti, kad šalies BVP auga kiekvienais metais, tai reiškia, kad šalis darosi ekonomiškai vis stipresnė, surenkama daugiau mokesčių. BVP pokytis nuo 2019 metų turėjo tendenciją šiek tiek mažėti, ir tik 2021 metais vėl padidėjo. BVP tenkančio vienam žmogui augimas parodo, kad Lietuvoje auga ekonominis išsivystymas. Visi šie rodikliai teigiamai atsiliepia UAB „X“ ir kitų logistikos įmonių veiklai, kadangi vartojimas auga, pragyvenimo lygis didėja, o tai užtikrina, kad įmonėms augs ir užsakymų kiekiai.

3 lentelė. Logistikos įmonių skaičius Lietuvoje

Transportas saugojimas ir	Veikiantys ūkio subjektai metų pradžioje, vnt.				
	2019	2020	2021	2022	2023
	8 361	8 565	8 501	8 845	9 144

Sudaryta darbo autorius, remiantis Lietuvos Statistikos Departamento duomenimis (2023)

Ekonominis šalies augimas įtakoja ir tai, jog Lietuvoje kuriasi vis daugiau įmonių. Su logistika ir jos veikla susijusių įmonių kūrimasis matomas nuo 2019 metų. Ir stebinti situaciją šalyje, galima būtų teigti, jog jų skaičius tik auga.

Transportavimo ir saugojimo veikla besiverčiančių įmonių 2019 metais buvo 8361. Tuo tarpu augantis jų skaičius 2023 metais pasiekė jau 9144. Nors ekonominis šalies augimas ir yra teigiamas veiksnys, tuo pat metu UAB „X“ susiduria su vis didesne konkurencija.

Krovinių pervežimai kelių transportu Lietuvoje nuo 2019 metų vis didėjo. Taip pat augo ir krovinių apyvarta kelių transportu. Nemaža dalis pervežimo paslaugų yra susijusi su prekių vežimu į Rusiją. Šių dienų konfliktai, vykstantys išpuoliai, neramumai Ukrainoje lėtina šalies ekonominę plėtrą pervežimų srityje, o ūkio raidos prognozės šiuo klausimu pateikiamos vis prastesnės. UAB „X“ gali kiek lengviau atsipūsti, kadangi vykdo veiklą ir pervežimus tik Lietuvoje, ES priklausiančiose valstybėse ir veža šaldytą Mantingos produkciją į Ukrainą. Įmonės, veikiančios tarptautiniu mastu, turi nuolat stebėti kaip šios kaimyninės šalies veiksmai paveikia mūsų šalies ekonomiką.

Su vidaus paklausa susijusių ekonominių veiklų raida turėtų būti maždaug tokia, kokią stebime dabar. Ją turėtų skatinamai veikti tiek nemenkai kylantis privatus vartojimas, lemiamas pamažu atsigaušančio gyventojų užimtumo, didėjančio darbo užmokesčio ir atsigaušančių investicijų. Numatoma, kad pernai paaugęs realusis BVP dar didės, o vidaus paklausa didės tolygiai, ją lems pajamų kaita. Visi šie faktoriai turėtų lemti, jog analizuojamos įmonės pardavimų apimtys turėtų nežymiai bet augti dėka teigiamos vidaus vartojimo prognozės.

**Socialiniai aspektai.** Labai svarbus socialinis aspektas yra darbo užmokestis. Darbo užmokestis nuo krizinio laikotarpio kyla. Darbo užmokesčio kilimas tiesiogiai įtakoja veiklos sąnaudas ir paslaugų savikainą. Kaip ir daugeliui Lietuvos verslo įmonių didelė gyventojų emigracija pastaraisiais metais daro nemažą įtaką jų veiklai.

Lietuvos Statistikos Departamento duomenimis, 2022 – 2018 metų laikotarpiu emigruojančių žmonių skaičius Lietuvoje sumažėjo. 2022 metais šalį paliko 15 270 gyventojų. Šis reiškinys analizuojamai įmonei reikšmingas ne tiek dėl aukštos kvalifikacijos darbuotojų judėjimo, bet dėl darbininkijos išvykimo į užsienį, nes ji, t. y. sandėlio darbuotojai, vairuotojai, sudaro didžiąją dalį įmonės darbuotojų. Dar vienas labai svarbus aspektas susijęs su darbuotojų įdarbinimu yra tas, kad tam tikrų įmonei svarbių pareigybių ypatingai trūksta rinkoje.

**Technologiniai aspektai.** Lietuvoje yra gana gerai išvystyta interneto ir duomenų apsikeitimo infrastruktūra, kuri yra itin svarbi įmonės paslaugų kokybės vystymui. Jau visiems ne paslaptis, kad šiais laikais IT ir apskaitos sistemų efektyvus panaudojimas gali būti vienas iš konkurencinių pranašumų. Kita vertus, šalyje menkai išvystytos arba vis dar labai brangios industrinės technologijos (pvz., robotizavimas), kurios galėtų dar labiau prisidėti prie logistikos paslaugų vystymo ir optimizavimo, galės būti pritaikytos ateityje.

Kita technologinio aspekto dalis yra ta, kad šiuo metu Lietuvoje yra laisvo sandėliavimo ploto stygius. Šis rodiklis gali teigiamai veikti analizuojamos įmonės paslaugų įkainius rinkoje, kadangi UAB „X“ planuoja statyti automatizuotus sandėlius, kurių bendras plotas būtų 50 000 m<sup>2</sup>, tai reiškia, kad įmonė neturėtų susidurti su sandėliavimo stygiaus problema. Apibendrinant atliktą UAB „X“ PEST analizę, galima teigti jog analizuojama įmonė labiausiai veikiama ekonominiu ir socialiniu aspektu. UAB „X“ labai priklausoma nuo Lietuvos ekonominio stabilumo. Kuo šalis ekonomiškai pajėgesnė, tikėtina, kad tuo daugiau užsakymų ir pervežimų ji turės, kadangi augant vartojimui, auga ir paslaugų poreikis. Taip pat dėl ekonominio šalies augimo, yra daugiau šansų įgyti naujų konkurentų, kas įmonę veikia iš dalies neigiamai. Apžvelgiant socialinius aspektus, reikėtų paminėti, kad įmonę smarkiai veikia žmonių emigracija, kadangi iš Lietuvos išvyksta daug darbininkijos ir paklausios profesijos atstovų. Iš politinės – teisinės pusės, UAB „X“ yra veikiama vienodai kaip ir kitos logistikos įmonės, kadangi įstatymų reglamentu turi vadovautis visos. Technologiniai aspektai vienodai veikia visas logistikos įmones. Taip sparčiai besivystančioms IT technologijoms, visos logistikos įmonės privalo neatsilikti, modernizuoti turimą techniką, vystyti industrines technologijas. Vienas iš UAB „X“ privalumų – planuojamas statyti automatizuotas sandėlis, kadangi rinkoje jaučiamas sandėliavimo ploto trūkumas.

## 10. UAB „X“ SSGG analizė

Kaip ir bet kuri kita šiandieninė įmonė, taip ir UAB „X“ turi tiek silpnųjų, tiek ir stipriųjų. Silpnybės stabdo įmonės plėtrą, mažina pelną. Stiprybės išskiria įmonę iš konkurentų 38 tarpo, padeda efektyviai pasinaudoti susiklosčiusiomis palankiomis rinkos galimybėmis bei įveikti kylančias aplinkos grėsmes. Visas šias sritis apima įmonės SSGG analizė. SSGG analizė leidžia įžvelgti stiprybes ir silpnības

(tai ką įmonė gali ir ko negali atlikti), bei galimybes ir grėsmes (galimai naudingos ir tikėtina nenaudingos sąlygos įmonei).

Atlikta analizė, padeda įmonei įsivardinti silpnųjų mažinimo technikas, kurios tuo pačiu išryškintų ir jos stipriąsias puses. Pats idealiausias atvejis, kai įmonės pranašumai sutampa su rinkos paklausa.

UAB „X“ atlikta SSGG analizė leido dar atidžiau apžvelgti, kurie įmonės pranašumai sukuria daugiau galimybių, kokios silpnybės iššaukia grėsmes.



2 pav. UAB „X“ SSGG analizė  
Sudarytas darbo autorius

**Stipriosios pusės.** UAB „X“ moderni ir pažangi įmonė teikianti įvairiapusių klientų poreikius atitinkančias paslaugas. Įmonė turi pažangias IT technologijas, kurias naudojant užtikrina efektyvų išteklių panaudojimą ir įvairių resursų taupymą, kas užtikrina konkurencingą kainodarą. Aptarnaujamų didžiulių tarptautinių klientų vertinimas ir pasitikėjimas padeda įmonei pritraukti naujus klientus, UAB „X GROUP“ turimi finansiniai ištekliai suteikia neribotas galimybes plėsti ir tobulinti veiklą.

**Silpnosios pusės.** Silpnosios pusės gali būti tobulinamos ir toliau automatizuojant procesus, didinant įmonės žinomumą, įsigyjant tarptautiniu mastu pripažįstamus sertifikatus. Šiuo metu įmonėje yra diegiama LEAN metodika, kurios teikiama nauda tiesiogiai prisideda prie procesų efektyvumo ir kokybės gerinimo, o tuo pačiu išvelgiamų silpnųjų pusių apimtys mažinimo. UAB „X“ neturi tarptautiniu mastu pripažintų sertifikatų ISO, BRC ir kt., kas taip pat menkina įmonės vardą.

**Galimybės.** Viena iš potencialių galimybių yra UAB „X“ plėtra Pabaltijo šalyse ir Lenkijoje ir tai tiesiogiai siejasi su motininės kompanijos UAB „X GROUP“ plėtra. Šiuo metu UAB „X GROUP“ jau turi padalinius Ukrainoje, Latvijoje ir Estijoje, taigi dėl šios priežasties analizuojama įmonė plėsdamasi galėtų lengviau užsitikrinti pirmines pajamas teikdama logistikos paslaugas motininės kompanijos įmonėms. Taip pat padėdama X GROUP, galėtų praplėsti sandėliavimo plotus. Tai taip pat padidintų pranašumus prieš konkurentus.

**Grėsmės.** Kalbant apie grėsmes, viena iš jų yra konkurencijos didėjimas tai didžiųjų užsienio logistikos kompanijų atėjimas į Lietuvos rinką. Teikdama paslaugas įmonė nuolatos susiduria su sezoninių prekių paklausos svyravimu, kas įtakoja paslaugos stabilumą, kainą ir veiklos kaštus. Vis auganti emigracija iš Lietuvos, taip pat sukelia didelę grėsmę įmonei, ieškant naujų darbininkų ir užtikrinant reikiamą jų kiekį. Įmonės didžiąją dalį darbuotojų sudaro vairuotojai, sandėlio darbuotojai. Šios profesijos pačios paklausiausios, o ir darbuotojų stygius šitose srityse pats didžiausias.

Apibendrinant atliktą SSGG analizę, galima teigti, kad UAB „X“ turi pakankamai daug stiprybių. Gera finansinė padėtis ir UAB „X GROUP“ parama suteikia galimybes plėstis, pritraukti tarptautinius klientus, aptarnauti didelį kiekį klientų. Pažangios IT technologijos padeda dirbti greitai ir efektyviai. Nors turėdama daug stiprybių, įmonė taip pat turi ir nemažai silpnybių. Nors visos jos gali būti tobulinamos arba visai panaikinamos. Taip pat atlikta analizė atskleidė ir įmonės galimybes. Didelė perspektyva būtų praplėsti savo paslaugas į kitas Pabaltijo šalis ir Lenkiją, kadangi partnerių įmonė UAB „X GROUP“ jau turi savo padalinius šiose šalyse. Kita galimybė – didinti sandėliavimo plotą, taip pritraukiant naujus didelius klientus. Taip pat reiktų sutelkti dėmesį į paslaugų modernizavimą, taip didinant įmonės našumą. UAB „X“ susiduria ir su daug grėsmių. Viena iš pagrindinių – greitai auganti konkurencija. Kylant Lietuvos ekonominiam lygiui, atsiranda daug galimybių kurtis naujoms įmonėms. O ir esami konkurentai auga, modernizuojasi, tampa vis konkurencingesni. Kita grėsmė – emigracija, kuri pasiglemžia labai daug potencialių darbuotojų, kurių šiuo metu šalyje jaučiamas ir taip didelis trūkumas.

## 11. UAB „X“ konkurencinės aplinkos analizė pagal M. Porter

Praktiškai visoms įmonėms didelę įtaką daro konkurencija viduje tos pačios pramonės šakos. Svarbu, kad įmonių vadovai suprastų kaip konkurencija veikia būtent jo įmonės vykdomos veiklos pramonėje, kad galėtų rasti būdus kaip teikiant tą pačią paslaugą pritraukti, suvilioti klientus, kaip būti patrauklesniems už konkurentus.

UAB „X“ atlikta konkurencinės aplinkos analizė, remiantis M. Porter penkių jėgų modeliu, padeda atskleisti konkurentų grėsmės, tiekėjų ir klientų derėjimosi galios bei produktų pakaitalų grėsmės tikimybę ir reikšmę įmonės veiklai.

Esamų (tiesioginių) konkurentų grėsmė. Pagal M. Porter modelį, tai galingiausia jėga iš penkių grėsmių. Įgyvendinama strategija organizacijai gali būti sėkminga tik tuo atveju, jei ji suteikia pranašumą prieš tiesiogiai konkuruojančias organizacijas

Nors UAB „X“ priklauso UAB „X GROUP“ ir yra pagrindinis jos logistikos paslaugų tiekėjas, tačiau tiesioginių konkurentų grėsmė yra ypatingai stipri. Tai lemia didelis logistikos sektoriuje veikiančių įmonių skaičius. Matant logistikos plėtimąsi, atsižvelgiant į turimas šiuolaikines patalpas, galima teigti, jog pastarąjį dešimtmetį ši sritis plečiasi ypatingai sparčiai. Labiausiai tai buvo pastebėta ekonominio augimo metu. Konkurencijos intensyvumas tarp konkuruojančių įmonių sparčiai didėja, nes auga tiesioginių konkurentų skaičius rinkoje, konkurentai tampa panašaus dydžio ir pajėgumų, o klientas lengvai gali pereiti pas konkurentus.

Taigi, galima daryti išvadą, kad tiesioginių konkurentų grėsmė šiai dienai labai stipri.

**Naujų konkurentų patekimo į rinką grėsmė.** Galimybė naujoms įmonėms lengvai patekti į logistikos rinką – skatina konkurencijos intensyvumą. Tačiau norint greitai patekti į rinką, naujoms įmonėms atsiranda nemažai barjerų, tokių kaip patirties stoka, galimybės greitai įsigyti reikiamą techninę įrangą ir specializuotas žinias, klientų lojalumas esamiems rinkos dalyviams, „prisotinta“ rinka ir t.t.

Matyti, jog Lietuvoje logistikos paslaugas siūlančių įmonių skaičius pastaraisiais metais augo (žr. 3 lentelę). Nepaisant to, naujos įmonės norėdamos patekti į rinką dažnai pasiūlo paslaugas už mažesnę kainą. Todėl UAB „X“ norint išlaikyti savąją rinkos dalį, labai svarbu nustatyti naujų dalyvių patekimo į rinką potencialą, stebėti naujų konkuruojančių įmonių strategijas ir pasinaudoti turimomis savo stiprybėmis ir galimybėmis, užkertant kelią naujų konkurentų įsitvirtinimui.

Taigi, galima daryti išvadą, kad naujų konkurentų grėsmė šiandieną yra vidutiniškai stipri.

**Pakaitalų (analogų) grėsmė.** Šiandieninėje logistikos rinkoje pakaitalų grėsmė yra silpniausia iš visų penkių M. Porter pasiūlyto modelio grėsmių, nes alternatyvų nėra daug.

Tiekėjų derėjimosi galimybė. Svarbiausia tiekama paslauga logistikos rinkoje yra vežėjų paslaugos. Įmonei yra palanku turėti kuo daugiau potencialių tiekėjų, nes tai yra svarbus svirtis derantis su tiekėju ir siekiant norimų tikslų, tokių kaip mažesnė kaina, geresnė kokybė, naujų paslaugų pasiūla, operatyvus pristatymas ir panašiai. Šiuo atveju UAB „X“ užima tvirtas pozicijas derybose su klientais, nes bendradarbiauja su daug vežėjų ir gali derybose diktuoti savas sąlygas. Šios aplinkybės leidžia didinti pelną ir paslaugų kokybę. Priešingu atveju, jei įmonė turėtų tik vieną ar kelis tiekėjus, neliktų alternatyvų ir išloštų tiekėjas. Kai tiekėjo kainos sudaro didelę dalį bendrų organizacijos sąnaudų, o šis pakeltų kainą, įmonė galėtų prarasti didelę pridėtinės vertės dalį.

Taigi, galima daryti išvadą, kad tiekėjų derėjimosi grėsmė UAB „X“ atveju yra silpna.

**Klientų derėjimosi galimybė.** UAB „X“ turi pastovius ir stabilus klientus. Tai yra stiprioji įmonės pusė, nes persivilioti klientus, kai klientai yra patenkinti įmonės teikiamomis paslaugomis, nėra lengva. Dar daugiau, patys klientai nėra linkę keisti logistikos įmonės, kai ja pasitiki ir jos teikiamomis

paslaugomis yra patenkinti. Dar vienas veiksnys, kuris mažina klientų derybinį spaudimą yra tai, kad įmonė turi daug klientų, o esant pasirinkimo galimybei, įmonė įgauna galią derybose su klientu.

Taigi, galima daryti išvadą, kad klientų derėjimosi grėsmė UAB „X“ atveju yra silpna.

Apibendrinus konkurencinės aplinkos analizę, remiantis M. Porter penkių jėgų modeliu, galima daryti išvadą, jog stipriausia yra tiesioginių konkurentų grėsmė. Šiuo metu Lietuvoje yra daug sėkmingai veikiančių logistikos įmonių, kurios užsitarnavusios gerą vardą, yra patikimo ir siūlo kokybiškas paslaugas. Naujų konkurentų patekimo į rinką grėsmė yra nėra labai stipri. Didėjant ekonominiam stabilumui Lietuvoje, logistikos įmonių skaičius vis auga. Tačiau naujoms įmonėms, norint patekti į rinką, atsiranda nemažai barjerų, tokių kaip patirties stoka, greitas apsirūpinimas šiuolaikine įranga. O ir rinkos „prisotinimas“ tokias pačias paslaugas teikiančiomis įmonėmis, naujiems dalyviams sudaro daug nepatogumų, norint rasti klientų ar persivilioti iš kitų įmonių. Klientų derėjimosi grėsmė UAB „X“ atveju yra silpna, kadangi įmonė yra stipri, siūlo kokybiškas paslaugas ir turi daug rekomendacijų. Pakaitalų grėsmė yra silpniausia iš visų grėsmių, nes alternatyvų nėra daug.

## 12. UAB „X“ veiklos organizavimo gerinimo kryptys ir priemonės

Atlikus UAB „X“ įmonės veiklos SSGG, PEST ir konkurencinės aplinkos pagal Porterį analizės, įvertinus įvairaus lygmens valdymo veiklų aktualumą įmonei, galima teikti siūlymus dėl organizavimo veiklos gerinimo įmoneje. Kalbant apie organizavimo gerinimo priemones, labai svarbu iš anksto nustatyti, kokių reikia imtis veiksmų, kad jas įgyvendinti, kas dalyvaus ir kas bus atsakingas už įgyvendinimą. Taip pat reikia nustatyti laukiamus rezultatus, pageidautina apibūdinamus konkrečiais išmatuojamais rodikliais. Išlaidos arba laiko sąnaudos šių gerinimo priemonių įgyvendinimui taip pat yra labai svarbios.

Kadangi tyrimo metu buvo nustatyta, kad svarbiausios vadybos teorijoje apibrėžiamos logistinių įmonių operatyvinio lygmens valdymo veiklos UAB „X“ vykdomus tinkamai, rengiant pasiūlymus dėmesys bus skiriamas strateginio ir taktinio lygmens veiklų gerinimui. Nustatytų trijų strateginio lygmens valdymo veiklų, aktualių įmonei, gerinimo planas pateikiamas 4 lentelėje.

4 lentelė. UAB „X“ strateginio lygmens veiklų gerinimo priemonės

Veiklos pavadinimas	Veiksmai ir priemonės	Atsakingi asmenys	Išlaidos, sąnaudos	Rezultatas
Sukurti patikimų tiekėjų, vežėjų ir logistikos tvarkytojų tinklą	Pradėti derybas su pramonės ir prekybos įmonėmis, dėl ilgalaikio bendradarbiavimo sutarčių pasirašymo, siūlant jų siuntų ekspedijavimo nuolaidas. Pradėti derybas su transporto įmonėmis siekiant gauti didmeninę transportavimo kainą.	Ekspedicijos vadovė	Darbo laikas	Pasirašytos ilgalaikės sutartys (2-5 metai) su 3 naujomis įmonėmis kasmet, atliekančiomis 50 ir > užsakymų per metus. 3 sutartys dėl nuolaidos su vežėjais, vežant pastoviais reisais.
Ilgalaikiai patobulinimai ir naujovės siekiant patenkinti klientų poreikius	Rinkos poreikių stebėjimas, ypač pirmaujančių šalių ekspeditorių. Klientų apklausa po atlikto užsakymo. Naujovių prognozė, atsižvelgiant į klientų poreikių pokyčius.	Ekspedicijos vadovė	Darbo laikas	Rinkoje iškilus naujų papildomų paslaugų poreikiu nedelsiamas jų pasiūlymas klientams. Savalaikis pasirengimas jų teikimui.
IT programos ir sistemos, kad procesas būtų efektyvesnis	Stebėti rinką dėl siūlomos naujos įrangos ar programų. Strateginiame plane formuojant biudžetą numatyti lėšas įrangai ir IT sistemoms atnaujinti ar įsigyti naujas.	Logistikos vadovė	Darbo laikas	Įmonė visą laiką turės naujausias informacines sistemas ir galės išlaikyti procesų, o tuo pačiu ir paslaugų efektyvumą.

Sudaryta darbo autoriaus

Pateikti siūlymai strateginio lygmens veiklų pirmiausia susiję su įmonės vadovybės sprendimais. Daugeliu atvejų jų gerinimui reikės investuoti direktorės darbo laiką ir derybiniu įgūdžius. Įgyvendinus šiuos siūlymus, UAB „X“ ilgame laikotarpyje galės efektyviai organizuoti veiklą ir išlaikyti konkurencingumą rinkoje.

Taktiniame lygmenyje buvo nustatytos keturios logistikos valdymo teorijoje išskiriamos veiklos, aktualios UAB „X“. Šių veiklų organizavimo gerinimo priemonės pateikiamos 5 lentelėje.



5 lentelė. UAB „X“ taktinio lygmens veiklų gerinimo priemonės

Veiklos pavadinimas	Veiksmai ir priemonės	Atsakingi asmenys	Išlaidos, sąnaudos	Rezultatas
Būtinų medžiagų ir paslaugų pirkimo sutartys	Likus keliems mėnesiams iki transporto paslaugų poreikio bumo, ieškoti galimybių pirkti išankstines transportavimo paslaugas, ypač nusistovėjusiems maršrutams	Direktorė	Darbo laikas, Galimas avansinis apmokėjimas	Transporto paslaugų bumo metu bus garantuotas transportas, tai įgalins didinti paslaugos kainas ir pelno maržą
Transportavimo ir sandėliavimo sprendimai, įskaitant užsakomąsias ir trečiųjų šalių galimybes	Teikiant paslaugas į/iš Skandinavijos rinkas vykdomiems užsakymams, naudoti kombinuotąjį transportavimą, iš anksto nusiperkant transporto vietą kelte.	Direktorė, darbuotojai	Darbo laikas	Išankstinis vietos kelte pirkimas yra pigesnis, todėl žinant ar prognozuojant užsakymus, jų savikaina mažės.
Organizacijos aprūpinimas žmogiškaisiais ištekliais	Aktyvus bendravimas su universitetais ir kolegijomis, studentų priėmimas į praktikas. Užsakymai įdarbinimo agentūrose	Direktorė, darbuotojai	Darbo laikas. Sutartinis mokestis agentūrai	Savalaikis apsirūpinimas kvalifikuotais darbuotojais. Tinkamas pasirengimas darbuotojų kaitai.
Geriausios patirties, palyginti su konkurentais, perėmimas	Dalyvavimas teminėse parodose, seminaruose. Numatyti lėšas planuojant įmonės biudžetą.	Direktorė, darbuotojai	1500 Eur kasmet	Pirmaujančių įmonių geroji patirtis pritaikyta įmonės veikloje.

Sudaryta darbo autoriaus

Taktinio lygmens veiklų įgyvendinimui ir gerinimui turėtų būti įtraukti ir įmonės darbuotojai. Šių vidutinio laikotarpio veiklų organizavimui reikės ne tik darbo sąnaudų, bet ir finansinių investicijų. Įgyvendinus šias gerinimo priemones, pagerės įmonės veiklos organizavimas vidutiniame laikotarpyje, bus laiku pasiruošta sezoniniams paslaugų poreikio pokyčiams.

Atlikta analizė ir suformuluoti UAB „X“ veiklos organizavimo gerinimo sprendimai parodė, kad tinkamai pritaikydama teorines nuostatas praktinėje veikloje, įmonė gali likti konkurencinga rinkoje ir tinkamai pasiruošusi ateities iššūkiams.

### Išvados

1. Konkurencija ekonomikoje suprantama varžybų dėl tam tikros rinkos dalies ir vartotojų skaičiaus forma, todėl svarbu atlikti išsamią konkurencinės aplinkos analizę, kuri padėtų įvertinti įmonės padėtį rinkoje bei poziciją konkurentų atžvilgiu. Analizuojant įmonės konkurencinę aplinką, svarbu pasirinkti tinkamus modelius jos įvertinimui.

PEST analizė, tai makroaplinkos strateginė analizė, kuriai atlikti naudojama plačiausia technika. Ši analizė apima keturis makroaplinkos aspektus: politinį - teisinį, ekonominį, socialinį – kultūrinį ir technologinį ir leidžia nustatyti tendencijas ir tobulinimąsi kiekvienoje iš šių sričių.

Norint ištirti svarbiausias veikiančias jėgas, dažniausiai naudojamas M. Porterio sukurtas penkių jėgų modelis. Šis modelis leidžia ištirti kaip įmonę veikia tiesioginių konkurentų grėsmė, naujų konkurentų įėjimo grėsmė, tiekėjų derėjimosi galia, klientų derėjimosi galia ir produktų pakaitalų grėsmė.

Stengiantis nurodyti organizacijos strateginių planų vystymo kryptį ir suteikti jiems pagrindą, privaloma atlikti kompanijos ir konkurencinės aplinkos SSGG analizę, kuri atspindi įmonės stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes.

2. UAB „X“ aplinkos analizei buvo pasitelkti trys metodai t. y. PEST makroaplinkos analizė, M. Porter penkių konkurencinių jėgų analizė ir SSGG analizė:

- UAB „X“ PEST analizė, atskleidė, jog analizuojama įmonė labiausiai veikiama ekonominių ir socialinių aspektu. Apžvelgiant į socialinius aspektus, įmonę smarkiai veikia žmonių emigracija, kadangi iš Lietuvos išvyksta daug darbininkijos ir paklausios profesijos atstovų. Iš politinės – teisinės pusės, UAB „X“ yra veikiama vienodai kaip ir kitos logistikos įmonės, kadangi įstatymų reglamentu turi vadovautis



visos. Technologiniai aspektai vienodai veikia visas logistikos įmones. Svarbus UAB „X“ pranašumas – planuojamos sandėlio statybos, kadangi rinkoje jaučiamas sandėliavimo ploto trūkumas.

- Konkurencinės aplinkos analizė, remiantis M. Porter penkių jėgų modeliu, atskleidė, jog stipriausia yra tiesioginių konkurentų grėsmė. Šiuo metu Lietuvoje yra daug sėkmingai veikiančių logistikos įmonių, kurios užsitarnavusios gerą vardą, yra patikimos ir siūlo kokybiškas paslaugas. Naujų konkurentų patekimo į rinką grėsmė yra vidutinei stipri, nes naujoms įmonėms, norint patekti į rinką, atsiranda nemažai barjerų, tokių kaip patirties stoka, greitas apsirūpinimas šiuolaikine įranga. Klientų derėjimosi grėsmė UAB „X“ atveju yra silpna, kadangi įmonė yra stipri, siūlo kokybiškas paslaugas ir turi daug rekomendacijų. Pakaitalų grėsmė yra silpniausia iš visų grėsmių, nes alternatyvų nėra daug.

- Atlikta SSGG analizė parodė, kad UAB „X“ turi pakankamai daug stiprybių. Gera finansinė padėtis ir UAB „X GROUP“ parama suteikia galimybes plėstis, pritraukti tarptautinius klientus, aptarnauti didelį kiekį klientų. Pažangios IT technologijos padeda dirbti greitai ir efektyviai. Nors turėdama daug stiprybių, įmonė turi ir nemažai silpnybių. Nors visos jos gali būti tobulinamos arba visai panaikinamos. Taip pat atlikta analizė atskleidė ir įmonės galimybes: praplėsti savo paslaugas į kitas Pabaltijo šalis ir Lenkiją, didinti sandėliavimo plotą, taip pritraukiant naujus didelius klientus. UAB „X“ susiduria ir su grėsmėmis: greitai auganti konkurencija ir emigracija, kuri pasiglemžia labai daug potencialių darbuotojų, kurių trūkumas šalyje ir taip labai jaučiamas.

7. Atlikta aplinkos analizė parodė, kad siekiant tobulinti UAB „X“ veiklą, būtina skirti didesnę dėmesį strateginio ir taktinio lygio veikloms organizuoti. Įgyvendinus pateiktus siūlymus, UAB „X“ ilgame laikotarpyje galės efektyviai organizuoti veiklą ir išlaikyti konkurencingumą rinkoje, o vidutiniame laikotarpyje bus laiku pasiruošta sezoniniams paslaugų poreikio pokyčiams. Tinkamai pritaikydama teorines nuostatas praktinėje veikloje, įmonė gali išlikti konkurencinga rinkoje ir pasiruošusi ateities iššūkiams.

## Literatūra

1. M. Beulah Viji Christiana. (2020). *Strategic management*. Notion Press.
2. Dukynaitė, R., Ališauskas, R. (2012). *Strateginis valdymas kaip lyderystės priemonė*. Viešojo politika ir administravimas, 11(1), 75-88.
3. Koncevičienė, N. (2012). *Verslo ekonomika: mokymo(si) rinkinys*. Marijampolė: Piko valanda.
4. Korsakienė, R., Grybaitė, V. ir Šimelytė, A. (2017). *Strateginis organizacijų valdymas: teorija ir praktika*. Vilnius: Technika, VGTU.
5. Korsakienė, R. ir Grybaitė, V. (2012). *Strateginis organizacijų valdymas: mokomoji knyga*. Vilnius: UAB Ciklonas.
6. Kučinskienė, M. ir Marčinskas, A. (2014). *Verslo plėtros galimybės vyriausybės programų kontekste*. Regional Formation and development Studies, 2(10), 98-110.
7. Lietuvos statistikos departamentas. Interneto prieiga <https://osp.stat.gov.lt/verslas-lietuvoje-2022/>
8. Makštutis, A. (2016). *Strateginis valdymas: teorinė ir praktinė studija*. Vilnius.
9. Rumelt, P. (2012). *Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*, Strategic Direction, Vol. 28 Iss: 8.
10. Svetikas, K., Ž. ir Arimavičiūtė, M. (2012). *Strateginis valdymas*. Vilnius, MRU.
11. Teisės aktų registras. Interneto prieiga . <<https://www.e-tar.lt/portal/index.html>>
12. Valentinavičius, S. (2009). *Verslo strategijos formavimo įmonėje teoriniai aspektai*. Verslas: Teorija ir praktika, 10 (2),130-141
13. Vasiliauskas, A. (2007). *Strateginis valdymas*. Kaunas: Technologija.
14. Vasiliauskas, A. (2015). *Strateginis valdymas: įmonių ir nacionalinės ekonomikos strategijų sintezė*. Vilnius: VU leidykla.

# RESTITUCIJOS TAIKYMO PROBLEMOS SUTARTINIUOSE SANTYKIUOSE

*Gabrielė Rugienytė*  
*Lekt. Arūnas Žukauskas*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnyje, taikant mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizę, lyginamąjį ir apibendrinimo metodus, nagrinėjamas restitucijos institutas. Šiame straipsnyje siekiama išsiaiškinti, ar CK reglamentavimas ir jo praktinis taikymas, palieka vietos skirtingam šių normų suvokimui. Taip pat svarbu įvertinti, ar dabartinis teisinis modelis leidžia lengvai įgyvendinti restitucijos instituto prasmę, ar jis atitinka šio instituto tikslus ir ar įgyvendina tai, ką siekė įstatymų leidėjas, įtvirtindamas tokį institutą. Analizuojant šiuos klausimus galima atskleisti galimas spragas ar problemas taikant restitucijos principus ir taisykles praktikoje. Daugiau dėmesio skiriama LAT išaiškinimas, kuriais yra apibrėžiamas restitucijos taikymas praktikoje, taip pat, dėmesys skiriamas ir CK įtvirtintiems restitucijos taikymo pagrindams analizuoti.

Raktažodžiai: restitucija, Lietuvos Aukščiausias Teismas, Civilinis kodeksas.

## Įvadas

Sutartys yra viena svarbiausių civilinių santykių formų. Sutartis yra dviejų ar daugiau asmenų susitarimas sukurti, pakeisti ar nutraukti civilinius teisinius santykius, kai vienas ar keli asmenys įsipareigoja kitam asmeniui ar asmenims atlikti tam tikrus veiksmus (ar susilaikyti nuo tam tikrų veiksmų atlikimo), o pastarieji įgyja reikalavimo teisę. Restitucija (lot. *restitutio* – atstatymas, atkūrimas, gražinimas), tai yra šalių, kurias sieja sutartiniai santykiai, gražinimas į tokią padėtį, kokia ji buvo prieš šių sutartinių santykių sudarymą. Restitucijos institutas yra teisinė priemonė, skirta atstatyti asmenų teises, kurios buvo pažeistos arba apribotos. Šis institutas dažniausiai taikomas turtiniams ar nekilnojamojo turto teisėms.

Tema yra aktuali, nors ir Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse restitucijos sąvoka naudojama ilgai, tačiau vis dar susiduriama su klausimais ir neaiškumais taikant restituciją, vadovaujantis pateikta teorija bei norminiais teisės aktais. Bylose, kuriose yra prašoma taikyti restituciją, teismai formuoja ne vienodą praktiką. Dėl šios priežasties, Lietuvos teismai, analogiškose bylose, dažnai priima skirtingus sprendimus.

## Restitucijos kilmė ir istorinė vystymosi raida

Terminas „restitucija“ (*restitutio*) Lietuvos teisės sistemoje, siekia senovės Romą, konkrečiai įstatymus, kurie buvo žinomi kaip *lex Aelia Sentia* ir *lex Julia de vi publica*. Šie įstatymai buvo priimti Romos Respublikos laikais ir nusakė tam tikrus principus ir procedūras, susijusias su turto gražinimu. „Senovės Romos laikais restitucija egzistavo kaip pretorinės gynybos priemonė, kuria pretorius, vadovaudamasis savo nuožiūra bei teisingumu, atkurdavo buvusią civilinių santykių padėtį“ (Matвеев И. В., 2002, p. 30.). Tuo atveju, kuomet sandoris buvo sudaromas remiantis prievarta, apgaule arba sandorį sudarydavo nepilnametis asmuo – toks sandoris buvo laikomas negaliojančiu. Senovės Romos laikais, teisingumą vykdydavo pretoriai (pretorius buvo pareigūnas senovės Romos teisėje, kuris atliko svarbų vaidmenį teisiniuose procesuose. Pretorius buvo vienas iš magistratų, kurie buvo atsakingi už teisės vykdymą ir teisminių ginčų sprendimą. Jo pareiga buvo priimti sprendimus, išduoti teisinius dokumentus ir paskirti teisminių procesų tvarką), kurie turėjo teisę gražinti sandorio šalis į *status quo ante*, t.y., sandorio šalis sugražinti į pirminę padėtį iki sandorio sudarymo fakto. Sugražinti sandorio šalis į pirminę padėtį, pretorius pasinaudodavo teisės gynimo priemone – *restitutio in integrum*. Tai yra lotyniškas terminas, kuris reiškia "atstatymą į pradinę būseną". Senovės Romos teisėje pretorius, kaip teisinis pareigūnas, turėjo galimybę taikyti restituciją siekiant atstatyti šalis į pirminę padėtį iki įvykusio juridinio fakto, pvz., pripažinus sutartį negaliojančia. Ši teisinė priemonė padėjo užtikrinti teisingumą ir teisę asmenims būti apsaugotiems nuo neteisėtų veiksmų ar apgaulės, kurie galėjo būti padaryti sutarčių sudarymo metu. Restitucijos institutas Senovės Romos laikais

iš pradžių buvo taikomas baudžiamosios teisės srityje. Kaip pažymi A. Dambrauskaitė: „skirtingai nei modernioje teisėje, romėnai civilinės ir baudžiamosios teisės sričių griežtai neatrabojo, todėl tam tikri baudžiamosios teisės nusikaltimai netgi buvo prilyginami sutartims, turinčioms valios trūkumų“ (A. Dambrauskaitė, 2003, p. 80).

Romos laikais, siekiant, kad sutartis būtų laikoma galiojančia, reikėjo, kad būtų patenkinamos keturios būtinosios sutarties sąlygos: pirma, sutarties pagrindas ir objektas turėjo būti aiškiai ir nedviprasmiškai aptartas tarp sutarties šalių; antra, sutarties šalys turi turėti laisvą valią sudaryti sutartį, tai yra, jų sutarimas turi būti išreikštas laisvai ir savarankiškai; trečia, sutarties šalys turi atitikti tam tikrus kriterijus, būtinus tinkamai sudaryti sutartį; ir galiausiai, jei nors viena iš šių sąlygų nebuvo įvykdyta, sutartis buvo laikoma negaliojančia.

Laikui bėgant, restitucijos, kaip teisinio instituto taikymo sritis išsiplėtė. Jis buvo pradėtas taikyti ne tik atvejais, kai sutartis buvo pripažinta negaliojančia dėl apgaulės, bet ir kai kreditorius pateikdavo actio Pauliana ieškinį, suprantamą kaip ieškinį prieš skolininką, kuris nebuvo pajėgus atlikti mokėjimų. Be to, restitucija taikyta ir situacijose, kai sutartys buvo sudarytos su subjektais, netinkamais dėl tinkamumo trūkumo, pvz., kai buvo ginčijami sandoriai, sudaryti nepilnamečių arba neveiksmingų asmenų.

Šiuo metu galiojantis Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas (CK) iš esmės yra sukurtas atsižvelgiant į įvairias teisines tradicijas, įskaitant kontinentinės Europos teisės tradicijas, bendrosios teisės (angl. common law) elementus ir tarptautinių teisės aktų principus. CK yra grindžiamas ne tik Lietuvos teisės sistema, bet ir tarptautiniais teisės aktais, ypač Europos Sąjungos teisės aktais, bei užsienio šalių civilinės teisės reglamentavimu. Tai atsispindi tiek įstatymo nuostatose, tiek teismų praktikoje. Restitucijos institutas šiame moderniaame kodekse taip pat buvo įvestas remiantis užsienio valstybių patirtimi. Iki 2001 metų, kai įsigaliojo šis naujasis CK, civilinės teisės srityje buvo remiamasi 1964 m. CK. Šiame senesniame kodekse nėra tiesioginio restitucijos termino paminėjimo. Tačiau restitucijos esmė buvo įgyvendinama pagal III skirsnio „Sandoriai“ ir II dalies „Negaliojantys sandoriai“ nuostatas. Pavyzdžiui, 47 straipsnyje numatoma: „kai sandoris negalioja, kiekviena iš jo šalių privalo grąžinti antrajai šaliai visa tai, ką yra gavusi pagal sandorį, o kai negalima grąžinti to, ką yra gavusi, natūra, – atlyginti to vertę pinigais, jeigu įstatyme nenumatytos kitokios sandorio negaliojimo pasekmės“ (Lietuvos TSR civilinis kodeksas // Lietuvos TSR Aukščiausiosios Tarybos ir Vyriausybės Žinios, 1964, Nr. 19-138). Galima daryti išvadą, jog nors senajame CK nėra tiesioginio restitucijos termino, teisinėje doktrinoje jis buvo vartojamas norint apibrėžti negaliojančių sandorių teisines pasekmes. Tai, galiausiai, lėmė šios sąvokos įtraukimą į įstatymą.

Kuriant naująjį Lietuvos Respublikos CK, remtasi analize užsienio šalių restitucijos bei nepagrįsto praturtėjimo institutų teisiniame reglamentavime, mokslininkų nuomonėmis ir teismų praktika. Jo tikslas buvo įgyvendinti modernesnę reglamentavimo modelį, todėl Lietuvos restitucijos reglamentavimas atspindi ne tik kontinentinės, bet ir bendrosios teisės šalių bruožus. Nepaisant to, kad restitucija ir nepagrįsto praturtėjimo institutas dažnai siejami ir kartais gali būti painiojami, yra svarbu pabrėžti jų skirtumus ir santykį. Skirtumas tarp šių dviejų institutų dažnai yra tas, kad restitucija yra skirta atkurti asmenų teises ir įsipareigojimus dėl konkrečių teisinių padėčių ar sutarčių, o nepagrįsto praturtėjimo institutas daugiau susijęs su neteisėtai įgyta nauda ar praturtėjimu, kuris nebuvo teisiškai pagrįstas.

### **Restitucijos samprata**

Restitucija (lot. *restitutio* – atstatymas, atkūrimas, grąžinimas), tai yra šalių, kurias sieja sutartiniai santykiai, grąžinimas į tokią padėtį, kokia ji buvo prieš šių sutartinių santykių sudarymą.

Restitucijos institutas yra teisinė priemonė, skirta atstatyti asmenų teises, kurios buvo pažeistos arba apribotos. Šis institutas dažniausiai taikomas turtiniams ar nekilnojamojo turto teisėms. Sutartinių santykių kontekste restitucija gali būti pritaikoma įvairiai.

Pirmiausia, restitucija gali būti taikoma sutartyje numatytų sąlygų pažeidimo atveju. Jei viena iš šalių nepatenkina savo įsipareigojimų arba nevykdo sutartyje numatytų sąlygų, kita šalis gali siekti restitucijos, t.y. atstatyti padėtį, kokia ji buvo prieš pažeidimą, arba priteisti nuostolius.

Antra, restitucija gali būti taikoma turtinių nuostolių atlyginimo forma. Jei viena šalis patiria nuostolių dėl kito asmens neteisėto veiksmo arba pažeidimo, teismas gali nurodyti atstatyti turtą arba priteisti finansinę kompensaciją.

Trečia, restitucija gali būti taikoma ir kituose sutartiniuose santykiuose, pvz., nuomojant nekilnojamąjį turtą arba teikiant paslaugas. Jei šalis neteisėtai pasinaudoja nuomojama nekilnojamąja turtą arba nepateikia teiktinų paslaugų, kitai šaliai gali būti nurodyta atstatyti padėtį arba priteisti nuostolius.

Vis dėlto svarbu pažymėti, kad restitucija yra priemonė, skirta atstatyti teisėtumą ir užtikrinti teisėtų asmenų teises sutartiniuose santykiuose. Ji yra susijusi su teisine atsakomybe už pažeidimus ar neteisėtus veiksmus, kurie gali turėti įtakos sutartiniams santykiams. Restituciją, pagal teisinį reglamentavimą, galima suskirstyti į tris rūšis: „dvišalė – kai teisinio santykio dalyviai gražinami į pradinę padėtį, buvusią iki tam tikro juridinio fakto atsiradimo, vienašalė – kai vienai šaliai gražinama viskas, ką ji buvo perdavusi vykdydama įsipareigojimus, o antroji šalis nėra gražinama į pradinę padėtį, jos turtas, kaip tam tikra sankcija jai, išieškomas į valstybės pajamas, restitucijos negalimumas – tam tikra sankcija šalims už tai, kad jos nepakluso teisės aktų reikalavimams, nė viena iš šalių nėra gražinama į pradinę padėtį, o jų turtas, gautas vykdant įsipareigojimus, perduodamas į valstybės pajamas pagal viešosios teisės normas. Restitucija, kaip prievolinis teisinis pažeistos teisės gynimo būdas, galimas tik tada, jei šalis sieja prievoliniai teisiniai santykiai“ (Visuotinė lietuvių kalbos enciklopedija).

Restitucijos sąvoka gali būti įvairiai suvokiama. Pirma, restitucija gali būti apibrėžiama kaip procesas, numatytas Civilinio Kodekso VI knygos X skyriuje, kai turtas gražinamas tarp sutarties šalių. Antra, restitucija siekia status quo atkūrimo. Taigi, restitucijos sąvoka gali turėti įvairių aspektų ir suvokimo formų, tačiau jos esmė yra siekti atkurti teisingumą ir užtikrinti, kad asmenys būtų atstatyti į savo pradinę teisinę arba turtinę padėtį, kai ji buvo pakeista dėl neteisėtų arba negaliojančių veiksmų. Restitucija numatyta Civilinio Kodekso 1.138 straipsnio 2 dalyje, kurioje saugomi silpnesnės šalies ar valstybės teisiniai interesai.

Teismų praktikoje restitucija yra dažnai aiškinama kaip procesas, kuriuo šalys gražina viena kitai turto vertę, kurią įgijo dėl neteisėtų arba netinkamų veiksmų, siekiant atkurti pradinę padėtį prieš tokius veiksmus. Tai apibrėžiama kaip civilinė atsakomybė už neteisėtai įgytą praturtėjimą arba nuostolius, patirtus dėl tokio veiksmo, ir tai yra vienas iš teisinių būdų kompensuoti turtinę žalą, pavyzdžiui: „prievolinis teisinis pažeistų teisių gynimo būdas“ (nutartis c. b. Nr. 3K-3-424/2013, 2013 m. liepos 26 d.); „restitucija yra sandorio, pripažinto negaliojančiu, padarinys“ (nutartis c. b. Nr. 3K-3-381/2013, 2013 m. birželio 28 d). Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2015 m. sausio 16 d. nutartyje ištyrė ir paaiškino: „Restitucija reiškia negaliojančio sandorio šalių gražinimą į *status quo* – iki sandorio įvykdymo buvusią padėtį. Ji taikoma pagal CK šeštosios knygos normas, atsižvelgiant į įstatyme nustatytas restitucijos taikymo sąlygas ir jų taikymui reikšmingas konkrečios bylos aplinkybes. CK 6.145, 6.147 straipsniuose nustatytos įvairios restitucijos taikymo modifikacijos, kurių esmė – užtikrinti sąžiningą ir pagrįstą šalių interesų pusiausvyrą“ (nutartis c. b. Nr. 3K-3-92/2015 (S), 2015 m. sausio 16 d.).

### **Restitucijos būdai ir rūšys Lietuvos teisinėje sistemoje**

Kai teismas nutaria taikyti restituciją konkrečioje situacijoje, svarstomas klausimas dėl restitucijos būdo pasirinkimo. Restitucijos būdai numatyti Civilinio Kodekso 6.146 straipsnyje, kuris išskiria dvi restitucijos formas: restitucijos gražinimą natūra ir piniginių ekvivalentą. Bendra taisyklė yra ta, kad restitucija vykdoma natūra, tai yra šalys viena kitai turi gražinti objektą, kuris buvo perduotas individualiais požymiais. Tačiau piniginis ekvivalentas naudojamas tik tada, kai restitucija natūra yra neįmanoma arba jos taikymas būtų pernelyg didelė našta vienai iš šalių. Piniginio ekvivalento apskaičiavimo taisyklės yra nustatytos CK 6.147 straipsnyje, kuriame

nurodoma, kad piniginis ekvivalentas yra skaičiuojamas remiantis tuo metu galiojančiomis kainomis, kai skolininkas gavo turtą. Piniginio ekvivalento dydis nustatomas pagal tam tikrus veiksnius, pavyzdžiui, jei skolininkas yra sąžiningas, pasirenkama suma, kuri minimaliai kompensuotų padarytą žalą. Kita vertus, jei skolininkas elgiasi nesąžiningai ir yra atsakingas už padarytą žalą, piniginio ekvivalento suma pasirenkama didžiausia, siekiant kompensuoti kreditoriaus pažeistas teises.

### **Restitucijos taikymo sutartiniuose santykiuose pagrindai**

Restitucija sutartiniuose santykiuose yra grindžiama tam tikrais teisiniais principais ir pagrindais, kuriuos svarbu išskirti:

Sutarties vykdymo principas: restitucija dažnai taikoma siekiant atkurti sutarties šalis į pradinę padėtį, kokia buvo prieš sutarties pažeidimą arba nevykdymą. Tai gali reikšti turtinės vertės atstatymą arba finansinį kompensavimą.

Teisėtumo principas: restitucija yra grindžiama teisinėmis normomis ir principais, kurie nurodo, kad pažeidus sutartį arba nevykdant jos sąlygų, turi būti imtasi veiksmų atstatyti teisėtumą ir užtikrinti šalių teises.

Nuostolių atlyginimo principas: jei viena šalis patiria nuostolių dėl kito šalies pažeidimo arba neteisėto veiksmo, teismas gali nurodyti atstatyti turtą arba priteisti finansinę kompensaciją atitinkamą sumą.

Lygybės ir teisingumo principas: restitucijos taikymas turi užtikrinti lygybę ir teisingumą tarp sutarčių šalių. Tai reiškia, kad neteisingai patyręs šalies nuostolius turi būti atlyginti proporcingai pagal sutarties sąlygas ir teisės aktus.

Teisės į naudą principas: restitucija siekia užtikrinti, kad šalys gautų naudą, kurią jos turėjo gauti pagal sutartį, jei ji būtų buvusi vykdoma teisingai. Tai gali apimti atstovavimą prarastai naudai arba priteistą finansinę kompensaciją.

Šie principai yra esminiai restitucijos taikymo sutartiniuose santykiuose pagrindai, kurie padeda užtikrinti teisėtumą, lygybę ir teisingumą tarp sutarčių šalių. Restitucijos taikymo pagrindai yra apibrėžti CK 6.145 str.: „1. Restitucija taikoma tada, kai asmuo privalo grąžinti kitam asmeniui turtą, kurį jis gavo neteisėtai arba per klaidą, arba dėl to, kad sandoris, pagal kurį jis gavo turtą, pripažintas negaliojančiu ab initio arba dėl to, kad prievolės negalima įvykdyti dėl nenugalimos jėgos; 2. Išimtiniais atvejais teismas gali pakeisti restitucijos būdą arba apskritai jos netaikyti, jeigu dėl jos taikymo vienos iš šalių padėtis nepagrįstai ir nesąžiningai pablogėtų, o kitos atitinkamai pagerėtų.“

### **Restitucijos instituto santykis su kitais civilinės teisės institutais**

Restitucija yra svarbus teisinis institutas, kuris padeda atkurti teisinę padėtį, kai sutartis pripažįstama negaliojančia dėl įvairių priežasčių, pvz., dėl apgaulės, klaidos ar nenugalimos jėgos. Tačiau kartais restitucijos priemonės gali būti nepakankamos teisiškai užtikrinti pažeistų šalių interesus. Tokiose situacijose teismas turėtų įvertinti visas pateiktas argumentus ir taikyti tinkamiausią teisės priemonę, kuri padėtų atkurti teisinę teisingumą ir apginti pažeistų šalių interesus. Todėl svarbu nagrinėti ne tik restitucijos normas, bet ir kitus teisės institutus, kad būtų užtikrinta tinkama teisės taikymo sąlygų ir teisingumo pusiausvyra. Pavyzdžiui, teisinė priemonė užtikrinant savininko teises ir apsaugant nuo neteisėto turto valdymo ar naudojimo – vindikacija.

CK 1.138 straipsnio 1 dalies 2 punktą reglamentuoja civilinių teisių gynimo būdą, kuriuo siekiama atkurti buvusią padėtį iki teisės pažeidimo. Šis būdas gali būti įgyvendintas ne tik naudojant restituciją, bet ir kitais teisės institutais, pavyzdžiui, vindikacija. Pagal Lietuvos Aukščiausio teismo praktiką: „tais atvejais, kai restitucijos nepakanka pažeistoms asmenų teisėms ar viešajam interesui apginti, gali būti taikomi subsidiarūs civilinių teisių gynimo būdai, pvz., nuostolių atlyginimas, nepagrįsto praturtėjimo išreikalavimas ir pan. Pripažindamas sandorį negaliojančiu, teismas restitucijos klausimą sprendžia ex officio“ (nutartis c. b. Nr. 3K-3-

532/2009., 2009 m. lapkričio 26 d.). Pagal LAT praktikos išaiškinimą galima daryti prielaidą, kad restitucijos, vindikacijos, nepagrįsto praturtėjimo institutai gali būti taikomi subsidiariai. Teisminės gynybos prieinamumo principas, kuris yra nustatytas CPK 13 str., yra svarbus teismo proceso aspektas. Pagal šį principą asmeniui suteikiama laisvė pasirinkti, kaip ginti savo teises, nustatyti ieškinio pagrindą ir dalyką. Dispozityvumo principas reiškia, kad ginčas tarp šalių gali būti išspręstas pagal jų norą ir pageidavimus. Tai reiškia, kad šalys gali pasiekti susitarimą dėl ginčo išsprendimo, o teismas gali priimti sprendimą, atsižvelgdamas į šalių susitarimą arba jų pareiškimus teisme. Kai asmuo mano, kad jo teisės ar teisėti interesai yra pažeidžiami, jis gali kreiptis į teismą ir tikėtis, kad jo byla bus išnagrinėta objektyviai ir pagrįstai. Teismas turi nustatyti, ar subjektinės teisės buvo pažeistos, ir jei taip, turi ginti tas teises. Tai yra teismų pagrindinė pareiga. Teismas turi būti objektyvus ir nešališkas nagrinėdamas bylą, nesvarbu, kokia yra bylos pobūdis ar šalių tapatybė. Be to, teismas turi nustatyti, kokių pagrindų ir kokia konkrečia teisės norma pažeistos teisės yra ginamos. Tai reiškia, kad teismas turi analizuoti turimas teises normas ir taikyti jas byloje, kad būtų užtikrinta teisinga teisminė priemonė, kuri apsaugotų pažeistas teises ir užtikrintų teisingumą (CPK 2 str.). Restitucija ir vindikacija, nors ir siekia panašaus tikslo – grąžinti pažeistas teises ir atkurti pradinę padėtį, turi skirtingas sąlygas ir taikymo sritis. Restitucija dažniausiai taikoma tada, kai tarp šalių jau yra susiklosčiusi sutartinė teisės santykių sistema, o vindikacija gali būti naudojama net ir tada, kai tokie santykiai nebuvo suformuoti. Nepagrįsto praturtėjimo institutas, kitaip nei vindikacija ir restitucija, daugiau siejamas su neteisėtu praturtėjimu vienos šalies sąskaita dėl kitos šalies veiksmų ar net veiksmų nebuvimo, o ne su sutartinių santykių pažeidimu. Suprantant šias subtilybes, teismai gali tinkamai taikyti šias priemones, siekdami užtikrinti teisingą teisinį sprendimą byloje, kuriose ginamos šalių teisės.

### Išvados

1. Romėniškas restitucijos supratimas ir taikymas atspindi daug esminių panašumų su moderniąja teisine doktrina. Todėl galima manyti, kad restitucijos principai ir institutas buvo perimti iš senovės Romos teisinės tradicijos ir plito Europos šalyse, įskaitant ir Lietuvą;

2. Sandorių negaliojimo instituto prasmę į dabartinį CK rengėjai perkėlė iš senojo 1964 m. CK;

3. Pagrindinė restitucijos taikymo sąlyga yra šalių atstatymas į *status quo* pripažinus sandorį negaliojančiu;

4. Civilinio kodekso 6.145 str. išdėstyti ir kiti pagrindai taikyti restituciją – atstatyti *status quo*, kai turtas gautas per klaidą arba jeigu prievolės neįmanoma įvykdyti dėl *force majeure* įtakos;

5. Restitucijos instituto reglamentavimas yra išdėstytas skirtinguose teisės aktuose ir neturi pakankamai išsamios ir aiškios apibrėžties, dėl ko atsiranda painiava ir neaiškumai, teisės normos yra neapibrėžtos arba vartojamos per daug abstrakčiai, dėl ko teismams sunku nustatyti aiškias ir vienodas taisykles restitucijos atvejams, todėl teismai gali turėti skirtingas nuostatas ir interpretacijas dėl to, kaip turėtų būti taikomas restitucijos institutas, o tai gali sukelti nesuderinamumą ir painiavą;

6. Restitucija dažnai vartojama kaip terminas, skirtas veiksams, kurie kyla kaip pasekmė dėl sandorio nevykdymo ar jo pažeidimo, pažymėti. Tai gali apimti grąžinimąsi prie pradinės turto padėties, atlyginimą už patirtus nuostolius ar net neteisėtai įgyto turto grąžinimą. Tačiau, kaip teisiniu įrankiu atstatyti tarp šalių pusiausvyrą, dažnai naudojamosi nepagrįsto praturtėjimo taisyklėmis;

7. Restitucija bandoma atstatyti tarp šalių pusiausvyrą ir sugrąžinti jas į padėtį, kuri egzistavo prieš tam tikrą teisinį įvykį arba veiksma. Svarbu pabrėžti, kad restitucija yra prievolinis teisių gynybos būdas, todėl gali būti taikomas tik tuo atveju, kai asmenis sieja prievoliniai teisiniai santykiai;

8. Restitucija yra taikoma natūrą, tačiau jei dėl objektyvių aplinkybių neįmanoma gražinti šalis į pradinę padėtį, gali būti panaudojamas piniginis ekvivalentas. Išskiriamos trys restitucijų rūšys, kurios gali būti taikomos atsižvelgiant į situaciją: dvišalė restitucija, vienašalė restitucija ir restitucijos negalimumas;

9. Restitucijos institutas dažnai persipina su kitais teisių gynimo būdais, tokiais kaip nepagrįstas praturtėjimas ir vindikacija. Šie teisiniai institutai, nors skirtingi, gali atlikti panašią funkciją teisių gynimo atžvilgiu. Šie teisės institutai yra taikomi subsidiariai.

## Literatūra

### **I. Lietuvos Respublikos įstatymai bei kiti teisės aktai ir dokumentai**

1. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas (2000 m. liepos 18 d. Nr. VIII-1864). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262.

2. Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodeksas (2002 m. vasario 28 d. Nr. IX-743). Valstybės žinios, 2002-04-06, Nr. 36-1340.

3. Lietuvos TSR civilinis kodeksas (1965 m. sausio 1 d.). Lietuvos TSR Aukščiausiosios Tarybos ir Vyriausybės Žinios. 1964, Nr. 19-138.

### **II. Teismų praktika**

4. LAT 2013 m. liepos 26 d. nutartis c. b. Nr. 3K-3-424/2013.

5. LAT 2013 m. birželio 28 d. nutartis c. b. Nr. 3K-3-381/2013.

6. LAT 2015 m. sausio 16 d. nutartis c. b. Nr. 3K-3-92/2015 (S).

7. LAT 2009 m. lapkričio 26 d. nutartis c. b. Nr. 3K-3-532/2009.

### **III. Specialioji literatūra**

8. A.Dambrauskaitė. (2003) Restitucijos taikymo sandorių pripažinimo negaliojančiais bylose problemos. Vilnius, Jurisprudencija, t. (37).

9. Матвеев И. В. (2002) Правовая природа недействительных сделок. Москва: Юрлитинформ.

### **IV. Internetiniai šaltiniai**

10. <https://www.vle.lt/straipsnis/restitucija-2/>

# PIRKIMŲ VALDYMAS AB „VILNIAUS BALDAI“ ĮMONĖJE

*Erikas Silickas*

*Lekt. Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Straipsnio turinyje analizuojamos skolų tiekėjams, atsargų, finansavimo šaltinių valdymai, susiję su pirkimų valdymu, kuris yra svarbus įmonėms palaikyti nenutrūkstamą tiekimo grandinę. Jeigu pirkimai valdomi neefektyviai, neišvengiama problema yra atsargų perteklius arba trūkumas.

Raktažodžiai: skolos, atsargos, finansavimas.

## Įvadas

**Temos aktualumas** – pirkimų valdymas užtikrina efektyvų prekių ir paslaugų įsigijimą, būtiną organizacijos veiklai. Efektyviai valdydamos pirkimus, įmonės gali optimizuoti išteklių paskirstymą.

**Temos problema** – pirkimų valdymas sukelia potencialių sunkumų. Pagrindinės rizikos yra neefektyvus pirkėjų skolų, atsargų, finansavimo valdymas, tai gali pakenkti projektų grafikams ir prekių bei paslaugų kokybei.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti įmonės pirkimų valdymą teoriniu ir praktiniu aspektu.

### Darbo uždaviniai:

Išanalizuoti pirkimų valdymą teoriniu aspektu.

Atskleisti koks ryšys yra tarp skolų tiekėjams, atsargų valdymo ir tiesioginio pirkimų valdymo teoriniu aspektu.

Išanalizuoti įmonės finansavimo šaltinių politikos ir pirkimo valdymo ryšį teoriniu aspektu.

Išanalizuoti kaip AB „Vilniaus baldai“ yra valdomi pirkimai.

**Darbo metodika** - šaltinių, duomenų studijavimas, analizavimas bei lyginimas.

## 1. Pirkimų valdymas

Pirkimų valdymas yra strateginis organizacijos išlaidų administravimas, apimantis prekių ir paslaugų pirkimą. Pirkimų valdymas apima kokybiškų produktų, paslaugų ir pardavėjų patikrinimą iš nustatyto biudžeto per tam tikrą laikotarpį.

Pagrindinė pirkimų valdymo funkcija – įmonei įsigyti kuo geresnių prekių ir paslaugų verslo tikslams įgyvendinti. Pirkimų valdymu siekiama sumažinti išlaidas ir stabilizuoti pinigų srautus (Juozaitienė, 2007).

Šiandienos pasaulyje, kurį apibūdina sudėtingumas, nežinomybė ir globali konkurencija, tiekimo grandinės valdymas vis labiau tapo identifikuotas kaip kritinė konkurencinė strategija, skirta skatinti ir sippingi integraciją ir bendradarbiavimą visoje tiekimo grandinėje (Di Pasquale, Nenni ir Riemma, 2020). Pirkimų valdymas prisideda prie tiekimo grandinės valdymo. Tai užtikrina, kad prekės gaunamos tinkamu laiku ir kiekiais, padėdama išvengti atsargų pertekliaus ar stygiaus.

### 1.1. Skolos tiekėjams

Įmonės dažnai sudaro sutartis arba užsakymus su tiekėjais dėl prekių ar paslaugų gavimo. Darbas su tiekėjais įgyvendinant projektus turi keletą privalumų; tai pagerina projekto sėkmę, sumažina vykdymo laiką ir sąnaudas, taip pat gerina kokybę (Boly ir kt., 2020). Skolos tiekėjams yra finansinis išsipareigojimas, kurį už gautas prekes ar paslaugas įmonė turi apmokėti per atskaitinį laikotarpį. Tai yra dalis įmonės apyvartinio kapitalo.

Skolų tiekėjams apyvartumas parodo koks yra skolų tiekėjams apmokėjimo terminas (Alecknevičienė, 2009, p. 31). Jei mokėtinų sumų apyvartumas didėja, tai reiškia, kad įmonė tiekėjams išskolinimus apmoka greičiau. Jei šio apyvartumo rodiklis žemas, tai reiškia, jog įmonė linkusi vėluoti sumokėti skolas tiekėjams. Apyvartumo mažėjimas įmonei gali suteikti papildomų trumpalaikių finansavimo šaltinių, tačiau, jeigu už pirkimus yra skaičiuojamos palūkanos, tai sąlygoja papildomas veiklos finansavimo išlaidas (Alecknevičienė, 2009, p. 31).

### 1.2. Atsargos

Didžiąją dalį įmonės trumpalaikio turto sudaro atsargos. Pagrindinis atsargų valdymo tikslas – atsargų valdymo išlaidų mažinimas, užtikrinant produkcijos gamybos ir pardavimo bei paslaugų



nenutrūkstama teikimą (Aleksnevičienė, 2009, p. 31). Atsargos yra reikšmingos finansų valdymo procesui, nes jų valdymas leidžia įmonei prognozuoti poreikius ir planuoti pirkimus. Jeigu įmonė turi per daug atsargų, kurios yra vertos daug pinigų, tai gali pakenkti įmonės mokumui, kadangi finansai, galimi naudoti gražinti skolas, paverčiami į nefinansinį turtą, be to, gali atsirasti papildomos išlaidos atsargų sandėliavimui. Tačiau per mažai atsargų gali reikšti sustabdytą gamybą, patiriamos laiko sąnaudos (Aleksnevičienė, 2009, p. 358).

### 1.3. Įmonės finansavimo politika, šaltiniai

Turto finansavimo politika veikia įmonės gebėjimą vykdyti pirkimus, nes ji lemia finansinius išteklius, kurie yra prieinami pirkimams, ir įtakoja įmonės išsipareigojimus tiekėjams. Turto finansavimo politika – finansavimo šaltinių pasirinkimas ilgalaikiam ir trumpalaikiam turtui finansuoti. Ilgalaikiai finansavimo šaltiniai nereikalingi pirkimų valdymui, nes, naudojant ilgalaikes skolas, tektų mokėti palūkanas ir tuo metu, kai paskolos yra nereikalingos. Trumpalaikiai finansavimo šaltiniai naudojami įmonės kasdinių poreikių finansavimui, tokioms kaip skolos tiekėjams, trumpalaikės banko paskolos, ar investicijos. Skolos tiekėjams atsiranda perkant prekes ar paslaugas skolon. Tai savaiminis finansavimo šaltinis, nes jis atsiranda vykdant paprastas komercines operacijas (Aleksnevičienė, 2009, p. 309).

1.1 lentelė. **Turto finansavimo politikos**

	Agresyvioji	Nuosaikioji	Konservatyvioji
Laikinas trumpalaikis turtas	Trumpalaikiai finansavimo šaltiniai	Trumpalaikiai finansavimo šaltiniai	Trumpalaikiai finansavimo šaltiniai
Nuolatinis trumpalaikis turtas		Ilgalaikiai finansavimo šaltiniai	Ilgalaikiai finansavimo šaltiniai
Ilgalaikis turtas	Ilgalaikiai finansavimo šaltiniai		

Šaltinis: Aleksnevičienė V. (2009). *Įmonės finansų valdymas*. Kaunas: - „Spalvų kraitė“, p. 319.

Jeigu įmonė nuolatinį trumpalaikį turtą finansuoja trumpalaikiais finansavimo šaltiniais, tai reiškia, kad naudoja agresyvią finansavimo politiką (Aleksnevičienė, 2009, p. 320). Tai gali padidinti įmonės finansinę riziką – dėl didelių skolų įmonė gali patirti didesnę spaudimą išmokėti palūkanas ir gražinti skolas laiku, ypač jeigu tuo metu yra nepalankios rinkos sąlygos arba iškilę finansiniai sunkumai. Taip pat dideli įsiskolinimai rodo įmonės veiklos priklausomybę kreditoriams.

Jeigu įmonė nuolatinį trumpalaikį turtą finansuoja ilgalaikiais finansavimo šaltiniais, tai reiškia, kad naudoja nuosaikią finansavimo politiką. Tai reiškia, kad įmonė stengiasi išlaikyti pusiausvyrą tarp įsiskolinimų ir vidinių finansinių išteklių naudojimo.

Jeigu įmonė laikiną trumpalaikį turtą finansuoja ilgalaikiais finansavimo šaltiniais, tai reiškia, kad naudoja konservatyvią finansavimo politiką. Tai rodo, kad įmonė savo veiklą finansuoja vidiniais finansavimo šaltiniais, tokiais kaip nepaskirstytuju pelnu ir vidaus rezervais (Aleksnevičienė, 2009, p. 297). Šią politiką naudojanti įmonė siekia išlaikyti stabilumą ir mažinti riziką, tačiau, mažinant riziką, įmonė praranda galimybes didinti pelną ir lėtina įmonės augimą.

### 1.4. Įmonės mokumas

Trumpalaikis mokumas yra įmonės gebėjimas atlikti mokėjimus (padengti tiekėjų skolas) už prekes ir paslaugas per atskaitinį laikotarpį. Tai svarbu pirkimų valdymui, nes tiesiogiai veikia įmonės gebėjimą tvarkyti tiekimo grandinę. Jeigu įmonė turi prastą trumpalaikio mokumo valdymą ir negali laiku susimokėti už pirkimus, tiekėjai gali nutraukti pirkimo sutartis ir pakenkti įmonės tiekimo grandinei (Černius, 2022).

## 2. Pirkimų valdymas įmonėje „VILNIAUS BALDAI“

AB „Vilniaus baldai“ yra įdiegta žaliavų ir paslaugų pirkimo sistema. Bendrovė palaiko strateginius santykius su tiekėjais bei nuolat ieško naujų galimybių paslaugų ir žaliavų rinkose. AB „Vilniaus baldai“ pirkimo procesą yra išskaidžiusi į strateginius ir operacinius pirkimus. Bendrovė siekia valdyti tiekimo riziką, todėl pagrindinėms tiekiamoms žaliavoms yra parinkti pagrindiniai ir alternatyvūs tiekėjai. AB „Vilniaus baldai“ įdiegta ir nuolat tobulinama tiekėjų vertinimo sistema, atliekami tiekėjų auditai.

Bendrovė su pagrindiniais tiekėjais sudaro ilgalaikes sutartis. Pagrindines žaliavas Bendrovė įsigyja iš Lietuvos, Lenkijos ir Slovakijos tiekėjų. Pagrindiniai tiekėjai: UAB „IKEA Industry Lietuva“, „IKEA Components“ S.R.O, „IKEA Industry Polska“ Sp.z.o.o, Homanit Krosno Odrzanskie SP, UAB „Rehau“, UAB „Remmers Baltica“. Lokalus žaliavų tiekimas sąlygotas mažesnių transportavimo sąnaudų bei gerų santykių su pagrindiniais tiekėjais.

Pagrindinės gamyboje naudojamos žaliavos:

- Plokštės (MDP, AMDP, LMDP, OSB, HDF);
- Krašto juostos (ABS, popierinės);
- Popierius (korinis užpildas, balansinis, laikraštinis popierius, kampai, išklotinės, padėklų lakštai);
- Klėjai (PUR, PVA, lydalai);
- Lukšto apvalkalai;
- Apdailos medžiagos;
- Furnitūra;
- Komplektuojančios detalės.

Atsargos pirminio pripažinimo metu yra apskaitomos įsigijimo savikaina. Vėlesniais laikotarpiais atsargos apskaitomos žemesniąja iš savikainos ir grynosios realizacinės vertės, atėmus apskaitytą pasenusių ir lėtai judančių atsargų nukainojimą. Grynoji realizacinė vertė yra pardavimo kaina, esant įprastinėms verslo sąlygoms, atėmus užbaigimo ir priskiriamas rinkodaros ir paskirstymo išlaidas. Savikaina apskaičiuojama FIFO metodu. Į pagamintos produkcijos ir nebaigtos gamybos savikainą įtraukiamos pastovios ir kintamos pridėtinės išlaidos, esant normalioms gamybos apimtims. Atsargos, kurios nebegali būti realizuotos, yra nurašomos.

2024-02-29	Pirkimai	Pardavimai	Gautinos sumos	Mokėtinos sumos
UAB „Švytėjimas“	86	2	1	14
UAB „Bordena“	10.565	5.111	1.498	-
UAB „Panerių konversija“	158	-	-	407
AB „Invalda privatus kapitalas“	-	-	-	519
	<b>10.809</b>	<b>5.113</b>	<b>1.499</b>	<b>940</b>
2023-02-28	Pirkimai	Pardavimai	Gautinos sumos	Mokėtinos sumos
UAB „Inreal“	41	-	-	-
UAB „Švytėjimas“	63	2	-	7
UAB „Bordena“	10.074	6.126	3.621	1
UAB „Panerių konversija“	505	115	30	224
AB „Invalda privatus kapitalas“	-	-	-	415
UAB „Inreal GEO“	1	-	-	-
	<b>10.684</b>	<b>6.243</b>	<b>3.651</b>	<b>647</b>

2.1 pav. Susijusių šalių sandoriai

Remiantis 2.1 ir 2.2 pav. žaliavų tiekimo ir prieinamumo trikdžių Bendrovė šiuo metu nepatiria, kadangi žaliavų gamintojai tik dalinai išnaudoja turimus gamybinius pajėgumus. Visgi tebelieka vykstančių karinių konfliktų masto padidėjimo rizika ir su tuo susijęs rinkų bei žaliavų tiekimo neigiamas efektas.

2024-02-29	Pirkimai	Pardavimai	Gautinos sumos	Mokėtinos sumos
UAB „Ari- Lux“	562	3	-	373
	<b>562</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>373</b>

2023-02-28	Pirkimai	Pardavimai	Gautinos sumos	Mokėtinos sumos
UAB „Ari- Lux“	359	2	-	121
	<b>359</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>121</b>

## 2.2 pav. Sandoriai su dukterinėmis įmonėmis

Pastaruoju metu pradedamos fiksuoti žaliavų kainų didėjimo tendencijos, kurios nors dar ir nežymios, bet ilgai atsispindės galutinėse perkamų žaliavų kainose.

Iš ilgalaikės bei strateginės pusės, žaliavų tiekime Bendrovė siekia ilgalaikių santykių su patikimais tiekėjais bei turėti alternatyvas pagrindinių žaliavų tiekimui.

Taigi, AB „Vilniaus baldai“ taiko strateginį ir operatyvų požiūrį į žaliavų pirkimą, siekdama valdyti tiekimo riziką ir užtikrinti ilgalaikius santykius su patikimais tiekėjais.

### 2.1. Atsargų apyvartumas

2024 metais AB „Vilniaus baldai“ atsargų vertė iš viso siekė 10742 tūkst. eur. Iš jų 1487 tūkst. eur. buvo skirta žaliavoms, 3358 tūkst. eur. skirta nebaigta gamybai, 5405 tūkst. eur. skirta pagamintai produkcijai, 442 tūkst. eur. finansuota atsarginėms dalims įrenginių remontui, ir 50 tūkst. eur. finansuota pirktoms prekėms, skirtoms perparduoti.

	2024-02-29	2023-08-31
Žaliavos	1.487	1.480
Nebaigta gamyba	3.358	2.293
Pagaminta produkcija	5.405	2.078
Atsarginės dalys įrenginių remontui	442	450
Pirktos prekės, skirtos perparduoti	50	50
<b>Atsargos iš viso</b>	<b>10.742</b>	<b>6.351</b>

### 2.3 pav. AB „Vilniaus baldai“ atsargos

Remiantis 2.3 pav., galima apskaičiuoti žaliavų apyvartumą panaudojant šią formulę:

$$\text{Žaliavų apyvartumas (kartais)} = \frac{\text{Pagamintos produkcijos savikaina}}{\text{Vidutinis žaliavų likutis}} = \frac{5405}{1487} \approx 3.63 \quad (1)$$

$$\text{Žaliavų apyvartumas (dienomis)} = \frac{365}{\text{Atsargų apyvartumas (kartais)}} = \frac{365}{3.63} \approx 101 \quad (2)$$

Šis rodiklis parodo, kiek vidutiniškai laiko žaliavos guli sandėliuose, iki patenka į gamybą, ir iš jų pagaminama produkcija (Černius, 2014, p. 311), AB „Vilniaus Baldai“ atveju, tai 101 dieną. Kuo mažesnis šis rodiklis, tuo įmonė greičiau panaudoja savo žaliavas ir efektyviai valdo savo pirkimus, ypač medienos baldų gamyboje, kurių procesas geriausiu atveju gali užtrukti kelis mėnesius nuo žaliavų pirkimo iki galutinės produkcijos pardavimo.

### 2.2. Skolų tiekėjams apyvartumas

Remiantis 2.1, 2.2 pav. pirkimais ir mokėtinomis sumomis ir 2.4 pav. įsiskolinimams tiekėjams galima apskaičiuoti skolų tiekėjams apyvartumą panaudojant šią formulę:

$$\text{Skolų tiekėjams apyvartumas} = \frac{\text{Žaliavų pirkimai}}{\text{Mokėtinos sumos}} = \frac{18920}{1434} \approx 13,2 \quad (3)$$

Čia pardavimo savikaina padalinama iš trumpalaikių skolų tiekėjams. Skolų tiekėjams apyvartumas AB „Vilniaus baldai“ 2024 metais apytiksliai lygus 13,2, tai reiškia, kad per metus vidutiniškai atsiskaitoma už prekes per pusę mėnesio.

	2024 m. vasario 29 d.	2023 m. rugsjūčio 31 d.	2023 m. vasario 28 d.
<b>Akcininkų nuosavybė ir įsipareigojimai</b>			
<b>Kapitalas ir rezervai</b>			
Akcinis kapitalas	4.508	4.508	4.508
Įstatymų numatyti rezervai	451	451	451
Nepaskirstytas pelnas	29.865	23.163	19.505
<b>Iš viso kapitalo ir rezervų</b>	<b>34.824</b>	<b>28.122</b>	<b>24.464</b>
<b>Ilgalaikiai įsipareigojimai</b>			
Ilgalaikės paskolos	33.151	33.458	34.894
Atidėjiniai darbuotojų išmokoms	605	605	583
Ilgalaikė nuoma (16 TFAS pritaikymas)	812	618	780
<b>Iš viso ilgalaikių įsipareigojimų</b>	<b>34.568</b>	<b>34.681</b>	<b>36.257</b>
<b>Trumpalaikiai įsiskolinimai</b>			
Ilgalaikių paskolų einamųjų metų dalis	3.657	6.275	4.258
Įsiskolinimai tiekėjams	7.549	8.795	11.793
Mokėtinos sumos už ilgalaikį turtą	121	49	197
Mokėtinas pelno mokestis	-	-	-
Kiti įsiskolinimai	3.230	3.126	3.501
Ilgalaikė nuoma (16 TFAS pritaikymas)	211	403	161
<b>Ilgalaikių paskolų einamųjų metų dalis</b>	<b>14.768</b>	<b>18.648</b>	<b>19.910</b>
<b>Įsiskolinimai tiekėjams</b>	<b>49.336</b>	<b>53.329</b>	<b>56.167</b>
<b>Iš viso akcininkų nuosavybės ir įsipareigojimų</b>	<b>84.160</b>	<b>81.451</b>	<b>80.631</b>

2.4 pav. Finansinės būklės ataskaita

### 2.3. Turto finansavimas

Remiantis 2.5 pav., AB „Vilniaus baldai“ Trumpalaikio turto (22714 tūkst. eur.) dengia 54% trumpalaikių įsipareigojimų (14768 tūkst. eur.). Remiantis šiais rodikliais galima teigti, kad įmonė naudoja agresyvią finansavimo politiką.

Straipsnis	2024-02-29	2023-02-28
Ilgalaikis turtas	61.446	65.955
Trumpalaikis turtas	22.714	14.676
<b>Turtas iš viso</b>	<b>84.160</b>	<b>80.631</b>
<b>Kapitalas ir rezervai</b>	<b>34.824</b>	<b>24.464</b>
<b>Įsipareigojimai iš viso</b>	<b>49.336</b>	<b>56.167</b>
Ilgalaikiai įsipareigojimai	34.568	36.257
<i>Finansinės skolos</i>	33.151	34.894
<i>Ilgalaikė nuoma (16 TFAS pritaikymas)</i>	812	780
Trumpalaikiai įsipareigojimai	14.768	19.910
<i>Finansinės skolos</i>	3.657	4.258
<i>Ilgalaikė nuoma (16 TFAS pritaikymas)</i>	211	161

2.5 pav. Finansiniai rezultatai

Remiantis 2.5 pav. galima apskaičiuoti AB „Vilniaus baldai“ bendrojo trumpalaikio mokumo rodiklį pagal formulę:

$$BTM = \frac{\text{Trumpalaikio turto vertė}}{\text{Trumpalaikiai įsipareigojimai}} = \frac{22714}{14768} \approx 1.54$$

(4)

Artima nuliui reikšmė signalizuoja, kad įmonė neturi mokėjimo išteklių, kad gebėtų gražinti skolas be papildomų finansavimo šaltinių (Černius, 2022, p. 214). Pageidautina, kad įmonės bendrojo trumpalaikio turto rodiklis būtų nuo 1,2 iki 2, norint išlaikyti finansinę pusiausvyrą (Juozaitytė, 2007, p. 187). Iš to galima spręsti, jog AB „Vilniaus baldai“ efektyviai valdo trumpalaikį turtą ir laiku atsiskaito su tiekėjais, turi pakankamai lėšų sumokėti už prekes ir paslaugas bei nėra įšaldžiusi savo pinigų į trumpalaikį turtą, o tai yra svarbu pirkimų valdymui.

### Išvados

1. Pirkimų valdymas yra organizacijos procesas, apimantis prekių ir paslaugų pirkimą, siekiant gauti kokybiškas prekes ir paslaugas, stabilizuoti pinigų srautus ir sumažinti išlaidas. Svarbu tinkamai valdyti skolas tiekėjams, atsargas, ir kt. procesus, siekiant užtikrinti veiksmingą pirkimų valdymą ir įmonės finansinį tvarumą.
2. Skolos tiekėjams yra svarbus rodiklis, nurodantis įmonės mokumo lygį ir finansinį stabilumą. Didėjantis skolų tiekėjams apmokėjimo greitis gali rodyti efektyvų pinigų srautą, tuo tarpu mažėjantis greitis gali kelti problemų įmonės finansinei padėčiai. Atsargų valdymas turi tiesioginį poveikį įmonės efektyvumui. Per daug arba per mažai atsargų gali turėti neigiamą poveikį įmonės finansiniam stabilumui.
3. Finansavimo šaltiniai įtakoja įmonės gebėjimą vykdyti pirkimus ir valdyti įsipareigojimus tiekėjams. Šie šaltiniai gali būti ilgalaikiai arba trumpalaikiai, priklausomai nuo įmonės poreikių. Finansavimo politika nustato, kaip įmonė pasirinks finansavimo šaltinius ir gali turėti įvairių poveikių.
4. AB „Vilniaus baldai“ naudoja išsamų žaliavų ir paslaugų pirkimo sistemą, kurioje yra skirtingi strateginiai ir operaciniai pirkimai, o bendrovė siekia efektyviai valdyti tiekimo riziką ir palaiko ilgalaikius santykius su pagrindiniais tiekėjais. Įmonė efektyviai valdo savo finansus, kas yra svarbu pirkimų valdymui.

### Literatūra

1. AB „VILNIAUS BALDAI“ veiklos rezultatai ir neaudituoti sutrumpintų tarpinių konsoliduotųjų finansinių ataskaitų rinkinys (2024). Prieiga per internetą: <https://view.news.eu.nasdaq.com/view?id=b6b674f62c82024a4dcc0f305980179b3&lang=lt&src=listed>
2. ALEKNEVIČIENĖ V. (2009). *Įmonės finansų valdymas*. Kaunas: - „Spalvų kraitė“.
3. BOLY V., CAMARGO M., GALVEZ D., MOREL L., MOYA C. A. (2020). *Characterization of best practices for customer/supplier collaboration in co-innovation projects*. doi: 10.4067/s0718-27242020000400005
4. ČERNIUS G. (2022). *Finansų valdymas II. Verslo finansų ir analizės pagrindai*. Vilnius: - Mykolo Romerio universitetas.
5. ČERNIUS G., (2014). *Įmonės finansų valdymo pagrindai*. Vilnius: - Mykolo Romerio universitetas.
6. DI PASQUALE V., NENNI M. E., RIEMMA S. (2020). *Order allocation in purchasing management: a review of state-of-the-art studies from a supply chain perspective*. doi:10.1080/00207543.2020.1751338
7. JUOZAITIENĖ L. (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. Šiauliai: – VšĮ Šiaulių universiteto leidykla.

# BENDRININKAVIMO FORMOS KAIP ATSAKOMYBĖ SUNKINANČIOS APLINKYBĖS IR KVALIFIKUOJANTYS POŽYMIAI

*Evelina Slavėnaitė*  
*Lekt. Arūnas Žukauskas*  
*Marijampolės kolegija*

## **Anotacija**

Straipsnyje, taikant mokslinės literatūros ir teisės aktų analizės metodus, analizuojama bendrininkavimo formos kaip atsakomybę sunkinančios aplinkybės ir kvalifikuojantys požymiai. Autorius, pirmiausia apžvelgia atsakomybę sunkinančių aplinkybių sampratą, bendrininkavimo sampratą, bendrininkavimo rūšis bei formas. Straipsnyje išryškunami esminiai bendrininkavimą kvalifikuojantys požymiai.

Straipsnyje daugiausiai dėmesio skiriami bendrininkavimo formoms: bendrininkų grupei, teroristinei grupei, organizuotai grupei ir nusikalstamam susivienijimui.

Raktažodžiai: bendrininkavimas, bendrininkavimo formos, bendrininkavimo rūšys.

## **Įvadas**

Šiuolaikinėje teisinėje sistemoje nusikalstamų veikų bendrininkavimas ir su tuo susijusios atsakomybės klausimai yra vieni iš sudėtingiausių ir diskusijų keliančių aspektų. Teisės doktrinoje ir praktikoje bendrininkavimas yra vertinamas ne tik kaip būtinybė nustatyti kiekvieno asmens vaidmenį nusikalstamoje veikoje, bet ir kaip svarbus kriterijus, leidžiantis tinkamai išmatuoti atsakomybės laipsnį. Šiame darbe ypač dėmesys skiriamas bendrininkavimo formoms, kurios laikomos atsakomybę sunkinančiomis aplinkybėmis ar netgi kvalifikuojančiais požymiais, leidžiančiais nusikalstimą priskirti tam tikrai kategorijai.

Baudžiamajame teisingume bendrininkavimo formų analizė yra nepaprastai svarbi ir sudėtinga, nes nuo jos priklauso teisingo ir proporcingo atsakomybės skyrimo mechanizmo veiksmingumas. Šios analizės aktualumą lemia kelios esminės priežastys - bendrininkavimo institutas dėl savo juridinės prigimties ir praktinio taikymo įvairovės yra vienas iš kompleksiausių baudžiamosios teisės segmentų. Be to, atsakomybę sunkinančių aplinkybių nustatymas bendrininkavimo kontekste yra būtinas siekiant užtikrinti kiekvieno dalyvio teisingą įvertinimą ir bausmės skyrimą, tačiau susiduriama su iššūkiais, susijusiais su teisės normų interpretacija ir taikyme (Tamulevičius, 2023). Taip pat augantis organizuotų nusikaltėlių grupuočių aktyvumas ir technologijų pažanga kelia naujus iššūkius teisinės sistemos atsparumui ir efektyvumui. Bendrininkavimo formų įvairovė ir jų evoliucija, vykstanti kartu su naujų nusikalstamų veikų atsiradimu, reikalauja tinkamų teisinių atsakų ir prevencinių priemonių. Šiuolaikinėje teisės praktikoje svarbu ne tik tinkamai identifikuoti kiekvieno bendrininkavimo atvejo ypatumus, bet ir efektyviai taikyti teisės normas, siekiant apsaugoti visuomenę nuo nusikalstamumo (Tamulevičius, 2023). Pažymėtina, jog tarptautinė dimensija yra neatskiriama bendrininkavimo formų analizės dalis. Globalizacijos procesai ir tarptautinis bendradarbiavimas kovojant su nusikalstamumu kelia būtinybę suderinti nacionalines teisės sistemas su tarptautiniais standartais. Tai aktualu ypač atsižvelgiant į tarpvalstybinio nusikalstamumo prevenciją, kur bendrininkavimo formų supratimas ir jų kvalifikavimas tampa svarbiu tarptautinės teisės ir praktinio bendradarbiavimo aspektu. Galiausiai, mokslinė ir praktinė diskusija apie bendrininkavimo formas ir jų įtaką atsakomybės sunkinimui atspindi teisės mokslo dinamiškumą ir nuolatinę raidą. Bendrininkavimo formų kaip atsakomybę sunkinančių aplinkybių ir kvalifikuojančių požymių analizė yra itin aktuali ir reikšminga tiek teorinėje, tiek praktinėje teisės srityje. Ji atveria galimybę iš naujo įvertinti ir gilinti supratimą apie bendrininkavimo teisinį reguliavimą, atskleidžia teisės normų taikymo praktikoje dilemas (Tamulevičius, 2023).

## **Atsakomybę sunkinančių aplinkybių samprata**

Prieš pradėdant nagrinėti atsakomybę sunkinančių aplinkybių sampratą, pirmiausia reikėtų išsiaiškinti, kas yra baudžiamoji atsakomybė. R. Drakšo (2008, p. 46) teigimu baudžiamoji atsakomybė yra valstybės prievartos taikymas nusikalstamą veiką padariusiam asmeniui ir kartu šio asmens padaryto nusikalstamo elgesio pasmerkimas. Atsakomybė bendriausiu požiūriu suprantama kaip dorovinių, pareiginių, teisinių ir kitokių reikalavimų paisymas. Lietuvos Respublikos Baudžiamojo kodekso (toliau BK) 60 straipsnyje 1 dalyje yra įtvirtintas keturiolikos atsakomybę sunkinančių aplinkybių sąrašas. A. Abramavičius (2004, p.334) atsakomybę sunkinančias aplinkybes apibūdina kaip tokias aplinkybes, kurios apibūdindamos kaltąjį asmenį ir jo padarytą veiką, teismui parodo tuos neigiamus momentus, kurie didina nusikalstamos veikos bei kaltojo asmens pavojingumą ir leidžia griežtinti baudžiamąją atsakomybę. Šios aplinkybės yra svarbios teisingo bausmės skyrimo procese, nes leidžia atsižvelgti į nusikalstamos

veikos pobūdį, veikos vykdymo būdus, kaltininko motyvus ir kitas svarbias veikos ypatybes. Atsakomybę sunkinančių aplinkybių klasifikacija yra esminė baudžiamosios teisės dalis, nes ji padeda išskirti veikos vykdymo ypatumus, kurie lemia bausmės griežtumą.

Atsakomybę sunkinančių aplinkybių rūšys gali būti labai įvairios ir priklauso nuo konkrečios teisinės sistemos nuostatų. Paprastai jos klasifikuojamos pagal kelis pagrindinius aspektus:

1) *Nusikalstamos veikos pobūdis*: tai apima veikas, kurios dėl savo ypatumų ar padarinių sukėlė didelę žalą ar pavojų. Pavyzdžiui, veika padaryta kankinant nukentėjusį asmenį ar kitaip itin žiauriai elgiantis arba tyčiojantis iš jo.

2) *Nusikaltimo padarymo būdas*: čia svarbu, kaip buvo įvykdyta nusikalstama veika. Pavyzdžiui, naudojant ginklą, ar iš anksto susitarus, organizavus nusikalstamą veiką daryti su kitais asmenimis, apsvaigus nuo alkoholio, narkotinių, psichotropinių ar kitų psichiką veikiančių medžiagų.

3) *Aukos būklė*: tai susiję su aukos ypatumais, kurie padidina nusikaltimos veikos sunkumą. Pavyzdžiui, veikos, padarytos prieš mažamečius, nepilnamečius, nėščias moteris ar kitus socialiai pažeidžiamus asmenis. Taip pat čia priskiriamos veikos, padarytos pasinaudojant aukos pažeidžiamumu.

4) *Kaltininko motyvai ir tikslai*: motyvai, kurie rodo neigiamą kaltininko požiūrį į teisę ir visuomenę. Pavyzdžiui, nusikaltimai, padaryti dėl nepykantos, diskriminacijos motyvų arba dėl chuliganiškų, savanaudiškų paskatų.

Taigi atsakomybę sunkinančių aplinkybių samprata ir rūšys yra svarbus baudžiamosios teisės elementas, leidžiantis teismams skiriant bausmes atsižvelgti į nusikaltimų kontekstą ir įvairias nusikaltimo vykdymo aplinkybes. Tikslus šių aplinkybių identifikavimas ir tinkamas jų vertinimas yra būtinas norint užtikrinti teisingumą ir teisinį saugumą, taip pat siekiant įgyvendinti bausmių teisingumo ir proporcingumo principus.

### **Bendrininkavimo samprata**

Bendrininkavimas yra įtvirtintas BK 24 str 1 d. kaip tyčinis bendras dviejų ar daugiau tarpusavyje susitarusių pakaltinamų ir sulaukusių BK 13 straipsnyje nustatyto amžiaus asmenų dalyvavimas darant nusikalstamą veiką. Bendrininkavimas yra bendra, jungtinė kelių asmenų nusikalstama veikla, todėl konstatavus bendrininkavimą visi bendrininkai neatsižvelgiant į konkretų indėlį atsako pagal tą patį baudžiamąjį įstatymą už visa veiklas ir visus padarinius, kuriuos jie padarė ir kuriuos apėmė jų tyčia (V.Piesliakas, 2008, p.87). Bendrininkavimas yra kelių nusikalstamą veiką darančių asmenų ryšys, atitinkantis įstatyme nustatytus bendrininkavimo požymius. Bendrininkavimo požymiai kaip ir nusikalstamos veikos sudėties požymiai skirstomi į objektyvius ir subjektyvius požymius.

Objektyviaisiais bendrininkavimo požymiais apibūdinamas kelių asmenų padarytos veikos bendrumas. Įstatyme yra išskiriami du objektyvieji bendrininkavimo požymiai (V.Piesliakas, 2008, p.88):

- 1) Dviejų ar daugiau asmenų dalyvavimas darant nusikalstamą veiką;
- 2) Kelių asmenų veikos bendrumas.

Norint nustatyti bendrininkavimą yra būtina, kad nusikalstamoje veikoje dalyvavę asmenys būtų sulaukę nustatyto amžiaus, nurodyto BK 13 str, be to svarbu ir tai, kad asmuo būtų pakaltinamas. Norint įvykdyti šiuos reikalavimus yra svarbu, kad nagrinėjant bylą būtų išaiškinti visi asmenys dalyvavę nusikalstamoje veikoje, jų amžius bei psichinė būklė. Jei nusikalstamai veikai vykdyti pasitelkiamas asmuo, neturintis fizinio subjekto požymių (nesulaukęs amžiaus, nuo kurio galima baudžiamoji atsakomybė ar nepakaltinamumas) arba toks asmuo, kuris dėl veikos nėra kaltas, jis negali būti laikomas bendrininku. Kaltininkas, pasinaudojęs tokiais asmenimis lyg nusikalstamos veikos padarymo priemonėmis, atsako kaip tiesioginis atitinkamos veikos vykdytojas, veikęs vienas (A.Abramavičius ir kiti, 2004, p.155). Teismų praktikoje yra pasitaikę atvejų, kad negarinėjant bylą dėl kelių asmenų dalyvavimo nusikalstamoje veikoje, vienas ar keli asmenys yra neišaiškinti ar pasislėpę, nors byloje nustatyta, kad dalyvavo keli asmenys. Tokiais atvejais teismai paprastai pripažindavo nusikaltimą padarytą bendrinkaujant ir taikydavo visus iš to išplaukiančius padarinius.

Subjektyviaisiais bendrininkavimo požymiais laikomas susitarimas daryti nusikaltimą ir tyčia bendrininkauti. Tyčia esant bendrininkavimui yra tai, kad asmuo, kuriam inkriminuotas nusikaltimas, suvokia, jog daro nusikalstamą veiką, ir nori ją daryti arba dar ir numato galimus padarinius ir nori jų. Svarbus ir kitas aspektas, kiekvienas kaltininkas suvokdamas, kad nusikalstamą veiką daro ne vienas, o su kitais asmenimis. Kiekvienas dalyvaujantis asmuo atsako tik už tas veikas, kurias aprėpė jų tyčia (V.Piesliakas, 2008, p.91). Kitas būtinas bendrininkavimo požymis yra asmenų susitarimas. Būtent susitarimo pagrindu išsirutulioja veikos bendrumas ir tyčia daryti nusikaltimą bendromis pastangomis. Susitarti daryti nusikalstamą veiką galima įvairias būdais. Tai priklauso nuo bendrininkavimo formos,



susitarimas gali būti išansktinis, bet galimas ir nusikaltamos veikos metu, prisidedant prie jos, kai vienas kaltininkas jį jau pradėjo daryti, ar prieš vykdant nusikaltimą. Bendrininkų susitarimas gali būti išreikštas įvairiomis formomis, žodžiu, raštu, konkludentiniais veiksmais, gestu mimika, tačiau tai neturi lemiamos reikšmės konstatuojant bendrininkavimo požymius. Didžiausią įtaką turi tik susitarimo laikas ir jo turinys. Veikos bendrumas ypač svarbus bendrininkų atsakomybei. Jis lemia bendrus padarinius, bendrą žalą baudžiamojo įstatymo saugomoms vertybėms. Bendri padariniai inkriminuojami asmenims tik esant vieno bendrininko veikos ir kilusių padarinių priežastiniam ryšiui. Kaip jau buvo minėta susitarti bendrininkai turi iki nusikaltamos veikos darymo pradžios, arba vėliausiai ją darydami. Baudžiamojoje teisėje yra numatoma, kad nusikaltamos veikos susitarimo turinys gali būti koreguojamas, jei tam pritaria kiti nusikalstamos veikos dalyviai, tokiu atveju dalyviai atsako jau pagal koreguotą susitarimą. Kai vienas ar keli dalyvaujantys asmenys peržengia susitarimo ribas, padaro tokią veiką, dėl kurios buvo nesitarta ar sukelia kokius nors padarinius, toks atveju yra įvardijamas kaip vykdojo ekscesas. Nustatant, ar buvo ekscesas, reikėtų vadovautis dviem kriterijais: pirma, koks buvo bendrininkų susitarimas ir ar jis buvo tiksliai apibrėžtas, ir antra, jei susitarimas nebuvo tiksliai apibrėžtas, reikėtų nustatyti, ar vykdytojo veiksmai buvo tikėtini kitiems bendrininkams (kasacinės nutartys baudžiamosiose bylose Nr. 2K-94/-2014, 2K-55-699/2017, 2K-203-895/2017).

### **Bendrininkų rūšys**

*Vykdytojas* yra pagrindinis bendrininkas, jis realizuoja visų bendrininkų planus. BK vykdytojas yra įtvirtintas kaip asmuo, nusikalstamą veiką padaręs pats arba pasitelkęs nepakaltinamus asmenis, arba nesulaukusius kodekso 13 straipsnyje nustatyto amžiaus asmenis, arba kitus asmenis, kurie dėl tos veikos nėra kalti. Jeigu nusikalstamą veiką padarė keli asmenys kartu, tai kiekvienas iš jų laikomas vykdytoju (bendravykdytoju). J. Wessels (2003, p.167) teigia, kad beendravykdytas yra pagrįstas tuo, kad kiekvienam iš veiklos vykdytojų tenka tam tikras vaidmuo. Kiekvienas dalyvis čia yra lygiavertis partneris, nuo kurio priklauso bendras apsisprendimas padaryti veiką ir bendras veikos sudėties realizavimas, kad atskiri indėliai į veiką, vienas kitą papildydami, susilietę į vieną visumą, o atsiradę bendri padariniai gali būti visiškai priskirti kiekvienam veikiančiam vykdytojui, kuris siūlo vadovautis vien tik objektyviais inkriminavimo kriterijais, o bandrą kaltinimą įvykdyti veiką šiuo atveju laiko nebūtinuoju požymiu. Nesant vykdytojo veiksmų sunku būtų įrodyti patį bendrininkavimo faktą. Išžaginimo ir seksualinio prievartavimo vykdytoju pripažįstamas asmuo, kuris darant nusikaltimą naudojo fizinį smurtą, grasinimus ar kitais veiksmais atėmė nukentėjusiajam galimybę priešintis ir lytiškai santykiavo su nukentėjusiuoju arba tenkino su juo lytinę aistrą. Išžaginimo ir seksualinio prievartavimo vykdytoju laikomas ir toks asmuo, kuris naudojo fizinį smurtą, grasino ar kitais veiksmais atėmė nukentėjusiajam galimybę priešintis, bet lytiškai su nukentėjusiuoju nesantykiavo ir netenkino lytinės aistros. Taip pat vykdytoju laikomas asmuo, kuris nors ir nenaudojo smurto, negrasino nukentėjusiajam, tačiau, kitiems bendrininkams palaužus nukentėjusiojo pasipriešinimą arba pasinaudojant bejėgiška nukentėjusiojo būkle, lytiškai santykiavo su juo ar tenkino lytinę aistrą. Išžaginimo ir seksualinio prievartavimo vykdytoju pripažįstamas ir toks asmuo, kuris organizavo, kurstė ar padėjo padaryti išžaginimą ar seksualinį prievartavimą asmeniui, kuris dėl amžiaus ar psichinės būklės neatsako pagal baudžiamuosius įstatymus (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo teisėjų senato nutarimas nr. 49).

*Organizatorius* yra bendras nusikaltamos veikos vadovas, jų veika pati pavojaus, lyginant su kitais bendrininkais. BK organizatorius yra įtvirtintas kaip yra asmuo, subūręs organizuotą grupę, teroristinę grupę ar nusikalstamą susivienijimą, jiems vadovavęs ar koordinavęs jų narių veiklą arba parengęs nusikalstamą veiką ar jai vadovavęs. Įstatymų leidėjas yra nustatęs baigtinį nusikaltamų veikų sąrašą, iš kurių, asmuo atlikęs bent vieną yra laikomas organizatoriumi. Esminis tokio bendrininkavimo požymis yra, tai, kad jis suvienija ir nukreipia kitų bendrininkų pastangas, sukuria sistemą, organizuotumą bendrai nusikalstamai veikai ar išankstinėse jos stadijose, ar jau nusikaltamos veikos darymo metu (A.Abramavičius ir kiti, 2004, p.161). Organizatoriaus veikla gali būti labai įvairi, jis vadovauja nusikaltamos veikos pasiruošimui, nori pritraukti asmenų dalyvauti darant nusikaltimą, juos suvienija, kuria planus, sprendžia jų įvykdymų būdus, paskirto vaidmenis kitiems bendrininkams ir t.t. Organizatorius gali būti ne visais bendrininkavimo atvejais, o tik organizuotai grupei, nusikalstamam susivienijimui ir teroristinei grupei.

*Kurstytojas* yra asmuo palenkęs kitą asmenį padaryti nusikalstamą veiką. Tai yra nusikaltamos veikos iniciatorius, nes jis sukelia kitiems asmenims norą, pasiryžimą daryti nusikalstamą veiką. Kurstymo būdai daugiausiai priklauso nuo kurstytojo ir kurstomojo charakterio savybių, tarpusavio santykių, todėl yra patys įvairiausi: įtikinėjimai, prašymai, pažadai, papirkimai, grasinimai, apgaulė, piknaudžiavims valdžia ir t.t. Kurstymas visada turi būti konkretus t.y. lenkiama padaryti konkrečią nusikalstamą veiką



(A.Abramavičius ir kiti, 2004, p.162). Kusrtymas yra galimas tik aktyviais veiksmais, jam būdinga tyčia, tačiau tikslai gali skirtis. J. Wessels (2003, p.180) teigimu, kurstytojo tyčia turi būti nukreipta į tai, kad konkretus vykdytojas ar individualiai apibrėžtų asmenų grupė apsispreštų padaryti pagal pagrindinis bruožus konkretizuotą veiklą, tą veiką darytų ir ją baigtų. Šie pagrindinės veikos konkretizavimo reikalavimai nėra įvykdyti, jei valia yra nukreipta tik į kitų asmenų bendrą paskatinimą daryti nekonkretizuotus baudžiamuosius poelgius, pavyzdžiui vogti iš parduotuvių arba užpulti bankus ar kitus tik pagal rūšį pabrėžtus objektus. Antra vertus, kurstytojas neprivalo žinoti visų darytinės veikos įvykdymo smulkmenų, tačiau jo tyčia turi apimti bent jau konkrečių veikos požymių, kad konkretų individualizuoti įvykį būtų galima atpažinti kaip šią veiką.

*Padėjėjas* BK yra įtvirtintas kaip asmuo, padėjęs daryti nusikalstamą veiką duodamas patarimus, nurodymus, teikdamas priemones arba šalindamas kliūtis, saugodamas ar pridengdamas kitus bendrininkus, iš anksto pažadėjęs paslėpti nusikaltėlių, nusikalstamos veikos darymo įrankius ar priemones, šios veikos pėdsakus ar nusikalstamu būdu įgytus daiktus, taip pat asmuo iš anksto pažadėjęs realizuoti iš nusikalstamos veikos įgytus ar pagamintus daiktus. Paminėtina, kad padėjėjas savo nusikalstamą veiką dažnai atlieka anksčiau, negu nusikaltimo vykdytojas realizuoja objektyviają jos pusę, tačiau tai nepanaikina jam baudžiamosios atsakomybės už padarytą veiką. Jis, kaip nusikalstamos veikos bendrininkas, atsako pagal susitarimą už tuos veiksmus, kuriuos padarė vykdytojas. Akivaizdu, jog padėjėjas savo veiksmais prie kitų bendrininkų prisideda tik tada, kai jie jau ketina daryti kokią nors nusikalstamą veiką. Padėjimas kitiems bendrininkams gali būti intelektualus arba fizinis, duodamas patarimus, nurodymus (pavyzdžiui, kur įsigyti efektyvius nusikaltimo įrankius, gauti tikslius duomenis apie sargybą ir kita), iš anksto žadėdamas slėpti nusikaltimą arba realizuoti nusikalstama veika įgytus ar pagamintus daiktus, padėjėjas bendrininkams suteikia intelektualią pagalbą, o kitais komentuojamo straipsnio nurodytais atvejais – fizinę pagalbą (A.Abramavičius ir kiti, 2004, p.162). Padėjimas galima ir neveikimu, tuo atveju, kai padėjėjas duoda pažadą kitiems bendrininkams netrukdyti daryti nusikalstamos veikas ar apie jas nepranešti atitinkamos institucijoms.

Taigi, atsakomybės ypatumai pagal bendrininkų rūšį baudžiamajoje teisėje yra svarbi tema, kurią analizuojant akcentuojami skirtingi aspektai ir atsakomybės principai. Bendrininkų grupėse atsakomybė nustatoma remiantis kiekvieno nario individualiu indėliu į nusikalstamą veiką. Teisinė sistema siekia užtikrinti teisingą ir proporcingą atsakomybės taikymą, atsižvelgiant į kiekvieno nario vaidmenį grupėje bei grupės poveikį visuomenei. Diferencijuojant atsakomybę pagal grupės tipą, yra siekiama ne tik užtikrinti teisingumą. Ši analizė padeda giliau suprasti, kaip teisinė sistema sprendžia sudėtingas grupinio nusikalstamumo formas ir taiko atsakomybės principus atsižvelgdama į kiekvieno atvejo ypatumus.

### **Bendrininkavimo formos**

Bendrininkų grupė, teroristinė grupė, organizuota grupė, ir nusikalstamas susivienijimas – tai keturi skirtingi, tačiau tarpusavyje glaudžiai susiję konceptai baudžiamajoje teisėje, kurie atskleidžia nusikalstamumo pasireiškimo sudėtingumą bei organizacinę įvairovę. Šie konceptai yra esminiai siekiant išsamiai analizuoti ir suprasti, kaip teisinė sistema pritaiko baudžiamąją atsakomybę įvairioms nusikalstamumo formoms, kurios vykdomos grupėse. Šios kategorijos leidžia atskleisti, kaip bendradarbiavimas tarp asmenų, siekiant vykdyti nusikalstamą veiką, veikia teisinės pasekmes, taip pat kaip šis bendradarbiavimas įvertinamas teismo.

*Bendrininkų grupė.* BK 25 str. 2d. bendrininkų grupė yra apibūdinama kaip tokia bendrininkavimo forma, kai bet kurioje nusikalstamos veikos stadijoje du ar daugiau asmenų susitaria nusikalstamą veiką daryti, tęsti ar užbaigti, jei bent du iš jų yra vykdytojai. Teismas kiekvieną kartą privalo atsižvelgti į kiekvieno bendrininko dalyvavimą darant nusikalstamą veiką, jo vaidmenį jame, atliktus veiksmus. Kiekvienas bendrininkas atsako už savo asmeninę veiką, už tai, ką aprėpė jo tyčia. Bendrininkų grupės koncepcija baudžiamajoje teisėje atlieka svarbų vaidmenį, leidžiantį įvertinti ir pritaikyti baudžiamąją atsakomybę situacijose, kai nusikalstama veika įvykdoma bendrininkaujant. Ši samprata suprantama kaip laisvesnė nusikalstamų veikų vykdymo forma, kuriai nebūdinga griežta organizacinė struktūra ar iš anksto numatytas veiksmų planas, tačiau, kuri remiasi bendru narių susitarimu ar veiksmų suderinimu siekiant tam tikro nusikalstamo tikslo. Šis bendradarbiavimas gali apimti įvairius veiksmus – nuo nusikalstamos veikos planavimo iki jos įvykdymo ar net pabėgimo po veikos vykdymo. Teisinėje praktikoje bendrininkų grupės identifikavimas yra esminė proceso dalis, siekiant užtikrinti, kad kiekvieno grupės nario atsakomybė būtų nustatyta teisingai. Atsakomybės nustatymas remiasi ne tik bendru ketinimu dalyvauti nusikalstamoje veikoje, bet ir konkrečiu kiekvieno asmens indėliu į bendrą veiką. Tai reiškia, kad asmuo, tiesiogiai įvykdęs nusikalstamą veiką, ir asmuo, teikęs logistinę ar moralinę paramą, gali būti vertinami

skirtingai, atsižvelgiant į jų veiksmų pobūdį ir poveikį bendram nusikaltimo rezultatui. Tokio vertinimo sudėtingumas atspindi baudžiamosios teisės principą, kad kiekvienas asmuo yra atsakingas už savo veiksmus, ir bausmės skyrimas turėtų atitikti asmenų veiksmų sunkumą ir jų realų indėlį į nusikalstamos veikos įvykdymą. Tai sudaro teisinę bazę individualizuotai atsakomybei, užtikrinant, kad bausmės nebūtų vienodai taikomos visiems grupės nariams, neatsižvelgiant į jų specifinį vaidmenį ar indėlį. Bendrininkų grupė gali susidaryti rengimosi padaryti nusikalstamą veika ar nebaigto pasikėsینimo ją padaryti stadijose. Vertinant bendrininkų grupes, teismai naudoja įvairias įrodymų rinkimo ir analizės strategijas, siekiant atskleisti kiekvieno asmens vaidmenį grupėje. Tai apima liudytojų parodymus, rašytinius įrodymus, elektroninių įrenginių duomenis ir kitus įrodymus, kurie gali padėti nustatyti, kaip buvo organizuota ir vykdoma nusikalstama veika. Bendrininkų grupėje kiekvieno nario atsakomybė dažniausiai nustatoma remiantis jo tiesioginiu indėliu į nusikalstamą veika.

Bendrininkų grupė kaip atsakomybę sunkinanti aplinkybė įtvirtinta BK 60str 1d 1p. Ši atsakomybę sunkinanti aplinkybė apibūdina nusikalstamos veikos padarymo formą – tai, kad neteisėtai veikė ne vienas asmuo, o keletas. Tokiu būdu yra didinamas nusikalstamos veikos pavojingumas, nes keletas žmonių gali padaryti didesnę žalą ar atlikti pavojingesnius veiksmus, nei tai galėtų padaryti vienas asmuo. Analizuojant teismų praktiką matyti, kad teismai paprastai atsižvelgia į šią aplinkybę kaip į atsakomybę sunkinančią, kai darant nusikalstamą veika dalyvauja keli asmenys, iš kurių bent du yra nusikalstamos veikos vykdytojai ir atitinka baudžiamojo įstatymo reikalavimus keliamus nusikalstamos veikos subjektui (amžius, pakaltinamumas).

Bendrininkų grupė kaip atskiras nusikaltimą kvalifikuojantis požymis įtvirtas BK 149 str 2 d. ir 150 str 2 d. Šiais nusikaltimais pažeidžiama žmogaus seksualinio apsisprendimo laisvė ir neliečiamumas. BK 149 ir 150 straipsniuose numatyta baudžiamoji atsakomybė už prievartinius lytinius santykius ir lytinės aistros tenkinimą su kitu žmogumi, kai tai daroma prieš jo valią, naudojant fizinį smurtą ar grasinant jį panaudoti ar kitaip atimant galimybę priešintis ar pasinaudojant nus kentėjusio bejėgišką būkle.

*Teroristinė grupė.* Lietuvos valstybės nacionalinio saugumo politikos kūrimą ir jos strategijos įtvirtinimą nulėmė tarptautinio terorizmo išplitimas Europinėje ir pasaulinėje erdvėje. Kaip matyti, dėl didėjančio globalizacijos iššūkio Europos bei pasaulio valstybėms Lietuvai kyla būtinybė geriau pažinti ne tik terorizmo reiškinių, bet ir pakoreguoti naudojamas priemones užkertant kelią šiam reiškiniui atsirasti ir plisti (A.Gutauskas ir kt, 2004). 2024 m. kovo 14 d. įsakymu (Nr. XIV-2488) LR BK įtvirtinta nauja bendrininkavimo forma. BK 25 str. 3d. teroristinė grupė yra apibūdinama kaip tokia bendrininkavimo forma, kai trys ar daugiau asmenų iš anksto sukuria tam tikram laikotarpiui ir suderintai veikiančią grupę, kurios tikslas yra daryti vieną ar kelis teroristinius nusikaltimus. Teroristinė grupė baudžiamojoje teisėje atstovauja vieną iš pažangiausių ir sudėtingiausių nusikalstamumo formų. Teroristinę grupę apibūdinantys požymiai yra asmenys sutartinai arba suderintai veikiančios, siekiant įvykdyti nusikalstamas veikas. Aptariama grupė yra įkurta per tam tikrą laikotarpį, o ne sudaryta atsitiktinai, tai leidžia daryti pagrįstą išvadą: teroristinė grupė yra ne amorfiškas ir atsitiktinis, o struktūra, tegul ir neišplėtotą, turintis darinys. Jos nariai suderintai (sutartinai) gali veikti tik tuomet, jeigu jie atlieka tam tikrą užduotį ar turi skirtingą vaidmenį arba yra pasiskirstę vaidmenimis (Aiškinamasis raštas dėl Lietuvos Respublikos baudžiamojo kodekso 7, 25, 26, 27, 97, 196, 197, 217, 218, 250, 2501, 251, 252, 253, 254, 256, 2571, 267, 2671, 270, 2701, 271, 2771, 288, 295, 310 straipsnių ir kodekso priedo pakeitimo ir papildymo bei kodekso papildymo 2241, 2491, 2502, 2503, 2504, 2505, 2521 ir 2702 straipsniais įstatymo projekto). Be to, pažymėtina, kad praktikoje būtent teroristinių grupių specifika yra ta, kad jos neturi aiškios struktūros bei aiškaus narių vaidmenų pasidalinimo (E. Gruodytė ir kiti, 2022, p.385). Šios grupės esminis ir svarbiausias skiriamasis požymis, leidžiantis ją atskirti nuo kitų bendrininkavimo formų, ir kuri yra būtina nustatyti, siekiant pripažinti tam tikrą asmenų grupę teroristine yra siekis daryti teroristinius nusikaltimus. Taip pat skiriamuoju bruožu galima laikyti trijų ar daugiau asmenų dalyvavimą, kai bendrininkų grupei ir organizuotai grupei yra būdingas dviejų ar daugiau asmenų bendrininkų skaičius. BK 252<sup>1</sup> 3 d. teroristiniai tikslai yra apibūdinami kaip siekimas labai įbauginti visuomenę ar jos dalį arba neteisėtai priversti tarptautinę viešąją organizaciją, valstybę ar jos instituciją atlikti bet kokią veiksmą arba susilaikyti nuo jo atlikimo, arba destabilizuoti ar sunaikinti svarbiausius valstybės konstitucinius, politinius, ekonominius ar socialinius darinius ar tarptautinę viešąją organizaciją.

Teroristiniais nusikaltimais laikomi: pasikėsینimai į žmogaus gyvybę, galintys sukelti mirtį; pasikėsینimai į asmens fizinę neliečiamybę; nesunkus sveikatos sutrikdymas vienam ar daugiau žmonių, teroristiniais tikslais; pavojaus sukėlimas daugelio žmonių gyvybei ar sveikatai; asmens pagrobimas arba įkaitų paėmimas; didelio masto valstybės ar viešosios paskirties objekto, susisiekimo sistemos, infrastruktūros objekto, įskaitant informacinę sistemą, stacionarios platformos kontinentiniame šelfe, viešosios vietos ar privačios nuosavybės sunaikinimas, galintis kelti pavojų žmonių gyvybei arba padaryti

didelę turtinę žalą; informacinės sistemos ir elektroninių duomenų poveikimas; orlaivio, laivo ar kitos viešosios ar krovinės transporto priemonės konfiskavimas; ginklų, sprogmenų ar branduolinio ginklo, biologinio ar cheminio ginklo gamyba, laikymas, įsigijimas, gabenimas, pristatymas ar naudojimas, taip pat biologinių ir cheminių ginklų moksliniai tyrimai ir plėtra; turto naikinimas ar gadinimas sprogdinant, padegant ar kitokiu didelio masto būdu; didelės reikšmės valstybės valdymui, ūkiui ir finansų sistemai turinčios informacinės sistemos ar elektroninių duomenų saugumo pažeidimas; radioaktyviųjų, biologinių ar cheminių keksmingų medžiagų, preparatų ar mikroorganizmų paskleidimas; pavojingų medžiagų išmetimas arba gaisrų, potvynių ar sprogimų, kurių pasekmės kelia grėsmę žmonių gyvybei, sukėlimas; vandens, elektros ar kitų pagrindinių gamtos išteklių tiekimo vėlavimas ar nutraukimas, kurio pasekmės kelia grėsmę žmonių gyvybei.

*Organizuota grupė.* BK 25 str. 4 d. organizuota grupė apibūdinama kaip tokia bendrininkavimo forma, kai bet kurioje nusikalstamos veikos stadijoje du ar daugiau asmenų susitaria daryti kelis nusikaltimus arba vieną sunkų (numatyta didžiausia bausmė, kuri viršija šešerius metus laisvės atėmimo, bet neviršija dešimties metų) ar labai sunkų nusikaltimą (įstatyme numatyta didžiausia bausmė, kuri viršija dešimt metų laisvės atėmimo) ir kiekvienas grupės narys, darydamas nusikaltimą, atlieka tam tikrą užduotį ar turi skirtingą vaidmenį. Organizuota grupė baudžiamojame teisėje yra apibrėžiama kaip gerai struktūrizuotas asmenų susibūrimas, kuris buvo sukurtas ir veikia siekiant įvykdyti vieną ar daugiau nusikalstamų veikų. Skirtingai nuo laisvesnio bendrininkų grupės modelio, organizuota grupė pasižymi aiškia ir stabilia hierarchija, narių vaidmenų specializacija, taip pat ilgalaikiu ir tikslingu bendradarbiavimu, kuris yra orientuotas į konkrečių nusikalstamų tikslų įgyvendinimą. Hierarchija yra vienas iš būdingiausių organizuotų grupių bruožų, leidžiantis efektyviai koordinuoti grupės veiklą ir paskirstyti atsakomybes tarp narių. Hierarchinė struktūra apima įvairius lygius, pradedant vadovaujančiais asmenimis, kurie priima strateginius sprendimus, ir baigiant paprastais nariais, atsakingais už konkrečių užduočių vykdymą. Narių specializacija rodo, kad kiekvienas grupės narys gali turėti konkrečią kompetenciją ar užduotį, pavyzdžiui, finansų valdymą, logistiką, technologinę paramą ar fizinį smurtą. Ši specializacija leidžia grupėms veikti efektyviau ir įgyvendinti sudėtingas nusikalstamas veikas. Ilgalaikis bendradarbiavimas ir konkrečių nusikalstamų tikslų siekimas yra dar du svarbūs organizuotų grupių aspektai. Skirtingai nuo trumpalaikių susiformavusių bendrininkų grupių, organizuotos grupės yra orientuotos į ilgalaikę veiklą, o jų veiksmų tikslai yra iš anksto apgalvoti ir planuojami. Tai apima ne tik akivaizdžiai nusikalstamas veiklas, tokias kaip prekyba narkotikais, ginklais ar žmonėmis, bet ir sudėtingesnes schemas, pavyzdžiui, pinigų plovimą ar ekonominį nusikalstamumą. Dėl šių bruožų teisės aktuose ir teismų praktikoje organizuotoms grupėms taikomos griežtesnės sankcijos. Tai susiję su jų gebėjimu vykdyti ilgalaikę ir organizuotą nusikalstamą veiklą, kuri kelia didesnę grėsmę visuomenės saugumui ir tvarkai. Teisinė sistema reaguoja į šią grėsmę, siekdama ne tik nubausti konkrečius nusikaltėlius, bet ir išardyti visą nusikalstamą tinklą, taip užkertant kelią tolesnei jų veiklai. Pažymėtina ir tai, kad teismų praktikoje išaiškinta, jog organizuota grupė gali susiformuoti tiek rengiantis daryti nusikaltimą, tiek ir pradėjus jį daryti (t. y. bet kurioje nusikalstamos veikos stadijoje). Taigi organizuota grupė gali susidaryti prie pavienio nusikalstamą veiką darančio asmens prisijungus kitiems asmenims, siekiantiems veikti kartu, tačiau visais atvejais inkriminuojant organizuotą grupę būtina nustatyti išankstinį susitarimą, kaltininko tyčią dalyvauti tokios grupės daromuose nusikaltimuose ir prisidedant (atliekant tam tikrą užduotį, turint konkretų vaidmenį) prie to, kad būtų pasiektas atitinkamas nusikalstamas rezultatas. Kaip minėta, organizuotai grupei būdingas užduočių, vaidmenų pasiskirstymas, bendrininkų veiksmų koordinavimas, reikalaujantis (ir kartu parodantis) apgalvotą pasirošimą daryti nusikaltimus (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartys baudžiamosiose bylose Nr. 2K-453/2012, Nr. 2K-35/2013, Nr. 2K-32-699/2018).

Organizuota grupė kaip atsakomybę sunkinanti aplinkybė įtvirtinta BK 60 str 1d. 2p. Ši aplinkybė parodo daug pavojingesnę nusikalstamos veikos formą. Tokia nusikalstamos veikos padarymo forma suteikia kaltininkui (ir kitiems bendrininkams) daugiau galimybių įgyvendinti nusikalstamą sumanymą, geriau paslėpti nusikalstamos veikos pėdsakus ir panašiai. Kadangi grupės organizuotumas yra vertinamasis požymis, skiriant bausmę būtina nurodyti, kokiais kriterijais remiantis asmuo yra pripažintas organizuotos grupės nariu. Skirtingai nei bendrininkų grupėje, vien aktyvus dalyvavimas organizuotoje grupėje, nesvarbu, koks kaltininko atliktų veiksmų pobūdis, skiriant bausmę turėtų būti pripažįstamas atsakomybę sunkinančia aplinkybe (Abramavičius ir kt., 2004, p.336).

Organizuota grupė kaip atskiras nusikaltimą kvalifikuojantis požymis įtvirtas prekybos žmonėmis (147 str 2d), vaiko pirkimo arba pardavimo (157 str 2d), vagystės (178 str 4 d), plėšimo (180 str 3 d), turto prievartavimo (181 str 3 d), sukčiavimo (182 str 3 d), kredito, paskolos, tikslinės paramos, subsidijos ar dotacijos panaudojimo ne pagal paskirtį ar nustatytą tvarką (206 str 4 d), kreditinio sukčiavimo (207 str 3

d), neteisingų duomenų apie pajamas, pelną ar turto pateikimo (220 str 2 d), narkotinių ar psichotropinių medžiagų vagystės, prievartavimo arba kitokio neteisėto užvaldymo (263 str 3 d) sudėtyse.

*Nusikalstamas susivienijimas.* BK 25 str. 5 d. nusikalstamas susivienijimas apibūdinamas kaip tokia bendrininkavimo forma, kai bendrai nusikalstamai veiklai, vienam ar keliems apysunkiems, sunkiems ar labai sunkiems nusikaltimams daryti, susivienija trys ar daugiau asmenų, kuriuos sieja pastovūs tarpusavio ryšiai ir vaidmenų ar užduočių pasiskirstymas. Nusikalstamam susivienijimui prilyginama antikonstitucinė grupė ar organizacija ir organizuota teroristinė grupė. Nusikalstamas susivienijimas kaip savarankiškas nusikaltimas yra įtvirtintas BK 249 str, tai susivienijimą kvalifikuojantis požymis. Nusikalstamas susivienijimas baudžiamojoje teisėje atstovauja pažangiausią ir sudėtingiausią nusikalstamumo formą, kuri apibrėžiama kaip gerai struktūrizuotas, ilgalaikis ir sistemingas asmenų susibūrimas, siekiantis vykdyti plačią nusikalstamų veikų gamą. Tokios organizacijos, pasižymi gilia hierarchine organizacija, kurioje kiekvienas narys atlieka aiškiai apibrėžta vaidmenį. Hierarchinė struktūra suteikia šioms organizacijoms galimybę veikti koordinuotai ir paslėptai, sudarant sudėtingas nusikalstamas veiklas ir operacijas, kurios gali apimti kelias valstybes. Vadovai ar lyderiai, esantys organizacijos viršūnėje, yra atsakingi už strateginį planavimą ir sprendimų priėmimą, o žemesnių lygių nariai įgyvendina nusikalstamas veiklas pagal gautas instrukcijas. Nuolatinis narių bendradarbiavimas yra būdingas nusikalstamiems susivienijimams ir yra pagrindas jų veiklos tęstinumui. Šis bendradarbiavimas ne tik apima bendras nusikalstamas operacijas, bet ir sukuria tam tikrą lojalumo ir priklausomybės jausmą tarp narių, kartais netgi panašų į šeimos ryšius. Toks organizacinis įsipareigojimas ir struktūrizuotas bendradarbiavimas leidžia nusikalstamiems susivienijimams išlaikyti savo veiklą nepaisant teisėsaugos institucijų pastangų jas išardyti. Taigi galima išskirti tokius nusikalstamo susivienijimo sąvokas požymius: *Trys arba daugiau asmenų.* Šis požymis reiškia, kad mažiausiai trys asmenys pagal baudžiamąjį įstatymą turi atitikti BK 249 str numatyto nusikaltimo subjektus (amžiaus, pakaltinamumo). Konkretus dalyvių skaičius paprastai nėra nurodomas teismų sprendimuose, jis išreiškiamas išvardijant asmenis dalyvavusius susivienijime. *Susivienijimas sukuriama bendrai nusikalstamai veiklai* - vienam ar keliems apysunkiems, sunkiems ar labai sunkiems nusikaltimams daryti. Lietuvos Aukščiausias Teismas pažymi, kad nusikalstamas susivienijimas gali daryti ne tik sunkius ar labai sunkius nusikaltimus. Nusikalstamas susivienijimas, siekdamas savo tikslų, gali padaryti ir lengvesnius nusikaltimus ar net baudžiamuosius nusižegimus, tačiau šie nusikaltimai gali būti specialiai parengti, atskirti nuo kitų (sunkių ar labai sunkių) nusikaltimų (*teismų praktikos nusikalstamo susivienijimo baudžiamosiose byloje apibendrinimo apžvalga, Nr.26.*). *Nuolatiniai tarpusavio ryšiai*, t.y. asmenų ilgalaikis susitelkimas tam, kad bendromis, suderintomis pastangomis, pasitelktomis ryšio ar kitokiomis priemonėmis būtų lengviau įgyvendinama susivienijimo numatyta nusikalstama veikla. Srendžiant ar yra šis nusikalstamo susivienijimo požymis, teismų praktikoje atkreipiamas dėmesys į susivienijimo organizacinę hierarchiją, vidinės drausmės buvimą, dalyvių specializaciją, veiklos planavimą, sumanymą ir pavedimų vykdymo kontrolę, bendras lėšas, jų paskirtį ir panaudojimą, ryšių, transporto priemonių turėjimą, konspiracinius bendravimo būdus ir pan (E. Gruodytė ir kiti, 2022, p.360). *Užduočių ir vaidmenų pasiskirstymas.* Kitaip nei organizuotoje grupėje, nusikalstamo susivienijimo nariai užduotis ir vaidmenis pasiskirsto ne tik darydami konkretų nusikaltimą, bet ir pačioje susivienijimo vidinėje struktūroje. Darant tam tikrus nusikaltimus, visi grupės nariai gali atlikti tas pačias vykdytojo funkcijas, tačiau šiam susivienijimui būdinga tai, kad nusikalstamos veikos įgyvendinimui vadovauja vienas ar keli asmenys, kurie patys gali ir nedalyvauti planuojamoje nusikalstamoje veikoje. Papildomais požymiais gali būti: grupės hierarchinė struktūra, stabilumas, vadovavimas, veiklos planavimas, pelno siekimas, drausmės ir subordinacijos palaikymas bauginimu, periodišką susirinkimų rengimas, disponavimas bendromis lėšomis ir jų panaudojimas rengiant nusikaltimus ir panašiai (E. Gruodytė ir kiti, 2022, p.360).

Taigi, atsakomybės ypatumai pagal grupės tipą baudžiamojoje teisėje yra svarbi ir sudėtinga tema, kurią analizuojant akcentuojami skirtingi aspektai ir atsakomybės principai. Bendrininkų grupėse atsakomybė nustatoma remiantis kiekvieno nario individualiu indėliu į nusikalstamą veiką. Teisinė sistema siekia užtikrinti teisingą ir proporcingą atsakomybės taikymą, atsižvelgiant į kiekvieno nario vaidmenį grupėje bei grupės poveikį visuomenei. Diferencijuojant atsakomybę pagal grupės tipą, yra siekiama ne tik užtikrinti teisingumą, bet ir veiksmingai kovoti su organizuotu nusikalstamumu ir užtikrinti visuomenės saugumą. Ši analizė padeda giliau suprasti, kaip teisinė sistema sprendžia sudėtingas grupinio nusikalstamumo formas ir taiko atsakomybės principus atsižvelgdama į kiekvieno atvejo ypatumus.

## Išvados

1. Atsakomybę sunkinančios aplinkybės baudžiamojoje teisėje gali būti nustatomos dviem būdais: atsakomybę sunkinančios aplinkybės, kurios yra susijusios su baudmės skyrimu ir atsakomybę sunkinančios aplinkybės, kurios numatytos BK specialiosios dalies normose tampa kaip nusikalstamos veikos kvalifikuojantis požymis ar nusikalstamos veikos sudėties požymis.
2. Bendrininkavimas tai tyčinis bendras dviejų ar daugiau tarpusavyje susitarusių pakaltinamų ir sulaukusių BK [13](#) straipsnyje nustatyto amžiaus asmenų dalyvavimas darant nusikalstamą veiką. Bendrininkavimas yra bendra, jungtinė kelių asmenų nusikalstama veikla, todėl konstatavus bendrininkavimą visi bendrininkai neatsižvelgiant į konkretų indėlį atsako pagal tą patį baudžiamąjį įstatymą už visa veiklas ir visus padarinius, kuriuos jie padarė ir kuriuos apėmė jų tyčia.
3. Bendrininkų rūšies nustatymas kiekvienu konkrečiu atveju sudaro galimybę teisingai kvalifikuoti bendrininkų veiką, nurodant ne tik BK Specialiosios dalies straipsnį, bet ir atitinkamą BK 24 straipsnio dalį, apibūdinančią atskiro bendrininko veikos pobūdį. Bendrininkavimo formų išskyrimas taip pat padeda išsamiau suprasti šio teisinio reiškimo esmę, tiksliau įvertinti bendros nusikalstamos veikos pavojingumo pobūdį bei laipsnį. Tai svarbu kvalifikuojant bendrai daromą nusikalstamą veiką, sprendžiant bendrininkų atsakomybės diferencijavimo bei baudmės individualizavimo klausimus.
4. Teismų praktika rodo, kad griežtesnės sankcijos dažnai taikomos aukštesnio organizacinio lygio nusikalstamumo atvejais, pavyzdžiui, veikiant organizuotose grupėse, teroristinėse grupėse ar nusikalstamuose susivienijimuose, atsižvelgiant į jų potencialą daryti žalą visuomenei ir jų gebėjimą ilgalaikėje perspektyvoje vykdyti nusikalstamą veiklą. Šių kategorijų analizė baudžiamojoje teisėje yra itin svarbi norint užtikrinti teisingą ir proporcingą.

## Literatūra

1. ABRAMAVIČIUS, A. BARANSKAITĖ, A. ČEPAS, A. ir kt. *Lietuvos Respublikos baudžiamojo kodekso komentaras. Bendroji dalis (1 – 98 straipsniai)*. Teisinės informacijos centras: Vilnius, 2004
2. DRAKŠAS, R. *Baudžiamoji atsakomybė ir jos realizavimo formos*. Justitia: Vilnius, 2008
3. GRUODYTĖ, E. FEDOSIUKAS, O. GUTAUSKAS, A. ir kt. *Lietuvos baudžiamoji teisė. Specialioji dalis. Antroji knyga*. Vytauto Didžiojo universitetas: Kaunas, 2022
4. **GUTAUSKAS, A. (2003). *Organizuota grupė kaip organizuoto nusikalstamumo forma ir jos baudžiamasis teisinis vertinimas. Jurisprudencija*, 41(33), 227-240**
5. PIESLIAKAS, Vytautas. *Lietuvos baudžiamoji teisė. Aplinkybės, darančios įtaką baudžiamajai*
6. TAMULEVIČIUS, J. (2023). *Riaušių kvalifikavimas baudžiamojoje teisėje* (Magistro baigiamasis darbas). Mykolo Romerio universitetas, Viešojo saugumo akademija, Teisės ir teisėsaugos institutas.
7. WESEELS, J. *Baudžiamoji teisė. Bendroji dalis. Baudžiamoji veika ir jos struktūra*. Eugrimas: Vilnius, 2003

### Teismų praktika:

1. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartys baudžiamosiose bylose Nr. 2K-453/2012, Nr. 2K-35/2013, Nr. 2K-32-699/2018;
2. Teismų praktikos nusikalstamo susiviniavimo baudžiamosiose bylose apibendrinimo apžvalga, Nr.26.).
3. Aiškinamasis raštas dėl Lietuvos Respublikos baudžiamojo kodekso 7, 25, 26, 27, 97, 196, 197, 217, 218, 250, 2501, 251, 252, 253, 254, 256, 2571, 267, 2671, 270, 2701, 271, 2771, 288, 295, 310 straipsnių ir kodekso priedo pakeitimo ir papildymo bei kodekso papildymo 2241, 2491, 2502, 2503, 2504, 2505, 2521 ir 2702 straipsniais įstatymo projekto.
4. Kasacinės nutartys baudžiamosiose bylose Nr. 2K-94/-2014, 2K-55-699/2017, 2K-203-895/2017

# ETNOMUZIKOS SVARBA IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ UGDYME

*Odeta Slavinskaitė*  
*Lekt. Edita Vosylienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Liaudies kūryba yra svarbi mūsų tautos bei kultūros vystymuisi. Ikimokyklinis amžius muzikiniame ugdyme yra labai svarbus. Pasiekęs ikimokyklinį amžių vaikas yra labiau emociškesnis, jautresnis, taip pat greitai išmoksta naują medžiagą. Pritaikius muzikinį ugdymą su etnomuzikos elementais, ugdomas kūrybiškumas, greičiau vystosi emocinė raida, gerėja socialinė sąveika. Dainos, gyvūnijų apdainavimas, dainuojamosios skaičiuotės bei rateliai, yra labiausiai paplitę ir mėgiami ikimokyklinio amžiaus vaikams.

Raktažodžiai: etnomuzika, ikimokyklinio amžiaus vaikas, ugdymas.

## ĮVADAS

Temos aktualumas. Liaudies kūryba daro didelę įtaką mūsų tautos bei kultūros vystymuisi. Mūsų tauta visomis epochomis kovojo prieš svetimšalių jungą, taip pat už savo šalies nepriklausomybę ir laisvę. Kaip teigia V. Steponaitis, jog „*Gyvas pasakos žodis, skambi dainos melodija, turtingas, judrus žaidimas lietuviui buvo vienintelis būdas skausmui, džiugesiui, širdgėlai ir protestui išreikšti*“ (Steponaitis, V., 2019, 14p.). Apie kultūros išlikimą užsimena ir D. Brazytė – Bindokienė, kuri teigia, jog „*Pasisavindami ir išlaikydami pagrindinius lietuvių tautos kultūros bruožus, galime likti lietuviais, nors mūsų gyvenamoji vieta yra toli nuo savo kilmės krašto Lietuvos*“ (Brazytė – Bindokienė, D., 1989, 25p.). Tai tik įrodo, jog lietuvių liaudies kūryba, papročiai ar etnomuzika, padeda ir palieka išliekamąją vertę kiekvieno lietuvių gyvenime.

Ikimokyklinis amžius muzikiniame ugdyme yra labai svarbus. Pasiekęs ikimokyklinį amžių vaikas yra labiau emociškesnis, jautresnis, taip pat greitai išmoksta naują medžiagą. Pritaikius muzikinį ugdymą su etnomuzikos elementais, vaikui lengviau lavinsis kūrybiškumas, greičiau išsivystys emocinė raida, pajus socialinę sąveiką su kitais vaikais. Muzikinio ugdymo svarbą pabrėžia V. Krakauskaitė, teigdama, jog „*Kada, kaip ir kokių suteiksime vaikams pirmųjų žinių, ar išmokysime jomis naudotis, ar sužadinsime norą domėtis vienu ar kitu dalyku, lemia jaunų asmenybių brendimą, jų pasirengimą kūrybingam, aktyviam darbui*“ (Krakauskaitė, V., 2010, 9p.). Ikimokyklinis amžius yra pats tinkamiausias etnomuzikai. Nes šio amžiaus vaikų dorovinės ir estetiškos pasaulėjautos raiškos netarpiškumas, gilios minties paprastumas, suvokimo ir atlikimo ypatumai lemia vaikų imlumą perimti suteikiamas žinias (Katinienė, A. 2003, 85p.)

Kaip teigia H. Šečkuvienė, jog lemiamą įtaką vaiko muzikalumui turi muzikinė aplinka, kuri pasak autorės: „*... natūrali terpė vaiko muzikinei patirčiai kaupti*“ (Šečkuvienė, H. 2003, 93p.). Į muzikinę aplinką įeina ir gausus liaudies dainų palikimas, praeities (ir dabarties) dainavimo tradicijos ar graži muzikinė kultūra. Pati pirmoji vaiko pažintis su muzika yra daina. Mažųjų dainavimo svarbą pabrėžė R. Girdzijauskienė, teigdama, jog „*Mamos niūniuojama lopšinė, smagūs mažųjų žaidimai (košės virimas, važiavimas į Šakius ir kt.), kiek vėliau pačių vaikų skatinimas imituoti, kartoti tai, kas girdima, ir vaikas tiesiogiai išitraukia į muzikinę veiklą*“ (Girdzijauskienė, R., 2003, 9p.).

**Darbo objektas:** Ikimokyklinio amžiaus vaikų etnomuzikos nauda.

**Darbo tikslas:** Išsiaiškinti etnomuzikos svarbą ikimokyklinio amžiaus vaikų ugdyme.

**Darbo uždaviniai:**

1. Analizuoti etnomuzikos naudą ir žanrus ikimokyklinio amžiaus vaikams.
2. Išskirti pedagogo vaidmenį integruojant etnomuziką ugdymojoje veikloje.
3. Atskleisti tėvų ir pedagogų požiūrį į etnomuzikos naudą ikimokykliniame ugdyme.

**Darbo metodai:** mokslinės literatūros analizė; anketinė apklausa; statistinių duomenų analizė.

### 1. Ikimokyklinio amžiaus vaikų muzikinio ugdymo ypatumai

#### 1.1. Ikimokyklinio amžiaus vaikų muzikinio ugdymo samprata ir veiklos rūšys

Ikimokyklinio amžiaus vaikų muzikinis poveikis yra stiprenis už suaugusiųjų, nes tokio amžiaus vaikai yra emociškesni. Ikimokyklinio ugdymo pedagogikos sistemose (M. Montessori, R. Štaineris ir kiti) muzika ir vaikų muzikinė veikla yra labiau, kaip priemonė, prisidedanti prie įvairiapusio ugdymo. Aišku, vienuose muzikai skiriama daugiau, kituose – mažiau dėmesio. Tačiau verta paminėti, kad muzika, net ir įvairiose pedagoginėse sistemose, išlieka svarbi ir užima tam tikrą vietą (Dartsch, M. ir kt. (2002).

Ikimokyklinio amžiaus vaikui yra svarbios šios muzikinės veiklos rūšys: muzikos klausymasis, dainavimas, ritmika, grojimas, muzikos raštas ir kūrybos pradmenys. Pradedant ugdyti ikimokyklinio amžiaus vaikų muzikinę kultūrą, yra naudojami įvairūs metodai: vaizdinis, praktinis, žodinis ir kt.

Pats populiariausias metodas, kurį naudoja darželis yra žaidimas. Per specialiuosius didaktinius žaidimus yra lavinami vaiko įgūdžiai, taip pat perteikiamos estetiškos ir muzikinės žinios. Kadangi ikimokyklinio amžiaus vaikui nėra labai įdomus jo veiklos rezultatas, tad jam įdomesni yra veiksmai muzikinėje veikloje. Tad, jog ikimokyklinio amžiaus vaikas atrastų susidomėjimą, mokytojas turi sugalvoti įvairių žaidimų, kurie taip pat padėtų pasiekti tikslą (Katinienė. Vaičiienė. 2001, 71-72p.).

Muzikos pamokėlės, kurių metu vaikai ne tik dainuoja, tačiau ir gali savarankiškai „groti“ su muzikos instrumentais tokiais kaip: būgnai, barškučiai, lietuvių liaudies instrumentai ir kt. Taip pat pamokėlių metu yra lavinami vaikų sensoriniai ir muzikiniai gebėjimai. Vaikai yra mokomi lietuvių liaudies šokių, ratelių, muzikos suvokimo, ritmikos, taip pat groti su vaikams pritaikytais muzikiniais instrumentais. Ikimokyklinio amžiaus vaikai, naudodami muzikinius instrumentus ir paskatinti pedagogų, improvizuoja ir taip ugdo kūbiškumą bei muzikinį pojūtį (Krakauskaitė, V. (2010).

Apibendrinant galima teigti, kad pagrindinė ir svarbiausia ikimokyklinio amžiaus vaikų muzikinė veiklos rūšis yra dainavimas. Dainavimas yra viena iš svarbiausių vaikų muzikinių gabumų lavinimo priemonė, kurią lengvai gali pasinaudoti ir ikimokyklinio ugdymo mokytojas. Dainavimas, taip pat gali prisidėti prie įvairiapusio vaikų ugdymo, nes dainavimo metu sužadiname emocijas, kūrybiškumą, taip pat dalyvauja ir kūno raumenys.

## 1.2 Etnomuzikos nauda ikimokyklinio amžiaus vaikams

Išgirdus sąvoką „etnomuzika“, tikriausiai daugeliui ateina mintis, jog tai yra susiję su liaudimi, senelių dainomis, gilia šalies istoriją ar su tautinėmis tradicijomis. E. Balčys teigia, jog „*Etnomuzika – tai liaudies dainos, muzikiniai rateliai, liaudies šokiai, instrumentinė muzika*“ (Balčys, 2004). Ikimokyklinio amžiaus ugdyme yra vienas svarbus aspektas – ugdyti vaikų tautiškumą. Vaikų tautiškumo ugdymas yra patvirtintas vadovaujantis svarbiausiais ikimokyklinio ugdymo principais ir išskirtas, kaip sociokultūrinio kryptingumo principas: „*ugdyma(sis) yra grindžiamas žmogiškosiomis, tautinėmis ir pilietinėmis vertybėmis, padedančiomis vaikams įsitraukti į supančią kultūrinę aplinką ir didinančiomis atvirumą kultūrinei bei kalbinei įvairovei*“ (Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija [LR ŠMSM], 2023). Ugdant šias vaiko savybes, didelis vaidmuo atitenka pedagogams ir tėvams bei jų turimomis vertybėmis, visai kultūrinei aplinkai ne tik namuose, bet ir darželyje.

Etnomuzika yra plačiai naudojama ugdymo įstaigose, nes ji, kaip teigia E. Balčys, „... kaip ypač tobulai išsiskirianti savo paprastumu, žmogaus dvasinės ir meninės raiškos priemonė, neprarandanti reikšmės bet kurioje epochoje, bet kuriomis gyvenimo sąlygomis ir aplinkybėmis“ (Balčys, 2004). Etnomuzika vaikams yra ne tik naudojama kaip pasilinksminimo ar pasigrožėjimo metodas, tačiau ir puikus ugdymo metodas. Ikimokyklinis amžius yra dėkingas tuo, jog per tuos metus vaikas įgija „... reikšmingų asmenybei emocinių bei intelekto galių, temperamento ir elgsenos bruožų...“ (Rinkevičienė, R., Z. Rinkevičius, 2006, 195p.). Etnomuzika atspindi mūsų tautos krašto gamtą, gyvūnijos gausą, žmonių darbą. Tad, pasitelkus liaudies dainas, vaikas ne tik praplečia garsų ar žodžių žinias, bet ir žiniomis apie mūsų krašto istoriją. Etnomuzika taip pat yra populiari darželyje, nes jos kūriniai dažniausiai atliekami pasitelkus kūno judesius. Apie vaiko kūno judesius užsimena Z. Rinkevičius ir jis teigia, jog vaikas, išgyvendamas elementarius estetinius jausmus (reakcija į muziką, harmoningą ar chaotišką garsų seką), „... vaikas išreiškia ne kalba, o pirmąją signalinę sistemą – kūno judesiais“ (Rinkevičius, Z. 2006, 41p.). Kūno judesių lavinimas, yra ypač svarbus įvairiapusiškam vaikų lavinimui.

Apibendrinant galima teigti, jog etnomuzikos reikšmė darželyje yra svarbi. Pasitelkus etnomuziką pedagogas padeda vaikui lavėti įvairiapusiškai, ugdyti vaiko estetinį bei dorovinį suvokimą. Ikimokyklinio ugdymo įstaigose etnomuzika užima svarbią vietą, nes taip turtina vaikų suvokimą tautosaka. Taip pat etnomuzika užima svarbią vietą vaikų edukacinėje, kultūrinėje ir socialinėje erdvėje.

## 1.3 Etnomuzikos žanrai ikimokykliniame amžiuje

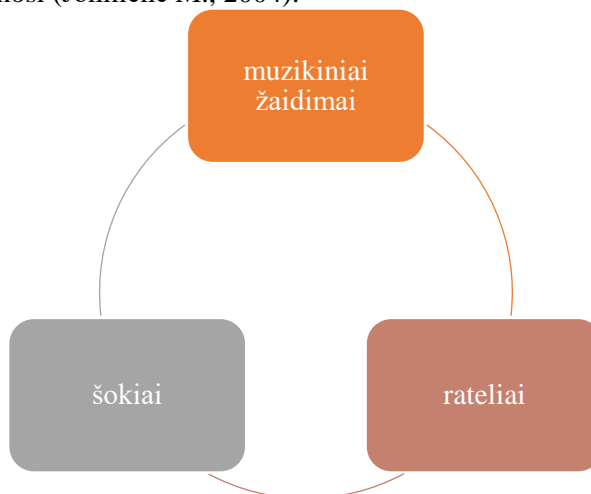
Pagal A. Katinienę ir A. Vaičiienę (2001, 133-136p.) lietuvių vaikų etnomuzika yra skirtoma į įvairius žanrus ir grupes; tai būtų dainų ir ritmikos grupė.



**1.3.1. pav. Dainų grupės žanrai:** pagal A. Katiniene ir A. Vaičiene.( 2001) *Muzika vaikų darželyje*. Šiauliai: Šiaurės Lietuva. p.115.

Pasak A. Katinienės ir A. Vaičienės, „*daina padeda vaikui emocianaliau suvokti gamtą, formuoja estetinę pasaulėjautą*“. (Katinienė, A., Vaičienė, A. 2001, 115p.). Liaudies daina integruota į aplinkos pažinimo temą, gali vaikui padaryti teigiamus rezultatus: vaikas ilgiau prisimins smagią veiklą, vaikas norės savarankiškai domėtis gamtos reiškiniams. Šioje aplinkos pažinimo ugdymo veikloje puikiai tinka gamtos garsų pamėgdžiojimai. Jie yra trumpi, tačiau poetiški tekstukai prikausto vaikų dėmesį. Vaikams taip pat labai patinka dainelės apie paukščius, naminius gyvūnus, žvėris.

Lietuvių liaudies dainos naudą, susijusią su ugdymo tikslais, išvelgia A. Katinienė ir A. Vaičienė, pagal jas liaudies dainos yra susijusios su fiziologine prasme. Kaip teigia autorės, jog „*Dainuojant ir kalbant veikia tie patys kalbos padargai. Nuo jų valdymo priklauso vaiko kalbinė raiška*“ (Katinienė, A., Vaičienė, A. 2001, 116p). Taip pat liaudies dainos prisideda ne tik prie kalbos įgūdžių lavinimo, bet ir prie komunikacijos įgūdžių vystymosi (Jonilienė M., 2004).



**1.3.2 pav. Ritmikos grupė.** pagal A. Katiniene ir A. Vaičiene.( 2001) *Muzika vaikų darželyje*. Šiauliai: Šiaurės Lietuva. p.134-136.

Apibendrinant galima teigti, kad etnomuzikos žanrų yra didelė įvairovė. Tačiau patys svarbiausi ikimokyklinio amžiaus vaikams etnomuzikos žanrai yra dainos, gyvūnijos apdainavimas, dainuojamosios skaičiuotės bei rateliai. Jie taip pat yra patys populiariausi ne tik vaikų tarpe, bet ir mokytojų. Jie puikiai



ugdo vaiko estetinį bei dorovinį suvokimą, vaiko muzikinę klausą ir atmintį. Integruojant lietuvių liaudies dainas į vaikų ugdomąsias veiklas, galima lengvai lavinti vaikų muzikalumą.

#### 1.4 Pedagogų vaidmuo integruojant etnomuziką ugdomojoje veikloje

Remiantis dokumentais (Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija [LR ŠMSM], 2023), ikimokyklinio ugdymo įstaigoje už muzikinį vaikų ugdymą yra atsakingi du pedagogai - tai muzikos pedagogas ir vaikų grupės mokytoja. Grupės pedagogo vaidmuo muzikiniame ugdyme yra svarbus. Mokytoja bendraujant su vaikais ar vykdant veiklas turi galimybę įtvirtinti vaikų gautas muzikines žinias. Tačiau, nors ir ikimokyklinio amžiaus vaikų muzikinį ugdymą didžiąją dalį organizuoja muzikos pedagogas, darželio mokytoja, turi atitikti tam tikrus reikalavimus. Kaip teigia A. Katiniene ir A. Vaičiene (2001), darželio mokytojai yra keliami šie reikalavimai:



1.4.1 pav. Reikalavimai darželio pedagogui: pagal A. Katiniene ir A. Vaičiene. (2001) *Muzika vaikų darželyje*. Šiauliai: Šiaurės Lietuva. p.70.

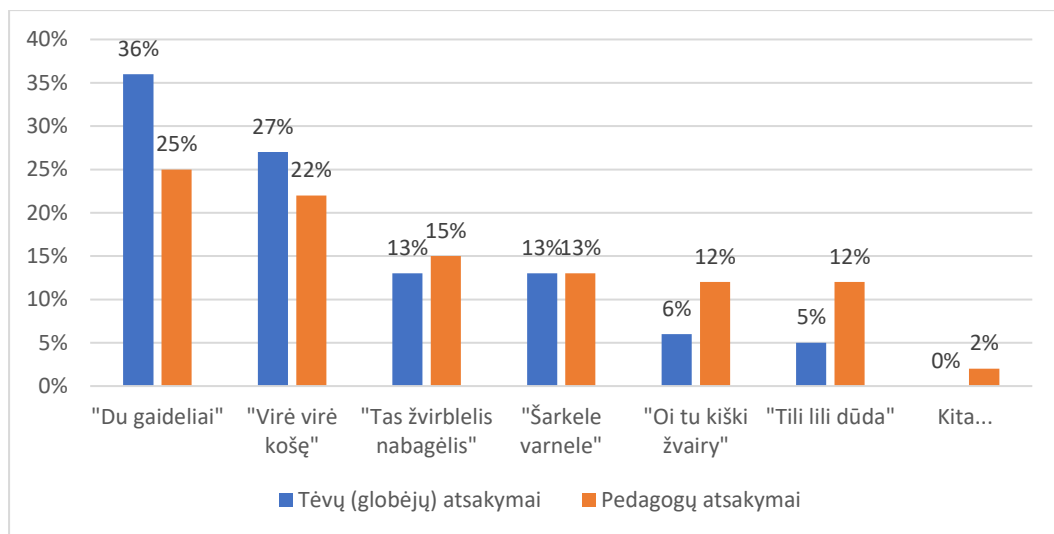
Apibendrinant galima teigti, jog ikimokyklinio amžiaus pedagogo vaidmuo muzikos ugdyme yra svarbus. Mokytoja bendradarbiaudama kartu su muzikos mokytoja, aptaria muzikos valandėlės eigą, turinį bei uždavinius. Taip pat padeda mokytojoms muzikinį ugdymą integruoti į kitas vaikų veiklas, kartu planuoja vaikų šventes, vakarones ar laisvalaikį.

## 2. Kiekybinio tyrimo rezultatų analizė

Tyrimo 2024 m. balandžio – gegužio mėnesiais dalyvavo ikimokyklinio amžiaus vaikų tėvai (globėjai) ir ikimokyklinio amžiaus pedagogai iš skirtingų Lietuvos regionų, pateikiant elektronines anketos nuorodas internetinėje erdvėje. Apklausoje dalyviai buvo apklausiami pateikiant anonimines anketas. Kiekybiniam tyrimui buvo sudarytas klausimynas, paremtas teorine medžiaga ir rūpimais klausimais. Šiai apklausai buvo pasirinkti atsitiktiniai dalyviai, kurie turėjo atitikti šiuos kriterijus: būti ikimokyklinio amžiaus vaikų pedagogu; auginti vaiką, kuris būtent būtų ikimokyklinio amžiaus ir lankyto darželį. Anketose pateikta po 14 klausimų tėvams (globėjams) ir po 14 klausimų pedagogams. Matematinė statistinė duomenų analizė atlikta statistine programa EXEL.

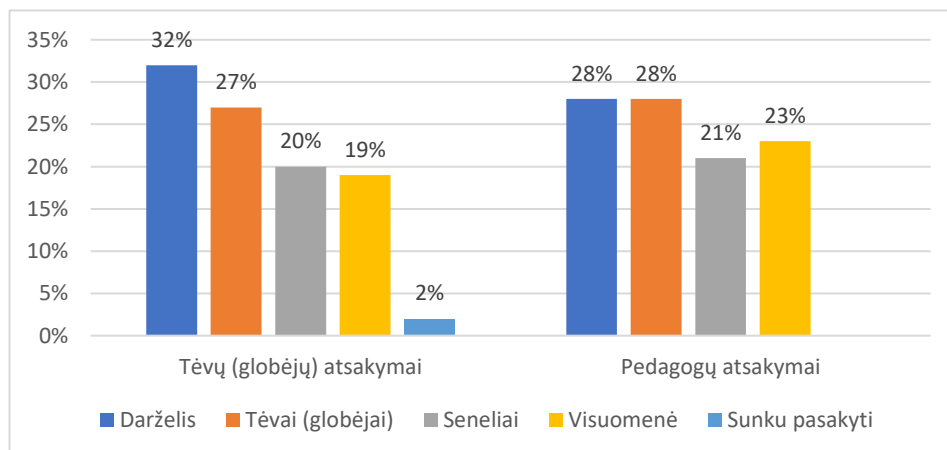
Tyrimo teirautasi tėvų (globėjų) bei pedagogų apie žinomas vaikiškas daineles (žr. 2.1 pav.). Daugiausiai tėvų (globėjų) (36%) pasirinko dainelę „Du gaideliai“. Daugiau kaip ketvirtadalis (27%) pasirinko „Virė virė košė“. Daugiau kaip mažuma (po 13%) tėvų (globėjų) pasirinko dvi liaudiškas daineles: „Tas žvirblelis nabagėlis“ ir „Šarkele varnele“. Mažiau nei dešimtadalis (6%) respondentų pasirinko dainelę „Oi tu kiški žvairy“. Ir mažuma (5%) respondentų teigė, jog jų vaikai žino „Tili lili dūda“ dainelę. Tyrimo dalyvavę pedagogai (25%) tyriamųjų taip pat pasirinko „Du gaideliai“ dainelę. Ketvirtadalis (22%) respondentų teigė, jog jų grupės vaikai žino „Virė virė košė“ dainelę. Daugiau kaip dešimtadalis (15%) respondentų teigė, jog jų grupės vaikai žino „Tas žvirblelis nabagėlis“ dainelę. Po

beveik dešimtadalį (13%) respondentų teigė, jog jų grupės vaikai žino ir „Oi tu kiški žvairy“, ir „Tili lili dūda“ daineles. 2 procentai pedagogų įrašė savo daineles: „Dvi vištytės rainos“, „Raina katytė“. Apibendrinant galima teigti, jog abiejų apklaustųjų grupių vaikai žino liaudiškas daineles: „Du gaideliai“ bei „Virė virė košė“. Pačios populiariausios dainos, pagal R. Bilbokaitę ir kt. (2020), taip pat yra „Du gaideliai“, „Šarkele varnele“, „Vilkas grikius sėjo“, „Šokinėjo trepinėjo pempelė“.



2. 1 pav. Respondentų žinomų liaudiškų dainelių pasirinkimas, Tėvų (globėjų) ir pedagogų nuomone

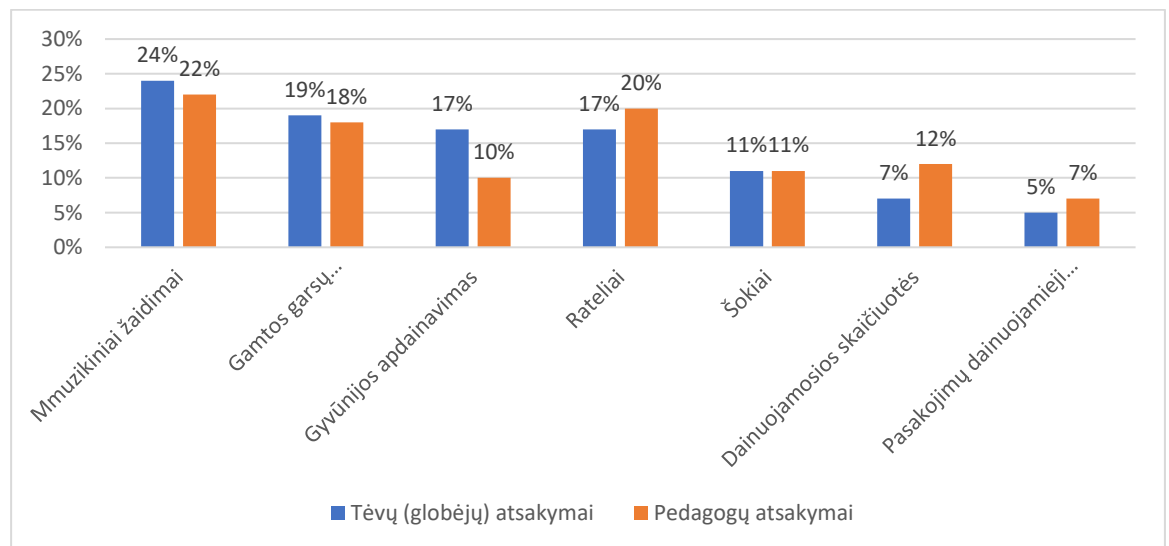
Tyrime tėvų (globėjų) ir pedagogų buvo klausama nuomonės apie etnomuzikos pradmenų diegimą vaikams (žr. 2.2 pav.). Tyrimo rezultatai atskleidė, jog dauguma tėvų (32%) mano, kad darželis turi diegti etnomuzikos pradmenis. Daugiau kaip ketvirtadalis (27%) respondentų mano, jog patys tėvai (globėjai) turi vaikams diegti etnomuzikos pradmenis. Beveik vienodai pasidalino nuomonės, jog seneliai (20%) ar visuomenė (19%) turi vaikui diegti etnomuzikos pradmenis. Mažuma (2%) respondentų teigė, jog yra sunku pasakyti, kas turi diegti etnomuzikos pradmenis. Tyrimo metu gauti pedagogų apklausos duomenys rodo, jog daugiau kaip ketvirtadalis (28%) sutinka, jog darželis turi diegti etnomuzikos pradmenis. Tačiau lygiai toks pat procentas respondentų (28%) teigia, jog etnomuzikos pradmenis turi diegti tėvai (globėjai). Ketvirtadalis (23%) respondentų teigia, etnomuzikos pradmenis turi diegti visuomenė. O mažiau nei ketvirtadalis (21%) respondentų mano, jog etnomuzikos pradmenis turi diegti seneliai. Apibendrinant apklausos duomenis galima teigti, jog etnomuzikos pradmenys dažniausiai diegiami ikimokyklinėse ugdymo įstaigose. Etnomuzika yra plačiai naudojama ugdymo įstaigose, nes ji, kaip teigia E. Balčys, jog etnomuzika „... kaip ypač tobulai išsiskirianti savo paprastumu, žmogaus dvasinės ir meninės raiškos priemonė, neprarandanti reikšmės bet kurioje epochoje, bet kuriomis gyvenimo sąlygomis ir aplinkybėmis. Etnomuzika vaikams yra ne tik naudojama kaip pasilinksminimo ar pasigrožėjimo metodas, tačiau ir puikus ugdymo metodas“ (Balčys, 2004, p.20).



2.2 pav. Tėvų (globėjų) ir pedagogų nuomonė į etnomuzikos pradmenų diegimą

Tyrimas atskleidė ir patraukliausius ikimokyklinio amžiaus vaikui etnomuzikos žanrus (žr. 2.3 pav.). Pasak tyrimo dalyvavusių tėvų (globėjų), muzikiniai žaidimai (24%) yra labiausiai paplitę vaikų tarpe. Mažiau nei ketvirtadalis (19%) tėvų pasirinko, jog gamtos garsų pamėgdžiojimai jų vaikams yra patrauklūs. Taip pat mažiau nei ketvirtadalis (17%) respondentų teigė, gyvūnijos apdainavimas bei rateliai yra labiausiai patrauklūs jų vaikams. Beveik dešimtadalis (11%) tiriamųjų teigė, jog šokiai yra patrauklūs jų vaikams. Mažiau nei dešimtadalis (7%) tėvų teigė, jog jų vaikams patinka ir dainuojamosios skaičiuotės. Mažuma (5%) respondentų teigė, jog pasakojimų dainuojamieji intarpai jų vaikams yra patrauklesni. Uždavus pedagogams tokį pat klausimą, tyrimų rezultatai buvo panašūs. Ketvirtadalis (22%) atsakė, jog jų grupės vaikams patrauklūs yra muzikiniai žaidimai. Truputėlį mažiau nei ketvirtadalis (20%) respondentų teigė, jog rateliai yra patrauklūs jų grupės vaikams. Mažiau nei ketvirtadalis (18%) respondentų atsakė, jog jų grupės vaikams gamtos garsų pamėgdžiojimai yra patrauklesni. Beveik dešimtadalis (12%) tiriamųjų teigė, jog dainuojamosios skaičiuotės yra patrauklūs jų grupės vaikams. Taip pat beveik dešimtadalis (11%) respondentų atsakė, jog šokiai yra patrauklūs jų grupėje. Lygiai dešimtadalis (10%) pedagogų atsakė, jog gyvūnijos apdainavimas yra taip patrauklus jų grupės vaikams. Ir mažiau nei dešimtadalis (7%) respondentų pasirinko dainuojamuosius intarpus.

Apibendrinant galima teigti, jog ikimokyklinio amžiaus vaikams patraukliausi etnomuzikos žanrai yra muzikiniai žaidimai, gamtos garsų pamėgdžiojimai ir gyvūnijos apdainavimas.



2.3 pav. Patraukliausi vaikui etnomuzikos žanrai, Tėvų (globėjų) ir pedagogų nuomone

### Išvados

1. Integruojant etnomuziką į ikimokyklinio amžiaus vaikų ugdomasias veiklas galima ugdyti vaikų tautiškumą, dorovines vertybes bei vaikų estetinį suvokimą. Taip pat etnomuzika pasižymi puiki priemone kūno judesių lavinimui, nes etnomuzikos muzikiniai vaikų kūrinėliai yra ritminki, lengvai atliekami bei įsimenami. Etnomuzikos žanrų įvairovė yra labai plati, tačiau ikimokyklinio amžiaus vaikams patys maloniausi yra dainos, gyvūnijos apdainavimas, dainuojamosios skaičiuotės bei rateliai.
2. Ikimokyklinio amžiaus vaikų pedagogas ne tik įtvirtina vaikų jau gautas muzikines žinias, tačiau ir muziką integruoja į vaikų ugdomasias veiklas. Pedagogas daugiausiai etnomuzikos elementų integruoja į vaikų šventes darželyje.
3. Etnomuzikos pradmenys dažniausiai yra diegiami darželyje. Ikimokyklinio amžiaus vaikams patraukliausi etnomuzikos žanrai yra muzikiniai žaidimai, gamtos garsų pamėgdžiojimai ir gyvūnijos apdainavimas.

### Literatūra

1. Balčys, E. (2004). *Etnomuzika muzikinio ugdymo sistemoje*, 01:19-27. Prieiga per internetą: <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=5441>

2. Balčys, E. (2008). *Apie muzikinio ugdymo reikšmę, tikslus, uždavinius ir galimybes mokykloje*. Kūrybos erdvės 09: 15-25. Prieiga per internetą: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=41046>
3. Bilbokaitė, R., Bilbokaitė – Skiauterienė, I., Kravale – Paulina, M. ir Peskur, V. (2020). *Integration of music in pre-school children's learning: reflecting didactic effectiveness*. doi: [10.21125/iceri.2020.0450](https://doi.org/10.21125/iceri.2020.0450)
4. Brazytė – Bindokienė, D. (1989). *Lietuvių papročiai ir tradicijos* (25p). Vilnius: Viltis.
5. Dartsch, M., Stavrou, E., N., Piispanen, U., (2022) *Music right from the start: theory and practice of early childhood music education*. Prieiga per internetą: [https://www.musicschoolunion.eu/wp-content/uploads/2022/06/Music\\_Right\\_from\\_the\\_Start\\_Theory\\_and\\_Practice\\_of\\_Early\\_Childhood\\_Music\\_Education.pdf](https://www.musicschoolunion.eu/wp-content/uploads/2022/06/Music_Right_from_the_Start_Theory_and_Practice_of_Early_Childhood_Music_Education.pdf)
6. Girdzijauskienė, R. (2003). *Vaikas, muzika, kūryba* (9p). Vilnius: Gimtasis žodis.
7. Jonilienė, M. (2004). *Pedagogų ir tėvų nuostatų etnomuzikai svarba ikimokyklinio amžiaus vaiko doriniam ugdymui*. 70: 81-86. Prieiga per internetą: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=13491>
8. Katinienė, A., Vaičienė, A. (2001). *Muzika vaikų darželyje* (115p.; 116p.; 117p.; 133-136p.). Šiauliai: Šiaurės Lietuva.
9. Krakauskaitė, V. (2010). *Lakštutės. Knyga mokytojui* (9p). Vilnius: Mintis.
10. Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija. (2023). *Isakymas dėl ikimokyklinio ugdymo programos gairių patvirtinimo 2023*. Vilnius: Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija. Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/be8a5a304add11ee9de9e7e0fd363afc>
11. Rinkevičienė, R., Rinkevičius, Z. (2006). *Žmogaus ugdymas muzika* (195p.). Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė.
12. Steponaitis, V. (2019). *Lietuvių liaudies žaidimai ir pramogos* (15p.). Vilnius: Raidynėlis.
13. Šečkuvienė, H. (2003). *Priešmokyklinio amžiaus vaikų dermės pajutimo lavinimas lietuvių liaudies dainų intonacijomis* (93p), 11:93 – 100. Prieiga per internetą: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=682601>

# INOVACIJŲ TAIKYMAS X KULTŪROS CENTRE: LANKYTOJŲ POŽIŪRIU

*Vilius Slibinskas*  
*Lekt. Danutė Mickevičienė*  
*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Kultūros organizacijų gebėjimas prisitaikyti prie naujovių gali ne tik patenkinti lankytojų poreikį, bet ir vykdyti technologiskai sudėtingesnius renginius, kurie pritrauks naujų lankytojų ir išlaikys esamus lankytojus. Inovacijų įtraukimas gali padėti kultūriniais renginių organizatoriams pasiekti didesnę auditoriją ir išlaikyti susidomėjimą kultūriniais renginiais. Siekiant ilgalaikės naudos ir efektyvumo, renginių organizavime būtina diegti ir taikyti inovacijas, pradedant nuo idėjų generavimo, iki jų įgyvendinimo ir rezultatų vertinimo.

Raktažodžiai: inovacijos, kultūros centras.

## Įvadas

Planuojant kultūrinę veiklą naujovės yra svarbios ir neatsiejamoms nuo kiekvienos veiklos. Renginių organizavimo naujovės leidžia efektyviau pasiekti tikslinę auditoriją, sukurti magiškų potyrių ir užtikrinti, kad renginiai atitiktų šių dienų visuomenės lūkesčius ir vertybes. Tačiau dauguma kultūros organizacijų vis dar taiko tradicinius organizavimo ir reklamos būdus, neatsižvelgdamos į inovatyvių metodų panaudojimą. Tyrimai parodė, kad lankytojų patirtis yra tiesiogiai susijusi su kultūrinėmis naujovėmis, nes suteikia galimybę tyrinėti kultūrą naujais įdomiais būdais. Dauguma įstaigų yra įpratę prie tradicinių veiklos ir organizavimo metodų, tačiau dabartinė technologijų revoliucija reikalauja naujų kompetencijų ir žinių. Ypatingą nerimą kelia tai, kad kultūros įstaigoms trūksta žmogiškųjų išteklių ar finansavimo naujoms idėjoms įgyvendinti ar panaudoti naujus technologinius sprendimus. Tai gali trukdyti naujovių integravimui. Be to, naujų gebėjimų ir mokymo trūkumas neleidžia specialistams visapusiškai pasiruošti naujovių integravimui. Darbo tikslas yra išsiaiškinti respondentų požiūrį apie inovacijų taikymą x kultūros centre.

**Darbo tikslas.** Išsiaiškinti lankytojų požiūrį apie inovacijų taikymą x kultūros centre.

**Darbo objektas:** inovacijų taikymas x kultūros centre.

### Darbo uždaviniai:

1. Pristatyti inovacijų sampratą.
2. Atskleisti inovacijų taikymo galimybes kultūros renginių vadyboje teoriniu aspektu.
3. Ištirti respondentų požiūrį apie inovacijų taikymą x kultūros centre.

Darbo metodai:

- Mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.
- Anketinė apklausa.
- Statistinė duomenų analizė.

## 1. Inovacijos ir jų pritaikymas kultūros sferoje

### 1.1 Inovacijų samprata

Inovacijos yra esminis veiksnys, lemiantis ūkio ir kultūros augimą bei plėtrą. Jos gali būti išreikštos naujomis technologijomis, idėjomis, produktais ar paslaugomis, kurios gerina kasdienį gyvenimą ir darbo efektyvumą. Rogers (2003) akcentuoja, kad inovacijos yra svarbios visuomenės pokyčių vystymosi atžvilgiu. Tad, siekiant ilgalaikės naudos ir efektyvumo, renginių organizavime būtina diegti ir taikyti inovacijas, pradedant nuo idėjų generavimo, iki jų įgyvendinimo ir rezultatų vertinimo.

Inovacijos yra gyvybiškai svarbios bet kurioje srityje, ir tai ypač pasakytina apie įmonių veiklą. Jos sudaro pagrindą konkurencingumui, leidžia įmonėms išsiskirti ir pasiūlyti klientams unikalūs sprendimus. Tačiau svarbu suprasti, kad inovacijų kūrimas nėra vienkartinis procesas. Tai yra nuolatinė veikla, reikalaujanti pastovaus dėmesio, kūrybiškumo ir investicijų. Jos gali turėti įvairias formas: tai gali būti naujas produktas, paslauga, technologija ar net nauja verslo strategija. Bet kokių atveju, inovacijos turi būti orientuotos į vartotojo poreikius ir pridėtinę vertę.

Taigi, siekiant sėkmės, inovacijų kūrimas turi tapti integralia įmonės kultūros dalimi, o ne vienkartinio projektu.

Inovacijos - tai sąvoka, susijusi su visuomenės, ekonomikos ir kultūros plėtra. Šios sąvokos prasmė yra plačiai apibrėžta ir įvairi. Vidurio Prancūzijoje XV amžiuje vartojamas žodis "inovacyon" reiškia atsinaujinimą arba naujo pavidalo suteikimą esančiam daiktui (Strazdas ir kt. 2003). Tačiau šiandien inovacijos apibrėžimas yra daug sudėtingesnis. Staniškis ir kt. (2010) teigia, kad inovacija yra procesas, kurio metu remiantis tyrimais, gautomis žiniomis, naujomis idėjomis, yra sukuriama nauji gaminiai ar paslaugos, padaryti jų patobulinimai ir atnaujinimai. Taigi, suprantant inovacijų sampratą, svarbu pripažinti, kad tai yra ne vien tik naujovė, bet ir procesas, kuris įtraukia naujų idėjų generavimą, jų įgyvendinimą ir nuolatinį tobulinimą.

Randama ir tokių aprašymų variantai, kuriuos galima rasti ekonomikos literatūroje:

- Inovacija – sėkmingų naujų idėjų ar veiklos būdų pritaikymas tam tikroje situacijoje, kur inovacija sukelia tam tikrus pokyčius (Mckie, 2004).
- Inovacija – tai naujų idėjų, technologijų ir metodų komercinis panaudojimas, pristatant rinkai naujus ar tobulintus procesus ir produktus (Jakubavičius, ir kt. 2003).

Valentinavičius (1997) pabrėžia, kad terminas „inovacija“ turi dvejopą prasmę, apimant tiek procesą, tiek jo pasekmes. Kai kalbama apie „inovaciją“ kaip procesą, tai susiję su idėjos transformacija į prekę, paslaugą arba socialinės paslaugos metodą, kurie patenkina rinkos paklausą. Kita vertus, „inovacija“ rezultato prasme yra naujos arba patobulintos prekės ir paslaugos, kurios atitinka rinkos poreikius.

Nors inovacijos neišvengiamai susijusios su atsinaujinimu ir naujumu, svarbu pabrėžti, kad nėra vieningo ir apibendrinto šios sąvokos aiškinimo. Kiekvienas sektorius, pramonės šaka ar mokslo sritis gali interpretuoti inovacijas skirtingai, prieštaraujant vienam kitam. Tačiau Ališauskas ir kt. (2005) teigia, kad nepaisant skirtingų interpretacijų, esminis bruožas, kuris jungia visus inovacijų apibrėžimus, yra būtent atsinaujinimas ir naujumas. Svarbu pažymėti, kad inovacijų kontekste atsinaujinimas ir naujumas suprantami ne tik kaip naujos idėjos ar produktai, bet ir kaip procesas, kuris reikalauja nuolatinio tobulinimo ir pažangos.

Inovacijų kūrimas ir pritaikymas yra neatsiejamai susiję su organizacijos strategija ir vadyba. Kūrybingumas, naujų idėjų generavimas ir jų sklandus pritaikymas yra esminiai veiksniai, lemiantys sėkmingą inovacijų įgyvendinimą. Tai reikalauja ne tik techninės žinios, bet ir nuolatinio rizikos vertinimo, kad būtų galima atitikti rinkos pokyčius ir klientų poreikius. Ališauskas ir kt. (2005) teigia, kad inovacijų kūrimas ir pritaikymas yra itin sudėtingi procesai, pareikalaujantys iš organizacijos lankstumo, pasiryžimo keistis ir nuolatinio mokymosi.

Schumpeter (2003) inovacinį procesą charakterizuoja kaip pasikeitimus, siekiant sukurti ar modernizuoti prekes, įdiegti naujas gamybos strategijas ir pritaikyti naujų technologinių žinių, kad būtų užtikrintas galutinio vartotojo tenkinimas. Svarbu pažymėti, kad inovacijų kūrimas ir pritaikymas yra ne tik technologinis, bet ir socialinis procesas. Tai reiškia, kad sėkmingas inovacijų pritaikymas priklauso nuo organizacijos kultūros, darbuotojų motyvacijos, vadovavimo stiliaus ir daugelio kitų veiksnių. Sėkmė taip pat priklauso nuo to, kaip organizacija sugeba susieti inovacijas su savo strateginiais tikslais ir kaip ji sugeba pritraukti ir išlaikyti talentingus darbuotojus, kurie yra pasirengę naujovėms ir pokyčiams.

Visas šis procesas gali būti iššūkis, nes jis reikalauja nuolatinio tobulėjimo ir pažangos. Tačiau tai yra gyvybiškai svarbu organizacijai siekiant išlikti konkurencingai ir prisitaikyti prie kintančių rinkos sąlygų. Pavyzdžiui, šiuolaikinės technologijos gali padėti organizacijoms generuoti ir pritaikyti inovacijas efektyviau, leisdamos jiems pasinaudoti naujausiomis žiniomis ir išteklių optimizavimo metodais

Inovacijų kūrimas ir pritaikymas - tai vadinamasis "naujų idėjų kelias", kuris prasideda nuo idėjos generavimo ir baigiasi jos įgyvendinimu. Šis procesas dažnai yra iššūkis, nes reikalauja kūrybiškumo, strateginio mąstymo ir rizikos valdymo. Vis dėlto, sėkmingai pritaikytos inovacijos gali atnešti didelę naudą organizacijai, atverdamos naujas galimybes, padidindamos efektyvumą ar patraukdamos naujus klientus.

## 1.2 Inovacijos kultūros renginių vadyboje

Inovacijos ir naujovės gali būti labai naudinga kultūros vadyboje, norint ją modernizuoti ir pritaikyti kūrybiškumo taktiką. Kultūros sferoje veikiančioms organizacijoms naujovės reiškia virtualios realybės ar dirbtinio intelekto integravimą į savo veiklas – ne dėl technologijų, o siekiant pagerinti renginių žiūrovų patirtį. Be to, inovacijos turėtų sudaryti sąlygas sukurti naujas rinkodaros strategijas: ne tik bet kuriai auditorijai, bet ir platesniam kultūros, kaip sektoriaus, matomumui. Be to, novatoriškumas turi būti sėkmingas pagal kultūros sektoriaus valdymo strategijas ir procesus, kad būtų skatinamas kūrybiškumas su rizikos valdymo atmosfera.

Inovatyvių idėjų plėtra ir formavimas yra iš anksto parengtas veiksmų planas. Šiame etape svarbu atkreipti dėmesį į investicijų objektus ir subjektus, jų rūšis arba šaltinius, remiantis idėjų autoriaus perspektyva.

Inovacijos renginių vadyboje yra pagrindinis veiksnys, leidžiantis renginių organizatoriams sukurti unikalią ir įsimintiną auditorijos patirtį. Šiame kontekste inovacijos neapsiriboja tik naujausių technologijų ar išmaniųjų sprendimų diegimu, bet apima ir kūrybinius procesus, strategijos kūrimą bei inovatyvias renginių rengimo praktikas. Kultūros renginių organizatoriai, siekdami didesnės sėkmės, turi mokėti įžvelgti naujas tendencijas ir mokėti jas pritaikyti savo veikloje.

Prieš pasaulinę pandemiją virtualių ir hibridinių renginių rengimas buvo laikomas pramonės naujovių ženklu. Šios priemonės galėjo pasiekti platesnę auditoriją, tačiau nebuvo plačiai naudojamos, tačiau kai pasaulį užklupo pandemija, viskas pasikeitė. Pandemijos poveikis pakeitė visą renginių industrijos scenarijų, todėl virtualūs ir hibridiniai renginiai tapo neatsiejama renginių rengimo dalimi. Tai buvo būtina ne tik tam, kad gyvuotų renginių industrija, bet ir užtikrintų žmonių saugumą bei sveikatą. Šis dramatiškas perėjimas prie virtualių ir hibridinių renginių atskleidžia, kaip greitai besikeičianti aplinka ir lankytojų bei dalyvių lūkesčiai formuoja renginių industriją ir jos kryptį. Dabar renginių organizavimo inovacijos reiškia ne tik naujų technologijų diegimą, bet ir naujų auditorijos įtraukimo būdų paieškas. Organizatoriai turi pritaikyti žaidimus, interaktyvius užsiėmimus ir turinį pagal dalyvių pomėgius ir elgesį, kad sukurtų labiau suasmenintą ir patrauklesnę patirtį. Be to, norint sėkmingai įgyvendinti šiuos pokyčius, reikalinga ne tik patikima technologinė bazė, bet ir kūrybiškumas bei lankstumas planuojant ir įgyvendinant renginius. Tai reiškia, kad organizatoriai turi būti pasirengę eksperimentuoti su naujais formatais ir technologijomis, kad atitiktų ir viršytų šiandieninio lankytojo lūkesčius.

Renginių organizavimo naujovės leidžia efektyviau pasiekti tikslinę auditoriją, sukurti magiškų potyrių ir užtikrinti, kad renginiai atitiktų šių dienų visuomenės lūkesčius ir vertybes. Tai iššūkiai, reikalaujantys nuolatinio mokymosi, eksperimentavimo ir prisitaikymo, tačiau kartu suteikiantys galimybę išsiskirti ir patraukti dėmesį inovatyviais sprendimais.

Renginių vadybos inovacijos yra raktas į unikalią ir įsimintiną auditorijos patirtį, apimančią naujausias technologijas ir kūrybinius procesus bei praktiką. Pandemija pabrėžė virtualių ir hibridinių renginių svarbą, keičia renginių industriją ir lūkesčius, todėl organizatoriai turi būti lankstūs ir kūrybingi. Dabar kalbama ne tik apie technologijų diegimą, bet ir apie tai, kaip įtraukti savo auditoriją kuriant asmenišką patirtį.

Inovacijos leidžia efektyviau pasiekti savo auditoriją, sukurti stebuklingus potyrius, atitinkančius šiandienos lūkesčius ir vertybes, kartu reikalaujančius nuolatinio mokymosi ir prisitaikymo. Inovacijos neapsiriboja tik naujausių technologijų ar išmaniųjų sprendimų diegimu, bet apima ir kūrybinius procesus, strategijos kūrimą bei inovatyvias renginių rengimo praktikas. Kultūros renginių organizatoriai, siekdami didesnės sėkmės, turi mokėti įžvelgti naujas tendencijas ir mokėti jas pritaikyti savo veikloje.

## 2. Respondentų požiūrio apie inovacijų taikymą x kultūros centre tyrimas

### 2.1. Tyrimo rezultatai ir analizė

**Tyrimo tikslas:** ištirti respondentų požiūrį apie inovacijų taikymą x kultūros centre.

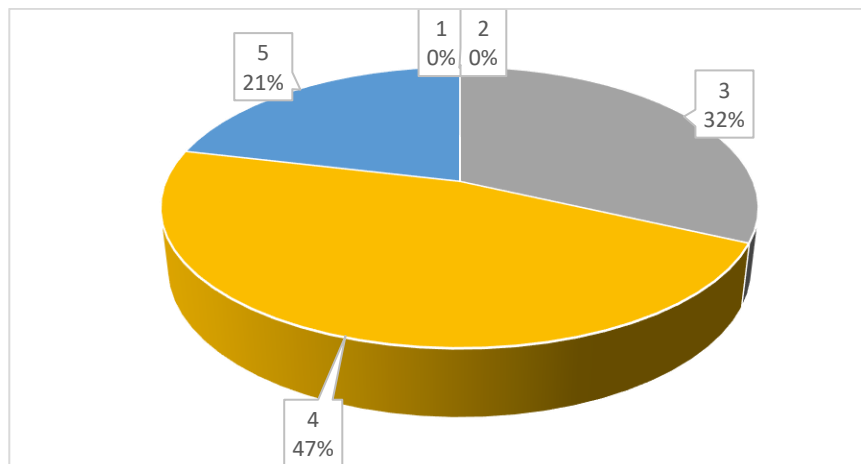
Tyrimo dalyvavo 47 respondentai. Buvo apklausti x kultūros centro lankytojai, atsitiktiniai žmonės, kurie sutiko atsakyti į anketose esančius klausimus. Tyrimui buvo pasirinktas kiekybinis metodas – anketinė apklausa, sudaryta iš 13 klausimų.

Tyrimo metu buvo nustatyta, kad moterys sudarė 53,2% visų respondentų (25 iš 47), o vyrai – 46,8% (22 iš 47). Tai leidžia manyti, kad x kultūros centro renginiai traukia daugiau moterų, arba galbūt moterys yra linkusios labiau dalyvauti tokiose apklausose.

13 iš 47 respondentų, arba 27,6%, teigė esą 18-24 metų amžiaus, 17 iš 47, arba 36,2%, nurodė, kad yra 25-34 metų amžiaus, 10 iš 47, arba 21,3%, buvo 35-44 metų amžiaus, o 4 iš 47, arba 8,5%, buvo 45-54 metų amžiaus. Vyresni nei 55 metų respondentų buvo 3 (6,4%).

Pagrindinį išsilavinimą turintys respondentai buvo 3 (6,4%), vidurinį išsilavinimą turi 18 respondentų, sudarantys 38,3% visų apklaustųjų. Profesinį išsilavinimą turi 15 respondentų, kurie sudarė 31,9% visų respondentų, o aukštąjį išsilavinimą turintys atstovai sudarė 23,4% respondentų (11 respondentų).

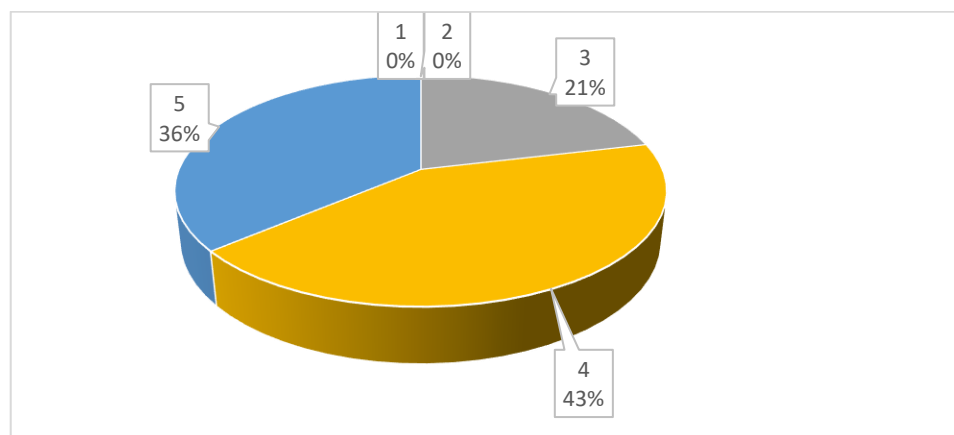
Šio tyrimo metu x kultūros centro lankytojai buvo paklausti apie pastebėtas naujoves renginių organizavime. Respondentų atsakymai buvo įvairūs (žr. 2.1.1 pav.). Nei vienas respondentas nerašė, kad nepastebėjo jokių naujovių. Penkiolika respondentų (31,9% visų respondentų) nurodė neigiamą arba neutralų požiūrį. Didžioji dalis respondentų, dvidešimt du respondentai (46,8%) pastebėjo keletą naujovių. Galiausiai, dešimt respondentų (21,3%), aiškiai pastebėjo naujoves renginių organizavime. Tai rodo, kad x kultūros centro pastangos atnaujinti renginių organizavimą buvo pastebėtos ir įvertintos daugelio respondentų (žr. 2.1.1. pav.).



2.1.1. pav. Naujovių pastebėjimai renginiuose (proc.)

Tyrimo metu siekėme išsiaiškinti ar inovacijos padidino kultūrinių renginių kokybę. Atsakymai buvo šie: nei vienas respondentas (0%) nepasirinko variantą reiškiantį, jog inovacijos nepadidino renginių kokybės. Dešimt respondentų (21,3%) pasirinko atsakymą 3, o tai reiškia, kad jie vertina tai neutraliai. Dvidešimt respondentų (42,6%) nurodė, jog inovacijos padidino renginių kokybę. Galiausiai, septyniolika respondentų (36,2%) aiškiai manė, jog inovacijos padidino kultūrinių renginių kokybę (žr. 2.1.2. pav.).

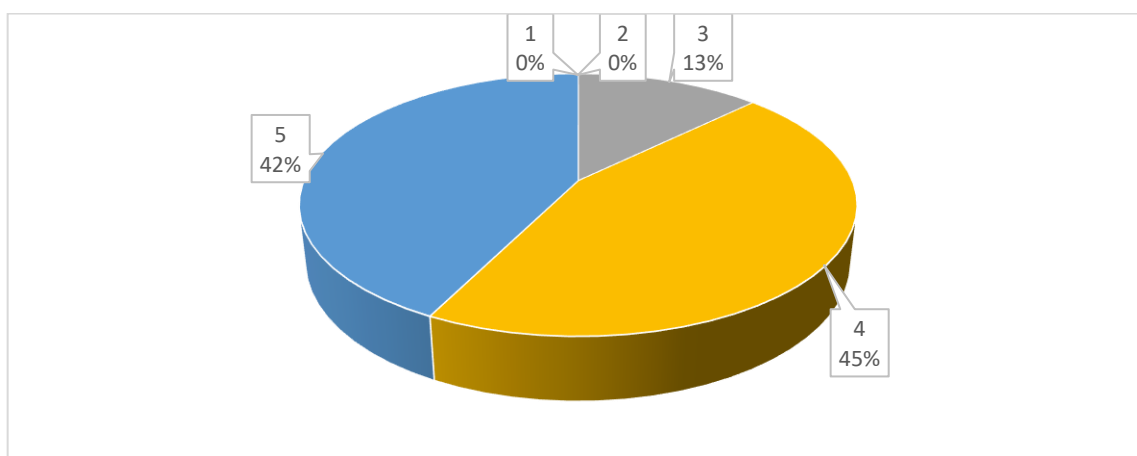




**2.1.2. pav. Inovacijų įtaka renginių kokybei (proc.)**

Tyrimas atskleidė keletą įdomių tendencijų apie inovacijų poveikį. Apklaustųjų teigimu, dėl naujovių kultūros centro lankytojų padaugėjo: neutralią poziciją pasirinko penki, (10,6% respondentų), o didžioji dalis, teigiamai įvertino naujovių įtaką (42 respondentai) 89,4%. Galime daryti prielaidą, kad naujovės yra svarbus veiksnys pritraukiant daugiau lankytojų.

Paaaiškėjo, kad dėl pradėtų taikyti naujovių gerokai pagerėjo ir renginių įvairovė. Neutraliai vertino šeši, (12,8% respondentų), o likę 87,3% teigiamai įvertino inovacijų įtaką renginių įvairovei, pasiskirstę atitinkamai dvidešimt vienas respondentas (44,7%) ir dvidešimt respondentų (42,6%) (žr. 2.1.3. pav.)



**2.1. 3.pav. Naujovių įtaka renginių įvairovei (proc.)**

Nustatyta, kad inovacijos palengvino informacijos apie būsimus renginius gavimą (44,7%), padidino reklamos efektyvumą (51,1%), yra labai svarbus faktorius renkantis, kokius renginius lankyti (48,9%).

Šis tyrimas atskleidė, kad x kultūros centro pastangos diegti naujoves ir inovacijas, buvo įvertintos teigiamai. Dauguma apklaustųjų pastebėjo ir įvertino šias naujoves, o tai rodo, kad kultūros centras sėkmingai prisitaiko prie lankytojų lūkesčių ir naujausių tendencijų. Remiantis tyrimo rezultatais galime daryti prielaidą, kad naujovės ne tik padidino renginių kokybę, bet ir pagerino lankytojų patirtį, o tai yra svarbus veiksnys pritraukiant ir išlaikant auditoriją. Diegiant naujoves, išaugo lankytojų skaičius ir renginių įvairovė, o tai rodo teigiamą įtaką kultūros centro veiklai ir patrauklumui. Labai teigiamai įvertintas ir bendravimas su lankytojais, o tai rodo sėkmingą kultūros centro bendravimą su savo auditorija. Galime daryti prielaidą, kad x kultūros centro inovacijos ir naujovės buvo sėkmingas žingsnis, leidęs geriau patenkinti lankytojų poreikius ir lūkesčius, padidinti kultūrinių renginių kokybę ir įvairovę.

## Išvados

1. Inovacijos tai ne vien tik naujovės, bet ir procesas, kuris įtraukia naujų idėjų generavimą, jų įgyvendinimą ir nuolatinį tobulinimą. Tai procesas, kurio metu socialinei sistemai pridedami nauji kultūros ir žinių komponentai. Šie komponentai atpažįstami ir įgyvendinami, sukuriant naujas mokslo žinias ir technologijas, kurios vėliau naudojamos gaminių kokybei ir paslaugų teikimui gerinti.

2. Renginių vadybos inovacijos yra raktas į unikalią ir įsimintiną auditorijos patirtį, apimančią naujausias technologijas ir kūrybinius procesus bei praktiką. Inovacijos leidžia efektyviau pasiekti savo auditoriją, sukurti stebuklingus potyrius, atitinkančius šiandienos lūkesčius ir vertybes.

3. X kultūros centro pastangos atsinaujinti ir diegti naujoves respondentų buvo įvertintos teigiamai. Dauguma apklaustųjų pastebėjo ir įvertino šias naujoves, o tai rodo, kad kultūros centras sėkmingai prisitaiko prie lankytojų lūkesčių ir naujausių tendencijų.

4. Naujovės ne tik padidino renginių kokybę, bet ir pagerino lankytojų patirtį, o tai yra svarbus veiksnys pritraukiant ir išlaikant auditoriją.

5. Inovacijos turi didelę įtaką žmonių sprendimams renkantis renginius. Diegiant naujoves, išaugo lankytojų skaičius ir renginių įvairovė, o tai rodo teigiamą įtaką kultūros centro veiklai ir patrauklumui.

6. Atlikus tyrimą nustatyta, kad X kultūros centro naujovės buvo sėkmingas žingsnis, leidęs geriau patenkinti lankytojų poreikius ir lūkesčius, padidinti kultūrinių renginių kokybę ir įvairovę.

## Literatūra

1. Ališauskas, K., Karpavičius, H., Šeputienė, J. (2005). *Inovacijos ir projektai*. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla: Technologija
2. Buch, M., Milne, S., Dickson, G. (2011). *Events Management*.
3. Caspo, J. (2010). *Cultural Tourism: Between the Local and the Global*.
4. Cudny, W. (2016). *Event Studies for the Social Sciences*.
5. Damm, S. (2010). *Best practices in event management*.
6. Getz, D. (2008). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. *Tourism Management*.
7. Gužauskas, A. (2011). *Renginių organizavimas. Metodinė medžiaga studentams ir renginių organizatoriams*. Klaipėda: KVK
8. Jakubavičius, A., Strazdas, R., Gečas, K. (2003). *Inovacijos. Procesai, valdymo modeliai, galimybės*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras
9. Kose U., Argan, M., Argan M.T. (2012). *Event management and experiential marketing: An insight into the industry*.
10. Kardelis, K. (2005). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Liucijus. Šiauliai.
11. Kuizininė, I. (2011). *Kultūros vadyba. Strateginiai pasirinkimai*. Prieiga per internetą: (<https://web.p.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=24ac650a-b54b-4602-a96a-8b0f8c45585c%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtG12ZQ%3d%3d#db=asn&AN=74456175>).
12. Oklobdžija, S. (2015). *The role and importance of event tourism in urban areas*. *Theoretical and Applied Economics*.
13. Phat T, K. (2014). *The Impact of Event Marketing on Brand Equity: The Mediating Roles of Brand Experience and Brand Attitude*. *International Journal of Advertising*,
14. Popescu R, I., Corbos R. A. (2012). *Towards a Conceptual Model in Cultural Events*.
15. Richards, G., Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation*. Routledge,
16. Rogers E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*.
17. Staniškis, J.K., Staniškienė, Ž., Kliopova, I., Varžinskas, V. (2010). *Darniosios inovacijos Lietuvos pramonėje: kūrimas ir diegimas*. Kaunas : Technologija
18. Strazdas, R., Jakubavičius, A., Gečas, K. (2003). *Inovacijos. Finansavimas, rizikos kapitalas*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras.
19. Schumpeter J. A. (2003). *Ten great economists: from Marx to Keynes*.
20. Valentinavičius, S. (1997). *Inovacinio proceso teoriniai principai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.

# KROVINIO PERVEŽIMO ANALIZĖ „LOC TRACKER“ SISTEMOJE

*Milda Sližauskaitė*

*Lekt. Rūta Tumėnienė*

Marijampolės kolegija

## Anotacija

Krovinių vežimas yra vienas iš pagrindinių logistikos veiklos sričių. Be transportavimo paslaugų neegzistuoja pati logistika, nes visiems reikia naudotis transportavimu, kad gauti žaliavas. Įmonės užsiimančiomis krovinių pervežimų, kiekvienam kroviniui turi parinkti tinkamą maršrutą, žodis tinkamas, reiškia kainos ir laiko atžvilgi. Suradus optimaliausią maršrutą, galima sutaupyti ir pinigų, ir laiko. Optimaliausių maršrutų organizavime didelį darbą daro transporto vadybininkas, bet šių dienų didelis pagalbininkas stebint visą krovinio kelią yra autoparko valdymo sistemos. Straipsnyje supažindinama su Lietuvoje kurta automobilių valdymo sistema „Loc tracker“, bei surastas optimaliausias sprendimas, pasirinktam maršrutui.

Raktiniai žodžiai: Krovinio pervežimas, automobilių valdymo sistema „Loc tracker“, alternatyvus maršrutas.

## Įvadas

Temos aktualumas. Šiandieniniame pasaulyje žmonės neįsivaizduoja savo gyvenimo be krovinių pervežimo. Su juo susiduriame dažnai, nes apsipirkinėjimą parduotuvėse keičia apsipirkinėjimas internetu ir užsisakę prekių, laukiame kol jas atveš kurjeris. Šios paslaugos poreikis išaugo, kai prasidėjo Covid-19 pandemija, kurios metu ne visas prekes buvo galima nuvažiuoti ir nusipirkti. Atsižvelgiant į tokią transporto svarbą žmogaus kasdieniniame gyvenime ir jo įtaką įmonių veiklai, transporto paslaugos, tai yra krovinių vežimai, turėtų būti tinkamai planuojami ir organizuojami. Garalis (2003) išleistame logistikos terminų žodyne rašo, kad krovinių vežimas, tai operacija apimanti medžiagų, žaliavų, gaminių vežimą, transportavimo maršruto parinkimą, eismo grafikų sudarymą, transporto priemonių techninį aptarnavimą. „Visų šių operacijų tikslas – likviduoti teritorinį skirtumą tarp gamintojo ir vartotojo bei užtikrinti saugų ir ekonomišką krovinių atvežimą laiku“ (GRIGALIS, 2003).

Tyrimo objektas - Krovinio pervežimo analizė.

Tyrimo tikslas - Išanalizuoti konkretų maršrutą ir surasti jo optimizavimo galimybes.

Tyrimo uždaviniai:

1. Susipažinti su „Loc tracker“ sistemos inovatyvumu
2. Išnagrinėti maršruto, pateikto „Loc tracker“ sistemoje, ypatybes
3. Pateikti siūlymą alternatyviam maršrutui

Tyrimo metodai: Mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių, „Loc tracker“ automobilių valdymo sistemos bei pasirinkto maršruto analizė.

## 1. „LOCTRACKER“ sistemos teoriniai aspektai

„Loc tracker“ yra pažangiausia Lietuvoje esanti automobilių parko valdymo sistema. Padedanti padidinti transporto ir logistikos įmonių efektyvumą, didelį dėmesį skiria automobilių parko valdymo sprendimų kūrimui. Ši sistema aptarnauja 40tūkst. transporto priemonių ir 2tūkst. klientų, pagal kurių norus įdiegiamos naujos ir verslui reikalingos funkcijos. Ši sistema jau gyvuoja virš 15 metų, nuolat bendraudami su klientais ir išklausantys jų poreikius, sistema yra pasiekus aukštą lygį. „Loc tracker“ dirba su geriausiais duomenų teikėjais ir technologijų kūrimo partneriais bei pasižymi plačiomis inovatyviomis funkcijomis, jos nuolat yra plečiamos ir tobulinamos, bei prieinamos visiems klientams. Ši sistema turi daug skirtingų funkcijų, kurios padeda paprasčiau atlikti užsibrėžtus darbus, bei tai padaryti su optimaliais laiko ir finansiniais resursais.

„Loc tracker“ siūlo šias funkcijas:

- GPS sekimas - transporto priemonių GPS sekimas realiu laiku, nuotolinis jų duomenų nuskaitymas ir analizė. „Geofence“ pranešimų dėka galima žinoti, kada vilkikas atvyksta ir išvyksta, galima susikurti išsamias ataskaitas apie keliones ir sekti jų istoriją.
- Borto kompiuterio duomenys - borto kompiuterio rodmenų stebėjimas: greitis, rida, variklio apskos, degalų likutis ir sąnaudos, vietovės aukštis, ašių apkrovos ir kt. Galima matyti kuro kiekio bako momentinį atvaizdavimą ir pokyčio kreivę, taip galima planuoti kuro įpylimus. Taip pat šių duomenų stebėjimas gali padėti sumažinti kaštus, pastebėti neefektyvų naudojimą ar neįprastą elgseną.

- Tachografo duomenys - paprastas tachografo duomenų įvertinimas ir saugojimas. Supaprastintas planavimas ir laiko taupymas su realiu laiku matomais tachografo duomenimis (aktyvi būseną, važiavimo laikas, pertraukos būseną).
- „LocShare“ – transporto priemonių buvimo vietos ir istorijos bendrinimas, jautrios informacijos apsauga.
- Analitika ir ataskaitų rengimas – svarbios informacijos išsaugojimas grafikuose ir teksto formate. Klientų bazės perkėlimas į „Loc tracker“, vizitų ataskaitos.
- Žinutės – „Loc tracker“ žinučių programėlė mobiliajame įrenginyje, kompiuteryje kaip pagrindinis komunikacijos įrankis su vairuotojais: - Žinučių siuntimas pavieniams vairuotojams ar grupėms. Prisegtų dokumentų siuntimas.
- Užduočių valdymas – galima kontroliuoti ir matyti vairuotojų užduotis, sukurti maršrutus, stebėti užduočių būseną per atstumą, koreguoti maršrutus eigoje, iš anksto sužymėti degaline bei stovėjimo aikštes.
- Profesionali navigacija – kelio rodymas vairuotojams su „Sygic Truck“ navigacijos sistema ir „HERE“ žemėlapiams.
- Kelių mokesčių skaičiavimas - tiksliai apskaičiuotas kelių mokestis užduoties planavimo etape. Kelių mokesčių detalizavimas pasirinktam maršrutui pagal šalis ir rinkliavų surinkėjus.
- Dokumentų valdymas – dokumentų keitimasis realiu laiku, jų skenavimas naudojantis planšetinio kompiuterio fotokamera, galimybė vairuotojams sistemoje pildyti priėmimo-perdavimo aktus ir fiksuoti transporto priemonės pažeidimus.
- „Loc tracker“ šaldytuvams – galimybė stebėti temperatūros rodmenis iš „Carrier“ ir „Thermo King“ šaldytuvų ir juos gauti tiesiai į „Loc tracker“ sistemą. Galima stebėti tokius duomenis kaip: termograma, nustatyta temperatūra, pučiamo oro temperatūra, 2 zonų temperatūra.

Naudojantis „Loc tracker“ sistema galima ir lengviau bei greičiau suplanuoti maršrutą jį redaguoti, o jeigu norisi sutaupyti, „Loc tracker“ sistema turi funkciją, kuri duoda tavo sukurtam maršrutui ir alternatyvas. Vairuotojams taip pat lengva naudotis šia sistema, nes ji būna įdiegta į planšetinį kompiuterį. Vairuotojas kiekvieną savo žingsnį atsižymi, o pažymėtą funkciją mato ir vadybininkas savo kompiuteryje. Yra įdiegta ir papildomų funkcijų tokių kaip degalinių tinklų kuro kainas, o su jomis ir galiojančias nuolaidas, integracijos su LKW Walter, Infotrans, Terra IT, Andsoft, Timocom, Agheera sistemomis. O jeigu jums dar neužtektų siūlomų „Loc tracker“ funkcijų, visada galima kreiptis į „Loc tracker“ ir jie atsižvelgdami į jūsų poreikius, pasiūlys jums tinkamiausius variantus arba sukurs naujus.

## 2. Krovinio pervežimo analizė „LOCTRACKER“ sistemoje

Krovinių pervežimo įmonės turi efektyviai sudaryti grafikus ir maršrutus transportavimui. Kuriant logistines sistemas, svarbu ne tik laiku pateikti prekes galutiniam vartotojui ir užtikrinti kokybę, tačiau ir atlikti tai kuo mažesnėmis laiko ir finansinėmis sąnaudomis. Siekiant didžiausio efektyvumo, svarbu tinkamai parinkti transporto priemones, gabensiančias krovinis bei optimalų maršrutą, užtikrinantį kuo mažesnes laiko ir finansines sąnaudas. Šiam tikslui turi būti pasitelkiamos naujausios technologijos, metodai ir priemonės, leidžiančios efektyviai organizuoti įmonės veiklas ir valdyti logistikos procesus.

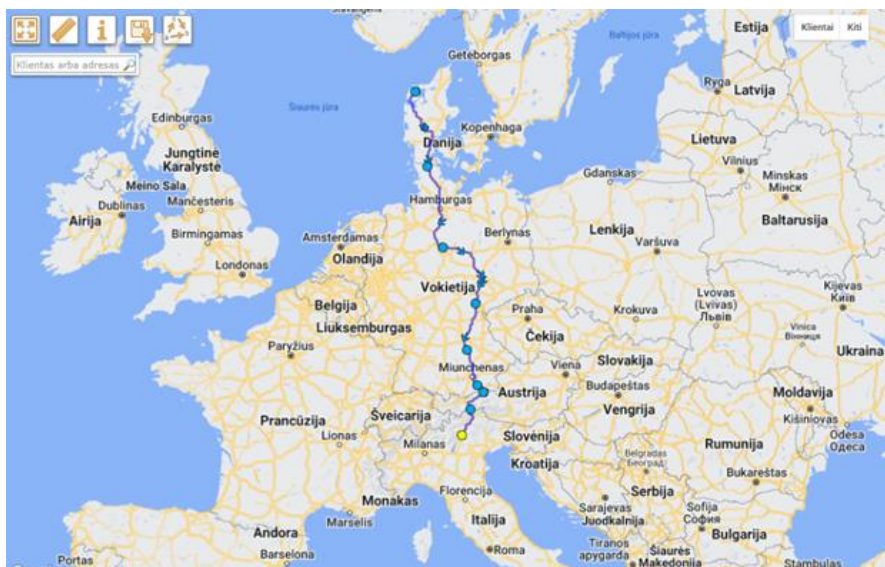
### 2.1. Maršruto analizė

Pasirinktas realus maršrutas Tisdenas (Danija) – Trentas (Italija). Pakrovimo data 2024.02.14, laikas 13.00val. , iškrovimo data 2024.02.16, laikas 13.00val. 1 pav. pavaizduotas pasirinktas maršrutas.

Pasikrovęs vilkikas Tisdena (DK) išvažiuoja 2024.02.14 13.30val. 1 lentelėje pažymėti visi vilkiko sustojimai iki išsikrovimo vietos, į kurią atvyksta 2024.02.16 07.43val.

1 lentelė **Vilkiko sustojimai**

Data, laikas	Šalis
02.14, 13.00val. (įvažiuoja į pasikrovimą)	Danija
02.14, 17.31val.	Danija
02.14, 17.50val.	Danija
02.14, 23.03val.	Vokietija
02.15, 12.26val.	Vokietija
02.15, 15.41val.	Vokietija
02.15, 17.55val.	Vokietija
02.15, 19.07val.	Vokietija
02.16, 07.43val. (įvažiuoja į iškrovimą)	Italija



1 pav. **Pasirinktas maršrutas: Tisdenas (DK) – Trentas (IT)**

Važiauta buvo iš Danijos per Vokietija ir Austriją į Italiją. Danijoje buvo nuvažiuota 308km. Danijos/Vokietijos siena kiršta 02.14, 18.43val., Vokietijoje buvo nuvažiuota 1057km. Vokietijos/Austrijos siena kiršta 02.16, 04.10val., Austrijoje nuvažiuota 110km., Austrijos/Italijos siena kiršta 02.16, 05.42val., Italijoje nuvažiuota 148km. Iš viso buvo nuvažiuota 1623 kilometrų.

## 2.2. Greičio analizė

Vilkikas pakrovime užtrunka 30min., tai darome prielaidą, kad puspriekabė nebuvo kraunama vietoje, o buvo iš anksto pakrauta, kad vilkikui reikėtų tik ją prikabinti prie vilkiko (vairuotojas pakrovime nedalyvavo).

Vidutinis greičio nustatyti nepavyko, bet 2 pav. matyti greičio kitimo grafikas. Maksimalus greitis buvo 90km/h. Vilkike yra nustatyta EKO greičio riba, kuri yra 85km/h. Vilkiko kelionės EKO ribos viršijimas siekia 9,6%. Šis procentas atspindi, kad vairuotojas galėjo rinktis ekonomišką važiavimo greitį, dėl kurio sumažėtų bendrosios kuro sąnaudos ir į aplinką išmetamų teršalų kiekis



2 pav. **Greičio grafikas**

Į iškrovimą įvažiuoja 2024.02.16 07.43val., išvažiuoja iš iškrovimo tą pačią dieną 13.44val., todėl manoma, kad vilkikas į pasikrovimą atvažiuo anksčiau arba darbuotojai jo nepriėmė ir neiškrovė laiku, dėl ko buvo sugaišta daug laiko.

### 2.3. Išlaidos kelių mokesčiams

Visos kelionės kelių mokesčių išlaidos:

- Danija – perkama mėnesinė vinjetė už 125eur. , tai  $125/29=4,31$ eur. (dienai)
- Vokietija – 19ct/km, tai  $0,19*1057=200,83$ eur.
- Austrija 0,42332/km, ši kaina galioja dieną (nuo 4h ryto), naktį tarifas didesnis. Kadangi mes keliaujame dieną, tai  $0,42332*110=46,57$ eur.
- Italijos kelių mokestis buvo sužinotas iš vadybininkės, kuri nurodė, kad šioje kelionėje už Italijos kelius reikėjo mokėti 45eur.

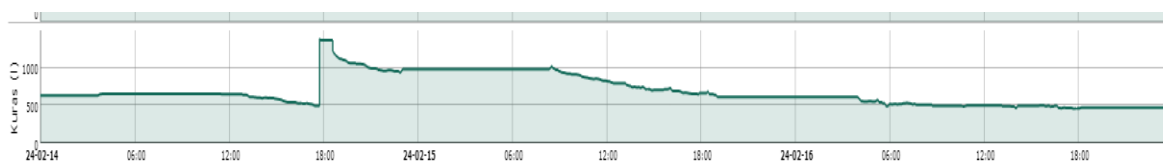
Viso kelių mokesčių:

- $4,31+200,83+46,57+45=296,71$ eur.

### 2.4. Kuro sąnaudos ir mokesčiai

Visoje kelionėje nuvažiuota 1623km. vidutinės kuro sąnaudos 30,8litro/100km. Pagal turimus duomenis apskaičiuojama kiek litrų degalų viso sunaudojama.

- $1623/100*30,8=499,9$ litro



3 pav. Kuro kitimo grafikas

Pagal kuro kitimo grafiką (3pav.) matyti, kad pilną baką kuro užsipylė 02.14 truputį prieš 18val. Pagal 1 lentelę matome, kad tuo metu buvo Danijoje. Danijoje dyzelino kaina kuro pylimo metu buvo 1,27eur. Iš šių duomenų skaičiuojame kiek eurų buvo išleista kurui.

- $499,9*1,27= 634,87$ eur.

### 2.5. Vairuotojo darbo laikas

Vairuotojo darbo diena prasideda 2024.02.14 12.54val. Šiuo metu jis pajuda iš stovėjimo aikštelės ir važiuoja į pakrovimo vietą, kuri yra netoli aikštelės. 13.20val. jau būna pakrovime. Užsikabinęs puspriekabę 13.30val. išvažiuoja iš pakrovimo vietos ir pradeda kelionę. 2 lentelėje pateikta viso maršruto vairuotojo darbo laiko apskaita.

2 lentelė Vairuotojo darbo laikas

DIENA	LAIKAS	RĖŽIMAS
14 DIENA	13:30 – 17:31 = 4.31val.	Darbo laikas
	17:31 – 17:45 = 14min.	Poilsis
	17:46 – 17:50 = 4min.	Darbo laikas
	17:51 – 18:36 = 45min.	Poilsis
	18:37– 23:03 = 4.26val.	Darbo laikas
	23:04 – 08:20 = 9.15val.	Poilsis
15 DIENA	08:21 – 12:25 = 4.04val.	Darbo laikas
	12:26 – 13:10 = 44min.	Poilsis
	13:11 – 15:41 = 2.30val.	Darbo laikas
	15:42 – 15:54 = 12min.	Poilsis
	15:55 – 17:54 =1.59val.	Darbo laikas
	17:55 – 18:22 = 27min.	Poilsis
	18:23 – 19:06 = 43min.	Darbo laikas
19:07 – 03:59 = 8.52val.	Poilsis	
16 DIENA	04:00 – 07:43 = 3.43val.	Darbo laikas
	07:44 – 08:42 = 58min.	Poilsis (įvažiavimas į iškrovimą)
	08:43 – 08:44 = 1min.	Darbo laikas (Transporto priemonės pervarymas)
	08:45 – 10:35 = 1.50val.	Poilsis
	10:36 – 10:57 =21min.	Darbo laikas (važiavimas aplink sandėlį)



	10:58 – 13:02 = 2.04val.	Poilsis
	13:03 – 13:10 = 7min.	Darbo laikas (važiavimas aplink sandėlį)
	13:11 – 13:43 = 32min.	Poilsis

Pradėdamas kelionę iš pakrovimo vietos vairuotojas nuvažiuoja tiek kiek priklauso 4,5val. ir daro nereikalingą pertrauką, taip sugaišdamas 18min. Toliau 14 dienos maršrutą pravažiuoja teisingai ir 23:04 stoja naktiniam 9 valandų poilsui. 15 dieną pradėjęs kelionę, nuvažiuoja 4.04val., kai galėtų važiuoti 4,5val., taip dar sutaupydamas 26min. Toliau važiuoja gerai, nes darome prielaidą, kad po 2,5val. važiavimo 12min. pertrauka buvo tik į tualetą, nes po šios pertraukos nuvažiuoja dar 2val., kas sudėjęs gaunasi 4,5val. važiavimo ir trumpas sustojimas (kuris buvo būtinas). Naktiniam ir ilgam 9val. poilsui sustoja 19:07val. Vairuotojas paskutinę maršruto dieną pradeda 04:00val. Nuvažiavęs likusį kelią per 3.43val., 07:43 įvažiuoja į iškrovimą.

## 2.6. Alternatyvus maršrutas

Išanalizavus visą turimą informaciją apie maršrutą, reikia surasti jam alternatyvų. Į žemėlapi suvedus maršrutą (žr. 4pav.) matome, kad siūlomi du variantai: vienas toks koku buvo važiuota ir

kitas, kuris yra 49km. trumpesnis. Į nurodytą važiavimo laiką nežiūrime, nes jis nurodytas automobiliams, o ne vilkims. Trumpesniame maršrute matoma daug kelio remonto darbų, todėl vilkikiu šiuo keliu važiuoti yra ne taip saugu kaip pirmuoju atveju. Į kelių mokestį, kuriame kelyje yra mažesnis, nežiūrime, nes už šį mokestį sumoka klientas. Tad atsižvelgus į šiuos kelis aspektus maršrutą paliekame ta patį.



4 pav. Maršrutas: Tisdenas-Trentas (Google maps)

Kadangi į iškrovimo vietą atvažiuome 07:44val., o iš jo išvažiuome tik 13:43val. (žr. 2 lentelę), darome prielaidą, kad atvykome per anksti. Tad pažiūrėjus į vairuotojo darbo režimą ir jį pakoregavus galime optimizuoti maršrutą per šį aspektą. Nuo įvažiavimo į išsikrovimą turime laisvas 5val. ir 27min. (pagal 2 lentelę išsikrovimas prasideda 13:11val.), todėl jeigu naktinius poilsio režimus, kurie buvo po 9val. (9val. poilsio vadinamas „sutrumpintas kasdienis poilsis“, kuriuo vairuotojai gali pasinaudoti tik 3 kartus tarp bet kurių dviejų kassavaitinių poilsio laikotarpių) pakeistume poilsiu po 11val. (šis 11val. poilsio režimas vadinamas „normaliu kasdieniu poilsiu“) į išsikrovimą įvažiuotume 11:44val. ir vilkiko stovėjimas sandėlyje sutrumpėtų iki 1valandos ir 27min., o sutrumpintą poilsio laiką, kuris yra limituotas, galėtumėme taupyti kitiems maršrutams. 2 lentelėje matyti, kad optimizuojant maršrutą galėtumėme kai kuriose vietose prailginti važiavimo laiką, bet mums neaktualu, nes atvažiuotumėme greičiau ir turėtumėme ilgiau laukti.

Apibendrinama galiu teigti, kad alternatyvaus maršruto paieška susideda ne tik iš laiko ir nuvažiuoto atstumo aspektų, bet turi būti atsižvelgta ir į tokius aspektus kaip kelio būklė, vairuotojo darbo ir poilsio laiko režimai ir kelių bei kuro mokesčius.

### Išvados

1. „Loc tracker“ yra pažangiausia Lietuvoje esanti automobilių parko valdymo sistema, kuri siūlo daugybę funkcijų palengvinančių vadybininko darbą, bei jo komunikaciją su vairuotoju. Ši sistema siūlo: GPS sekimą, borto kompiuterio bei tachografo duomenų stebėjimą, ataskaitų rengimą, patogų užduočių valdymą bei greitą ir lengvą duomenų ir žinučių siuntimą tarp vadybininko ir vairuotojo. Neužtekus funkcijų, kurias siūlo „Loc tracker“, jie suteikia galimybę siūlyti idėjas patiems.
2. Pasirinktas maršrutas Tisdenas (Danija) – Trentas (Italija). Pakrovimo data 2024.02.14, laikas 13.00val., iškrovimo data 2024.02.16, laikas 13.11val.. Važiauta per Daniją, Vokietiją, Austriją ir Italiją. Nuvažiuota 1623km. Kelių mokesčiai 296,71eur. Kuro sąnaudos 634,87eur.
3. Maršrutas paliktas tas pats, dėl priimtinių kriterijų, tokių kaip kelių būklės, kilometražo, infrastruktūros. Nuspręsta optimizuoti vairuotojo darbo laiką. Atsižvelgus į tai, kad vairuotojas atvyko į iškrovimą daugiau nei 5 valandom anksčiau, siūlau jo ilgąjį poilsį prailginti iki 11 valandų, o 9 valandų poilsį taupyti kitiems maršrutams.

### Literatūra

1. Garalis, A. 2003 . *Logistikos terminų aiškinamasis žodynas*. Šiauliai. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla.
2. Loctracker sistemos oficialus puslapis. Prieiga per internetą: <https://stankunas.lt/loc/lt>



# THE USE OF JARGON IN INTERNATIONAL INSTITUTIONS

Aurelija Stašaitienė

Lekt. Romalda Kasiliauskienė

*Marijampole college*

## Abstract

The research explores the impact of jargon on international institutions, focusing on the relevance of adapting to technological advancements. The study employs qualitative methods, including case studies and interviews, to analyze how companies integrate jargons into their daily business communication. Results indicate that successful adaptation of jargon enhances efficiency, customer engagement, and competitive advantage.

Keywords: jargon, business communication, technical terms.

## Introduction

Business language is a specialized field with its own vocabulary and communication norms to express and embody the organizations goals. A person's choice of words can reveal much about their intelligence and social relationships. Knowing how to decipher these basic linguistic codes is essential in any situation. In the business world people know that well - chosen words can have a huge impact while mispronounced or poorly articulated words can have consequences. People who do not understand business often rely on long monologues to show professionalism and inadvertently upset the audience. Elements such as the use of appropriate terminology, consistency, appropriate tone and focus of the message are essential in business speech. It is important to avoid using vague terms when communicating with your audience as this can damage institution reputation. In business communication it is important to strike a balance between using terms to convey knowledge and simplifying complex concepts for a wider audience. Defining and explaining a term the first time it is used in conversation or written communication is an effective way of incorporating jargon into business English.

**Research object** - the use of jargon in international institutions.

**The aim of the research** is to investigate the peculiarities of jargon used in different contexts of international institutions.

To achieve this aim, the following **objectives** are set:

1. to define the concept of jargon in business discourse;
2. to reveal the peculiarities of jargon used in international institutions;
3. to analyze and compare the selected examples of jargon on different platforms;
4. to disclose the attitude towards jargon of employees in Business English speaking institutions.

The main research **methods** used in this paper are:

1. descriptive method helps to provide a theoretical overview;
2. comparative method helps to reveal the importance of business jargon;
3. Statistical research method allows to capture specific patterns in the use of business jargon.

## 1. Definition and importance of jargon in business English

Jargon is a specific form of spoken language that differs from ordinary language in its lexis and phraseology, often without its own phonetic and grammatical system. It is most often used by particular social or professional groups to express commonality and identity. In business English, slang can play an important role in creating an informal and friendly atmosphere and in strengthening relationships between colleagues and clients. While the uniqueness of jargon can foster a sense of belonging and camaraderie among people who share knowledge or expertise, the uniqueness of jargon can also make it difficult to communicate with people outside the group. When communicating with people who are not familiar with the terminology it is important to explain or define the term according to the audience.

### 1.1 Adapting jargon to business English

The use of business English is essential in a professional environment including work, meetings, negotiations, presentations and written correspondence. In today's interconnected global environment where businesses operate across borders and cultures the importance of business English to people's success has grown exponentially. One of the key components of business English is the priority given to clear and accurate communication. In business it is essential to convey information accurately and effectively to ensure that all parties understand the intended message. A key element of business English is the

acquisition of a broad vocabulary and specialized jargon related to different sectors and professional roles. People working in finance, marketing and technology need to have a good understanding of industry-specific jargon in order to communicate effectively with colleagues, clients and stakeholders. Business English also includes phrases and idioms commonly used in the business world such as “innovative thinking”, “finding unconventional solutions” and “starting a project”. Business English covers various aspects including vocabulary, grammar and communication skills such as writing, speaking, listening and presenting. Effective written communication skills are essential for producing emails, reports, proposals and other business documents.

In a global business environment professionals need to be able to recognize and adapt to cultural differences and adapt their approach to communication to foster strong relationships, trust and positive interactions with international partners and clients. Effective communication, collaboration and success in a business environment depend on a command of business English. As Thomas Jefferson aptly put it the ability to communicate one’s thoughts succinctly is an invaluable skill (Jefferson, 1787). Developing good language, vocabulary, communication skills and cultural awareness will help communicate professionally and advance career in today’s competitive global marketplace.

**Table 1. Tips for Effective Communication in the Workplace**

<b>Avoid Vague Business Jargon</b>	Avoid overused, misleading terms such as “leverage”, “synergy”, “paradigm shift” and “low hanging fruit”. These jargon phrases can obscure the meaning of your message and alienate your audience.
<b>Use Personal Pronouns</b>	Include “I”, “we” and “you”. This makes your communication more personal and relatable. This will help you build a stronger connection with your audience.
<b>Keep Messages Simple and Direct</b>	Use clear and simple language to explain your ideas and give instructions. Focus on communicating your key points simply and effectively, avoiding long, complicated sentences.
<b>Provide Context</b>	When providing information, provide the necessary context to help your audience understand the purpose and importance of the message. Explain the “why” behind what you are communicating.
<b>Encourage Feedback and Questions</b>	Create an open, receptive atmosphere where your team feels comfortable asking clarifying questions and giving you feedback on your communication style.
<b>Schedule Regular Check-ins</b>	Use one-to-one meetings and team check-ins to keep the lines of communication open. Make sure everyone is on the same page.
<b>Tailor Communication to Your Audience</b>	Tailor the language you use and the way you communicate to the needs and preferences of the individuals or teams you’re addressing.
<b>Practice Active Listening</b>	Show that you’re fully engaged by maintaining eye contact, taking notes and responding with relevant comments and gestures.
<b>Offer Constructive Feedback</b>	When giving feedback start with positive reinforcement before suggesting ways to improve. Give your team the opportunity to share their thoughts as well.
<b>Use Appropriate Communication Channels</b>	Choose the appropriate medium (e.g. email, face-to-face meeting, video call) depending on the urgency and sensitivity of the information being shared.

## 1.2 The need to understand jargon in business English

Knowledge of business jargon increases business efficiency. It helps to understand industry norms, customs and culture so that communication styles can be adapted where necessary. This adaptation is particularly valuable when dealing with international clients and partners reducing cultural and linguistic differences. Although corporate jargon is often seen as unnecessary or ridiculed it persists in the workplace for a variety of reasons:

1. Jargon is used to express specific ideas, give instructions or emphasize key points.
2. Some people use jargon to express professionalism.
3. Long-term use leads to jargon becoming embedded in communication practices and integrated into everyday language.

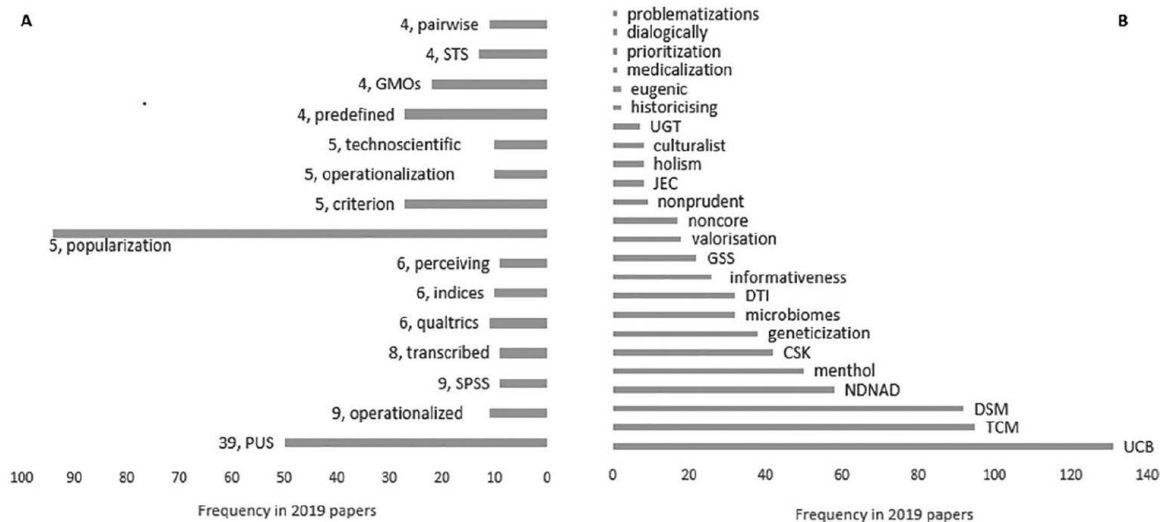


Figure 1. Rarely used jargons

The De-Jargonizer study shown in Figure 1 highlights the persistence of rare jargon and the questions raised about the future use of such terms. Some people manage to incorporate unusual jargon into their everyday vocabulary others avoid it and choose not to use it. Understanding business English jargon is essential for effective communication, navigating the business world and building a strong professional reputation. Taking the time to learn and use industry-specific terminology can help become a more confident business professional.

## 1.3 Potential risks or drawbacks of overusing jargon

Jargon when used judiciously can effectively communicate complex ideas. Its excessive use can spawn numerous issues that impact both communication and the dynamics within an organization.

- Clarity and Miscommunication
- Alienation and Isolation
- Trust and Credibility
- Engagement and Productivity
- Barriers for Newcomers and Learning Challenges

While jargon has its place in facilitating specialized discussions its overuse can adversely impact communication the internal dynamics of an organization and overall business efficacy. Achieving effective and comprehensive communication requires a careful balance between using precise terms and maintaining clarity.

## 2. General classifications of jargon

General classifications of slang cover different aspects of language use, which are often informal and specific to certain social groups. Slang can be classified according to areas of use, such as drugs, weapons or the general treasury, as listed in the Lithuanian slang database (Lithuanian slang database, 2020) . These classifications help to understand how certain groups use language to express their identity and communication needs.

There are four general ways of classifying jargon:

- Industry-specific jargon

- Technical jargon
- Buzzwords

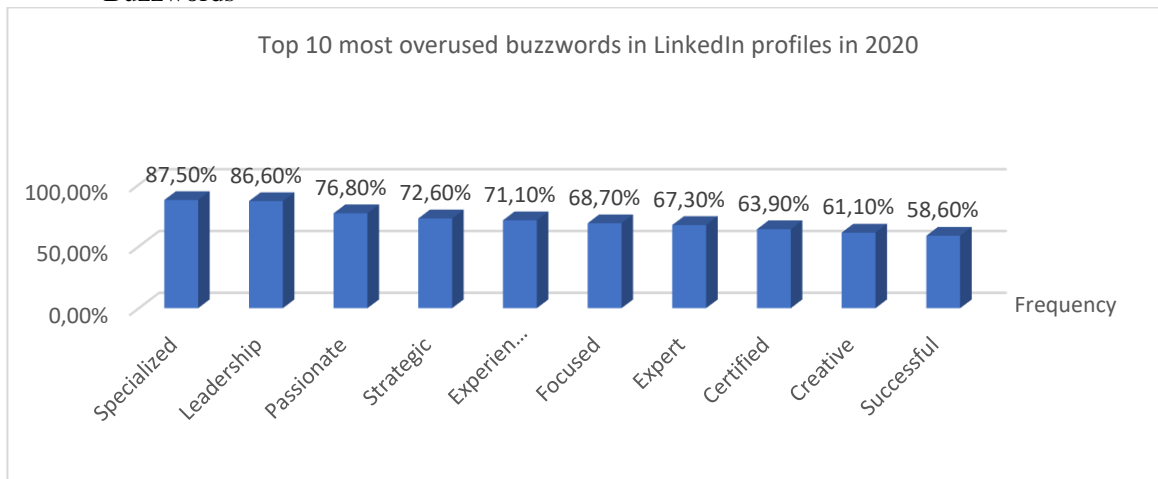


Figure 2. Top 10 Most Overused Buzzwords in LinkedIn Profiles of 2020

Figure 2. shows the top 10 most overused buzzwords in LinkedIn profiles in 2020, along with how often they're used and a brief explanation of what they mean:

"Specialized" (87.5%) - describes competence or specific skills in a field;

"Leadership" (86.6%) describes the ability to lead and motivate others;

"Passionate" (76.8%) describes strong commitment and enthusiasm;

"Strategic" (72.6%) describes deliberate action;

"Experienced" (71.1%) describes a person who has a great deal of knowledge or experience in a particular area;

"Focused" (68.7%) describes dedication to a specific goal or task;

"Expert" (67.3%) describes having very good skills or knowledge in a particular field;

"Certified" (63.9%) describes holding a professional certificate;

"Creative" (61.1%) describes having original ideas and the ability to think outside the box;

"Successful" (58.6%) describes having achieved positive results.

Regional slang

### 3. A comparative analysis of the use of jargon in international institutions

The use of jargon in international institutions is a widespread phenomenon that can have both positive and negative consequences. A comparative analysis of the use of jargon in international institutions provides a better understanding of the causes and consequences of this phenomenon and offers recommendations for the appropriate use of jargon to avoid communication breakdowns and ensure smooth cooperation.

#### 3.1 A comparative analysis of the use of jargon in advertising across international institutions (Apple Inc., Patagonia)

To effectively reach a global audience and promote their products international companies use a variety of advertising strategies. These strategies are carefully tailored to the cultural preferences and demographic specifics of each region. The advertising strategies of multinational companies reflect their brand identity and their commitment to engaging with customers globally. Henry Ford once said: 'Stopping advertising to save money is like stopping your watch to save time' (Ford,1923). By understanding and responding to the diverse needs and preferences of their audiences, these companies can create powerful advertising campaigns that build brand awareness and loyalty in different markets. The use of language in multinational advertising is also a critical element. It is used to establish credibility, demonstrate expertise and connect with a knowledgeable audience. The strategic use of jargon and a deep understanding of cultural nuances in advertising are essential for multinational companies.

Apple Incorporated is a multinational technology institution which has earned a reputation as an innovator in their own right. With a loyal customer base and a strong brand identity that distinguishes it in the competitive technology industry Apple Inc has emerged as a global leader in technology, design, and

innovation. Apple is known for its strategic use of specific terminology in its marketing efforts to effectively communicate the unique qualities and values of its brand.

Patagonia is known for its strong stance on environmental issues and its authentic marketing strategy. One of the ways Patagonia does this is by avoiding the use of jargon in its advertising. Patagonia strives to be transparent and honest with its customers. By using simple and clear language, the company ensures that its messages are easily understood by everyone, regardless of their background or experience. The company wants its advertisements to be accessible and to engage the widest possible audience.

The contrasting advertising strategies of Apple and Patagonia highlight their unique brand identities and values. Apple's focus on showcasing technological innovation and Patagonia emphasis on sustainability and simplicity both serve to build a loyal customer base and establish a strong brand presence in their respective industries. By tailoring their messages to the interests and values of their target audiences both companies effectively build trust and loyalty, demonstrating the importance of choosing the right communication approach to resonate with consumers. In the broader context of industry advertising strategies, Apple and Patagonia use different approaches to connect with their respective audiences. Apple uses tech jargon to highlight the innovative features and advanced technology of its products positioning itself as a leader in design and innovation in the technology sector. This approach underlines Apple's commitment to pushing the boundaries of what is possible and appeals to consumers who value cutting-edge technology and high-quality design.

### **3.2 A comparative analysis of the use of jargon of international institutions on social networks (Instagram, Facebook, Everlane)**

Social media has woven itself into the fabric of our daily lives by serving as a central platform for connecting individuals across the globe. "Social networks feed on human beings' million-year-old habit of wanting to connect, to relate, to share" (Thompson, 2009) . It not only facilitates personal interactions but also acts as a dynamic arena for cultural exchange and professional networking. Platforms such as Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn and TikTok have redefined interpersonal communication allowing users to create personal profiles, disseminate updates and share multimedia content in real time. These platforms are not just about connectivity they are essential for collaboration and community building. In the context of corporate communications the use of specialized jargon on social media can be both beneficial and detrimental. While it can facilitate targeted communication to specific audiences excessive use of technical language can alienate broader audiences who may not share the same expertise. Multinationals therefore need to strike a balance mixing industry-specific terminology with more accessible language to ensure clarity and inclusivity in their communications.

Instagram is a platform launched by Kevin Systrom and Mike Krieger in 2010 and later acquired by Facebook for \$1 billion in 2012 exemplifies the evolution of social media towards more visually oriented content. It has introduced features such as Instagram stories which have been widely embraced for their spontaneity and temporary nature. On Instagram and similar social media platforms certain technical terms are often used to describe various aspects of social media marketing, user engagement, analytics and platform features. Below are some common terms used in Instagram industry:

- Engagement Rate
- Reach
- Impressions
- Algorithm
- Stories

Facebook is one of the world's most popular social networks, owned by Meta Platforms, Inc. a conglomerate. Initially aimed at students at Harvard University, the network quickly spread to other universities and eventually became available to all internet users. Despite the challenges, Facebook remains an important social network, connecting billions of people around the world and constantly evolving to meet users' needs and expectations. Facebook uses a variety of jargon on its platform. Jargon helps to communicate concepts and features clearly and creates a closer connection with users. Here are some examples of how Facebook uses jargon:

- News Feed:
- Like
- Friend
- Like Page
- Tag

- Event
- Group
- Game

These terms have become a common language in social networking, helping users to understand the features of Facebook and to interact more effectively on the platform.

Increasingly companies are moving away from complex technical language and opting instead for a more straightforward user-friendly style of social media communication. A prime example of this trend is Everlane, a fashion brand known for its commitment to transparency, sustainability and ethical practices uses a clear and simple communication style in its social media outreach. Companies that avoid using jargon in their social media interactions demonstrate a commitment to transparency, authenticity and customer focus. By prioritizing clear and understandable language these companies are effectively engaging their audiences, building trust and differentiating themselves in a competitive digital landscape.

Given the facts presented above, Instagram and Facebook use jargon to help users understand and use their platforms more easily and to create a sense of community. Instagram's jargon is more focused on content forms and features, while Facebook's jargon is more focused on functionality and user interaction. Meanwhile, Everlane avoids jargon in order to be transparent and honest with its customers by using simple and clear language. These different strategies reflect different corporate goals and values, but all are effective in their own context.

### **3.3 A comparative analysis of the use of jargon of international institutions in business internal communication and corporate meetings (Google, Amazon, Coca-Cola)**

Internal dialogue within an organization involves the sharing of knowledge, ideas and feedback, which is essential to foster teamwork, employee engagement and alignment with business objectives. Various methods are used for this purpose, including face-to-face meetings, email, SMS, telephone discussions, video calls and company bulletins, each of which meets different needs. "Communication is the real work of leadership" (Nohria, 2010). Corporate meetings play a key role in improving communication, fostering teamwork and streamlining decision-making across different business units. From team briefings and customer consultations to board meetings and project discussions, these meetings each play a different role within the corporate framework.

In the words of Catherine Gray at her article "How Google became the world's most popular search engine" (2021), Google is a global technology giant is best known for its search engine which dominates global usage. Founded in 1998 by Larry Page and Sergey Brin during their time at Stanford University it has grown to become one of the world's most valuable companies. Google offers a wide range of services and products, including online advertising, cloud services, software and hardware.

Google emphasizes innovation, research and development. Its corporate ethos "Don't be evil" underlines its commitment to ethical behavior and social responsibility. Internally Google uses specific jargon to foster a unique and collaborative culture. Terms such as "Googlers" for employees, "Googleness" for valued employee characteristics, and "20% time" for the initiative that allows employees to dedicate time to personal projects play an important role in defining the institution culture and values.

Amazon is one of the world's largest and most influential technology companies. Starting out as an online bookstore, Amazon quickly expanded into an "everything store" offering a wide range of products including electronics, clothing, groceries and more. Amazon uses terms that encourage employees to think outside the box and take risks. For example, "Bias for Action" means that employees should act quickly and make decisions even if they don't have all the information. This approach helps the company to adapt quickly to market changes and maintain a competitive advantage.

Coca-Cola is one of the world's best-known and most successful companies. Originally marketed as a headache remedy, Coca-Cola quickly became a popular soft drink enjoyed by billions of people around the world today. Coca-Cola uses jargon related to production and marketing processes. This helps to ensure that all employees understand the company's objectives and strategies related to the production and marketing of its products. Coca-Cola uses a variety of acronyms and terms to help communicate information quickly and clearly. For example, 'OBPPC' (Occasion, Brand, Price, Package, Channel) is used to define product strategies. Such terms allow employees to quickly understand what is being discussed and save time. Specific jargon helps to create a common cultural identity among employees. Coca-Cola promotes a "Refresh the World" mentality, which means that employees should work with enthusiasm and innovation. This term has become an important part of the company's culture and helps to keep employees motivated and creative. Coca-Cola uses terms that encourage employees to think outside

the box and take risks. For example, 'Bias for Action' means that employees should act quickly and make decisions even if they do not have all the information. This approach helps the company to adapt quickly to market changes and maintain a competitive edge.

All three companies - Coca-Cola, Amazon and Google - use jargon in their internal communications to promote efficiency, cultural unity and innovation. However, each company faces different challenges and has its own specific solutions:

- Coca-Cola uses jargon for product strategies and marketing but faces misunderstandings among new employees.
- Amazon uses jargon related to e-commerce and logistics processes but faces employee stress and burnout.
- Google uses jargon related to technology and innovation but faces communication barriers between new employees.

#### **4. Research on the use and understanding of jargon in business English-speaking institutions**

Understanding and using jargon in English-speaking business institutions is important for effective communication and cultural integration. Used appropriately, jargon can facilitate communication between employees, but misuse can lead to misunderstandings and disrupt formal meetings. Multinational companies therefore need to manage the use of jargon carefully in order to maintain clear and professional communication.

##### **4.1 Survey on Jargon in Business English: Participants and Perspectives**

The survey participants included:

- Business practitioners
- Business leaders
- Communication professionals
- Training and development specialists
- Language and communication researchers
- Multinational or multicultural team members
- Independent professionals
- Students and educators

The survey ensured a thorough examination of jargon use in business English across different sectors and professional domains by involving a wide range of participants with different roles, experiences and expertise in business communication.

##### **4.2 Evaluation of data and results**

A survey involving 56 respondents from various business sectors revealed that:

- 60% believe business jargon is common in professional communication.
- 60% rarely encounter unfamiliar jargon in the workplace.
- 40% think excessive jargon hinders effective communication.
- 80% believe it is important to explain jargon to colleagues.
- 20% have felt excluded or confused by jargon.
- 60% agree that business communication is moving towards more informal language.
- 60% believe jargon can help establish credibility and competence.
- 60% rarely use jargon in written correspondence.
- Opinions are divided on the need for jargon training.

#### **Conclusions**

1. Jargon in business discourse is a specific language used by certain social or professional groups.
2. Jargon is characterized by words and expressions that often do not conform to the norms of the common language and are only understood by members of that group.
3. International institutions use terms that have specific meanings in a particular context.
4. Jargon allows information to be passed quickly and accurately between professionals.

5. Jargon helps to form and maintain group identity.
6. Jargon can cause communication problems with outsiders or newcomers to the organization.
7. International institutions often use technical terms and acronyms that are understood only by specialists in a particular field.
8. The jargon of international institutions helps effective communication between representatives of different countries but can be difficult for the general public to understand.
9. While a significant proportion of respondents felt that jargon training in business English was not necessary, some expressed uncertainty, suggesting that there may be a need for more training in communication skills.
10. Respondents said they felt excluded and bewildered when they came across jargon in business conversations, indicating potential barriers to communication.
11. The respondents' views on whether technical language helps or hinders communication remained consistent across situations and audiences, indicating that technical language has consistent effectiveness in conveying information.

### References

1. "What Google's 'Don't Be Evil' Slogan Can Teach You About Creating Your Company's Motto" by Peter Ward (2018), [viewed 2024-02-09] Available online: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/01/05/what-googles-dont-be-evil-slogan-can-teach-you-about-creating-your-companys-motto/>
2. "Think different" Wikipedia article, [viewed 2024-03-17] Available online: [https://en.wikipedia.org/wiki/Think\\_different](https://en.wikipedia.org/wiki/Think_different)
3. "A Closer Look at IBM's 'Smarter Planet' Campaign" by Joel Makower (2008), [viewed 2024-01-11] Available online: <https://www.greenbiz.com/article/closer-look-ibms-smarter-planet-campaign>
4. "'08: Apple (1997) – Think Different" by Craig Tanimoto [viewed 2024-01-11] Available online: <https://www.creativereview.co.uk/apple-think-different-slogan/>
5. "Behind IBM's Quest for a 'Smarter Planet'" by Joel Makower (2009), [viewed 2024-02-14] Available online: <https://www.greenbiz.com/article/behind-ibms-quest-smarter-planet>
6. "Make Your Business Human: Relatable Writing" by Brad Shorr, [viewed 2024-02-17] Available online: <https://blog.olark.com/how-to-write-like-a-human>
7. "150 Business Jargon Fixes" by Straight Noth, [viewed 2024-03-20] Available online: [https://www.academia.edu/40732058/Business\\_jargon\\_fixes](https://www.academia.edu/40732058/Business_jargon_fixes)
8. "Lehrbuch 'Business English'" by Isabelle Thormann (2012), [viewed 2024-03-19] Available online: [https://www.researchgate.net/publication/258286452\\_Isabelle\\_Thormann\\_Lehrbuch\\_%27Business\\_English%27](https://www.researchgate.net/publication/258286452_Isabelle_Thormann_Lehrbuch_%27Business_English%27)
9. "English Dictionary of Business Terminology" by Carl Kanowsky (2017), [viewed 2024-04-05] Available online: <https://www.uni-hamburg.de/sprachenzentrum/dokumente/mfs/business-dictionary.pdf>



# ANGLICISMS IN THE LITHUANIAN ADVERTISING LANGUAGE

*Evelina Sutkaitienė*

*Lekt. Romalda Kasiliauskienė*

*Marijampolės kolegija Higher Education Institution*

## Abstract

Advertising is one of the most important communication tools for promoting the sale of products or services. Many companies and organizations use English terms and phrases to reach international audiences or to create a modern and trendy image. However, the use of English expressions in Lithuanian advertising also causes certain problems. This article focuses on Anglicisms in Lithuanian advertising. A descriptive method was used to present the theoretical material and the analysis of Anglicisms.

Key words: anglicisms, advertising, advertising language.

## Introduction

Advertising is a particularly important marketing tool to attract attention, drive trade or sales, and thus increase profits. In today's global marketing and advertising world, the use of English words, terms, and phrases is widespread and often considered the norm. However, although English is a global and widely used language, its terms and phrases can be difficult to understand for non-native English speakers. Moreover, insufficient control over the use of Anglicisms can jeopardize not only the existence of the English language, but also the incomprehensibility and irrelevance of advertising messages to the needs and desires of the target audience.

**Research object** - Anglicisms in the Lithuanian language of advertising.

**The aim of the research** is to analyse the peculiarities of Anglicisms used in Lithuanian advertising discourse.

To achieve the aim, the following **objectives** have been set:

1. To define the concept of Anglicisms in Lithuanian advertising texts.
2. To analyse the most frequent Anglicisms used in Lithuanian advertising and identify their Lithuanian equivalents.
3. To disclose the attitude of the respondents towards the use of Anglicisms in Lithuanian advertising discourse.

The main **methods** applied in the study are the following:

1. the descriptive method was used to present the theoretical material and the analysis of Anglicisms in advertising in the Lithuanian language.
2. a quantitative method, a survey, which helped to reveal the attitudes of the Lithuanian citizens towards the use of Anglicisms in advertising in Lithuanian.

## 1. Definition of anglicisms

E. Tutlienė states: "If the headline has to grab attention, the text has to win the heart of the buyer. The text of the advertisement should explain the benefits of the product or service offered. The text should be short sentences, simple, clear, and short (around fifty words). The information can be presented either by explicitly stating the benefits of the product or by telling a story. It is important to give details of the reliability of the product, as this is the customer's main concern." (Tutlienė, 2014, p. 177)

In Lithuanian advertisements, we often see Anglicisms, which do not always make the text clear. So, let us first find out what is an Anglicism?

V. Urbutis describes Anglicisms as follows: "The most common are lexical Anglicisms – loanwords (and translations). The classification of direct borrowings of the Lithuanian language, too, does not distinguish between Anglicisms at all. Or, when reviewing the subgroups of Germanisms, it only mentions the uncommon Lithuanian American household Anglicisms (also called Americanisms), of which there is only one other from the re-immigrants, at least to some extent known in the Lithuanian dialects." (Visuotinė lietuvių enciklopedija, 2023)

The Dictionary of Terms defines Anglicisms as "An Anglicism is a word or phrase that is derived from English or is used in English but is not considered part of standard English. Anglicisms can be words that are borrowed from English, or they can be words or phrases created from English words or phrases. They may be used in English-speaking countries or in countries where English is not the main language.

Anglicisms are often used in everyday speech and writing, and are often found in newspaper articles, books, and films. They can be used to spice up a text or to make it more comprehensible to an English-speaking audience. But they can also be seen as a sign of laziness or a lack of knowledge of standard English.” (Terminu-zodynas, 2022)

Dictionary.com gives a short and clear definition of Anglicisms: “Anglicism [ ang-gluh-siz-uhm] noun (sometimes lowercase)

1. a Britishism.
2. the state of being English; characteristic English quality.
3. a word, idiom, or characteristic feature of the English language occurring in or borrowed by another language.
4. any custom, manner, idea, et cetera, characteristic of the English people.” (Dictionary.com, 2022)

In simple terms, Anglicisms are words and phrases borrowed from English. Often, Anglicisms in Lithuanian are simply English words with a Lithuanian suffix. There are many Anglicisms in the Lithuanian language, and it is impossible to count them, as each person can translate them differently, and the ever-changing technology also encourages the appearance of Anglicisms. Anglicisms are particularly common amongst young people and are used in everyday communication (for example, OK, OMG - oh my god, gamer'is, chatinti, et cetera). However, increasingly often, we can also see Anglicisms in advertising, which do not always adorn our native Lithuanian language.

## **2. Anglicisms and other loanwords in advertising texts**

The Law on Advertising of the Republic of Lithuania stipulates that the requirements of the Law on the State Language of the Republic of Lithuania apply to both the written and the audio text of advertising. This means that the norms of the correct Lithuanian language must be observed. (e-tar.lt, 2000)

Vaicekauskienė states that the competition between English and Lithuanian is discussed more specifically in the guidelines for state language policy: both the 2003–2008 guidelines and the 2009–2013 draft are concerned, among other things, that the sphere of influence of English is rapidly expanding in Lithuania, and that public signs in foreign languages are increasing. Thus, Lithuanian legislation seeks to limit the use of other languages in the public sphere by legal means and to strengthen the position of the Lithuanian language. At the same time, the field of advertising, both in Lithuania and elsewhere, is becoming increasingly mixed. Research on the use of English in advertising in non-English-speaking countries shows that the field of advertising is undergoing rapid change, suggesting that bilingualism and multilingual domains promoted by English have become the norm in today's post-modern world, and that they go beyond the usual evaluations. (Vaicekauskienė, Post-modern bilingualism: national languages and English in advertising, 2009 , p. 110-111)

Advertising, usually classified by Lithuanian researchers as a journalistic style, can also be considered a "functional dialect". This type of dialect is formed when a language is used for a particular purpose, and eventually becomes a distinct language variety in its own right because it is associated with that particular function. This definition presupposes that the language of advertising is different from ordinary, everyday language. Thus, the analysis of advertising borrowings can provide insights into the reasons for and forms of borrowing, and new examples of its use. (Nevinskaitė, 2014, p. 1-2)

In general, loanwords can be used for a variety of reasons. The most common reason for borrowing is the need to fill "semantic gaps", i.e. to identify new objects and concepts, but borrowing is also used to fill "stylistic gaps", as it can add, update and enrich the vocabulary of the borrowed language. Borrowing can also be used to find more neutral, 'politically correct' words, or for their prestigious cultural value, to increase the attractiveness of a language object, to give authority to a text. Finally, a borrowed word can also be used as a "careless" way of using the first word that comes to mind. A generalized classification of the reasons for borrowing, based on a synthesis of borrowing reasons discussed in the theoretical literature, is presented by Loreta Vaicekauskienė in her monograph "Borrowings of the New Lithuanian Language". The classification consists of four blocks of reasons:

1. Designation reasons - to describe new realities and concepts.
2. Semantic reasons - to highlight differences in meaning, to extract nuances when the content of the new concept and that of the original concept only partially overlap.

3. Stylistic - to enliven the language, to evoke certain associations or stylistic effects, to mark stylistically.

4. Sociopsychological - to demonstrate knowledge of and identification with another culture, to express an identity in rebellion against prevailing social norms. (Nevinskaitė, 2014, p. 3)

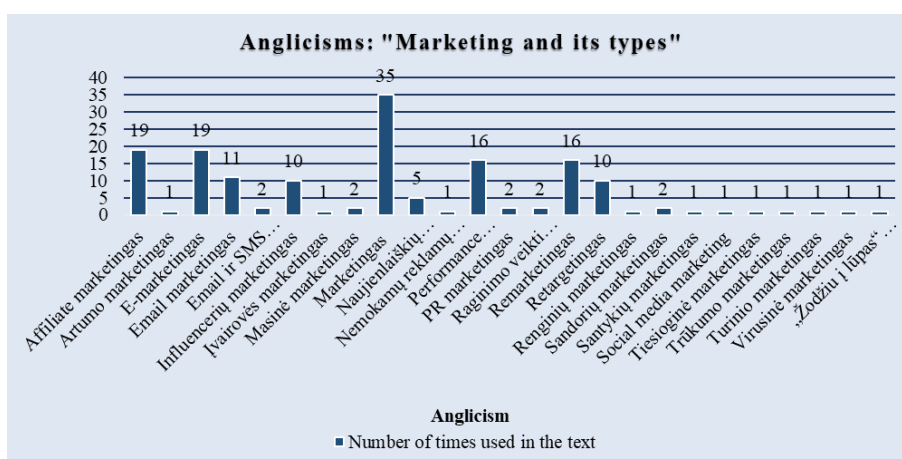
In Lithuania, borrowings in advertising are mentioned as one of the aspects of articles analysing new words, stylistic deviations from the norm, slang manifestations in advertising and other related topics. They usually take a normative approach, assessing advertisements in relation to the norm, analysing errors in the culture of language in advertisements, while the use of borrowings ("jargon") is usually considered to be an unreasonable use. More recent sociolinguistic works are extremely scarce: a theoretical review article by Vaicekauskienė (2009) and an analysis of code-switching in TV commercials by Vaicekauskienė and Reda Šmitaitė (2010), which revealed that English is used for its symbolic value. (Nevinskaitė, 2014, p. 5)

After reviewing the Law on Advertising of the Republic of Lithuania and Vaicekauskienė's remarks on borrowings in Lithuanian advertisements, it can be concluded that the field of advertising in Lithuania and the world is becoming increasingly mixed. The loanwords that are often used in advertisements may arise for a variety of reasons, including the need to fill semantic or stylistic gaps, socio-psychological factors and others. In Lithuania, borrowings in advertising are regarded as unmotivated usage. Despite the limited amount of sociolinguistic research in this area, it is noticeable that the use of English in advertising is changing rapidly, suggesting that bilingualism and multilingualism are becoming the norm in the modern world.

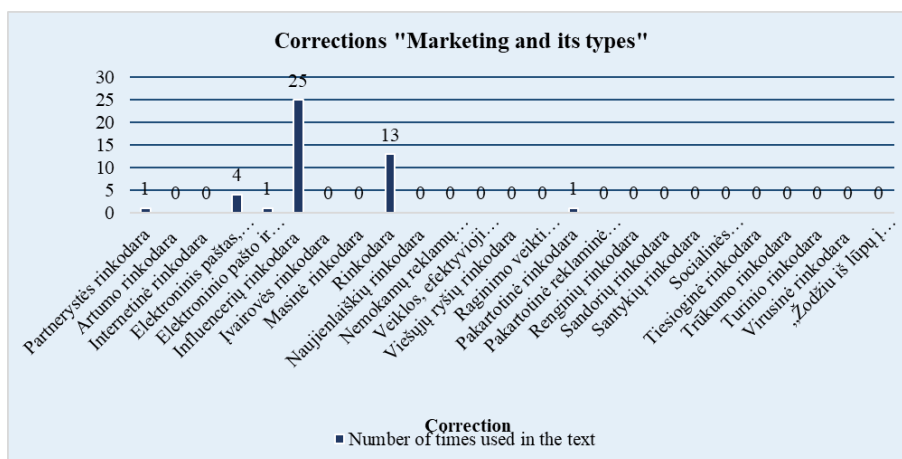
### 3. Analysis of anglicisms in Lithuanian advertising

English words and phrases are widely used in Lithuanian language, in various spheres. They are particularly abundant in advertising. An internet search found thirty-eight different texts from various companies. Sixty English words and phrases related to advertising or advertising services were found in these texts. For example, we often find words and phrases such as "socialinė media", "Google Ads", "Facebook Ads", "influencerių marketingas", "brendas", "clickbait", "SEO", et cetera in advertising. These Anglicisms are extremely popular and widely used in advertising, but sometimes they are too numerous and can have a negative impact on the Lithuanian language and its understanding. It is also important to note that some Anglicisms have more precise equivalents in Lithuanian, for example, "rinkodara" instead of "marketingas", while others can be found in other languages, for example, "CPC" (cost per click) can be translated into the Lithuanian meaning of "mokestis už paspaudimą". Thus, it is important to consider whether all Anglicisms are necessary and whether they can be replaced by their Lithuanian equivalents to maintain the sustainability of the language and smooth communication.

#### 3.1. Marketing and its types



3 Figure Anglicisms: "Marketing and its types"



4 Figure Corrections: "Marketing and its types"

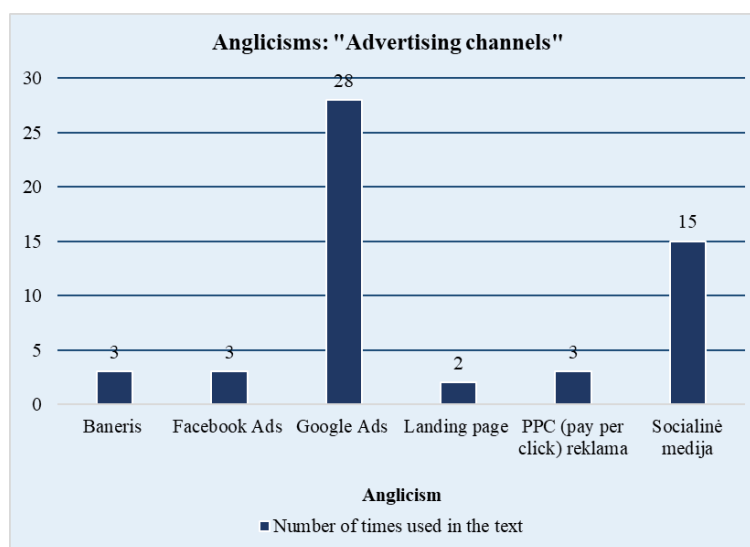
Of the sixty English words found in the Lithuanian texts, twenty-five are related to marketing and its types. It can be said that the word "marketingas" is frequently used and strongly spread. Although we have an excellent Lithuanian translation (*marketing* – *rinkodara*). Twenty-five Anglicisms were mentioned as many as one hundred and sixty-two times in the texts. In contrast, the Lithuanian equivalents were mentioned only forty-five times. This shows that when it comes to marketing and its types, Anglicisms are used more frequently in Lithuanian advertising texts than Lithuanian terms.

“Please note that the term “*rinkodara*” was not taken from the language but was specifically coined as the English equivalent of the term “*marketing*”. Thus, it cannot be argued that “*rinkodara*” refers to a narrower concept than “*marketing*.” This is to the detriment of the terminology and further confuses consumers. If another - narrower - concept were to be identified, it would need another term.

The frequency of use of “*marketing*” and “*rinkodara*” is similar in internet texts. This shows that the term “*rinkodara*” is viable and may eventually replace the loan term completely. Moreover, in the Lithuanian language we do not have “*marketas*,” we have “*rinka*,” so it would be unjustified to put unjustified marketing next to it.” (Umbrasas, 2003–2023).

### 3.2. Advertising channels

Fifty-four Anglicisms were found in the texts of the advertising channels written in Lithuanian, while Lithuanian equivalents (*reklaminė juosta* – 0, “*Facebook*” *reklama* – 1, “*Google*” *reklamos* – 4, *nukreipimo puslapis* – 0, *mokama reklama už paspaudimą* – 0, *socialinė žiniasklaida* – 0) were found only 6 times. This shows that English words are used more frequently than Lithuanian words in the Lithuanian texts when referring to advertising channels.



5 Figure Anglicisms: "Advertising channels"

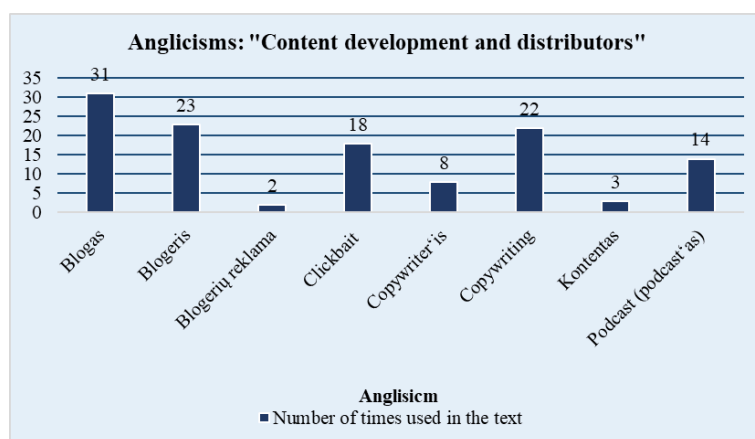
This category covers the various advertising channels and tools used to publish and distribute advertising on the internet. This includes display graphics, social networks, pay-per-click advertising and on-page optimization. These channels help advertisers to reach their target audience online and increase sales of their products or services.

Advertising channels are English words referring to different forms and platforms of advertising, most of which are also related to the internet and new technologies. These are important concepts that are used in advertising planning and execution. Understanding these concepts can help to develop more effective advertising strategies and to choose the best advertising forms and platforms according to the objectives and target audience.

Anglicisms are often used in advertising, as they are widely used and well known in the international advertising industry. However, there are still many Lithuanian terms that accurately describe advertising processes and strategies, so it is important to use them too and to develop the Lithuanian language of advertising. It is important that the terms are clear and understandable among colleagues and clients, and when using Anglicisms, care must be taken to ensure that they are properly understood and adapted to the Lithuanian context.

### 3.3 Content development and distributors

In the field of advertising about content development and distributors, eight Anglicisms were found, which were mentioned one hundred and twenty-one times in the Lithuanian texts. Meanwhile, the Lithuanian equivalents (*tinklaraštis* – 15, *tinklaraštininkas* – 0, *Tinklaraštininkų reklama* – 0, *antraštinis masalas* – 0, *reklamos tekstų rašytojas* – 0, *reklamos tekstų rašymas* – 0, *turinys* – 5, *tinklaidė* – 0) of these Anglicisms were mentioned only twenty times. This shows that English terms are used more frequently than Lithuanian ones when it comes to content development and distributors.

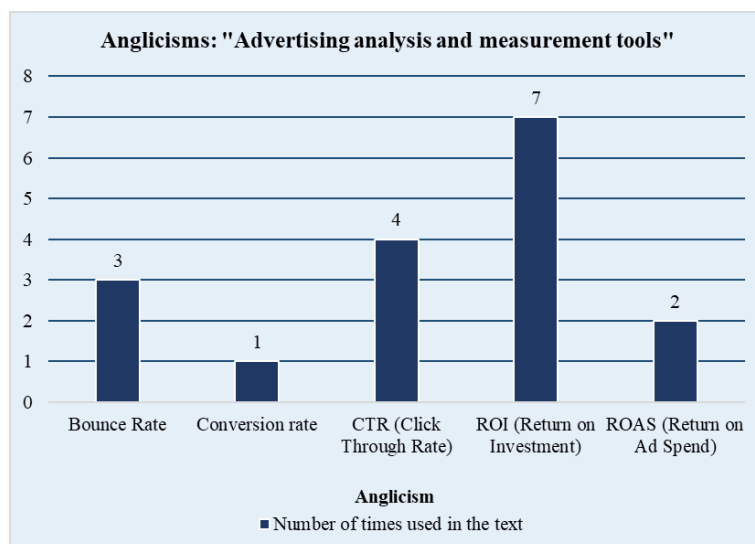


4 Figure Anglicisms: "Content development and distributors"

This category includes English words related to online content creation. These terms are immensely popular and widely used in both international and local marketing contexts. These terms can be useful and meaningful as they describe specific elements and processes of content creation that can influence a successful marketing campaign. However, when using these English terms, it is important to bear in mind that they are not part of the native Lithuanian language and may cause confusion or misunderstanding in the absence of an international audience. The State Lithuanian Language Commission considers these English terms to be unusable and suggests that they should be replaced by their Lithuanian equivalents.

### 3.3. Advertising analysis and measurement tools

Five English terms for advertising analysis and measurement tools were found in the Lithuanian texts. These English terms were mentioned seventeen times in the texts, while Lithuanian terms (*atmetimo rodiklis* - 3, *konversijos rodiklis* - 5, *PR paspaudimų rodiklis* - 1, *IG investicijų grąža* - 0, *reklamos išlaidų grąža* - 0) were mentioned nine times. This shows that, although the difference between the use of Anglicisms and the use of Lithuanian terms is not significant, the use of English terms is more frequent.

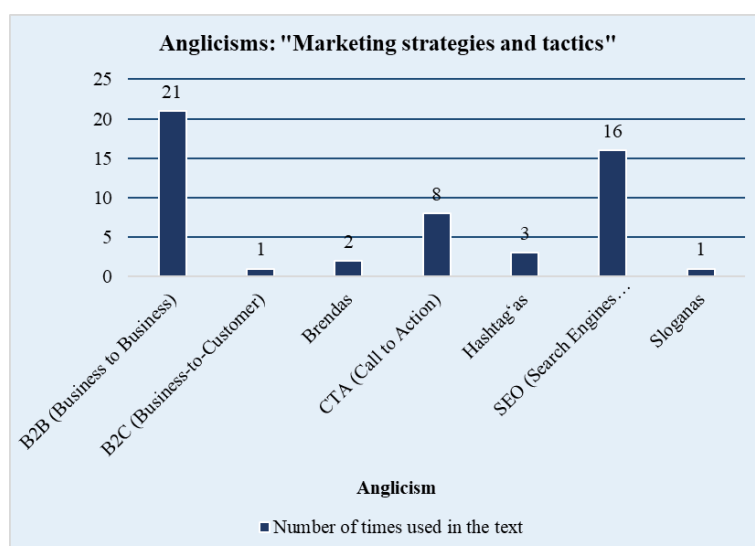


5 Figure **Anglicisms: "Advertising analysis and measurement tools"**

The words in this category relate to measuring and analysing the effectiveness of advertising campaigns and websites. These are English words used in Lithuanian texts. Although some of them sound easier in English than in Lithuanian, it will be difficult for someone who is not familiar with the topic to understand what they mean, whether the English term or the Lithuanian translation is used. It is therefore important to assess the context and audience in which these words are used.

### 3.4. Marketing strategies and tactics

Seven Anglicisms were found in the advertising texts on marketing strategies and tactics. Fifty-two times of these English terms were mentioned in the Lithuanian texts, while their Lithuanian equivalents (*verslas verslui* – 0, *verslas klientui* – 0, *prekės ar paslaugos skiriamasis ženklas* – 0, *kvietimas veikti* – 0, *grotąžymė* – 2, *PSO paieškos sistemos optimizavimas* – 0, *reklaminis šūkis* – 0) were found only twice. This shows that English terms are used much more frequently than Lithuanian terms.



6 Figure **Anglicisms: "Marketing strategies and tactics"**

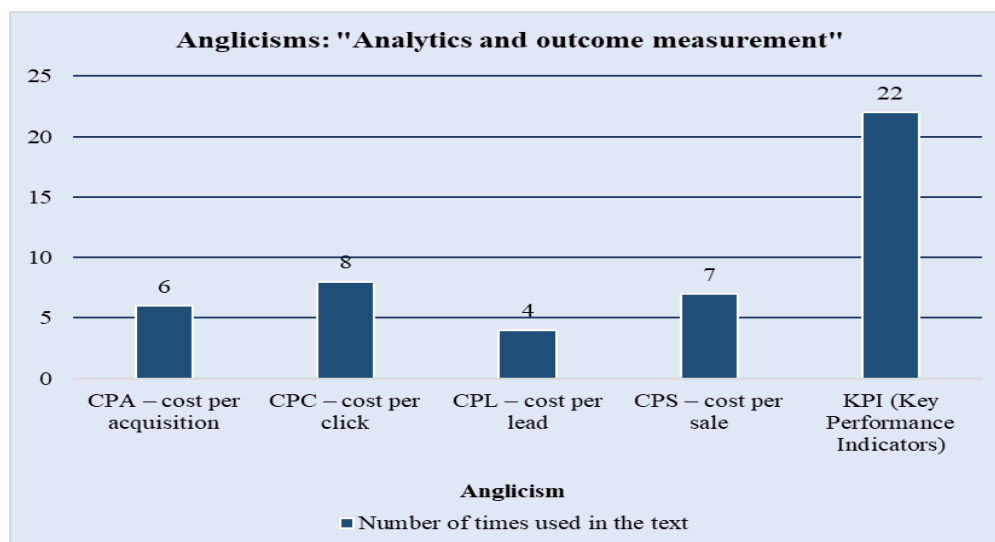
All these words are related to marketing strategies and tactics. For example: "*Sloganas*" and "*CTA (Call to Action)*" are marketing tactics that encourage consumers to take certain actions, such as buying a product or ordering a service. "*Hashtag'as*" can also be used as a tactic on social media to increase the visibility of content and reach a targeted segment of consumers. "*B2B (Business-to-Business) and B2C (Business-to-Customer)*" are marketing strategies that differ according to the consumer segment and the market they aim to reach.

We have perfect translations for some of these words, so the Lithuanian terms should be used in the Lithuanian text. For more clarity, the English term can be given in brackets. There is a lot of debate about the word "brendas", as the Lithuanian translation "prekės ženklas" is not considered saying everything that belongs to "brendui", and the most appropriate Lithuanian term "rinkoženklis" is not yet common.

"The negative assessment of the State Lithuanian Language Commission caused outrage among marketers, who started to interpret the meaning of the word to show that the proposed Lithuanian equivalent was not a suitable "prekės ženklas." The most important difference between the meanings of "prekės ženklas" and "brendas" is that "prekės ženklas" is an inscription, logo, et cetera, which identifies a product, while "brendas" is the customers' opinion of the product. Exclusivity and familiarity turn a brand, a common name, into a brand (Šimonis 2013)." (Vladarskienė, 2016).

### 3.5. Analytics and outcome measurement

Five Anglicisms were found in advertising texts on advertising analytics and outcome measurement. Forty-seven times these English terms were mentioned in the Lithuanian texts, while their Lithuanian analogues (*įsigijimo kaina – 1, paspaudimo kaina – 2, mokestis už įvykdytus tikslus – 0, pardavimo kaina – 1, pagrindiniai veiklos rodikliai – 19*) were found twenty-three times. This shows that English terms were used twice as much as Lithuanian terms. The term "KPI (Key Performance Indicators)" was found twenty-two times, while the Lithuanian term "Pagrindiniai veiklos rodikliai" was found nineteen times. The difference is not significant, so it can be assumed that the Lithuanian term is also understandable and appropriate in Lithuanian texts related to advertising analytics and outcome measurement.



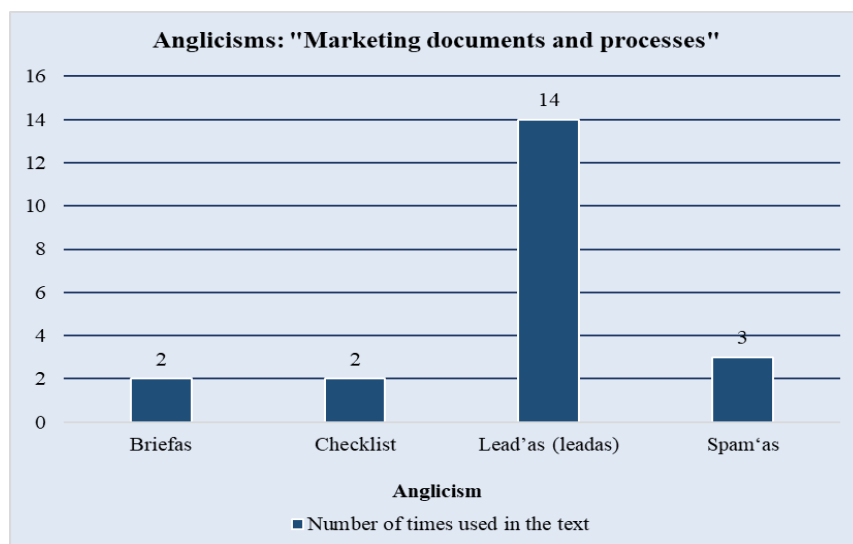
6 Figure Anglicisms: "Analytics and outcome measurement"

Analysis and outcome measurement is an important part of a marketing strategy to assess whether advertising investments are effective. KPIs are the key measurement indicator to determine whether objectives have been achieved. CPC, CPA, CPS and CPL are indicators that allow you to calculate the cost per click, per click, per lead or per contact with a potential customer. These indicators allow you to assess the effectiveness of your advertising and make the necessary improvements to achieve better results.

### 3.6. Marketing documents and processes

Four Anglicisms were found in advertising texts about marketing documents and processes. These English terms were mentioned twenty-one times in the Lithuanian texts and their Lithuanian matches (*trumpas pristatymas – 0, kontrolinis darbų sąrašas – 22, potencialus klientas – 2, šlamštas – 3*) were found twenty-seven times. This shows that English terms are used less than Lithuanian terms. The English term "Lead'as" was found fourteen times, but the word "Checklist" was found only twice, while the Lithuanian equivalent of the English term "Checklist" was found as many as twenty-two times. It can be argued that the Lithuanian word "Checklist" is used more frequently in relation to marketing documents and processes.



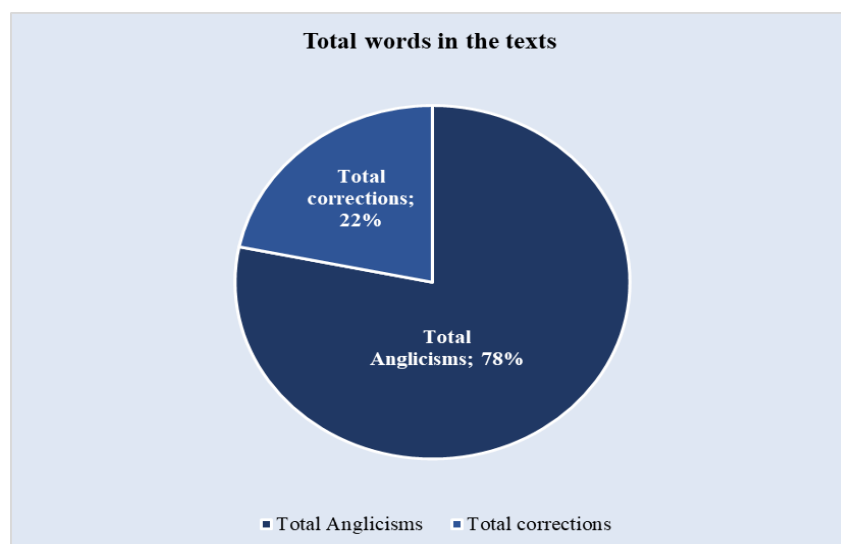


8 Figure Anglicisms: "Marketing documents and processes"

Words in this category refer to marketing documents and processes. “*Checklist*” is a document that lists the most important tasks and checks required for a project or campaign. “*Lead’as*” is a potential customer whose contact details are obtained and used as a basis for sales or marketing campaigns. “*Briefas*” is a document outlining the objectives, strategy, and requirements for creative or other work for a project or campaign. “*Spam’as*” is an email or message that is sent without the consent of the recipient and usually has a marketing purpose. All these documents and processes are important for a successful marketing campaign or project.

### 3.7. Results of the analysis

After counting all the words found, it can be concluded that a total of four hundred and seventy-four Anglicisms were found, and the Lithuanian words of these English terms were found one hundred and thirty-two times. This represents seventy-eight per cent of the Anglicisms and twenty-two per cent of the Lithuanian words. That means that English terms are used three times more than Lithuanian terms in Lithuanian advertising.



7 Figure Total words in the texts

To summarize these sixty English expressions are very commonly used in marketing to refer to certain concepts and processes. By using these words, we can express certain ideas and actions that are important in marketing. These terms are universal and understandable all over the world, so we can use them in communication between different countries and cultures. Many of these words are short and simple, so we can use them to express certain ideas and actions quickly and effectively.



However, in some cases, the use of English terms may be difficult or incomprehensible to people who are not familiar with English. In addition, certain Anglicisms may be overused or not always applied properly in Lithuanian. This can lead to problems of understanding or communication with other people, especially if they are not familiar with the terminology.

In addition, the overuse of Anglicisms can give the impression that the speaker is trying too hard to appear modern or professional, which can give a negative impression to some people.

There may also be cultural implications. By using Anglicisms, we can devalue the Lithuanian language, culture, and traditions, which can have a negative impact on national self-concept and identity.

So, while the use of Anglicisms is necessary in certain contexts, it is also important to maintain a balance and to keep in mind the importance of the Lithuanian language and culture.

## Conclusions

1. Anglicisms are words and phrases borrowed from English. Often, Anglicisms in Lithuanian are just English words with a Lithuanian suffix. Anglicisms are classified as borrowings from Germanic languages, that is, Germanisms. An Anglicism can be an international word or a barbarism. Often used in advertising, borrowings can arise for a lot of reasons, such as the need to fill semantic or stylistic gaps, socio-psychological factors, and others. In Lithuania, borrowings in advertising are considered to be unmotivated use.

2. The study shows that the use of Anglicisms in advertising is widespread in the Lithuanian language. A web search found sixty Anglicisms in Lithuanian advertising texts. These Anglicisms were used four hundred and seventy-four times, while the Lithuanian equivalents of these English terms were found only one hundred and thirty-two times. This means that English terms are used three times more frequently in Lithuanian advertising than Lithuanian terms.

3. While the use of Anglicisms in advertising can be effective, it should not be considered as the only condition for successful advertising. It is important that advertising is expressive, informative, engaging and motivates consumers to act. The use of Anglicisms in advertising can indicate a certain social status or assign the advertisement to a certain target audience. Advertisers should therefore carefully consider which Anglicisms are appropriate for a particular target audience, and which may be misleading or even negative.

## References

1. Big Translation [interactive]. Big Translation-2018 [viewed 2023-10-05] Access via the internet: [https://blog.bigtranslation.com/lt/anglicizmai-kiek-ju-yra/#Kokia\\_itaka\\_daro\\_anglicizmu\\_vartojimas](https://blog.bigtranslation.com/lt/anglicizmai-kiek-ju-yra/#Kokia_itaka_daro_anglicizmu_vartojimas)
2. Dictionary.com [interactive]. Dictionary.com, LLC 2022 [viewed 2023-11-20] Access via the internet: <https://www.dictionary.com/browse/anglicism>
3. JANČAUSKAITĖ, R., STUNDŽIA, B. Lituanistų sambūris [interactive]. *Lituanistų sambūris-2023* [viewed 2023-03-30] Access via the internet: <http://lituanistusamburis.lt/ar-kalba-yra-svarbiausia-lietuviskos-tapatybes-forma/>
4. Terminų - žodynas [interactive]. *Terminų žodynas 2023* [viewed 2024-03-29] Access via the internet: <https://terminu-zodynas.lt/anglicizmas/>
5. TUTLIENĖ, E. *Prekybos rinkodaros pagrindai*. Šiauliai: VŠĮ Šiaulių universiteto leidykla, 2014.
6. UMBRASAS, A. Valstybinė lietuvių kalbos komisija [interactive]. *Valstybinė lietuvių kalbos komisija 2003–2023* [viewed 2024-04-05] Access via the internet: <https://vlkk.lt/naujienos/kitos-naujienos/terminu-ringas-marketingas-pries-rinkodara>
7. Visuotinė lietuvių enciklopedija [interactive]. *LNB Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras 2023* [viewed 2024-03-27] Access via the internet: <https://www.vle.lt/straipsnis/anglicizmai/>
8. VLADARSKIENĖ, R. *Svetimžodžio brendas reikšmės, vadiniai, atitikmenys* [interactive]. Online VLADARSKIENĖ, R 2016-11-09 [viewed 2024-04-05] Access via the internet: <http://journals.lki.lt/terminologija/article/download/507/597/>
9. ZUMERYTĖ, S. UAB „Diena Media News“ [interactive]. *Kauno Diena, 1998-2023* [viewed 2024-03-29] Access via the internet: <https://kauno.diena.lt/naujienos/lietuva/salies-pulsas/antanaitis-didziausia-gresme-lietuviu-kalbai-anglu-kalbos-aukstinimas-900800>

# FINANSŲ VALDYMAS AB „ŠIAULIŲ ENERGIJA“

*Deimantė Tunaitienė*

*Lekt. Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Kalbant apie bet kokios rūšies įmonės valdymą, susiduriama ir su terminu „finansai“. Prieš pradėdant nagrinėti finansų valdymą, vertėtų iš pradžių išsiaiškinti, ką rengiamės valdyti. Kaip rodo patirtis, šis terminas ne visuomet suprantamas vienodai. Vieniems finansai tiesiog asocijuojasi su pinigais, kuriais disponuoja įmonė. Kitiems tai ne tik pinigai, bei įmonės skolos. Savo straipsnyje išanalizuosiu finansų valdymo principus, finansų valdymo tikslą bei atliksiu AB „Šiaulių energija“ įmonės finansų valdymo analizę.

Raktiniai žodžiai: finansų valdymas, finansų valdymas įmonėje, pelno (nuostolių) ataskaitos vertikali/horizontali analizė.

## Ivadas

Plėtojantis rinkos ekonomikos santykiams Lietuvoje, svarbų vaidmenį užima ūkinio subjekto finansinės būklės įvertinimas ir finansų valdymas. Įmonių finansų sistemoje vyksta sudėtingi reiškiniai ir procesai, kuriuos reikia nuolat analizuoti, suvokti ir valdyti. Tad norint sėkmingai plėtoti įmonės veiklą, reikia analizuoti jos finansinės atskaitomybės dokumentus, įvertinti finansinę būklę, remiantis finansine informacija valdyti veiklą. Svarbiausia įmonių finansų valdymo funkcija – turto investicijos ir pinigų, reikalingų sumokėti už šias investicijas, paieška.

**Darbo problema.** Šiuolaikiniai verslai turi greitai ir efektyviai prisitaikyti prie rinkos sąlygų, nes egzistuoja didelė konkurencija, greita pinigų cirkuliacija, todėl kyla poreikis greitai ir efektyviai sekti bei valdyti įmonės finansus, kad išsilaikyti rinkoje.

**Darbo tikslas** išanalizuoti kaip AB "Šiaulių energija" yra valdomi finansai ir nustatyti gerinimo sritis.

### Darbo uždaviniai.

1. Išanalizuoti kokie yra finansų valdymo principai teoriniu aspektu.
2. Išnagrinėti pagrindinius įmonės finansinius rodiklius ir pateikti siūlymus veiklos efektyvumui padidinti.
3. Atlikti AB „Šiaulių energija“ vertikalią analizę.

**Tyrimo objektas.** AB "Šiaulių energija" finansinės ataskaitos ir finansinė veikla

**Tyrimo metodai.** Literatūros, mokslinių ir informacinių šaltinių analizė, horizontalioji, vertikalioji bei finansinė analizės, analizių rezultatų nagrinėjimas, sisteminimas ir apibendrinimas.

## 1. Finansų valdymo esmė

Finansai – tai tyrimas, kaip asmenys, institucijos, vyriausybės ir įmonės įsigyja, išleidžia ir valdo pinigus bei kitą finansinį turtą (Melicher R.W. ir Norton E.A, 2013)

Finansai - ekonominių santykių, susijusių su piniginių lėšų įvairių fondų sudarymu, naudojimu, paskirstymu ir perskirstymu, visuma. Paskirstant ir perskirstant bendrąjį vidaus produktą ir nacionalines pajamas sudaromi ir naudojami centralizuoti, tai yra bendri valstybiniai, ir decentralizuoti, tai yra visų rūšių ekonominių subjektų (valstybės įmonių, akcinių bendrovių, ūkinių bendrijų, individualių ir kitų įmonių, įstaigų, organizacijų), piniginių lėšų fondai. Finansams būdinga piniginė forma. Galima sakyti, kad vienas iš galimų „finansų“ apibrėžimų yra toks: „*Finansai yra pinigų gavimo, paskirstymo, kaupimo, investavimo ir kontrolės sistema (visuma)*“. Šis apibrėžimas gali būti pavaizduotas schema (1 pav.) (Černius, 2014) :



15 pav. Įmonės finansų esmės funkcinis paveikslas

Finansai paprastai skirstomi į tris sritis: (EF Brigham, JF Hiustonas, 2013):

1. Finansų valdymą.
2. Kapitalo rinkas.
3. Investicijas.

Finansų valdymas – tai įmonės pinigų srautų bei nuosavo ir skolinto kapitalo valdymas, siekiant maksimizuoti akcininkų vertę ir užtikrinti, kad įmonė sugebės vykdyti savo finansinius įsipareigojimus. Finansų valdymo srities specialistai geba analizuoti įmonės veiklą, ją vertinti, prognozuoti, planuoti ir kontroliuoti. Pritaikius pagrindinius finansų valdymo principus, jie geba identifikuoti ilgalaikių investicijų ir jų rizikos vertinimo metodų parinkimo, finansavimo šaltinių kainos apskaičiavimo, kapitalo struktūros ir dividendų politikos formavimo, įmonės vertės valdymo, trumpalaikio turto ir jo finansavimo valdymo problemas bei jas spręsti, priimti strateginius, taktinius ir operatyvius finansų valdymo sprendimus, pagrįstus analitiniu vertinimu (Aleksnevičienė, 2009).

Kapitalo rinkos yra susijusios su rinkomis, kuriose nustatomos palūkanų normos, taip pat akcijų ir obligacijų kainos. Čia taip pat tiriamos finansų institucijos, tiekiančios kapitalą įmonėms. Bankai, investiciniai bankai, biržos makleriai, investiciniai fondai, draudimo bendrovės ir panašiai suburia „taupytojus“, kurie turi pinigų investuoti, ir įmones, asmenis ir kitus subjektus, kuriems reikalingas kapitalas įvairiems tikslams (EF Brigham, JF Hiustonas, 2013).

Investicijos - kapitalo įdėjimai siekiant jį padidinti arba veiksmų, kurie turėtų garantuoti numatytų tikslų įgyvendinimą, finansavimo išlaidos. Kapitalo prieaugis turi būti pakankamas, kad kompensuotų investuotojui jo atsisakymą einamuoju momentu panaudoti lėšas vartojimui, padengtų nuostolius, susijusius su būsimosios laikotarpio infliacija, ir tarsi apdovanotų už riziką. Investicijos apima materialiojo ir nematerialiojo turto įsigijimo, naujų objektų statybos, naujų gaminių kūrimo, technologijų modernizavimo ir kitas išlaidas (Visuotinė lietuvių enciklopedija).

### 1.1. Finansų valdymo principai

Finansų valdymo sprendimai grindžiami tam tikrais principais. Norint suprasti finansus, reikia suprasti jų valdymo principus. Nors šie principai iš pradžių gali atrodyti paprasti ar net trivialūs, jie yra varomoji finansų valdymo jėga.

Egzistuoja 10 pagrindinių finansų valdymo principų (Aleksnevičienė, 2009):

1. Rizikos ir pelningumo ryšys: nenorime prisiimti papildomos rizikos, jeigu ji nebus kompensuojama didesniu pelningumu.
2. Pinigų laiko vertė: šiandien gauti pinigai yra vertesni už tuos, kuriuos gausime ateityje.
3. Pinigai, bet ne pelnas, yra karalius.
4. Apskaitomi tik padidėję pinigų srautai.
5. Konkurencingos rinkos bruožas: sunku rasti išskirtinai pelningų projektų.
6. Efektyvios kapitalo rinkos: rinkos reaguoja greitai ir kainos yra teisingos.

7. Atstovavimo problema: vadovai nenori dirbti akcininkams, jeigu geriausiu būdu nepatenkina savo interesų.

8. Mokesčiai sąlygoja įmonės sprendimus.

9. Rizika yra nevienoda: dalis jos gali būti diversifikuota, dalis – ne.

10. Etiška yra elgtis teisingai, tačiau egzistuoja finansų valdymo etikos dilema.

Finansų valdymo sprendimai skirstomi į tris grupes: strateginiai, taktiniai ir operatyvieji. Strateginiai sprendimai galėtų būti: obligacijų išleidimas naujoms investicijoms finansuoti; naujos technologinės linijos įsigijimas; kapitalo struktūros formavimas naujoms ilgalaikėms investicijoms finansuoti, akcijų išleidimas. Taktiniai sprendimai: sprendimas pasinaudoti tiekėjo siūloma kiekiu nuolaida; kredito termino ir limito suteikimas pirkėjui; kredito politikos keitimas; veiklos sąnaudų mažinimas. Operatyvieji sprendimai: trumpalaikio indėlio sutarties nutraukimas; pardavimų stabdymas N klientui; sprendimas kreiptis į skolų išieškojimo įmonę dėl pirkėjo nemokumo.

Galima išskirti tris pagrindinius finansinius sprendimus, su kuriais susiduria visos įmonės, nepriklausomai nuo jų dydžio ar veiklos srities:

- Investavimo;
- finansavimo;
- paskirstymo.

Kiekviena įmonė turi nuspręsti, kokią veiklą ji vykdys, kokių projektų ims. Pavyzdžiui, įmonė sprendžia, ar atidaryti naują parduotuvę kitame mieste; ar įsigyti naują gamybos liniją; pirkti patalpas sandėliui ar jas nuomoti; nusipirkti automobilį sumokant iš karto ar naudotis išperkamąja nuoma. Visi šie įmonės sprendimai turi būti vertinami ir iš finansinės pusės: ar naujoji investicija atsipirks; jei taip, tai kada; kiek naujasis investicinis projektas padidins įmonės vertę; kuris variantas finansiškai naudingesnis įmonei. Galima išskirti tris svarbiausias investavimo sprendimų dalis:

1. Potencialių projektų identifikavimas;
2. Alternatyvų analizė bei nustatymas, kurie projektai padidins įmonės vertę;
3. Atrinktų investicinių projektų įgyvendinimas bei priežiūra. (Klimavičienė, 2010).

Kiekvienas įmonės vadovas siekdamas efektyviai valdyti savo įmonę, privalo nuolat analizuoti, planuoti ir vertinti vykdomą veiklą (Aleksnevičienė, 2009).

## 1.2. Finansų planavimas, prognozavimas ir kontrolė

*Finansinis planavimas* yra funkcija, skirta ateities ištekliams, veiklos programai bei jos rezultatams numatyti. *Finansų prognozavimas* yra finansinių ataskaitų tikėtinų duomenų numatymas ateityje, o planavimas – biudžetų sudarymas pagal padalinius ir funkcijas.

Autorė Aleksnevičienė V., knygoje pateikia planavimo ir prognozavimo pavyzdžius, jų išskirtinumo bruožus. Finansinis prognozavimas atliekamas ilgesniam laikotarpiui, pavyzdžiui, septyneriems metams, o biudžetai sudaromi metams (taktiniai) arba trumpesniam laikotarpiui, dažniausiai iki vieno mėnesio (operatyvieji). Jie kontroliuojami, priimami taktiniai ir operatyvieji sprendimai, todėl tikslinamos finansinių ataskaitų prognozės ir tikrinama, ar pasiekti įmonės tikslai.

Jeigu faktiniai įmonės veiklos rezultatai labai nukrypsta nuo planuotų, tada priimami strateginiai sprendimai ir koreguojamos finansinių ataskaitų prognozės.

Finansinio prognozavimo, planavimo ir kontrolės procesas apima šiuos žingsnius:

1. Įmonės tikslų formulavimą.
2. Informacijos rinkimą.
3. Preliminarių finansinių ataskaitų, finansavimo plano ir finansinių rodiklių prognozavimą.
4. Biudžetų sudarymą.
5. Galutinį finansinių ataskaitų, finansavimo plano ir finansinių rodiklių prognozavimą.
6. Kontrolę.

Remiantis turima autorės Aleksnevičienės V. (2009) informacija, sudaromos finansinių ataskaitų – balanso, pelno (nuostolių) atskaitos ir pinigų srautų atskaitos – prognozės; nustatoma kiek papildomiems ilgalaikio ir trumpalaikio turto poreikiams įmonė turi vidinių finansavimo šaltinių (nepaskirstytojo pelno, ilgalaikio turto nusidėvėjimo), kiek ir kokių reikia pritraukti išorinių finansavimo šaltinių. Jeigu esami finansiniai rodikliai kelia įmonei problemų, siekiant jas išspręsti, finansiniai rodikliai turėtų būti keičiami.

## 1.3 . Finansų valdymo tikslas

Dažnai sakoma, kad įmonei svarbiausia yra maksimizuoti pelną. Tokiu atveju finansų vadovai visada turėtų pasirinkti tokius sprendimus, kurie įmonės pajamas padidintų daugiau nei jos kaštus. Kadangi

pelnas priklauso nuo įmonės dydžio, teisingiau būtų teigti, jog finansų valdymo tikslas būtų maksimizuoti pelną, tenkantį vienai akcijai (angl. EPS – EARNINGS PER SHARE). Tačiau šis požiūris turi trūkumų. Pelnas, tenkantis vienai akcijai, yra istorinis rodiklis – jis neparodo, kaip įmonei sekasi dabar ar kaip jai seksis ateityje. Be to, įmonės vadovai gali priimti sprendimus, kurie maksimizuotų artimiausių laikotarpių EPS, bet neteiktų įmonei ilgalaikės naudos.

Taip pat reikia pabrėžti, kad pelnas nėra tas pats, kas pinigai – pelningai veikianti įmonė gali turėti neigiamus pinigų srautus. Taip yra todėl, kad bendrovių apskaitoje naudojamas kaupimo principas: pajamos registruojamos tada, kai jos uždirbamos (t.y. išrašius sąskaitą už parduotas prekes ar suteiktas paslaugas), o ne tada, kai klientas sumoka pinigų. Sąnaudos taip pat registruojamos tada, kad jos patiriamos (t.y. gavus iš tiekėjo sąskaitą už prekes ar paslaugas), o ne tada, kai tiekėjui sumokami pinigai. Daug bendrovių prekes bei paslaugas perka ir parduoda naudodamos prekybos kreditą – už prekes ir paslaugas atsiskaitoma ne iš karto, bet sutartu laiku. Galiausiai pelno maksimizavimas neatsižvelgia į tai, kad tarp pelningumo bei rizikos yra tiesioginis ryšys. Taigi, stengiantis didinti pelną, tenkantį vienai akcijai, tuo pačiu gali būti didinama ir įmonės rizika (Klimavičienė, 2010).

## **2. AB „ŠIAULIŲ ENERGIJA“ finansinė analizė**

Pagrindinė AB „Šiaulių energija“ veikla – šilumos energijos gamyba, centralizuotai tiekiant ją šildymui ir karšto vandens ruošimui, bei elektros energijos gamyba.

AB „Šiaulių energija“ gamina ir centralizuotai tiekia šilumą Šiaulių miesto, Kuršėnų miesto ir aplinkinių gyvenviečių vartotojams. Šiuo metu bendrovė aptarnauja apie 44 000 vartotojų (namų ūkių). Tarp vartotojų yra ir įstaigų, tačiau didžioji jų dalis – beveik 80 proc. – fiziniai asmenys.

Jau eilę metų vartotojams taikomą vieną mažiausių šalyje šilumos kainą lemia savalaikės ir tikslingos investicijos į šilumos ūkį, kurios bendrovės teritorijoje atidarius termofikacinę elektrinę ir šiuolaikiškai modernizavus katilinę, leido nuo iškastinio kuro pereiti prie biokuro. Šiuo metu iki 80 proc. per metus bendrovės vartotojams tiekiamos šilumos gaminama naudojant biokurą, likusi dalis pagaminama iš gamtinių dujų. Džiugu, kad pradėjus naudoti biokurą, AB „Šiaulių energija“ šilumos kaina stabiliai užima poziciją tarp pačių mažiausių Lietuvos šilumos tiekėjų kainų.

Šiuo metu AB „Šiaulių energija“ iš viso eksploatuoja 15 katilinių, iš kurių 13 yra pilnai automatizuotos. Šiaulių termofikacinė elektrinė gamina ne tik šilumos, bet ir elektros energiją. Elektrą bendrovė parduoda pagal iš anksto sudarytas sutartis bei naudoja savo reikmėms. Elektros energijos pardavimas bendrovei ir jos vartotojams finansiškai naudingas, nes gautos lėšos panaudojamos investicijoms, mažinančioms šilumos kainą, ar didinančioms šilumos tiekimo patikimumą, ar tiesiogiai šilumos kainai mažinti. Apie 90 proc. visos AB „Šiaulių energija“ naudojamos elektros – jos pačios pagaminta. Pasigaminti elektrą kainuoja pigiau nei ją pirkti. Žinoma, tai turi įtakos ir galutinėms įmonės paslaugų įkainiams miestiečiams.

### **2.1. AB „Šiaulių energijos“ pelno (nuostolių) ataskaitos vertikali analizė**

Atlikus vertikalią pelno (nuostolių) analizę galima teigti, kaip įmonei sekėsi jos veikla ataskaitos 2020-2022 m. laikotarpiu, ar įmonės pelningumas pakankamas, ar įmonės veikla vystosi teigiama ar neigiama linkme.

Akcinėje bendrovėje „Šiaulių energija“ 2020 metais pardavimo savikaina sudarė 96,33% pardavimo pajamų, todėl bendrasis pelningumas siekė vos 3,67%. Dėl didelės pardavimo savikainos buvo mažas ne tik bendrasis pelningumas, bet ir pelnas prieš apmokestinimą bei grynas pelningumas. 2020 metais įmonė nemokėjo pelno mokesčio, todėl pelnas prieš apmokestinimą buvo toks pats kaip ir grynas pelnas. 2021 metais akcinė bendrovė lyginant su 2020 metais turėjo 1,18% mažesnę pardavimo savikainą, todėl bendrasis pelnas siekė beveik 5%, taip pat beveik 1%. išaugo pelnas prieš apmokestinimą. Augo ir grynas pelnas, bet mažiau nei pelnas prieš apmokestinimą, nes 2021 metais įmonė mokėjo 15% pelno mokesčių. 2022 metais pardavimo savikaina sumažėjo iki 87,85%, todėl 2022 metais bendrasis pelnas padidėjo net 7,3%, pelnas prieš apmokestinimą išaugo 5,78%, o grynas pelnas padidėjo beveik 5%.

### **2.2. AB „Šiaulių energija“ pelno (nuostolių) ataskaitos horizontali analizė**

Akcinė bendrovė 2021 metais pardavimo savikaina 9,18%, todėl mažėjo ir pardavimo pajamos 8,05%. Šie pokyčiai net 21,51% padidino bendrąjį pelną. Beveik 20% augo kitos palūkanų ir panašios pajamos, sumažėjo beveik 9% kitos palūkanų ir panašios sąnaudos. Dėl šių pokyčių 20,26% padidėjo

pelnas prieš apmokestinimą. 100% padidėjo pelno mokestis, nes 2020 metais įmonė nemokėjo pelno mokesčio. Nors įmonė 2021 metais mokėjo pelno mokestį, tačiau grynas pelnas vis tiek išaugo net 15,71%. 2022 metais įmonės situacija ir toliau gerėjo. Įmonė dar labiau sumažino pardavimo savikaina beveik 15%, pajamos sumažėjo mažiau nei 2021 metais, tai yra 7,78%. Bendrasis pelnas stipriai išaugo net 130,94%, taip pat labai stipriai išaugo ir kitos palūkanų ir panašios pajamos, jos išaugo net 522,59%. 2022 metais beveik 81% mažėjo kitos veiklos rezultatai ir 15,6% mažėjo kitos palūkanų ir panašios sąnaudos. Dėl išaugusio bendrojo pelno didėja ir pelnas prieš apmokestinimą net 143,82% bei labai stipriai padidėjo pelno mokestis net 828,38%. Nors stipriai išaugo pelno mokesčio suma, tai nesutrukdė akcinei bendrovei daugiau nei 100% padidinti grynąjį pelną. 2020 metais grynas pelnas išaugo 116,88%.

### 2.3. Santykiinių bendrovės rodiklių analizė

AB „Šiaulių energija“ pelningumo rodiklių analizė rodo, jog 2022m. bendrasis pelningumas buvo patenkinamas, kadangi 12,15% yra ribose nuo 7% iki 15%. Šios ribos nurodo koks yra įmonės bendrojo pelningumo rezultatas, šiuo atveju – patenkinamas. Vis dėl to, praėjusiais finansiniais metais - 2021 m., bendrojo pelningumo rodiklis buvo nepatenkinamas, tik 4,85%, kas yra mažiau už 7%, todėl nepatenka į patenkinamą zoną. Tas pats ir su 2020 m., bendrojo pelningumo rodiklis yra 3,67%, taip kaip ir 2021 m., taip ir 2020 m., šis rodiklis yra nepatenkinamas, nes <7%.

#### 2.3.1.lentelė Pelningumo rodikliai

Rodikliai	AB "Šiaulių energija"		
	2022m.	2021 m.	2020 m.
Bendrasis pelningumas	12.15%	4.85%	3.67%
Veiklos pelningumas	7.99%	1.22%	0.68%
Grynojo pardavimo pelningumo rodiklis	7.96%	3.38%	2.69%
Nuosavo kapitalo grąža	4.00%	1.92%	1.70%

Veiklos pelningumo rodiklis rodo, jog 2022 m. „Šiaulių energijos“ vienam pardavimo pajamų eurui teko 7,99 eurų veiklos pelno. 2021 m. vienam pardavimo pajamų eurui teko 1,22 euro veiklos pelno, o 2020 m. vienam pardavimo pajamų eurui tik 0,68 euro veiklos pelno. Kuo didesnis šis rodiklis, tuo didesnis įmonės pelningumas ir tai parodo įmonės vadovų gebėjimą kontroliuoti veiklos sąnaudų formavimąsi.

Grynojo pelningumo rodiklis rodo kiek pardavimo pajamų sudaro pelnas. Matome, jog tik 2022 m., įmonė pasiekė mažai pelningą ribą, kur grynojo pelningumo rezultatas buvo 7,96%, o tai yra <10%, todėl ir yra mažai pelninga. 2021 m. šis rodiklis tesiekė 3,38%, o 2020m., tik 2,69%, tai yra mažiau nei 5%, todėl grynas pelningumas yra neigiamas.

Nuosavo kapitalo pelningumas visais metais buvo nepatenkinamas, nes nesiekė 10% ribos. Nors 2022 m. rodiklis ženkliai išaugo, iki 4%, bet net ir toks išaugimas nepadėjo pasiekti patenkinamos ribos. 2021 m. Nuosavo kapitalo pelningumas rodiklis tesiekė 1,92%, o 2020 m., tik 1,70%, todėl 2022 m., rodiklis išaugo itin dideliu skirtumu nei pastaraisiais dvejais metais. Kai „Šiaulių energijos“ rodiklis buvo tik 1,70%.

#### 2.3.2.lentelė Mokumo rodikliai

Rodiklis	AB "Šiaulių energija"		
	2022m.	2021m.	2020m.
Bendrojo trumpalaikio mokumo	2,30	1,33	3,02
Apyvartinis kapitalas	4 267 437€	1 365 471€	7 201 363€
Trumpalaikio įsiskolinimo rodiklis	0,44	0,78	0,34
Ilgalaikių įsipareigojimų vykdymo patikimumas	13,00	13,92	9,04
Bendrasis įmonės mokumas	7,50	6,56	6,64

Mokumo rodikliai rodo ar įmonė yra moki, ar, visgi, vėluoja sumokėti tiekėjams skolas. Analizuojamos įmonės AB „Šiaulių energija“ bendrasis trumpalaikis mokumas (matavimo vienetas koeficientas) geriausiai ribą pasiekė 2021 m., kai jos rodiklis buvo 1,33. Kai šis rodiklis būna ribose nuo

1,5 iki 2, vadinasi mokumas yra labai geras. 2022 m. ir 2020 m. trumpalaikio mokumo koeficientas buvo didesnis už 2, kas reiškia, kad jis yra geras, tačiau įmonė dirba neefektyviai. 2022m., matome, jog rodiklis ribą viršijo labai nedaug, nes tais metais šis siekė 2,3, o 2020 m. jis siekė net 3,02, kas buvo prasčiausias šios įmonės rezultatas per trejus analizuojamus metus.

Apyvartinis kapitalas tai įmonės trumpalaikio turto perteklius, lyginamas su trumpalaikiais įsipareigojimais. Jis rodo ar įmonė turėjo pakankamai trumpalaikio turto apmokėti trumpalaikius įsipareigojimus. Pagal lentelėje pateiktus duomenis matome, jog 2020-2022m. AB „Šiaulių energijos“ apyvartinis kapitalas buvo teigiamas, todėl įmonė turėjo trumpalaikio turto apmokėti visiems trumpalaikiams įsipareigojimams. 2022m. apyvartinis kapitalas sudarė 4 267 437 €, 2021m. – 1 365 471 €, o 2020m. – 7 201 363 €. 2020m. įmonė turėjo daugiausiai apyvartinio kapitalo.

Trumpalaikio įsiskolinimo rodiklis rodo kokia dalis trumpalaikio turto yra finansuojama trumpalaikėmis skolomis. Jeigu rodiklis siekia 0,2-0,4 vadinasi rodiklis yra geras. „Šiaulių energijos“ rodiklis geras buvo tik 2020m. – 0,34. Tiek 2021m. tiek 2022m. rodiklis viršijo gerą ribą. 2021m. jis siekė net 0,78, o tai reiškia, jog ganėtinai didelė trumpalaikio turto dalis buvo finansuojama trumpalaikėmis skolomis, kadangi ribą viršijo beveik dvigubai. 2022m. rodiklis ženkliai sumažėjo ir priartėjo prie geros ribos, tačiau vis tiek ją viršijo – 0,44. Nors skirtumas nėra itin ženklus, bet įmonė dar nesugebėjo efektyviai sumažinti trumpalaikio turto dalies, kuria finansuodavo trumpalaikes skolas.

Ilgalaikių įsipareigojimų vykdymo patikimumo rodiklis turi būti kuo aukštesnis, tada bankroto tikimybė yra mažiausia ir didesnė ilgalaikių įsipareigojimų įvykdymo tikimybė. „Šiaulių energijos“ 2022 m. rodiklis buvo 13, 2021 m. – 13,92, o 2020 m. – 9,04. Ilgalaikių įsipareigojimų vykdymas patikimiausias buvo 2021 m., kadangi rodiklis buvo aukščiausias. Kadangi įmonės ilgalaikiai įsipareigojimai yra itin maži, o ilgalaikio turto yra keliasdešimt tūkstančių kartų daugiau, todėl šios įmonės ilgalaikių įsipareigojimų vykdymo rodiklis yra itin aukštas ir įmonei negresia nei bankrotas, nei ilgalaikių įsiskolinimų nemokumas.

Bendrasis įmonės mokumas – tai įmonės gebėjimas įvykdyti ilgalaikius ir trumpalaikius įsipareigojimus. Jeigu turtas yra didesnis už įsipareigojimus – įmonė moki. Kuo rodiklis yra didesnis, tuo įmonės mokumas yra geresnis, bankroto grėsmė mažesnė, taipogi, įmonei lengviau pasiskolinti papildomų lėšų. Jeigu rodiklis yra lygus 2, tada jis yra geras. „Šiaulių energijos“ atveju, visais metais rodiklis buvo didesnis nei 2, todėl jis buvo labai geras. Įmonė galėtų pasiskolinti didelę dalį papildomų lėšų. 2022m. rodiklis siekė 7,5, 2021m. – 6,56, o 2020m. – 6,64. Matome, jog įmonė yra moki ir pagal šį rodiklį bankrotas jai negresia nė vienais metais.

## Išvados

1. Atlikus teorinę analizę, galima teigti, kad finansų valdymo sprendimai yra grindžiami principais, kurių yra dešimt. Principų laikymasis finansų valdyme padeda identifikuoti ilgalaikių investicijų ir jų rizikos vertinimo metodų parinkimo, finansavimo šaltinių kainos apskaičiavimo, kapitalo struktūros ir dividendų politikos formavimo, įmonės vertės valdymo, trumpalaikio turto ir jo finansavimo valdymo problemas bei jas spręsti: Priimti strateginius, taktinius ir operatyvius finansų valdymo sprendimus, pagrįstus analitiniu vertinimu.

2. Finansinės būklės analizei dažniausiai naudojamos 3 pagrindinės rūšys – horizontalioji (rodiklių dinamikos), vertikalioji (rodiklių struktūros) ir santykinė (koeficientų skaičiavimo) analizė.

3. Pelno (nuostolių) ataskaitos vertikali analizė parodė, kad AB „Šiaulių energijos“ dėl didelės pardavimo savikainos buvo mažas ne tik bendrasis pelningumas, bet ir pelnas prieš apmokestinimą bei grynasis pelningumas.

4. Santykinų rodiklių analizei buvo pasirinkti pelningumo ir mokumo rodikliai, kurie rodo, kad įmonė pelningiausia buvo 2022 metais, o pagal bendrą įmonės mokumo rodiklį galima teigti, kad akcinės bendrovės mokumas buvo geras visais analizuojamais metais.

5. Norint pagerinti AB „Šiaulių energija“ padėti reiktų bent 10% didinti pajamas ir 20% sumažinti pirkėjų skolas. Atlikus šiuos veiksmus akcinės bendrovės situacija stipriai pagerėtų.

## Literatūra

1. Aleknevičienė, V. (2009). Įmonės finansų valdymas. Kaunas: Spalvų kraitė.
2. Brigham EF, Hiustonas JF (2013) „Fundamentals of Financial Management“ Thirteenth Edition USA. Prieiga per internetą:

- [http://lms.aambc.edu.et:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/162/Fundamentals%20of%20Financial%20Management,%2013th%20ed.%20\(%20PDFDrive%20\).pdf?sequence=1](http://lms.aambc.edu.et:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/162/Fundamentals%20of%20Financial%20Management,%2013th%20ed.%20(%20PDFDrive%20).pdf?sequence=1)
3. Černius G. (2014) „Įmonės finansų valdymo pagrindai“ Vilnius <https://cris.mruni.eu/server/api/core/bitstreams/ff3ac435-ebf0-4a5e-8c6d-c6601f03e7f7/content>
  4. Černius G. (2022) „Finansų valdymas II Verslo finansų ir analizės pagrindai“ Mykolo Romerio universitetas. Prieiga per internetą: <https://cris.mruni.eu/server/api/core/bitstreams/82ce295d-2c8f-4988-a820-de227a4fd4af/content>
  5. Klimavičienė, A. (2010). Finansų valdymas. Paimta 2024-04-03 iš ISM Vadybos ir ekonomikos fakultetas prieiga per internetą: <https://vb.ism.lt/object/elaba:15869947/MAIN>
  6. Melicher R.W. ir Norton E.A (2013) „Introduction to Finance Markets, Investments, and Financial Management“ USA. Prieiga per internetą: <https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/Introduction%20to%20Finance%20Markets-%20Investments-%20and%20Financial%20Management-%2016th%20Edition.pdf>
  7. Visuotinė lietuvių enciklopedija <https://www.vle.lt/straipsnis/finansai/>



# ILGALAIKIO NEMATERIALAUS TURTO APSKAITA

*Deimantė Tunaitienė*

*lekt. Birutė Petrošienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Kiekviena įmonė, nepriklausomai nuo jos veiklos, disponuoja didesniu ar mažesniu turtu. Ilgalaikis turtas gali būti materialusis arba nematerialusis. Šis turtas vis labiau įsigali įmonių veikloje, vien jau dėl to, kad laisvosios konkurencijos sąlygomis vis didesnę reikšmę įgyja žinios ir įgūdžiai. Todėl pastaraisiais dešimtmečiais labai didėja paslaugų lyginamasis svoris visų prekių atžvilgiu. Materialios produkcijos gamyba ir pardavimai tampa ne tokie reikšmingi. Savo straipsnyje išanalizuosiu ilgalaikio nematerialaus turto pripažinimo kriterijus, šio turto struktūrą, atliksiu ilgalaikio nematerialaus turto įsigimo bei pasigaminimo apskaitos analizę.

Raktiniai žodžiai: ilgalaikis nematerialus turtas, amortizacija, likutinė vertė, balansinė vertė.

## Įvadas

Nematerialusis turtas yra vienas sudėtingiausių apskaitos klausimų, nes sunku juos identifikuoti, įvertinti vertę ir ekonominį gyvavimo laiką. Nematerialaus turto samprata nėra galutinai atskleista mokslinėje literatūroje. Todėl nematerialaus turto conceptualiosios žinios pastaruoju metu tapo mokslininkų diskusijų objektu. Bendraja prasme, nematerialūs ištekliai neturi materialios formos ar kitokių apčiuopiamumo savybių. Nematerialusis turtas yra ilgalaikio turto sudedamoji dalis. Šiam turtui yra priskiriamas toks turtas, kuris neturi materialios substancijos, jis nėra apčiuopiamas, bet pasireiškia ekonominėmis ypatybėmis ir atneša naudos- pajamas ( patentai, licencijos).

**Problema** - Nematerialusis turtas yra vienas sudėtingiausių apskaitos klausimų, nes sunku jį identifikuoti, įvertinti vertę ir ekonominį gyvavimo laiką, todėl labai svarbu tinkamai jį identifikuoti ir teisingai apskaityti.

**Tyrimo objektas** - Nematerialiojo turto apskaita.

**Tyrimo tikslas** – Išanalizuoti ilgalaikio nematerialaus turto apskaitą.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Apibūdinti nematerialiojo turto sudėtį;
2. Išnagrinėti nematerialiojo turto pripažinimą apskaitoje.
3. Išanalizuoti nematerialiojo turto apskaitą

**Tyrimo metodai** - Mokslinės, teorinės literatūros, VAS nuostatų, norminių teisės aktų reglamentuojančių finansinę apskaitą, LR įstatymų ir kitų informacinių šaltinių analizė.

## 1. Ilgalaikio nematerialiojo turto esmė

Pasak 13-ojo VAS **nematerialusis turtas** – neturintis materialios formos nepiniginis turtas, kuriuo įmonė disponuoja, kurį naudodama tikisi gauti tiesioginės ir (arba) netiesioginės ekonominės naudos ir kurio vertė yra ne mažesnė už įmonės nusistatytą minimalią nematerialiojo turto vertę. Nematerialusis turtas yra bene sudėtingiausia apskaitos požiūriu sudedamoji ilgalaikio turto dalis.

Nematerialusis turtas – tai ilgalaikis (ilgalaikis) turtas, neturintis fizinės esmės ir kurio įsigijimas ir tolesnis turėjimas reiškia teisę į būsimą ekonominę naudą. Nematerialusis turtas apima prestižą, patentus, franšizes, licencijas, prekių ženklus, prekės ženklus, autorių teises ir, jei tam tikri įvykdytos sąlygos, kapitalizuoti MTEP- tyrimai ir plėtra. (Stolowy H., Ding Y, 2019. p 287).

Panašiai nematerialus turtas apibūdinamas ir G. Kalčinsko bei R. Kalčinskaitės Klimaitienės (G. Kalčinskas, R. Kalčinskaitė- Klimaitienė 2022. p. 456), jie teigia, kad ilgalaikis nematerialusis turtas pirmiausia reiškiasi per įvairias privilegijas ir teises, iš kurių įmonė gauna tam tikrą naudą. Šis turtas pagal jų traktavimą LR įmonių balansuose visuomet gali būti tik ilgalaikis.

Nematerialus turtas turi tokius svarbius požymius:

- neturi materialiojo turto turinio;
- turi vertę, kurios būtina išraiška- už tą turtą sumokėta kaina;
- turtas atneša įmonei naudos.

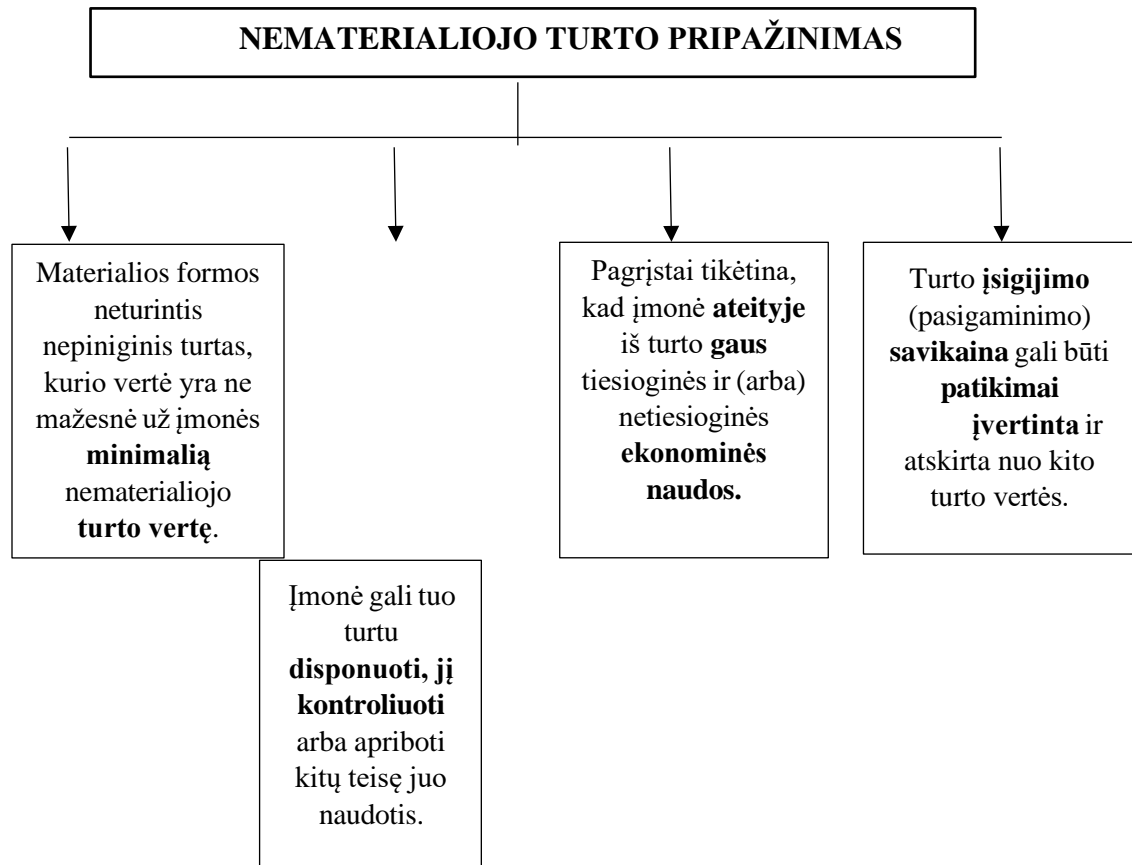
Nematerialusis turtas grupuojamas į 13-ajame VSAFAS „Nematerialusis turtas“ nustatytas grupes:

- nuosavą;
- valdomą, naudojamą ir disponuojamą patikėjimo teise;
- nuomojamą;

- išnuomotą;
- naudojamą pagal panaudą;
- atiduotą panaudai;
- gautą pasaugai;
- atiduotą pasaugai.

Nematerialusis turtas pripažįstamas, jei jis atitinka nematerialiojo turto apibrėžimą ir šiuos pripažinimo kriterijus (G. Kalčinskas, R. Kalčinskaitė- Klimaitienė 2022. p. 456)

### 1 pav. Nematerialiojo turto pripažinimo kriterijai



Šaltinis: Kalčinskas G., Kalčinskaitė- Klimaitienė R. (2022), *Buhalterinė apskaita*, devintoji laida p. 457

Priskyrimo ilgalaikiam nematerialiajam turtui pripažinimo kriterijai:

1. Nematerialiojo turto vertė turi būti didesnė už įmonės nustatytą minimalią vertę.
2. Tikėtina, kad įmonė gaus iš to turto ekonominės naudos. Vertinant tikimybę įmonėje gauti ekonominės naudos, turi būti vadovaujama nematerialiojo turto pripažinimo metu patikima informacija ir laikomasi ne tik formalių reikalavimų, bet ir turinio svarbos principo. Pažymėtina, kad būsimąją ekonominę naudą, gaunamą iš nematerialiojo turto, gali sudaryti gaminių ir paslaugų pardavimo pajamos, išlaidų sumažėjimas ar kita nauda, gaunama iš įmonės naudojamo nematerialaus turto.
3. Turto įsigijimo savikaina gali būti patikimai įvertinta (įvertinimas pagrįstas išsamia ir teisinga informacija ir atskirta nuo kito turto vertės, pavyzdžiui, kompiuterio operacinė sistema, be kurios kompiuteris negali veikti, priskiriama kompiuterio įsigijimo savikainai).
4. Įmonė gali disponuoti, jį kontroliuoti arba apriboti teisę juo naudotis kitiems. Svarbiausių nematerialiojo turto pripažinimo kriterijumi yra – kontrolė. Įmonė kontroliuoja turtą, jei ji turi teisę gauti iš jo būsimosios ekonominės naudos bei uždrausti kitiems ja naudotis. Įmonės galimybė kontroliuoti nematerialiųjų turtą ir jo teikiamą ekonominę naudą gali būti išreikšta juridinėmis teisėmis. Tai gali būti autorių arba kitos panašios teisės.

Tam tikrais atvejais nematerialusis turtas gali būti susietas su materialia forma. Toks turtas gali būti kompaktiniame diske (kompiuterių programos), popierinėse laikmenose (licencijos ar patentai), kino juostoje

ar pan. Tais atvejais, kai turtas turi materialiojo ir nematerialiojo turto požymių, nustatant, kuriam turtui jį priskirti, įvertinama, kuris požymis vyrauja. Jei nematerialusis turtas yra neatskiriama materialiojo turto dalis, jis apskaitomas kartu su tuo materialiojo turto vienetu. Pavyzdžiui, kompiuterio operacinė sistema, be kurios kompiuteris negali veikti, priskiriama kompiuterio įsigijimo savikainai, o programa, kuri nėra sudedamoji kompiuterio įrangos dalis, apskaitoma kaip nematerialusis turtas.

Vykdamas plėtros darbus, gali būti sukurti ar pagaminti bandomieji pavyzdžiai, kurie turi materialią formą, tačiau šiuo atveju materialiojo turto požymiai nėra svarbūs, nes pagrindinis tikslas yra tobulinti jau gaminamą arba sukurti naują produktą, todėl šios išlaidos priskiriamos nematerialiajam turtui.

Jei išlaidos neatitinka nematerialiojo turto apibrėžimo, jos pripažįstamos sąnaudomis jų susidarymo metu. Išlaidų, kurios pripažįstamos sąnaudomis tada, kai jos patiriamos, pavyzdžiai:

- išlaidos naujai gamyklai atidaryti, naujam verslui ar veiklai pradėti;
- darbuotojų mokymo;
- reklamos ir reprezentacinės;
- įmonės ar jos dalies perkėlimo ar reorganizavimo.

Nematerialusis turtas, kurį įmonė gali perleisti ar išnuomoti, yra laikomas atskiriamu nuo įmonės ir kito jos turto. Jei nematerialusis turtas yra neatskiriamas nuo kito turto ir kuria būsimąją ekonominę naudą tik kartu su kitu turtu, jis gali būti pripažįstamas nematerialiuoju turtu tik tada, jei įmonė gali nustatyti, kokią būsimąją ekonominę naudą ji gaus iš jo.

Taigi, nematerialusis turtas – neturintis materialios formos nepiniginis turtas, kuriuo įmonė disponuoja, kurį naudodama tikisi gauti tiesioginės ir (arba) netiesioginės ekonominės naudos ir kurio vertė yra ne mažesnė už įmonės nusistatytą minimalią nematerialiojo turto vertę. Nematerialusis turtas pripažįstamas, jei jis atitinka nematerialiojo turto pripažinimą ir pripažinimo kriterijus.

## 2. Ilgalaikio nematerialiojo turto rūšys

Nematerialiojo turto pavyzdžiai gali būti pripažįstami įmonės nematerialiuoju turtu, tačiau išlaidos, patirtos šiems darbams atlikti, tam tikrais atvejais gali būti nepripažįstamos nematerialiuoju turtu, o priskiriamos bendrosiomis ir administracinėmis sąnaudoms. Pavyzdžiui, jei prekių, paslaugų ženklai, kurie teiks ekonominės naudos ateityje, yra įgyjami, jie pripažįstami nematerialiuoju turtu, tačiau, jei šie objektai sukuriama įmonėje, jų sukūrimo išlaidos priskiriamos ataskaitinio laikotarpio bendrosiomis ir administracinėmis sąnaudoms.

Jei įmonė įgyja patentą, jis apskaitoje registruojamas nematerialiojo turto sąskaitoje, tačiau dažniausiai patentai neparduodami – patento savininkas suteikia teisę naudotis patentuotu išradimu. Tokiu atveju pirkėjo apskaitoje registruojamas nematerialusis turtas – teisės ar licencijos. Jei patentu patvirtinamas įmonės sukurtas gaminys, gamybos būdas ar technologija, jo savikainą turėtų sudaryti tik išradimo įrodymo išlaidos ir registravimo mokesčiai. Visos patentuojamo gaminių ar gamybos būdo sukūrimo išlaidos į patento įsigijimo savikainą neįskaičiuojamos ir nurašomos į sąnaudas kaip tyrimo darbų išlaidos, nors kartais gali būti pripažįstamos plėtros darbų išlaidomis, jei atitinka šio standarto 32 punkte nurodytas sąlygas.

Franšizės ir kitos įgytos teisės pripažįstamos nematerialiuoju turtu, jei jas įgydama įmonė sumoka vienkartinę įmoką, kuri ir yra tokio nematerialiojo turto įsigijimo savikaina. Vėlesnės periodinės įmokos, pvz., honorarai, mokami atsižvelgiant į pardavimo mastą, žemės nuomos mokesčiai ir t. t., pripažįstamos sąnaudomis. Jei už franšizę ar kitą įgytą teisę vienkartinė įmoka nemokama, o mokami tik periodiniai mokesčiai už naudojimąsi šia teise, nematerialiuoju turtu nepripažįstama.

Jei įmonė įsigyja licenciją, pavyzdžiui, valstybės suteikiamą leidimą plėtoti tam tikrą veiklą, ir licencijos įsigijimo savikaina yra reikšminga, įmonė pripažįsta nematerialųjį turtą, kurį amortizuoja per licencijos galiojimo laiką, o jei licencija yra suteikta neribotam laikui, vadovaudamasi šio standarto 45 ir 46 punktais, įmonė turėtų amortizuoti ją per laikotarpį, kurį numato verstis licencijuojama veikla.

Įmonės įsigytos kompiuterių programos (apskaitos, gamybos procesų valdymo ir t. t.), duomenų bazės pripažįstamos nematerialiuoju turtu, tačiau jei įmonė pati kuria šias programas ketindama jas naudoti savo veikloje, išlaidos joms sukurti dažniausiai pripažįstamos sąnaudomis.

Įmonė gali susikurti interneto tinklalapį. Toks tinklalapis gali būti naudojamas įvairiems tikslams: propaguoti ir reklamuoti įmonės produkciją ir paslaugas, teikti elektronines paslaugas, realizuoti produkciją ir kt. Sukurtas tinklalapis turėtų būti pripažįstamas nematerialiuoju turtu, jeigu įmonė įvykdo ne tik bendruosius pirminio pripažinimo ir įvertinimo, bet ir šio standarto 32 punkto, reikalavimus. Įmonė turi pateikti duomenų, patvirtinančių, kad jos tinklalapis teiks ekonominės naudos ateityje (pajamas sudarys tinklalapio mokesčiai, jis bus naudojamas elektronei prekybai ir pan.). Jei sukurtas tinklalapio paskirtis yra įmonės produktų ar paslaugų

reklama, tuomet visos išlaidos turėtų būti pripažįstamos sąnaudomis (13-VAS, 2016). Mackevičius ir Jarmalaitė (2011) pažymi, kad išlaidos, patirtos įsigyjant ar sukuriant nematerialųjį turtą, apskaitoje gali būti: 1) pripažįstamos nematerialiuoju turtu; 2) pripažįstamos sąnaudomis ataskaitiniu laikotarpiu; 3) kapitalizuojamos kaip prestižo dalis verslo jungimo metu. Tai parodo, jog ne visos išlaidos yra pripažįstamos nematerialiuoju turtu. (Bužinskienė, R. 2022 Tyrimų ir plėtros sąnaudų pripažinimo nematerialiuoju turtu vertinimas p. 86)

Išanalizavus nematerialiojo turto rūšis daugelis nematerialiųjų išteklių, apskaitomų kaip nematerialusis turtas, yra siejami su intelektine nuosavybe, kurios buvimą įrodo tokie dokumentai kaip asmeninės sutartys, patentai, registracijos liudijimai, licencijos, perdavimo sutartys, todėl dauguma šių nematerialiųjų išteklių yra priskirtini nematerialiajam turtui, nes iš jų atsiranda turtinės ir neturtinės teisės.

### 3. Nematerialiojo turto įsigijimo ir pagaminimo apskaita

Nematerialusis turtas apskaitoje registruojamas įsigijimo (pasigaminimo) savikaina. Nematerialiojo turto įsigijimo savikainą sudaro įsigyjant šį turtą sumokėta ar mokėtina pinigų suma (ar kitokio sunaudoto turto vertė), įskaitant muitus ir kitus negražinamus mokesčius. Turto įsigijimo savikainai gali būti priskiriamos ir kitos tiesioginės turto paruošimo numatomam naudojimui išlaidos.

Jei nematerialusis turtas yra įsigyjamas iš išorės šaltinio, jo įsigijimo savikaina gali būti patikimai įvertinta, kai atsiskaitoma pinigais ar kitu turtu. Dažniausiai įmonės gali patikimai įvertinti įsigyto nematerialiojo turto įsigijimo savikainą, nes įsigyjant turtą atsiskaitoma pinigais, jų ekvivalentais ar kitu turtu, kurio verte remiantis nustatoma nematerialiojo turto savikaina.

Nematerialiojo turto įsigijimo savikainą sudaro už šį turtą sumokėta ar mokėtina pinigų suma ar kitokio sunaudoto turto vertė, įskaitant muitus ir kitus negražinamus mokesčius. Turto įsigijimo savikainai turi būti priskiriamos ir kitos tiesioginės turto paruošimo numatomam naudojimui išlaidos, pavyzdžiui, atlyginimai už teises paslaugas. Įsigytas nematerialusis turtas apskaitoje registruojamas įsigijimo savikaina, kurią sudaro:

- pirkimo kaina, atėmus pirkimo metu žinomas ir taikytas nuolaidas, įskaitant negražintinus importo ir kitus pirkimo mokesčius (pvz., negražintiną pridėtinės vertės mokesčių);
- tiesiogiai priskirtinos išlaidos, susijusios su nematerialiojo turto įsigijimu ir paruošimu naudoti (pvz., teisių registravimo mokesčiai, atlygis už teises, konsultavimo, tarpininkavimo paslaugas ir t. t.).

Į nematerialiojo turto įsigijimo savikainą neįskaičiuojamos bendrosios ir administracinės sąnaudos, palūkanos už paskolas nematerialiajam turtui įsigyti. Įsigytas nematerialusis turtas apskaitoje registruojamas debetuojuojant nematerialiojo turto įsigijimo savikainos sąskaitas ir kredituojuojant atitinkamas turto ar įsipareigojimų sąskaitas:

- D 11x0 Nematerialiojo turto įsigijimo savikaina (pagal turto grupes)
- K 271 Sąskaitos bankuose ar 272 Kasa arba
- K 116 Sumokėti avansai už nematerialųjį turtą (jei tokių buvo) arba
- K 4494 Kitos mokėtinos sumos

#### Pavyzdys

Įmonė „F“ 2023 m. kovo 20 d. sumokėjo 2 000 Eur avansą įmonei „G“ už numatomą įgyti nematerialųjį turtą – prekės ženklą. Sutartyje numatyta prekės ženklo vertė – 20 000 Eur. Likusią sumą – 18 000 Eur – įmonė „F“ sumokėjo įmonei „G“ 2023 m. birželio 18 d. ir įregistravo ženklą teisių perdavimą prekių ženklų registre. Už ženklą teisių perdavimą įregistravimą įmonė „F“ sumokėjo 100 Eur. Be to, 2023 m. birželio 18 d. teisininkams už teises paslaugas (sutarties parengimą ir priežiūrą) ji sumokėjo 1 500 Eur. Registruojant įsigytą prekių ženklą, įmonės „F“ apskaitoje daromi tokie įrašai: 2023 m. kovo 20 d., sumokėjus avansą:

- D 1131 Išankstiniai apmokėjimai 2 000
- K 271 Sąskaitos bankuose 2 000

2023 m. birželio 18 d., įsigijus prekės ženklą ir įregistravus ženklą teisių perdavimą: D

- 1130 Kitas nematerialusis turtas 21 600
- K 1131 Išankstiniai apmokėjimai 2 000
- K 271 Sąskaitos bankuose 19 600

*Pastaba. Įmonė „F“ įsigytų prekių ženklų apskaitai gali skirti atskirą sąskaitą „Prekių ženklai“.*

Jei nematerialusis turtas įsigyjamas išsimokėtinai per ilgesnį kaip 12 mėnesių laikotarpį ir sutartyje palūkanos nenurodomos arba jų dydis reikšmingai skiriasi nuo rinkos palūkanų normos, įsigijimo savikaina apskaičiuojama diskontuojuojant visą mokėtiną sumą iki dabartinės vertės, pritaikius rinkos palūkanų normą.

Skirtumas pripažįstamas palūkanų sąnaudomis per visą išsimokėjimo laikotarpį. Kai nematerialiojo turto objektas įsigijamas išsimokėtinai per ilgesnį kaip 12 mėnesių laikotarpį ir sutartyje palūkanos nenurodomos arba jų dydis reikšmingai skiriasi nuo rinkos palūkanų normos, įsigijimo savikaina apskaičiuojama diskontuojant visą mokėtiną sumą iki dabartinės vertės taikant rinkos palūkanų normą. Įsigijimo savikainos ir diskontuotos vertės skirtumas pripažįstamas palūkanų sąnaudomis, kurias įmonė nurašys į finansinės ir investicinės veiklos sąnaudas per visą mokėjimo laikotarpį.

Nematerialusis turtas gali būti įsigytas mainais į kitą turtą. Nematerialusis turtas gali būti įsigijamas ne tik atsiskaitant pinigais ar jų ekvivalentais, bet ir mainais į kitą nematerialųjį, ilgalaikį materialųjį, finansinį turtą, atsargas, paslaugas. Mainais gauto nematerialiojo turto įsigijimo savikaina apskaičiuojama prie mainų sutartyje numatytos vertės pridendant tiesiogines, su turto mainais susijusias išlaidas. Kai mainomo turto vertė nurodyta mainų sutartyje, mainais gauto nematerialiojo turto įsigijimo savikaina yra sutartyje numatytos vertės, su mainais susijusių išlaidų ir tiesioginių išlaidų paruošti turtą naudoti suma. (13-ojo verslo apskaitos standartas, 2016).

### 3.1. Įmonės sukurtas nematerialusis turtas

Pasigamintas (sukurtas) nematerialusis turtas pirminio pripažinimo metu apskaitoje registruojamas pasigaminimo (sukūrimo) savikaina.

Gaminant (kuriant) turtą įmonėje, išlaidos skirstomos į tyrimo ir plėtros išlaidas. Jei įmonė negali atskirti tyrimo išlaidų nuo plėtros išlaidų, visos išlaidos priskiriamos tyrimo išlaidoms. Tyrimo išlaidos pripažįstamos sąnaudomis to laikotarpio, per kurį jos susidaro.

Tyrimų išlaidų pavyzdžiai gali būti:

- veikla, skirta įgyti naujų žinių;
- gautų žinių įvertinimas ir jų pritaikymas;
- alternatyvių medžiagų, priemonių, gaminių, procesų, sistemų ar paslaugų ieškojimas. Plėtros išlaidų pavyzdžiai gali būti:

- pavyzdžių ir modelių projektavimas, konstravimas ir išbandymas iki gamybos ar naudojimo pradžios;

- instrumentų, įrankių pavyzdžių, formų ir atspaudų projektavimas pagal naujas technologijas;

- įrangos, kuri skirta bandomiesiems pavyzdžiams pagaminti, projektavimas, konstravimas ir eksploatavimas;

- pasirinktų naujų alternatyvių medžiagų, įrangos, produktų, procesų, sistemų ar paslaugų projektavimas, konstravimas ir testavimas.

Vykdamas plėtros darbus, susidariusios išlaidos nematerialiuoju turtu gali būti pripažįstamos tik tada, kai įmonė turi patikimų įrodymų, kad:

- ji turi techninių galimybių, finansinių ir kitų išteklių užbaigti plėtros darbus;
- ji ketina baigti gaminti (kurti) nematerialųjį turtą ir jį naudoti arba parduoti;
- ji sugebės naudoti arba parduoti nematerialųjį turtą;
- nematerialusis turtas ateityje teiks įmonei ekonominės naudos;
- ji gali patikimai įvertinti su nematerialiojo turto pasigaminimu (sukūrimu) susijusias išlaidas.

Įmonės viduje sukurto nematerialiojo turto pasigaminimo savikaina yra išlaidų suma, kurios buvo patirtos nuo tos datos, kai nematerialusis turtas pirmą kartą atitiko pripažinimo kriterijus. Įmonės viduje sukuriama nematerialiojo turto išlaidos – darbuotojų, tiesiogiai dalyvaujančių kuriant šį turtą darbo užmokestis, su juo susiję mokesčiai, kitos tiesiogiai su turto kūrimu susijusios išlaidos ir pridėtinės vertės išlaidos, jei kuriant turtą yra būtinos. (13-asis verslo apskaitos standartas).

Apibendrinamai, įmonė, vykdydama plėtrą, turi pateikti įrodymus, kad ji turi pakankamai išteklių užbaigti kurti nematerialųjį turtą. Ji turi nustatyti, kokią ekonominę naudą teiks šis gaminys, ar bus galimybė naudoti arba parduoti šį turtą. Be to, visos patirtos išlaidos turi būti patikimai įvertintos ir atskirtos nuo kito turto kūrimo išlaidų.

### 4. Nematerialiojo turto amortizacija, nuvertėjimas ir turto nurašymas

Finansinėje apskaitoje amortizacija – sąnaudų dalis, apskaičiuojama pagal nustatytus normatyvus, kurie paprastai rodo planuojamą turto naudojimo laiką. Mokesčių apskaitoje amortizacija gali būti greitesnė, kai

taikomas didesnis nusidėvėjimo normatyvas – taip siekiama mažinti mokėtiną pelno mokesčių ir didinti įmonės galimybes greičiau atnaujinti turimą ilgalaikį turtą. (R. Vainienė 2005).

#### 4.1. Amortizacija

**Amortizacija**- ilgalaikio nematerialaus turto įsigijimo savikainos paskirstymas per jo naudojimo laiką. (G. Kalčinskas, R. Kalčinskaitė- Klimaitienė 2022 p. 462).

Nematerialiojo turto naudingo tarnavimo laikas gali būti ribotas ir neribotas. Nematerialiojo turto, turinčio neribotą tarnavimo laiką, amortizacija neskaičiuojama. Neriboto naudingo tarnavimo laiko yra plėtros darbai, literatūros, mokslo ir meno kūriniai. Prie kitų nematerialiojo turto grupių priskiriamas nematerialusis turtas gali turėti ribotą ir neribotą naudingo tarnavimo laiką, atsižvelgiant į nematerialiojo turto vieneto ypatybes. Naudojamo pagal nuomos ar panaudos sutartį nematerialiojo turto amortizacija neskaičiuojama ir

Apskaitoje neregistruojama. Programinės įrangos ir kito nematerialiojo turto, kurio naudojimo pradžią galima tiksliai nustatyti, amortizacija pradedama skaičiuoti nuo kito mėnesio 1 dienos, kai vienetas perduodamas naudoti veikloje. Tuo atveju, kai nematerialiojo turto naudojimo pradžios negalima tiksliai nustatyti, nematerialiojo turto amortizacija pradedama skaičiuoti nuo kito mėnesio 1 dienos, užregistravus turtą apskaitoje. Skaičiuojama už visą mėnesį nematerialiojo turto amortizacija.

Nematerialiojo turto amortizacija nebeskaičiuojama nuo kito mėnesio 1 dienos, kai:

- nematerialusis turtas nurašomas;
- nematerialusis turtas perleidžiamas ar kitaip perduodamas, nurašant jį iš balansinių sąskaitų;
- nematerialusis turtas nustoja būti naudojamas;
- visa naudojamo nematerialiojo turto vertė (atėmus likvidacinę vertę, jei ji nelygi nuliui)

perkeliama į sąnaudų sąskaitas. (Lietuvos Respublikos finansų ministerija)

Nematerialusis turtas amortizuojamas **tiesiogiai proporcingą (tiesinį) amortizacijos apskaičiavimo metodą**. Šiuo metodu amortizacija apskaičiuojama pagal formulę:

$$N = \frac{V1 - V2}{T}$$

N – metinė amortizacijos suma;

V1 – nematerialiojo turto įsigijimo vertė (pasigaminimo savikaina);

V2 – nematerialiojo turto likvidacinė vertė;

T – naudingo tarnavimo laikas metais.

Nematerialiojo turto amortizacija skaičiuojama remiantis metine amortizacijos norma, kurią įmonė nusistato, atsižvelgdama į:

- Planuojamą turto naudingo tarnavimo laiką;
- Galimybę veiksmingai naudoti šį turtą, jei įmonę valdys kita vadovų komanda;
- Iš turto gaunamų produktų gyvavimo ciklą;
- Informaciją apie panašaus ir panašiai naudojamo turto naudingo tarnavimo laiką;
- Techninį technologinį ir kitokį senėjimą;
- Verslo šakos, kurioje turtas naudojamas, stabilumą ir iš turto gaunamų gaminių ir paslaugų paklausos rinkoje pokyčius;
- Tikėtinus konkurentų ar galimų konkurentų veiksmus;
- Turto kontrolės laikotarpį ir teisinius bei kitokius veiksnius, ribojančius naudojimo laiką;
- Turto naudingo tarnavimo laiko priklausomybę nuo kito įmonės turto naudingo tarnavimo laiko.

Nematerialiojo turto likvidacinė vertė turi būti laikoma nuliu. Išskyrus atvejus, kai trečiasis asmuo įsipareigoja nupirkti turtą jo naudngto tarnavimo laiko pabaigoje ar yra aktyvioji to turto rinka ir pagal ją gali būti nustatyta likvidacinė vertė. Tikėtina, kad ši rinka bus ir turto naudingo tarnavimo laiko pabaigoje. Turto amortizuojamoji vertė nustatoma, iš įsigijimo savikainos atėmus turto likvinacinę vertę. Jei likvidacinė vertė nera lygi nuliui, vadinasi, įmonė tikisi nematerialųjį turtą perleisti jo naudingo tarnavimo laiko pabaigoje. Amortizacijos laikotarpį privalu kiekvienų finansinių metų pabaigoje peržiūrėti. Jei turto naudingas tarnavimo laikas žymiai skiriasi nuo ankstesnių įvertinimų, amortizacijos laikotarpis turi būti patikslintas. Paaiškėjus, jog nematerialiojo turto naudingo tarnavimo laikas įvertintas neteisingai ar turto vertė buvo patikslinta dėl jo patobulimo ar vertės sumažėjimo, amortizacija yra apskaičiuojama nuo iš naujo nustatytos turto vertės.

Registruojant su produkcijos gamyba nesusijusio nematerialiojo turto amortizaciją, apskaitoje daromi tokie įrašai:

D 6307 Nematerialiojo turto vertės amortizacijos sąnaudos K  
11X8 Nematerialiojo turto vertės amortizacija (–)

Registruojant su produkcijos gamyba susijusio nematerialiojo turto amortizaciją, apskaitoje daromi tokie įrašai:

D 6004 Netiesioginės gamybos išlaidos ar 2020 Nebaigta produkcija K  
11X8 Nematerialiojo turto vertės amortizacija (–)

#### 4.2. Nematerialiojo turto nuvertėjimas ir nurašymas

Jei nematerialusis turtas dar nepradėtas naudoti, nustatytas naudingo tarnavimo laikas ilgesnis kaip 20 metų, kiekvienų finansinių metų pabaigoje, net jei nėra požymių, kad turto vertė sumažėjo, įmonė turi peržiūrėti ir, jei būtina, patikslinti nematerialiojo turto vertę. Jei turto vertė sumažėja, pripažįstamas nematerialiojo turto nuvertėjimas (13-ojo verslo apskaitos standartas, 2016).

Nematerialusis turtas apskaitoje registruojamas įsigijimo savikaina, o finansinėse ataskaitose parodomas balansine verte, kuri apskaičiuojama iš turto įsigijimo savikainos atimant sukauptą amortizacijos ir nuvertėjimo sumą. Nematerialiojo turto vertė turi būti mažinama tik tada, kai jo balansinė vertė yra daug didesnė už atsiperkamąją vertę, tai yra jo grynąją galimo pardavimo kainą arba naudojimo vertę, priklausomai nuo to, kuri iš jų yra didesnė. Suma, kuria sumažėja nematerialiojo turto vertė, pripažįstama ataskaitinio laikotarpio nuostoliu dėl turto vertės sumažėjimo ir parodoma pelno (nuostolių) ataskaitoje kaip bendrosios ir administracinės sąnaudos. Pripažinus nuostolį dėl turto vertės sumažėjimo turi būti tikslinama nematerialiojo turto amortizacijos suma, kad likutinė vertė būtų paskirstyta per likusį naudingo tarnavimo laiką.

Nematerialiojo turto atsiperkamoji vertė turi būti apskaičiuojama tada, kai yra požymių, kad jo vertė gali būti sumažėjusi. Jei nematerialiojo turto atsiperkamoji vertė yra mažesnė už balansinę vertę, skirtumas registruojamas kaip turto vertės sumažėjimas. Jei nematerialusis turtas dar nepradėtas naudoti ar netinkamas, dažnai sunku nustatyti, ar jis teiks tiek ekonominės naudos, kad atsipirktų jo įsigijimo savikaina, todėl tokio turto atsiperkamoji vertė turi būti peržiūrima kiekvienais metais prieš sudarant metines finansines ataskaitas net jei nėra požymių, kad jo vertė gali būti sumažėjusi.

Jei nematerialiojo turto naudingo tarnavimo laikas ilgesnis kaip 20 metų, dažnai sunku nustatyti, ar gali sumažėti nematerialiojo turto vertė, nes ne visada yra kokių nors senėjimo požymių, todėl tokio turto atsiperkamoji vertė taip pat turi būti peržiūrima kiekvienų finansinių metų pabaigoje, jeigu reikia, apskaičiuojamas turto vertės sumažėjimas ir jo suma užregistruojama apskaitoje.

Turto vertei sumažėjus, apskaitoje registruojamas nematerialiojo turto balansinės ir atsiperkamosios vertės skirtumas:

D 63092 Nematerialiojo turto vertės sumažėjimo sąnaudos K  
11X9 Nematerialiojo turto vertės sumažėjimas (–)

Nematerialiojo turto vertė turi būti mažinama 23-iojo verslo apskaitos standarto „Turto nuvertėjimas“ nustatyta tvarka.

Jeį, pasikeitus aplinkybėms, apskaitoje užregistruotas nematerialusis turtas neatitinka turto priskyrimo nematerialiajam turtui požymių, jis nurašomas. Nematerialusis turtas nurašomas, jei jis perleidžiamas, iškeičiamas į kitą turtą, dovanojamas, prarandamas dėl įvairių priežasčių arba jei ateityje jį naudojant ar parduodant nesitikima gauti jokios ekonominės naudos. Iš apskaitos turi būti nurašoma nematerialiojo turto įsigijimo savikaina, sukauptos amortizacijos, vertės sumažėjimo sumos ir apskaičiuojamas perleidimo pelnas ar nuostoliai (13-ojo verslo apskaitos standartas, 2016).

Pagal 13-ojo VAS 62 punktą galima teigti, kad praradus ar nurašius ne visiškai amortizuotą nematerialųjį turtą, apskaitoje pripažįstami nuostoliai, kurie parodomi pelno (nuostolių) ataskaitoje kaip bendrosios ir administracinės sąnaudos.

#### Išvados

1. Nematerialusis turtas – neturintis materialios formos nepiniginis turtas, kuriuo įmonė disponuoja, kurį naudodama tikisi gauti tiesioginės ir (arba) netiesioginės ekonominės naudos ir kurio vertė yra ne mažesnė už įmonės nusistatytą minimalią nematerialiojo turto vertę. Nematerialusis turtas pripažįstamas, jei jis atitinka nematerialiojo turto pripažinimą ir pripažinimo kriterijus. Nematerialusis turtas apskaitoje registruojamas įsigijimo (pasigaminimo) savikaina. Savikaina yra apskaičiuojama priklausomai iš kur ir kaip turtas yra įsigijamas.

2. Įmonė, vykdydama plėtrą, turi pateikti įrodymus, kad ji turi pakankamai išteklių užbaigti kurti nematerialųjį turtą. Ji turi nustatyti, kokią ekonominę naudą teiks šis gaminys, ar bus galimybė naudoti arba parduoti šį turtą. Be to, visos patirtos išlaidos turi būti patikimai įvertintos ir atskirtos nuo kito turto kūrimo išlaidų. Jei įmonė negali atskirti tyrimo išlaidų nuo plėtros išlaidų, visos išlaidos priskiriamos tyrimo išlaidoms, t. y. netinkamomis pripažinti nematerialiuoju turtu. Tyrimo išlaidos pripažįstamos sąnaudomis to laikotarpio, per kurį jos susidaro.

3. Amortizacija- ilgalaikio nematerialaus turto įsigijimo savikainos paskirstymas per jo naudojimo laiką. Amortizacija pradama skaičiuoti nuo kitos mėnesio pirmos dienos. Amortizacija yra apskaičiuojama tiesiogiai proporcingu (tiesiniu) amortizacijos apskaičiavimo metodu.

4. Jei nematerialusis turtas dar nepradėtas naudoti, nustatytas naudingo tarnavimo laikas daugiau kaip 20 metų, kiekvienų finansinių metų pabaigoje, įmonė turi peržiūrėti ir, jei būtina, patikslinti nematerialiojo turto vertę. Jei turto vertė sumažėja, pripažįstamas nematerialiojo turto nuvertėjimas.

5. Nematerialusis turtas ir visos su juo susijusios operacijos registruojamos 1 klasės 11 grupės sąskaitų plano sąskaitose. Balanse nematerialusis turtas pateikiamas likutine verte.

6. Įmonės registruojant bei pripažįstant nematerialųjį turtą naudojasi LR Finansinės apskaitos įstatymu, Verslo apskaitos standartais, LR įmonių finansinės atskaitomybės įstatymu ir kita.

## Literatūra

1. Kalčinskas G., Kalčinskaitė- Klimaitienė R. (2022), *Buhalterinė apskaita, devintoji laida*. Pačiolio leidykla.
2. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. *Nematerialiojo turto apskaitos biudžetinėse įstaigose tvarkos aprašas*. Prieiga per internetą: [https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/LT\\_ver/Veiklos\\_sritys/Apskaita\\_ir\\_atskaitomyb%C4%97/Vie%C5%a1ojo\\_sektorius\\_apskaitos\\_reforma/Fin\\_ats/Issiaisk\\_ir\\_rek/1\\_NT.doc](https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/LT_ver/Veiklos_sritys/Apskaita_ir_atskaitomyb%C4%97/Vie%C5%a1ojo_sektorius_apskaitos_reforma/Fin_ats/Issiaisk_ir_rek/1_NT.doc)
3. 13-asis verslo apskaitos standartas „Nematerialusis turtas“ <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/13-VAS.pdf>
4. Stolowy H. Ir Ding Y. (2019) *Financial Accounting and reporting - a global perspective*, Fifth Edition, Ashford Clour Press Ltd. Prieiga per internetą: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=a53de814-647c-4a77-956b-c61898f6456c%40redis>
5. 13-ojo verslo apskaitos standarto „Nematerialusis turtas“ metodinės rekomendacijos. Audito, apskaitos, turto vertinimo ir nemokumo valdymo tarnybos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos direktoriaus 2016 m. gruodžio 28 d. įsakymu Nr. V2-21. Prieiga per internetą: <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/Metodins-rekomendacijos-2020/13-VAS-MR.pdf>
6. Pavyzdinis sąskaitų planas [interaktyvus] Žiūrėta 2024-01-07 Prieiga per internetą: <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/Pavyzdinis-saskaitu-planas.pdf>
7. Finansinių ataskaitų formos [interaktyvus] Žiūrėta 2024-01-07 Prieiga per internetą: <https://avnt.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/apskaita-1/verslo-apskaitos-standartai/finansiniu-ataskaitu-formos-nuo-2016-01-01/>
8. 36-ojo verslo apskaitos standarto „neribotos civilinės atsakomybės juridinių asmenų buhalterinė apskaita ir finansinė atskaitomybė“ metodinės rekomendacijos Prieiga prie interneto: <https://www.avnt.lt/assets/Veiklos-sritys/Apskaita/VAS/Metodines-rekomendacijos/36-vasmetodines07.pdf>
9. Bužinskienė, R. (2022). Tyrimų ir plėtros sąnaudų pripažinimo nematerialiuoju turtu vertinimas. *Taikomieji moksliniai tyrimai* 83–93. Prieiga per internetą: <https://ojs.svako.lt/TMT/article/view/71>
10. Mackevičius J. Ir Jarmalaitė J. (2011) Verslo ir teisės aktualijos, *Nematerialieji ištekliai kaip apskaitos objektas: samprata, pripažinimas ir klasifikavimas*. 62 laida, p (302-318) Prieiga per internetą: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=e25f3737-dfcd-4713-c821ecfe9ebd%40redis>
11. R. Vainienė (2008) *Ekonomikos terminų žodynas* 2-oji laida, Vilnius



# 3 – 5 METŲ VAIKŲ EMOCINIO RAŠTINGUMO UGDYMAS LIETUVIŲ LIAUDIES GYVULINĖMIS PASAKOMIS

*Ramunė Valaitytė – Jurčiukonienė*

*Lekt. Edita Vosylienė*

Marijampolės kolegija

## Anotacija

Pasakos apie gyvūnus yra tinkamiausia lietuvių liaudies pasakų rūšis emocinio raštingumo ugdymui 3 – 5 metų Vaikams. Jas nuosekliai integruojant į ugdymo veiklas, taikant įvairius emocijų ugdymo būdus, vaikai mokosi atpažinti, įvardinti veikėjų emocijas, sieti jas su priežastimis, emocijas perteikti dialogo pagalba, suvaidinti, aptarti ką jaučia kiti pasakos veikėjai (empatija), išreikšti mimika, balsu, veiksmais, poza, piešiant išlaisvinti emocijas. Labai svarbus pedagogo vaidmuo.

Raktažodžiai: emocinis raštingumas, gyvulinės vasakos, vaikas, ikimokyklinis amžius.

## Įvadas

Temos aktualumas ir problematiškumas. Šiuolaikinis vaikas auga tokioje kultūrinėje bei informacinėje aplinkoje, kur jo vaikystės langas dažnai yra ekranas, kuriame regi atitinkamai perdirbtą pasaulį, formuojantį jo vaizduotę, emocijas. To pasekoje, vaikams sunkiau sekasi reikšti išpūdžius, emocijas, socializuotis, veikti komandoje, siekti bendrų tikslų. Svarbiausias žingsnis siekiant padėti šiuolaikiniam vaikui – emocinio raštingumo lavinimas. „*Emocinis raštingumas yra gebėjimas atpažinti, suprasti ir tinkamai reikšti savo emocijas – tai nėra įgimta, tačiau išmokstama*“, straipsnyje teigia Jakubauskienė, Ropaitė – Beigė, Šiautkulienė (2019).

„*Jausmų ir emocijų ugdymo kritiškas laikotarpis apima pirmųjų penkerių metų laikotarpį*“, teigia psichologai (Pikūnas, Palujanskienė, 2001, p. 34). Vaikų emocinį intelektą reikia ugdyti nuo pat mažens. Šiame laikotarpyje patirtos emocijos ir įgyti gebėjimai jas kontroliuoti turės didelę įtaką, kaip vaikui seksis bendrauti, rasti draugų, prisitaikyti tolimesniame gyvenime.

Lietuvių liaudies gyvulinės pasakos – puiki priemonė vaiko emociniam raštingumui ugdyti, teikianti informacijos apie socialinę ir kultūrinę aplinką, turtinanti vaiko dvasinį pasaulį, pateikianti emocinę patirtį, ugdanči gerumą, švelnumą, atidumą, atsakomybę, pagarbą žmogui, gamtai, aplinkai.

Lietuvių liaudies gyvulinės pasakos – visų pirma, pažintis su liaudies kūryba. Sekamos pasakos apie gyvūnus vaikams padeda suprasti, pajusti ką jaučia gyvūnai, ir žmonės, moko suvokti ir reikšti įvairius jausmus, juos įvardinti. Emocinis raštingumas – mokymo(si) procesas, siekiantis emociškai ugdyti vaiką, gebėjimas atpažinti, suprasti ir teigiamai reikšti emocijas. „*Emocinis ugdymas paremtas žmogiškomis vertybėmis, kuriomis vadovaudamiesi ugdome socialiai ir emociškai išprususį vaiką. Tai pagalba sau ir kitiems, geranoriškumas, sveikas gyvenimo būdas, atsakingumas, sąžiningumas, drąsa, drausmė, pagalba*“, teigia Židžiūnaitė (2021, p.14). Taigi, emocinis raštingumas žengia koja kojon su tautosaka.

**Darbo objektas** – 3–5 metų vaikų emocinio raštingumo ugdymas lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis.

**Darbo tikslas:** atskleisti lietuvių liaudies gyvulinių pasakų panaudojimo galimybes emocinio raštingumo ugdymui.

### **Darbo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti 3 – 5 metų vaikų emocinio raštingumo sampratą, reikšmę.
2. Aptarti tautosakos rūšis ir žanrus.
3. Atskleisti 3 – 5 amžiaus vaikų emocinio raštingumo ugdymo galimybes lietuvių liaudies gyvulinių pasakų pagalba.
4. Ištirti tinkamus metodus 3 – 5 metų vaikų emocinio raštingumo ugdymui lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis.

**Darbo metodai:** mokslinės literatūros analizė ir dokumentų analizė; anketinė apklausa; statistinių duomenų analizė.

## 1. 3 – 5 metų vaikų emocinio raštingumo samprata

Buzkurt Polat, Ulutas, Engin, (2021) knygoje „Strategies to Develop Emotional Intellingence in Early Childhood“ rašo, jog per pirmuosius penkerius metus vaikas vystosi greičiau ir per šį laikotarpį įgyta patirtis bei intervencijos gali turėti įtakos vaikų smegenų vystymuisi, asmenybei ir sėkmei gyvenime. Vaikų emocinį intelektą ankstyvaisiais gyvenimo metais lemia tai, kaip tenkinami pagrindiniai jų poreikiai, tokie kaip mityba ir priežiūra, kaip tenkinamos jų emocijos ir kokios patirtys. Todėl labai svarbu emocinio raštingumo gebėjimus pradėti ugdyti nuo ankstyvųjų metų: vaikus mokant emocijas atpažinti, jas kontroliuoti ir reikšti tinkamu būdu.

Žmonėms būdinga 10 pagrindinių emocijų: džiaugsmas, susidomėjimas (susijaudinimas), nuostaba, liūdesys, pyktis, pasibjaurėjimas, neapykanta, baimė, gėda ir kaltė. Dauguma jų būdingos jau kūdikiams (Jusienė ir Laurinavičiaus (2007, p. 200). Anot autorių, „*Emocijos yra sudėtingas psichikos reiškinyss, apimantis daug skirtingų psichikos bei fiziologinių procesų, veikiančių vienas kitą*“. Galima išskirti tris pagrindines emocijų sudedamąsias dalis:

- 1) *fiziologinę* (organizme vykstantys pokyčiai),
- 2) *išraišką* (veido išraiška, kūno kalba, kiti naudojami ženklai),
- 3) *pažintinę* (su emocijomis susiję pažintiniai procesai – mintys, prisiminimai, savo būsenos įvardijimas“ (p. 195).

Jusienė ir Laurinavičiaus (p. 196), aptardami *fiziologinę emocijų komponentą* teigia, jog žmogus, kuris patiria vienokias ar kitokias emocijas, emocijos sužadina ir jo organizme. Kartais pokyčiai nesunkiai pastebimi, apėmus baimei greičiau pradeda plakti širdis, dažnesnis kvėpavimas. Kitus pokyčius sunkiau pastebėti išoriškai, nes reaguoja žmogaus organizmas, vidaus organai, kepenys išskiria daugiau angliavandenių į kraują, todėl organizmas gauna daugiau energijos, sulėtėja virškinimas, daugiau kraujo plūsta į raumenis, žmogus daugiau prakaituoja, kad kūnas būtų geriau vėdinamas, todėl kas kart susijaudinus vyksta fiziologiniai procesai ir jų intensyvumas susijęs su emocijų intensyvumu. Galima teigti, jog emocijos yra neatsiejamos nuo fizinių pokyčių.

Anot autorių, svarbų vaidmenį atlieka *emocijų raiška*. Jas galima reikšti įvairiais būdais. Dažnai apie emocijas, kurias patiria žmogus galima spręsti iš jo veido, kūno išraiškos ir tai jo emocijas dar labiau sustiprina ir valdo (p. 197).

Dar vienas, taip pat labai svarbus - *pažintinis emocijų komponentas*, kuomet emocijas sudaro ne tik fiziologinis jaudulys ir išraiška, bet ir įsisąmonintas būsenos pavadinimas. Kalboje esama daug žodžių, kuriais galima apibūdinti emocijas (p. 200).

Galima teigti, jog emocijos neatsiejamos nuo fizinių pokyčių. Todėl labai svarbu aiškiai įvardinti savo emocijas, susieti jas su jų priežastimis. Tai atveria galimybes geriau suprasti savo savijautą, jos priežastis, keistinus dalykus.

Apibendrinant, emocijos daro didelį poveikį žmogui dėl jo organizme vykstančių pokyčių: reaguojama veido išraiška, kūno kalba, kitais ženklais, vyksta pažintiniai procesai susiję su emocijomis, todėl labai svarbu emocinio raštingumo gebėjimus pradėti ugdyti nuo ankstyvųjų metų.

### 1.1. Emocinio raštingumo svarba vaiko gyvenime

Emocinis raštingumas yra reikalingas kiekvienam vaikui jo gyvenime, padeda prisitaikyti kasdieninėje veikloje. „<...> 3 – 5 metų ikimokyklinio amžiaus vaikai jau žino, kaip atpažinti savo ir aplinkinių emocijų būseną. <...> Teisingas vaiko emocijų vystymasis yra raktas į sėkmę formuojant harmoningą asmenybę“ Kuznecova (2020, p.24). Anot autorės, tėvai turėtų atkreipti dėmesį, kokioje emocijoje aplinkoje jų vaikas auga, kaip jis reiškia savo jausmus, emocijas (veido mimika, kalbėdamas, savo elgesiu), ar vaikas geba jas reikšti, pastebėjus vaiko sunkumus, stengtis jam padėti, kantriai koreguoti netinkamas apraiškas.

Ikimokyklinio amžiaus vaikų emociniam vystymuisi, svarbų vaidmenį atlieka emocinio raštingumo ugdymas. „*Emocinis raštingumas – gebėjimas atpažinti savo bei aplinkinių žmonių emocijas, jas kontroliuoti ir reikšti tinkamu būdu*“, straipsnyje rašo psichologas Burkauskas (2023).

Pirmame žingsnyje „*Emocinės savimonės (savivokos) ugdymas*“ teigiama, jog jo pagalba padedama atpažinti ir pavadinti savo emocijas suprasti, kokios priežastys lėmė sunkumus. Pateikiama keletas būdų emocijų atpažinimui: nagrinėti paveikslėlius, kuriuose pavaizduotos emocijos; perskaičius kūrinį, drauge su vaikais analizuoti veikėjų emocijas būsenas ir aptarti, kodėl kaip ir kodėl jie elgėsi vienoj ar kitoj situacijoje. Teigiama, jog vaikų emociniam išprusimui didelės įtakos turi skaitymas, ne būtinai su paveikslėliais (Burbienė, 2013). Antrame žingsnyje „*Emocijų valdymo ugdymas*“ teigiama, kad jo pagalba mokoma vaikus suvaldyti savo neigiamas emocijas, todėl protinei veiklai vaikų gebėjimas valdyti savo emocijas yra labai svarbu. Vaikai, kurie

nuolatos išsiblaškę, neramūs, jiems sunku atlikti užduotis reikalaujančias protinių galių, susikaupimo. Kuo jų emocinė būseną dirglesnė (neramūs, išsiblaškę), tuo sudėtingiau atlikti paskirtas užduotis. Tinkamose vietose ir laiku jam pagelbėjus, pagiriant, mokant nusiteikti teigiamai nors ne visada lengviems dalykams, vaikas mokomas valdyti savo emocijas. Trečiame žingsnyje „*Našus pasinaudojimas emocijomis*“ teigiama, jog jos padeda vaikams įgyvendinti užsibrėžtą tikslą, sukuria sąlygas jų sėkmingam mokymuisi. Ketvirtame žingsnyje „*Empatiniai gebėjimai*“ teigiama, jog jų pagalba mokoma susikurti gerus tarpusavio bendravimo santykius. Empatinių gebėjimų pagalba siekiant ugdyti – svarbiausia rodomas pavyzdys. Norėdami vaikus išmokyti, suaugusieji turi jiems rodyti savo pavyzdį. Teigiama, jog vaikų gebėjimai būti empatiškiems priklauso nuo to, kiek suaugusieji geba juos išklausti. Penktame, paskutiniame žingsnyje aptariami „*Bendravimo su kitais žmonėmis gebėjimai*“. Burbienės (2013) teigimu, šių gebėjimų pagalba vaikai kaupia emocinę patirtį, mokosi tinkamai spręsti iškilusias problemas, nesutarimus, nes negebėjimas jų panaudoti bendraujant sukelia daug sunkumų.

Apibendrinant galima teigti, jog labai svarbu užtikrinti vaikų emocinio intelekto raidą ugdamas jų emocines kompetencijas. Teigiamų ir neigiamų emocijų tinkama raiška apsprendžia vaikų asmenybės raidos sėkmingumą ir nuo to priklauso jo pažangus mokymasis, puikus savo gebėjimų įgyvendinimas, stiprių moralinių vertybių formavimasis, atkaklus tikslo siekimas ir gerų santykių plėtojimas, kuriama teigiamas emocijas skatinanti mokymosi aplinka, sudaromos sąlygos ugdyti emocinį raštingumą, taikyti įvairius vaikų emocijų ugdymo būdus.

## 1.2. Tautosakos rūšys ir žanrai

Skirtinguose rašytiniuose šaltiniuose galima pastebėti skirtingą tautosakos skirstymą pagal rūšis, žanrus ar temines grupes ir jie apžvelgiami atsižvelgiant į skirtingus skirstymo kriterijus. Žymaus Lietuvos tautosakininko Leonardo Saukos išleistoje knygoje „Lietuvių tautosaka“ pateikiamos trys tautosakos rūšys: dainuojamoji, pasakojamoji, smulkioji (1993, p. 11). Knygos „Lietuvių kalbos įgūdžių tobulinimas“ autoriai: Sorakaitė, Leonavičienė, Rutkauskienė, Jogminienė, Balickas, Venckienė pateikia kitokią klasifikaciją (2008, p. 25). Anot jų, „*Tautosaka skirstoma į pasakojamąją, dainuojamąją ir pasakymų, šnekos (smulkiają)*“.

„*Tautosaka yra glaudžiai susijusi su įvairiomis žmogaus visuomeninio ir asmeninio gyvenimo sritimis: su darbu ir poilsiu, papročiais ir apeigomis, pramoga ir lavinimusi. Tautosaka visą gyvenimą – nuo gimimo iki mirties – yra visada čia pat, su žmogumi. Taikoma įvairiomis progomis, tautosaka susiskaldė į daugybę žanrų*“ (Sauka, 1993, p. 8). Galima teigti, jog įvairios situacijos formavo tautosakos žanrus. „*Tautosakos žanrai skirstomi ne tik pagal žmogaus amžių, bet ir pagal gamtos kitimą. Skirtingu metų laiku dirbami nevienodi darbai, nevienoda skamba ir tautosaka: per šienapjūtę dainuojami valiavimai, per rugiapjūtę, rugiapjūtės dainos. Kiekviena kalendorinė šventė ir apeigos vėl turėjo savo folklorą: vienoks tiko Naujųjų metų laikotarpiui, kitoks Užgavėnėms, dar kitoks pavasario ir vasaros šventėms*“ (Sauka, 1998, p. 13).

Būgienės, Šlekonytės (2021) visuotinėje lietuvių enciklopedijoje pateikiama lietuvių pasakų klasifikacija: „*Lietuvių pasakos skirstomos į pasakas apie gyvūnus, stebuklų pasakas, pasakas – legendas, paraboles, novelines pasakas, pasakas apie kvailą velnią, buitines pasakas, melų, formulines pasakas ir pasakas be galo*“.

Apibendrinant, visų rūšių ir žanrų tautosaka yra vertinga ir į ją įsigilinus pastebima, kokia ji plati ir įvairi, svarbi ir naudinga, reikalinga. Etnokultūrinis ugdymas ikimokyklinėje įstaigoje yra labai svarbus, nuo jo priklauso kokia visuomenės karta užaugs. Pasakos apie gyvūnus yra tinkamiausia lietuvių liaudies pasakų rūšis emocinio raštingumo ugdymui.

## 1.3. Emocinio raštingumo ugdymas lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis

Pasitelkiant lietuvių gyvulines pasakas, modeliuojant ir kaitant ugdymo turinį, galima siekti geresnių emocijų funkcijos pasiekimų rezultatų. Gyvulinės pasakos naudojamos emociniam raštingumui ugdyti, skirtingais metodais, būdais integruojant į įvairias veiklas.

„*Pasakos apie gyvulius laikomos vienu seniausių tautosakos žanrų...>*“ teigia Sauka (2007, p. 252). Siekiant ugdyti vaikų emocinį raštingumą gyvulinių pasakų pagalba, svarbu išsiaiškinti, kas joms būdinga.

Gyvulinės pasakos pasižymi tuo, kad jų pagrindiniai veikėjai yra žvėrys, gyvuliai, paukščiai, retkarčiais žuvis, ropLIAI, vabzdžiai, medžiai, grybai, augalai, kai kada šalia jų – ir žmonės. Pačiais seniausiais laikais žvėrių istorijos buvo šventos. Senovėje gyvūnai buvo garbinami ir sudvasinami. Žmonės manė, kad „*žvėrys, gyvuliai, paukščiai, medžiai taip pat jaučia, supranta kaip ir žmonės*“ (Liudavicienė, 2019, p. 61).

Skabeikytė – Kazlauskienė knygoje „Lietuvių tautosaka“ (2007, p. 166) apie gyvulines pasakas rašo: „Pasakos apie gyvūnus dar vadinamos žvėrių pasakomis, gyvulinėmis pasakomis. Gyvūnai figūruoja visose pasakų rūšyse, tačiau tik pasakose apie gyvūnus jie yra pagrindiniai veikėjai. <...> Pasakų apie gyvūnus fantastinis pagrindas – mėstančių ir kalbančių gyvūnų tarpusavio santykiai“. Autorė, lygindama gyvulines pasakas su kitomis pasakų rūšimis, teigia, jog „Pasakose apie gyvūnus žvėrių ir gyvulių paveikslai yra labiau išbaigti. <... kiekvienas personažas – atskiras tipas: kaip matėm, lapė veikli, apsuksi, gebanti savimi pasirūpinti ir nešykštinti suktų patarimų kitiems, o vilkas vangus, amžinai alkanas, besigviešiantis į kito gera ir paikas“ ( p. 167). Pasakos pagalba vaikas gali atpažinti veikėjų būdo savybes, gali pajusti veikėjų savijautą, jausmus.

Pasakos vaikams duoda daug naudos „Pasakos moko reikšti jausmus, įvardinti juos ir suvokti. Pasakos harmonija, kalba ugdo gebėjimą suvokti estetines vertybes. Naudingiausias yra tos pasakos, kuriose yra ne tik veiksmas, bet ir aprašyti herojaus jausmai, įvairios gyvenimiškos situacijos, kurios gelbsti formuojantis vaiko asmenybei. Ir jo dvasiniam pasauliui (pavyzdžiui, gerumas, meilė, sąžiningumas, pasiaukojimas ir t.t.).“ (Gerasimenko, 2018, p. 46) .

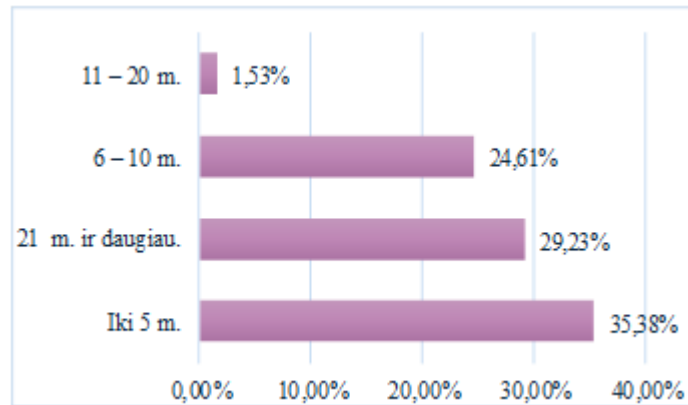
Ugdymo įstaigose ikimokykliniame amžiuje didelis dėmesys skiriamas emocinio raštingumo ugdymui. „Ikimokyklinio ugdymo programos gairės“ (2023) dokumente, pateiktas „Ikimokyklinio amžiaus vaikų pasiekimų aprašas“. Vaiko pasiekimų žingsniai susiję su vaiko raidos etapais. Viena iš 18 pasiekimų sričių - „Emocijų suvokimas ir raiška“. Dokumente rašoma, jog šios pasiekimų srities trečiame žingsnyje vaikas pradeda atpažinti, ką jaučia, turi savus emocijų ir jausmų raiškos būdus, pradeda vartoti emocijų pavadinimus; domisi kito vaiko ar suaugusiojo įvairių emocijų ir jausmų raiška; pastebi aiškiai reiškiamas emocijas, į jas skirtingai reaguoja (pasitraukia šalin, jei kitas piktas; glosto, jei kitas nuliūdęs). Ketvirtame žingsnyje vaikas pradeda suprasti, kad skirtingose situacijose (per gimimo dieną, susipykus su draugu) jaučia skirtingas emocijas; jas pavadina, išreiškia mimika, balsu, judesiu, vaizdu; atpažįsta kitų emocijas ir jausmus pagal veido išraišką, elgesį, veiksmus, jas atliepia, imituoja vaidmenų žaidimuose; pradeda suprasti, kad jo ir kitų emocijos toje pačioje situacijoje gali skirtis (jam linksma, o kitam tuo pat metu liūdna). Penktame pasiekimų žingsnelyje vaikas atpažįsta ir pavadina savo emocijas bei jausmus, įvardija situacijas, kuriose jie kilo; emocijas ir jausmus dažniausiai išreiškia sau ir kitiems priimtinais būdais; atpažįsta ir komentuoja kitų emocijas, jausmus ir situacijas, kuriose jie kyla, pradeda suprasti, kad kai kurie veiksmai ir žodžiai gali žėisti kitų jausmus. Apibendrinant, minėta pasiekimų aprašo sritis „Savo emocijų atpažinimas ir raiška“ yra išsami vaiko raidos aspektu bei labai svarbi vaiko ugdymui.

Emocijų pažinime itin svarbų vaidmenį vaidina šeima. „Šeima yra pirmoji socialinė grupė, kurioje vaikas gauna žinių apie pasaulį, apie elgesio modelius, susipažįsta su elgesio normomis ir tikslais, kurių reikia siekti, su vertybėmis. Šeima taip pat yra sektinas pavyzdys.“ Šeima nukreipia, netgi nulemia vaiko raidą, sukurdamą jam geresnes arba prastesnes sąlygas (Molicka, 2010, p. 75).

Apibendrinant šį skyrį galima teigti, jog lietuvių liaudies gyvulines pasakas integruojant į ugdymo veiklas taikant įvairius emocijų ugdymo būdus, mokoma vaikus atpažinti, įvardinti, suvaldyti emocijas. Lietuvių liaudies gyvulinės pasakos - viena iš prieinamiausių priemonių formuojant vaikų emocijas. Jose aprašyti herojaus jausmai vaikui leidžia pajusti veikėjo būseną. Klausydamas pasakų vaikas pasitelkia vaizduotę, išlaisvina emocijas, išgyvena įvairius potyrius, supranta, ką jaučia kiti. Emocinio raštingumo vaikai mokosi per pasakose perteiktas įvairias gyvenimiškas situacijas.

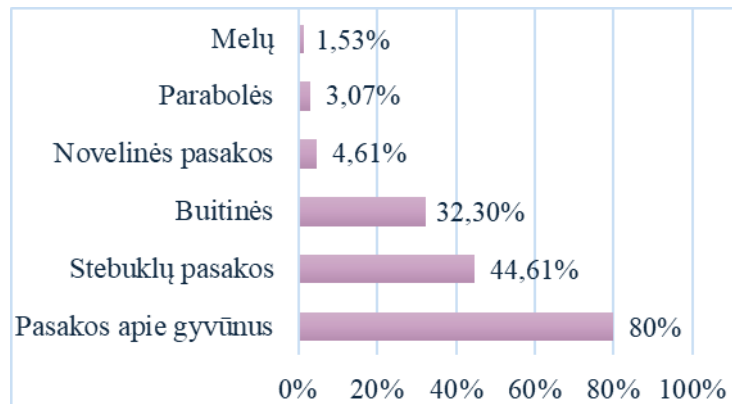
## 2. Tyrimo rezultatai ir analizė

Tyrimo metu buvo siekiama atskleisti pedagogų nuomonę apie lietuvių liaudies gyvulinių pasakų panaudojimo galimybes 3 – 5 metų amžiaus vaikų emociniam raštingumui ugdyti. Buvo sukurta anketinė apklausa, kurią sudarė 12 klausimų. Tyrime dalyvavo 65 pedagogai, dirbantys ikimokyklinio ugdymo įstaigose. Tyrimas atliktas 2024 m. balandžio – gegužės mėn. Tyrimo metu nustatytas pedagogo darbo stažas pateikiamas 2.1 paveiksle.



2.1 pav. Respondentų darbo stažas

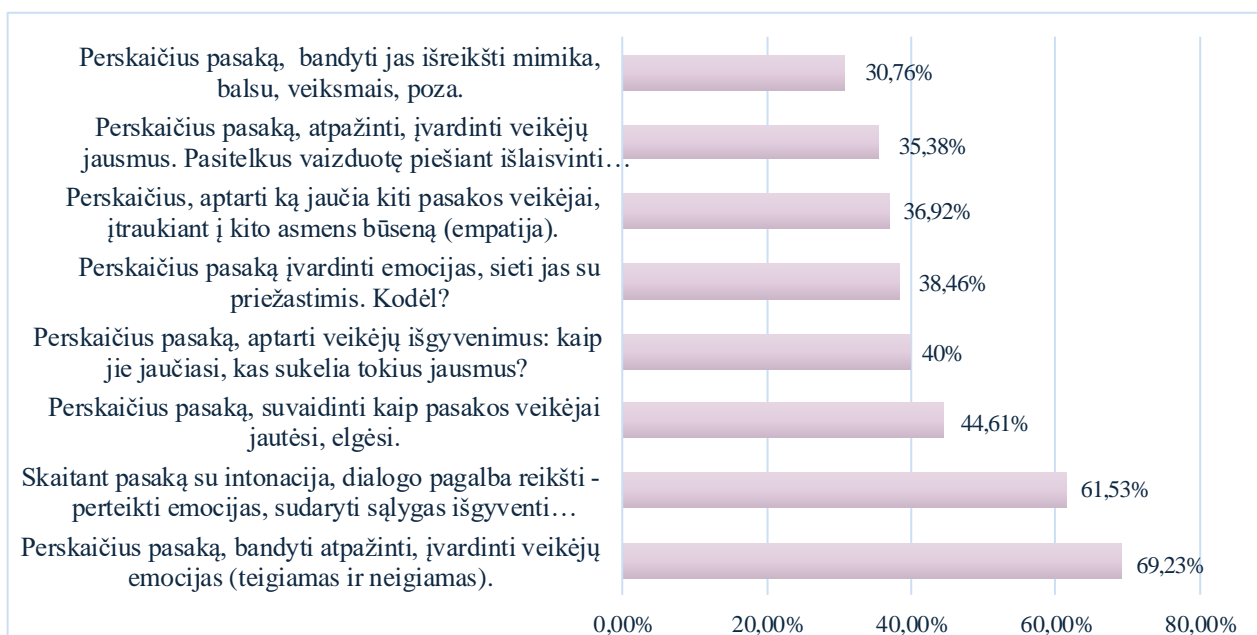
Tyrimo metu paaiškėjo, jog 35,38 proc. respondentų darbo stažas siekia iki 5 metų, 29,23 proc. stažas - 21 m. ir daugiau, o 6 – 10 metų amžiaus grupei priklauso 24,61 proc. apklaustųjų. Mažiausiai (10,76%) teigė turintys 11 – 20 metų darbo stažą. Apibendrinant šio klausimo atsakymus, galima daryti išvadą, jog daugiausia – trečdalis apklaustųjų ikimokyklinio ugdymo pedagogais dirba iki 5 metų, nemaža dalis apklaustųjų turi 21 m. ir daugiau darbo stažą, turi sukaupę nemažą patirtį ikimokyklinio amžiaus vaikų ugdyme. Tyrimo metu gilintasi, kuri lietuvių liaudies pasakų rūšis yra tinkamiausia emocinio raštingumo ugdymui 3 – 5 metų vaikams. Duomenys pateikti 2.2 paveiksle.



2.2 pav. Tinkamiausia pasaka, respondentų požiūriu

Didžioji dalis (80%) pedagogų teigia, jog tinkamiausia lietuvių liaudies pasakų rūšis emocinio raštingumo ugdymui 3 – 5 metų vaikams – pasakos apie gyvūnus. Taip pat, nemaža dalis respondentų mano, jog stebuklų pasakos (44,61%) ir buitinės pasakos (32,30%) yra tinkamos emocinio raštingumo ugdymui. Mažiausiai pedagogų mano, jog tinkamiausia lietuvių liaudies pasakų rūšis emociniam raštingumui ugdyti - novelinės pasakos (4,61%), parabolės (3,07%), melų pasakos (1,57%). Apžvelgus respondentų atsakymus, pedagogai mano, jog pasakos apie gyvūnus yra tinkamiausios vaikų emociniam raštingumui ugdyti. Žymus Lietuvos tautosakininkas Leonardas Sauka (2007, p. 255) taip pat teigia, jog „Gyvulinėje pasakoje kiekviena situacija leidžia tiksliai pasekti veikėjo būseną – baimę, smalsumą, nekantrumą, rūpestį, gailėstį ir kitus nesudėtingus jausmus“.

Tyrimo metu respondentai pateikia ir tinkamiausius 3 – 5 metų vaikų emocinio raštingumo ugdymo būdus lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis (žr. 2.3 pav.)



2.3 pav. Tinkamiausi būdai vaikų emociniam raštingumui ugdyti gyvulinėmis pasakomis

Pedagogų (69,23%) nuomone, tinkamiausias būdas ugdyti 3 – 5 metų vaikų emocinį raštingumą lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis - „*Perskaičius pasaką, bandyti atpažinti, įvardinti veikėjų emocijas (teigiamas ir neigiamas)*“. 61,53 proc. respondentų nuomone, dar vienas iš tinkamiausių būdų emociniam raštingumui ugdyti lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis - „*Skaitant pasaką su intonacija, dialogo pagalba reikšti – perteikti emocijas, sudaryti sąlygas išgyventi įvairius potyrius. Paklausti kaip jis/ji jautėsi?*“. 44,61 procentai apklaustųjų mano, jog naudinga „*Perskaičius pasaką, suvaidinti kaip pasakos veikėjai jautėsi, elgėsi*“, 40 procentų respondentų nuomone, „*Perskaičius pasaką, aptarti veikėjų išgyvenimus: kaip jie jaučiasi, kas sukelia tokius jausmus?*“. 38,46 procentai pedagogų įvardina ir kitą būdą - „*Perskaičius pasaką įvardinti emocijas, sieti jas su priežastimis. Kodėl?*“, o 36,92 proc. apklaustųjų - „*Perskaičius, aptarti ką jaučia kiti pasakos veikėjai, įtraukiant į kito asmens būseną (empatija)*“. Daugiau nei trečdalis (35,38%) respondentų akcentuoja tokį tinkamą būdą vaikų emociniam raštingumui ugdyti - „*Perskaičius pasaką, atpažinti, įvardinti veikėjų jausmus. Pasitelkus vaizduotę piešiant išlaisvinti emocijas, išgyvenant įvairius potyrius*“ ir „*Perskaičius pasaką, bandyti jas išreikšti mimika, balsu, veiksmais, poza*“ (pažymėjo 30,76 procentų pedagogų). Apibendrinant galima teigti, jog tinkamiausias būdas ugdyti 3 – 5 metų vaikų emocinį raštingumą lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis yra perskaičius pasaką, bandyti atpažinti, įvardinti veikėjų emocijas arba skaityti pasakas su intonacijomis ir veikėjų jausmų įvardijimu. Gyvulinės pasakos vaikus moko pažinti, atpažinti, suprasti, pavadinti, įvardinti savo, kito emocijas, jas išgyventi, reikšti savo jausmus, būsenas.

### Išvados

1. Emocinis raštingumas – mokymo(si) procesas, įgūdžiai, kurie nėra įgimti, o išmokstami: ugdo vaikų gebėjimus atpažinti savo bei aplinkinių žmonių emocijas, jas suprasti, kontroliuoti ir tinkamai reikšti, labai svarbu šiuos gebėjimus pradėti ugdyti kuo anksčiau. Tėvai ir pedagogai bendradarbiaudami kartu turėtų sudaryti sąlygas sėkmingam vaikų emocinių gebėjimų ugdymuisi.

2. Lietuvių liaudies tautosaka apima daugybę žanrų, jų pagalba ugdymo proceso metu, vaikams perteikiama tautos istorija, papročiai, tikėjimas ir kultūra, atsispindimi žmonių tarpusavio ryšiai, jų santykiai su aplinka ir kt. Tinkamiausia lietuvių liaudies pasakų rūšis emocinio raštingumo ugdymui – pasakos apie gyvūnus, jų panaudojimas ugdant vaiko emocinį raštingumą, moko vaiką atpažinti bei skirti įvairius jausmus, pateikia galimybes rinktis, moko tinkamai reaguoti ir jas išreikšti.

3. Siekiant ugdyti emocinį raštingumą Lietuvių liaudies gyvulinės pasakos nuosekliai integruojamos į ugdymo veiklas, taikant įvairius emocijų ugdymo būdus. Ugdymo procese vaikai mokosi: atpažinti, įvardinti veikėjų emocijas, sieti jas su priežastimis, perteikti dialogo pagalba, suvaidinti, aptarti ką jaučia kiti pasakos veikėjai (empatija), išreikšti mimika, balsu, veiksmais, poza, piešiant išlaisvinti emocijas. Teigiamų ir neigiamų emocijų tinkama raida apsprendžia vaikų asmenybės raidos sėkmingumą, nuo to priklauso jo mokymasis, moralinių vertybių formavimasis, gerų santykių plėtojimas.

4. Tinkamiausias būdas ugdyti 3 – 5 metų vaikų emocinį raštingumą lietuvių liaudies gyvulinėmis pasakomis yra perskaičius pasaką, bandyti atpažinti, įvardinti veikėjų emocijas arba skaityti pasakas su intonacijomis ir veikėjų jausmų įvardijimu.

### Literatūra

1. Burbienė, A. (2013). Emocinio neraštingumo kaina. *Žvirblių takas*, 2013, Nr. 1, p. 49–51. Prieiga per internetą: <https://www.lituanistika.lt/content/60036>
2. Burkauskas, J. (2023). *Emocinis raštingumas – žvilgsnis į vidinę būseną: atpažinkite šiuos pojūčius*. Prieiga per internetą: <https://www.lrytas.lt/sveikata/gyvenu-sveikai/2023/11/21/news/emocinis-rastingumas-zvilgsnis-i-vidine-busena-atpazinkite-siuos-pojucius-29237999>
3. Būgienė, L., Šlekonytė, J. (2021). *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/straipsnis/lietuviu-pasakos/>
4. Buzkurt Polat, E., Ulutas, I., Engin, K. (2021). Strategies to Develop Emotional Intellingence in Early Childhood. Prieiga per internetą: <https://www.intechopen.com/chapters/76892>
5. Gerasimenko, S. (2018). *Pasakų terapija – geriausias būdas suvokti save ir kitus*. Prieiga per internetą: <https://www.svietimonaujienos.lt/pasaku-terapija-geriausias-budas-suvokti-save-ir-kitus/>
6. Jakubauskienė, M., Ropaitė - Beigė, G., Šiautkuliienė, A. (2019). *Emocinė sveikata: kodėl svarbu pykti?* Prieiga per internetą: <https://vaistai.lt/Emocine-sveikata-kodel-svarbu-pykti-13689.html>
7. Jusienė, R., Laurinavičius, A. (2007). „*Psichologija*“. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto leidybos centras.
8. Kuznecova, N. (2020). *Pasakos vaidmuo formuojant vaikų emocijas*. Visagino švietimo pagalbos tarnyba. Prieiga per internetą: <https://www.visaginospt.lt/pasakos-vaidmuo-formuojant-vaiku-emocijas/>
9. Lietuvos Respublikos mokslo ir švietimo ministerija (2023). *Ugdymo gairės. Švietimo ir mokslo aprūpinimo gairės*. Vilnius: Prieiga per internetą: <https://www.nsa.smm.lt/projektai/wp-content/uploads/2024/02/Ikimokyklinio-ugdymo-programos-gaires.pdf>
10. Molicka, M. (2010). *Pasakų terapija*. Vilnius: leidykla „Vaga“.
11. Pikūnas, J., Palujanskienė, A. (2001). *Asmenybės vystymasis*. Kaunas: „Spindulys“.
12. Sauka, D. (2007). *Lietuvių tautosaka*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
13. Sauka, L. (1993). *Lietuvių tautosaka. Mokomoji knyga X klasei*. Kaunas: „Šviesa“ .
14. Sorakaitė, V., Leonavičienė L., Rutkauskienė, M., Jogminienė A., Balickas, K., Venckienė, D. (2008). *Lietuvių kalbos įgūdžių lavinimas. Metodinė priemonė, Marijampolės kolegija*. Kaunas: AUB „Arx Baltica“.
15. Skabeikytė – Kazlauskienė, G. (2005). *Lietuvių tautosaka*. Kaunas: VDU leidykla.
16. Židžiūnaitė, A. (2021). *Švietimo naujienos. Emocinis intelektas neatsiejama visaverčio gyvenimo dalis*. Prieiga per internetą: <https://www.svietimonaujienos.lt/emocinis-intelektas-neatsiejama-visavercio-gyvenimo-dalis/>

# PIRKĖJŲ SKOLŲ VALDYMAS AB „Vilvi Group“

*Judita Valentienė*

*Lektorė, Viktorija Mickevičienė*

*Marijampolės Kolegija*

Anotacija

Norint išvengti problemų, ginčų ar nesklandumų su pirkėjais, reikia patikrinti naują klientą, įvertinti jo mokumą su kitais tiekėjais, kontroliuoti skolų susidarymą, bei jų apmokėjimą laiku. Teorinėje dalyje apibrėžta debetinių skolų esmė remiantis įvairiais šaltiniais: pirkėjų skolų reikšmė įmonėje, atsiskaitymo būdai už prekes ir paslaugas, pirkėjų analizė, pirkėjų skolų išieškojimas, abejotinos ir beviltiškos skolos. Praktinėje dalyje atlikta pirkėjų įsiskolinimo rodiklių analizė AB „Vilvi Group“ bei pateikta palyginamoji trijų metų duomenų analizė.

Raktiniai žodžiai: pirkėjų skolos, pirkėjų skolų valdymas, abejotinos beviltiškos skolos, pirkėjų analizė

## Įvadas

Jau žinoma ir labai populiari, kad tiekėjai parduodant prekes suteikia pirkėjams kreditą, vadinamą prekinio kreditu. Taip leisdami pirkėjams atsiskaityti vėliau. Pirkėjams neatsiskaičius laiku, kenčia įmonė, kuri teikia prekes ar paslaugas skolon, negavus pinigų iš įsiskolinusios įmonės, sutrinka skolinančiosios įmonės veikla. Atsiradus problemai vienoje grandyje, automatiškai problema kartojasi ir kitose susijusiose grandyse. Įmonių padėtį sunkina tai, kad dalis jų nemoka valdyti pirkėjų skolų, o tai dažniausiai padaro daug nuostolių. Tuomet ilgėja įmonės veiklos ir finansinis ciklas. Todėl labai svarbu yra išanalizuoti įmonės pirkėjų įsiskolinimus ir juos įvertinti.

### 1. Pirkėjų skolų reikšmė verslo įmonėje

Aleknevičienė (2011) nurodo, kad gautinos sumos susidaro kone visų įmonių balansuose, nes tiek paslaugas, tiek prekes parduodančios bendrovės paprastai ženkliai dalį pardavimų vykdo kreditan. Taigi gautinų sumų balanse dydis pirmiausia priklauso nuo pardavimų kreditan dydžio. Pardavimų kreditan apimtis dažniausiai nulemia įmonės veiklos pobūdis. Gautinos sumos gali būti labai reikšmingos turto dalies gamybinių ar statybinių įmonių balanse ir santykinai nedidelės mažmeninės prekybos įmonių balansuose.

Trumpalaikės trečiųjų asmenų skolos - ne vėliau kaip per kitą po ataskaitinių finansinių metų atskaitinį laikotarpį gautinos iš pirkėjų sumos - paprastai sudaro didžiausią per vienerius metus gautinų sumų dalį. Kalčinskas (2017) teigia, kad pirkėjų skolos - viena likvidžiausių įmonės turto sudedamųjų dalių - atsiranda, kai įmonė prekes kontrahentams (pirkėjams) parduoda skolon. Prekes parduodančios įmonės taiko įvairias lengvatas pirkėjams, norėdamos kuo daugiau jų pritraukti. Pirkėjui šitaip pirkti prekes visada naudinga, nes iš esmės tai beprocentinis kreditas: nereikia sumokėti iš karto, taigi sutaupoma pinigų, kuriuos skolinantis iš banko reikėtų mokėti palūkanas. Už prekybines skolas jokių palūkanų pirkėjams nemokama.

Aleknevičienė (2011) aprašo debetinių skolų valdymą. Tai kas parašyta, galima suprasti šitaip, kad debetinių skolų valdymo tikslas - nustatyti tokį debetinių skolų lygį, kuriam esant pelningumas didžiausias. Didėjant debetinėms skoloms, didėja jų neapmokėjimo tikimybė, tačiau didėja ir pardavimų apimtys. Debetinių skolų, kartu ir kredito valdymas – balansavimas tarp pelningumo ir likvidumo. Kredito terminai yra pardavimų apimtys didinimo veiksnys. Kuo ilgesnį apmokėjimo terminą suteikia įmonė savo klientui, tuo galimos didesnės pardavimų apimtys, kartu ir pelnas. Nepaisant to, kuo ilgesni kredito terminai, tuo daugiau debetinių skolų, tuo didesnė tikimybė atsirasti likvidumo problemoms.

Kiekviena įmonė susikuria savą skolų valdymo sistemą, atsižvelgdama į savo veiklos patirtį, kryptį, rinkos sąlygas, pirkėjų skaičių ir pobūdį. Tačiau yra keletas bendrų taisyklių, į kurias vertėtų atkreipti dėmesį visiems, turintiems debetinių skolų. Ribinskienė (2010) išskiria keletą bendrų taisyklių, į kurias reikėtų atsižvelgti organizuojant įmonės pirkėjų įsiskolinimo valdymo sistemą:

- *Pareigų derinimas*
- *Prekybinių skolų dydžio planavimas, atskirų pirkėjų kredito limitų nustatymas*
- *Skolų amžiaus lentelių sudarymas.*



- *Abejotinų skolų išskyrimas iš kitų*
- *Išankstinio arba greitesnio skolų apmokėjimo skatinimas*
- *Informacijos apie nepatikimus ir nesąžiningus pirkėjus rinkimas*

Kaip teigia Ribinskienė (2010), visų šių priemonių tikslas - palaikyti optimalią pirkėjų skolų sumą įmonėje ir sumažinti pardavimų skolon riziką. Tačiau ir jų neužtenka visoms skoloms atgauti. Dalį skolų tenka pripažinti beviltiškoms.

Aleknevičienė (2011) nurodo, kad siekdama efektyviai valdyti debetines skolas, įmonė turi žinoti pardavimų kiekvienam potencialiam pirkėjui galimybę kaip siūlomo kredito ir laukiamo apmokėjimo termino funkciją. Tikslų funkcija - laukiamas pelnas - turi apimti keletą kintamųjų: siūlomo kredito trukmę, sumą, nuolaidas už išankstinį apmokėjimą, pardavimų apimtis, kainą, sąnaudas ir pan.

### 1.1. Trumpalaikio ir ilgalaikio mokumo rodiklių analizė

Atliekant įmonės analizę, mokumo rodiklius rekomenduojama skirstyti į dvi grupes: trumpalaikio ir ilgalaikio mokumo rodiklius. Trumpalaikio mokumo rodikliai parodo įmonės gebėjimą vykdyti trumpalaikius įsipareigojimus. Tuo tarpu ilgalaikio mokumo rodikliai skaičiuojami siekiant nustatyti įmonės finansavimo šaltinius ir skolų vaidmenį finansavimui, galimybes greičiau apmokėti skolas, prognozuoti finansinį stabilumą ir veiklos tęstinumą. Praktikoje dažniausiai skaičiuojami trumpalaikiai mokumo rodikliai pateikti 1.1 lentelėje.

1.1. lentelė. **Trumpalaikiai mokumo rodikliai**

RODIKLIO PAVADINIMAS	FORMULĖ	RODIKLIO REIKŠMĖ IR VERTINIMAS
Bendrasis trumpalaikio mokumo koeficientas	Trumpalaikis turtas / Trumpalaikiai įsipareigojimai	Parodo, kiek kartų įmonės trumpalaikis turtas didesnis už jos trumpalaikius įsipareigojimus. Priimtinas rodiklio kitimas 1,2–2,0
Greitasis trumpalaikio mokumo koeficientas	Trumpalaikis turtas - Atsargos / Trumpalaikiai įsipareigojimai	Parodo, ar įmonė galėtų greitai sumokėti savo trumpalaikius įsipareigojimus. Rodiklį skaičiuojant įtraukiamos tik realios ir mobilios mokėjimo
Absolūtus trumpalaikio mokumo koeficientas	Pinigai / Trumpalaikiai įsipareigojimai	Parodo, kaip įmonė galėtų padengti visus savo trumpalaikius įsipareigojimus.
Grynasis apyvartinis kapitalas	Trumpalaikis turtas – Trumpalaikiai įsipareigojimai	Parodo įmonės trumpalaikį mokumą. Tai absoliutus įmonės trumpalaikio mokumo

Ilgalaikio mokumo rodiklių grupei priskirtini ilgalaikio mokumai rodikliai pateikti 1.2 lentelėje.

1.2. lentelė. **Ilgalaikio mokumo rodikliai**

RODIKLIO PAVADINIMAS	FORMULĖ	RODIKLIO REIKŠMĖ IR VERTINIMAS
Bendrasis skolos rodiklis	Visi įsipareigojimai / Turtas	Parodo, kokia dalis skolintų lėšų yra naudojama formuojant įmonės turtą. Mažesnė šio rodiklio reikšmė yra laikoma geresne.
Ilgalaikių skolų koeficientas	Ilgalaikiai įsipareigojimai/ Turtas	Parodo, kokia dalis įmonės turto yra sudaryta iš ilgalaikių skolų. Rodiklio reikšmė vertinama labai gerai, kai yra mažesnė arba lygi 0,3, gerai – kai ne didesnė kaip 0,5.

Ilgalaikių skolų apdraustumo koeficientas	Ilgalaikis turtas / Ilgalaikiai įsipareigojimai	Parodo, kiek ilgalaikiai įsipareigojimai yra apdrausti turimu turtu.
Finansinio sverto rodiklis	Skolintas kapitalas (Ilgalaikiai įsipareigojimai)/ Nuosavas kapitalas	Optimaliausias skolinto ir nuosavo kapitalo santykis 33,3:66,7. Kuo didesnė rodiklio reikšmė, tuo didesnė ir įmonės rizika.

Iš 1.2. lentelėje pateiktų duomenų matyti, kad analizuojant įmonės ilgalaikį mokumą, vertinamas įmonės skolų (įsipareigojimų) lygis. Pasak J. Mackevičiaus ir kt. (2014), tiriant įmonės ilgalaikį mokumą, dėmesys turėtų būti atkreipiamas į du svarbius veiksnius: 1) skolų lygį; 2) skolų ir nuosavo kapitalo santykio kitimą per tam tikrą laikotarpį. Jeigu įmonė negali laiku padengti ilgalaikių įsipareigojimų, ji tampa nemoki. Apibendrinant galima teigti, kad mokumo rodikliai skirstomi į trumpalaikius ir ilgalaikius mokumo rodiklius. Kaip įmonė sugeba turimomis mokėjimo priemonėmis padengti trumpalaikius ir ilgalaikius įsipareigojimus, padeda įvertinti apskaičiuotų trumpalaikio ir ilgalaikio mokumo rodiklių reikšmių analizė. Trumpalaikio ir ilgalaikio mokumo rodiklių analizė yra labai svarbi, nes nuo mokumo priklauso įmonės finansinė būklė ir veiklos rezultatai, ateities veikla, investiciniai sprendimai ir kt.

## 1.2. Atsikaitymo būdai už prekes ir paslaugas

Lietuvos Respublikos Mokėjimų įstatymo Nr. VIII-1370 4 straipsnis (2006) nurodo šias mokėjimo priemones:

1. Mokėjimo pavedimas
2. Debeto pavedimas
3. Čekis
4. Vekselis
5. Inkasinis pavedimas
6. Banko (debeto, kredito) kortelė
7. Iš anksto apmokėta banko kortelė.
8. Ne banko kortelė. Ne banko kortelę išleidžia asmenys, užsiimantys komercine ūkine veikla.
9. Kitos mokėjimo priemonės. Bankai gali leisti kitas mokėjimo priemones, nustatydami jų įsigijimo ir naudojimo sąlygas.

## 1.3. Pirkėjų analizė

Pirkėjų analizės tikslas – suskirstyti juos į atitinkamas rizikos klases. Aleknevičienė (2011) išvardija, kokie tam gali būti naudojami įvairūs informaciniai šaltiniai:

1. Potencialaus pirkėjo informacija;
2. Prekybinė (esamų tiekėjų) informacija;
3. Banko ar kitos kredito institucijos informacija;
4. Viešai publikuojama informacija;
5. Įmonės pardavimų apskaitos duomenys;
6. Debetinių skolų išieškojimų įmonių informacija.

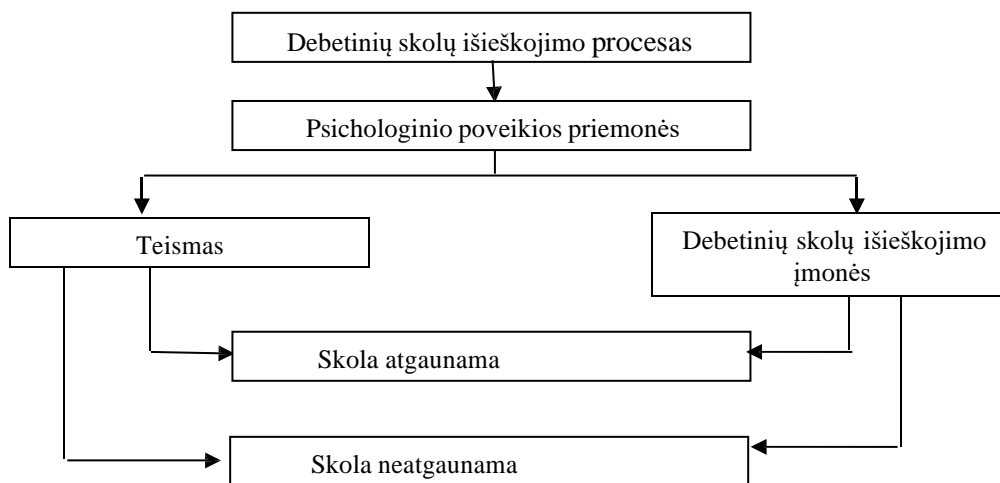
Bendraudant galima kuo daugiau sužinoti apie partnerį ar klientą iš jo paties. Jei įmonė nepažįstama, galima paprašyti jos registracijos pažymėjimo, patvirtintų balanso kopijų. Taip pat galima paklausti kuo įmonė verčiasi, kokius projektus vykdo dabar, pasiteirauti apie jos partnerius ir klientus. Reikia kuo daugiau sužinoti apie įmonės vadovus, paprašyti palikti vizitines korteles. Žinoma, klientas gali atsisakyti pateikti savo finansinius rodiklius ar kitą informaciją, motyvuodamas, kad tai yra komercinė paslaptis ar yra kitų objektyvių aplinkybių. Lietuvoje tai visiškai natūrali reakcija, bet normaliai dirbanti įmonė savo finansinės būklės be svarbios priežasties neslepia, o atvirkščiai, stengiasi kuo plačiau pasigirti savo rodikliais, žinoma, jei turi kuo girtis (Mackevičius J., 2014).

Zaikauskienė (2020) nurodo, kad prieš pasirašant sutartis, duodant prekes konsignacijos pagrindais, renkantis naujus partnerius patikrinamas jų patikimumas ir kreditingumas. Klientų patikimumo kriterijai skiriasi: vieni klientus vertina pagal finansinius išteklius, kiti – pagal veiklos

istoriją bei perspektyvas, įsipareigojimų vykdymą. Todėl, vertinant subjektų patikimumą, atsižvelgiama į specifinius užsakovų reikalavimus.

#### 1.4. Pirkėjų skolų išieškojimas

Pirkėjų skolų išieškojimas - paskutinios debetinių skolų valdymo etapas. Dar prieš baigiantis suteikto kredito laikui, skolintoji praveru mandagi u laišku priminti apie artėjančią įsiskolinimo padengimo datą. Jei skolininkas jau vėluoja atsiskaityti, siunčiamas laiškas, primenantis, kad vėluoja sąskaitos apmokėjimas, po to – griežtesnis laiškas. Vėliau perspėjama telefonu. Paskutinė priemonė - specialios agentūros (debetinių skolų išieškojimo įmonės) paslaugos ar ieškinio pateikimas teismui ( 1.1. pav.).



1.1. pav. Pirkėjų skolų išieškojimo procesas: pagal Aleknevičienė V. Įmonės finansų valdymas. Akademija 2011, p. 97

Šiais laikais nedaugelis gali imtis drastiškų priemonių, siekiant atgauti pinigus ir rizikuoti kliento praradimu. Tačiau apginti savo įmonės interesus galima ir nesukeliant neigiamos klientų reakcijos. Aleknevičienė (2011) išvardija, tam tikslui taikomas psichologinio poveikio priemonės, kurioms turėtų būti būdinga:

1. Savo žodžio laikymasis;
2. Mandagumas;
3. Originalumas

Pasak Aleknevičienės (2011) atsakingi įmonės darbuotojai neatsiskaitančiam pirkėjui turėtų skambinti daug kartų per dieną. Būtinai paskambinti tada, kada pažadėjo. Jei klientas buvo pagąsdintas teismu, būtinai reikia tai ir padaryti. Jeigu klientas matys, kad vadžios atleidžiamos, skolos grąžinimą nukels vėlesniam laikui. Visada pokalbį su neatsiskaitančiu pirkėju reikia reziumuoti, paprašant įvardinti konkretų atsiskaitymo laikotarpį. Nepakanka apsiriboti tik laiškais ar skambučiais. Galima pasinaudoti ir kitomis ryšio priemonėmis: faksu, elektroniniu paštu, SMS žinute. Visuomet svarbu išlaikyti mandagumą, tačiau derinant jį su originalumu. Pavyzdžiui, galima pasakyti ką nors neįtikėtino, nusiųsti klientui 20 ar daugiau to paties turinio laiškų ir pan. Paprastai pirmiausia apmokamos tos prekybinės skolos, dėl kurių pirkėjams labiausiai drumsčiama ramybė. Kai nepadeda psichologinio poveikio priemonės, galima pasinaudoti debetinių skolų išieškojimo įmonių paslaugomis. Jos išieškojimą atlieka savo sąskaita. Nepavykus susitarti su skolininkais, minėtos įmonės atstovauja teismuose ir skolas išieško įstatymų nustatyta tvarka. Jei skolininkas yra visiškai nemokus, skola laikoma beviltiška ir ji gali būti nurašoma, sutaupant pinigus teisminėms išlaidoms. Įmonių teikiančių minėtas paslaugas duomenimis, skolos išieškojimo tikimybė yra didžiausia iki 90 dienos nuo proceso pradžios. Už skolų išieškojimo paslaugas mokamas „sėkmės“ mokestis.

Aleknevičienė (2011) pabrėžia, kad pastaraisiais metais rinka pati pradėjo kontroliuoti neatsiskaitančius pirkėjus. Vis didėjančios įmonių debetinės skolos tapo priežastimi susikurti ir paspartinti skolų išieškojimo verslą. Tokia veikla užsiima nemažai smulkių įmonių. Pagrindinės debetinių skolų išieškojimo įmonių paslaugos:

1. Informacijos apie ūkio subjektus teikimas;

2. Verslo subjektų patikimumo nustatymas;
3. Kreditingumo įvertinimas;
4. Skolų išieškojimas.

Įmonių vadovams dažnai tenka priimti sprendimą dėl tam tikros skolos susigrąžinimo. Šis sprendimas turi būti priimtas, remiantis atliktais apskaičiavimais. Jei skolos išieškojimo išlaidos planuojamos mažesnės už tikėtiną atgauti pinigų sumą, su pirkėju bylinėtis verta. (Kanapickienė ir kt., 2008, p. 130).

Profesoriai Claycomb ir Frankwickkad (2010) savo knygoje aprašo, kaip plėtoti pirkėjo ir pardavėjo santykius. Apibendrinant autorių mintis galima teigti, kad ir pardavėjai turėtų pripažinti, kad nors informacijos mainai ir konfliktų sprendimas yra svarbūs pirkėjo ir pardavėjo santykių aspektai, jų naudojimas ne visada gali lemti norimas santykių charakteristikas, todėl būtina išlaikyti psichologinio poveikio priemones, kaip teigė Aleknenavičienė (2011)

### 1.5. Abejotinos ir beviltiškos skolos

Svarbus skiriamasis trumpalaikio turto - debitorinių skolų - bruožas, kad beveik visada yra tam tikra tikimybė, jog skoloninkai gali jų negrąžinti. Kitaip sakant, visada būna tam tikra dalis abejotinių pirkėjų skolų, kurios kartais vadinamos „blogomis skolomis“. Suprantama, dėl to įmonė gali patirti nuostolių, kurie vadinami beviltiškų skolų sąnaudomis. (Kalčinskas G. (2017).

Parduodant prekes ar paslaugas skolon, pardavėjas visuomet gali tikėtis, kad dalies skolų neatgaus. Kai praeina mokėjimo terminas ir pirkėjas dar neatsiskaito, apskaitoje užfiksuotos pajamos būna didesnės už uždirbtas. Anot Žaptoriaus (2015), siekiant tiksliau palyginti pajamas su joms uždirbti patirtomis sąnaudomis yra leidžiama nustatyti pirkėjų abejotinių skolų sumą, kurios ateityje tikimasi neatgauti. Jeigu didėja pardavimų pajamos, didelė tikimybė, jog atsiras skolų, kurios nebus apmokėtos, todėl yra svarbu tvarkyti abejotinių ir beviltiškų skolų apskaitą. Pagal Subačienės ir kt. (2015), abejotina skola yra tokia skola, kurios grąžinimo galimybės yra neaiškios arba kelia abejones. Tai gali reikšti, kad skolos turėtojas yra nestabilus finansiškai, o skolos gavėjas gali turėti abejonių dėl skolos turėtojo finansinių gebėjimų grąžinti skolą. Skolos yra laikomos abejotinomis, jeigu mokesčio mokėtojas negali jų susigrąžinti per metus ir ši pirkėjų skolų suma yra perkeliama į abejotinas skolas. Abejotinių skolų sąnaudų sąskaita yra priskiriama bendrosioms ir administracinėms sąnaudoms, todėl šios skolos yra nurašomos tik įmonės savininkų ir administracijos priimtu sprendimu. Apskaitant abejotinas skolas, laikomasi atsargumo principo. Abejotinių pirkėjų skolų sąskaitoje skolos laikomos iki tada, kol tikimasi jas atgauti. Anot Kanapickienės ir kt. (2008) pirkėjas pirkdamas prekes, įsipareigoja pardavėjui sumokėti pinigus per tam tikrą laiką. Apskaitoje įprasta išskirti abejotinas ir beviltiškas pirkėjų skolas. Skolos laikomos abejotinomis ir perkeliamos į abejotinių skolų sudėtį tada, kai sužinoma, kad jos gali būti negrąžintos.

Pagal LR finansų ministro 2006 m. kovo 8 d. įsakymu Nr. 1K-099 patvirtintą „Skolų beviltiškumo ir pastangų šioms skoloms susigrąžinti įrodymo bei beviltiškų skolų sumų apskaičiavimo tvarką“ skolas į beviltiškų skolų sudėtį mokesčio mokėtojas turi teisę perkelti tada, kai:

- jis negali jų susigrąžinti praėjus ne mažiau kaip vieneriems metams nuo skolų sumos
- įtraukimo į mokesčio mokėtojo pajamas;
- skolininkas yra miręs arba paskelbtas mirusiu; arba
- skolininkas yra likviduotas; arba
- skolininkas yra bankrutavęs.

Visais atvejais mokesčio mokėtojas turi įrodyti ne tik skolų beviltiškumą, bet ir savo pastangas šioms skoloms susigrąžinti. (LR finansų ministro 2006 m. kovo 8 d. įsakymas Nr. 1K-099)

Ribinskienė (2010) pabrėžia, kad beviltiškų skolų sąnaudos keičia įmonės veiklos rezultata – mažina uždirbtą pelną arba didina patirtą nuostolį. Be to, beviltiškų skolų dalimi sumažėja prekybinių skolų įmonei, taigi ir įmonės trumpalaikio turto, suma. Beviltiškų skolų sąnaudų sumai apskaičiuoti buhalterijoje gali būti taikomi tiesioginiai arba netiesioginiai jų nustatymo būdai.

## 2. AB „Vilvi Group“ veikla ir pagrindiniai ekonominiai rodikliai

Įmonės registracijos data: 1993 m. gegužės 18 d. Valdybą sudaro Gintaras Bertašius (Pirmininkas), Sigitas Trijonis, Rimantas Jancevičius, Vilija Milaševičiūtė, Linas Strėlis, Andrej Cyba. Vilvi Group sudaro

šešios įmonės: AB Vilkyškių pieninė, AB „Modest“, AB Kelmės pieninė, UAB „Kelmės pienas“, AB „Pieno logistika“ ir SIA „Baltic Dairy Board“. Įmonių grupei priklauso penkios gamyklos, kuriose gaminami išskirtiniai gaminiai: originalių receptūrų kietieji bei minkštieji sūriai, išskirtinės receptūros mėlynojo pelėsio sūris „Memel blue“ bei kiti įvairūs sūrinių gaminiai; šviežio pieno produkcija (kefyras, jogurtai, varškė) bei vartotojų itin pamėgti varškės sūreliai; industrinė grietinė; pieno ingredientai miltelių pavidalu: išrūgų baltymų koncentratas, permeatas, saldžių išrūgų miltai, pieno miltai; baltyminiai kokteiliai sportininkams „GymON“.

Didelę dalį visos pagaminamos produkcijos grupė eksportuoja į daugelį pasaulio šalių. Pagrindiniai įmonės valdomi prekių ženklai: Lietuvoje – „Vilkyškių pieninė“, Lietuvoje ir užsienio rinkose – „Vilvi“, korporatyvinis tarptautinis įmonių grupės prekių ženklas – AB „Vilvi Group“. Įmonių grupė patenka į pieno perdirbėjų TOP penketuką Lietuvoje, turi moderniausią Šiaurės Europoje išrūgų perdirbimo gamyklą su pilnai automatizuotu procesu, galinčią rinkai pateikti itin aukštos kokybės produktus. 2019 m. „Verslo žinios“ paskelbtame „Lietuvos verslo lyderiai 500“ sąraše įmonių grupė pateko į TOP šimtuką. Pastaraisiais metais grupei teko „Metų investuotojo“ (2016 m.), „Pakuočių sektoriaus lyderio“ (2016 m., II vieta aplinkosauginės švietimo iniciatyvos kategorijoje), „Lietuvos eksporto“ (2017) ir „Metų kultūros rėmėjo“ (2018) apdovanojimai. Prekių ženklas „Vilkyškių“ kelis metus iš eilės pelnė „Metų prekės ženklo“ titulą (2013, 2015), šio ženklo produktai bene kasmet susilaukia ir „Populiariausios prekės“ įvertinimo. AB „Vilvi Group“ vadovaujasi Europos Sąjungoje taikomais aukščiausiais kokybės standartais bei maisto produktų saugumo bei kokybės reguliavimo taisyklėmis, o jos gamyklos sertifikuotos kokybės standartais ISO22000 ir FSCC. AB „Vilvi Group“ produktų gamybai yra išduoti HALAL ir Kosher sertifikatai.

Kaip ir daugelis įmonių, taip ir AB „Vilvi Group“ yra neatsiejama nuo konkurentų, kurie prekiauja tokiais pačiais produktais. „Verslo žinių“ parengtame Lietuvos bendrovių TOP 1000 pagal 2021 m. pardavimų pajamas AB „Vilvi Group“ AB „Vilkyškių pieninė“ užima 3 vietą tarp pieno produktų gamintojų, po AB „Rokiškio sūris“, „ ir AB „Žemaitijos pienas“. Užsienio rinkose AB „Vilvi Group“ tenka konkuruoti su vietiniais gamintojais, kurių pranašumas – mažesnės transportavimo išlaidos. Tačiau tai AB „Vilvi Group“ kompensuoja, siūlydama aukštesnės pridėtinės vertės sūrinių ir kitų produktų asortimentą. Sausų pieno produktų segmente AB „Vilvi Group“ siūlo industrinių produktų asortimentą, kuris orientuotas į eksportą. Šie produktai taip pat realizuojami ir vietinėje rinkoje galutiniam vartotojui – sportininkams skirtas išrūgų baltymų koncentratas parduodamas nuosavu prekės ženklu „GymON“. Šiais produktais aktyviai prekiaujama didžiuosiuose prekybos tinkluose, sporto papildų parduotuvėse, vaistinėse bei nuosavu el. prekybos kanalu [www.gymon.lt](http://www.gymon.lt). Vakarų Europai „GymON“ produktai parduodami per „Amazon“ prekybos platformą – galutiniai vartotojai produktus gali įsigyti Vokietijos, Ispanijos, Italijos, bei Prancūzijos „Amazon“ platformose.

AB „Vilvi Group“ stengiasi kuo labiau sumažinti kainas ir savo vartojamas prekes pateikti pačiomis mažiausiomis kainomis. Tačiau nors įmonė ir taiko labai lanksčią kainų politiką, ji, kaip ir daugelis kitų prekybinių įmonių, yra neatsiejama nuo debetinių skolų. Siekdama didinti savo pardavimų apimtį, ji suteikia savo klientams galimybę pirkti skolon.

### 2.1. Pagrindiniai AB „Vilvi Group“ ekonominiai rodikliai

Ekonominiai rodikliai apibendrina finansinius ir ekonominius duomenis, kuriuos reguliariai skelbia vyriausybės agentūros ir privatus sektorius. Šie statistiniai duomenys padeda rinkos stebėtojams sekti ekonomikos pulsą – todėl nieko nuostabaus, kad juos nuolat stebi beveik visi finansinių rinkų dalyviai.

2.1 lentelė. AB „Vilvi Group“ grupės 2021 m. -2023m. Bendrojo pelno pokyčiai

	2021	2022	2023
Pardavimai	156.045	234.083	212.213
Savikaina	-138.849	-209.809	-184.500
Bendrasis pelnas	17.196	24.274	27.713
Bendrojo pelno pokyčiai, tūkst. eur			
Bazinai palyginus su 1 metais	-	+7078	+10517
Grandininiai, palyginus su praėjusiais	-	+7078	+3439
Bendrojo pelno augimo tempai, proc			
Bazinai palyginus su 1 metais	-	141,16	161,16
Grandininiai, palyginus su praėjusiais	-	141,16	114,17

Remiantis 2.1 Lentele įmonės pajamos 2021 m. buvo 156.045 tūkst. eur, 2022 m. siekė 234.083 tūkst. eur, o 2023 m. - 212.213 tūkst. eur. Bendrasis pelnas lyginant baziniu būdu 2022 metais išaugo 7.078 tūkst. eur ir tai sudarė 41,16%, 2023 metais bendrasis pelnas išaugo 10.517 tūkst. eur ir tai yra 61,16 %.

Dažniausiai įmonėse skaičiuojamas bendrojo trumpalaikio mokumo koeficientas, šis rodiklis parodo, kiek kartų trumpalaikis turtas didesnis už trumpalaikius įsipareigojimus.

(1) **Bendrojo trumpalaikio mokumo koef.** =

(2) **Bendrojo trumpalaikio mokumo koef.<sub>2021</sub> = 33.317/26.762 = 1.24**

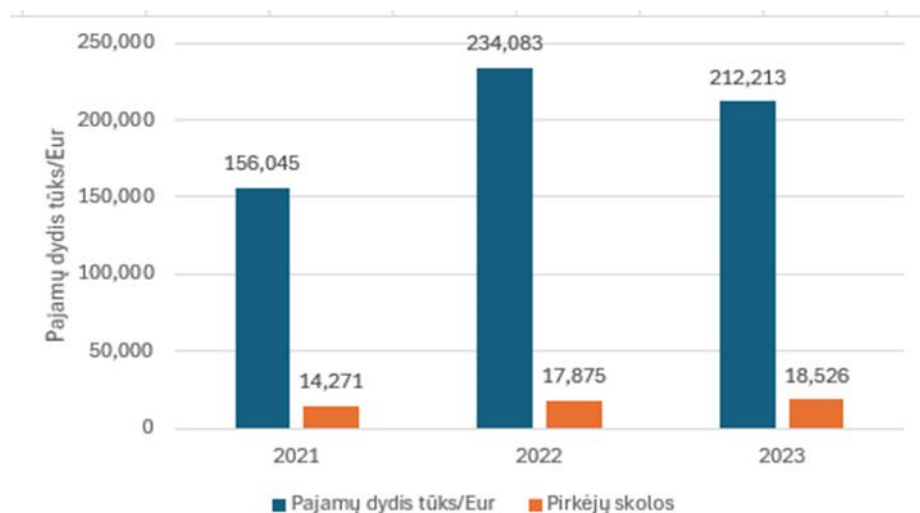
(3) **Bendrojo trumpalaikio mokumo koef.<sub>2022</sub> = 44.730/30.609 = 1.46**

(4) **Bendrojo trumpalaikio mokumo koef.<sub>2023</sub> = 43.907/24.626 = 1.78**

2021 metais trumpalaikis turtas buvo 1.24 karto didesnis už trumpalaikius įsipareigojimus. Tai rodo, kad tais metais vienam trumpalaikių įsipareigojimų Eur įmonė turėjo 1.24 Eur trumpalaikio turto. 2022 metais mokumo koeficientas buvo 1.46 karto didesnis, o 2014 metais 1.78 karto didesnis. Egzistuoja vadinamoji šio rodiklio saugumo riba t.y. jis negali būti mažesnis, kaip 1,2. Blogiausia padėtis yra, kai trumpalaikis turtas yra mažesnis už trumpalaikius įsipareigojimus, t.y. trumpalaikis turtas yra neigiamas.

## 2.2. AB „Vilvi Group“ pirkėjų skolų analizė

AB „Vilvi Group“ viena viena iš didžiausių Lietuvos bendrovių, todėl norėdama išlikti rinkoje konkurencingomis sąlygomis visiems savo klientams suteikia galimybę pirkti prekes kreditan, todėl neišvengia pirkėjų skolų. Pirkėjai dėl įvairių priežasčių vėluoja, ar visai neatsiskaito už produkciją. Kiekvieno kliento mokėjimo istorija yra analizuojama atskirai, norint jam sutrumpinti ar pailginti kreditą, ar suteikti didesnę nuolaidą. Ši pareigybė atsirado, pastebėjus tokį poreikį, nes atsirado daugiau nemokių klientų.



2.2. pav. **Pajamų ir pirkėjų įsiskolinimo palyginimas tūkst. Eur 2021 m. - 2023 m.**

2.2. lentelė. **AB „Vilvi Group“ pirkėjų įsiskolinimas pardavimo pajamose, proc**

Rodiklis	2021	2022	2023
Pardavimo pajamos, tūkst./Eur	156,045	234,083	212,213
Pirkėjų įsiskolinimo suma, tūkst./Eur	14,271	17,875	18,526
Įsiskolinimo procentinė dalis	9,14	7,63	8,72

Pirkėjų skolos yra svarbi sudedamoji įmonės trumpalaikio turto dalis. Išanalizavus įmonės pateiktus duomenis apie pirkėjų skolas ir visus įmonės pardavimus 2021 – 2023 metais ( 2.2. pav.), (2.2. lentelė) galima teigti, kad įmonės kreditų politika yra sėkminga, tačiau debetinės skolos vis dėlto užima nemažą dalį įmonės turte. Nors debetinės skolos 2022 metais sumažėjo iki 7,63 %, tačiau 2023 metais padidėjo iki 8,72%.

Lyginant šiuos duomenis, matoma, kad debetinės skolos kiekvienais metais svyruoja, užimama dalis pardavimo pajamų dydyje keičiasi. Debetinės skolos 2021 metais sudarė 9.14 % pardavimo pajamų, 2022 metais pajamos padidėjo 234 tūkst. eur, ir pirkėjų skolos padidėjo 3,600 tūkst. eur ir tai sudarė 7,63 % pajamų, 2023 metais pardavimo pajamos sumažėjo, bet pirkėjų įsiskolinimas padidėjo, įsiskolinimo procentinė dalis buvo 8,72 %. Tačiau debetinėms skoloms ir užimant nedidelę dalį pardavimų pajamose, įmonei vis dėl to nereikėtų liautis vykdyti tokios kreditų politikos, kokia yra vykdoma dabar, nes esant ekonominiam nuosmukiui, nemažai įmonių bankrutuoja, tampa nemokios, tad tam, kad užtikrinti tolimesnį skolų valdymo būdą, reikia dar griežčiau kontroliuoti esamus ir tikrinti būsimus pirkėjus, kad išvengtų skolų padidėjimo.

Taip pat labai svarbu žinoti, ne tik kokio dydžio skolų turi klientai, tačiau ir kiek ilgai jos yra neapmokamos. „Vilvi group“ pirkėjų skolas stengiasi klasifikuoti pagal jų dydį, taip ji žino, kuriems klientams reikia skirti didesnę dėmesį. Internetinėje svetainėje Finansistas.net aprašo, kad labai svarbus yra pirkėjų įsiskolinimo dienomis apyvartumo rodiklis. Pirkėjų įsiskolinimo dienomis apyvartumo rodiklis parodo kelių dienų įmonės pardavimai atitinka pirkėjų įsiskolinimo dydį, t.y. pirkėjai 2021 metais vidutiniškai atsiskaitinėjo su įmone per 33 dienas, 2022 metais atsiskaitydavo per 27 dienas, o 2023 metais šis skaičius buvo 31 dienos. Kuo mažesnis šis rodiklis tuo geriau įmonei.

(1) **Pirkėjų skolų apyvartumas = (pirkėjų skolos / pardavimų) x periodo skaičius dienomis**

(2) **Pirkėjų skolų apyvartumas<sub>2021m.</sub> = (14,271/156,045) x 365 = 33,38**

(3) **Pirkėjų skolų apyvartumas<sub>2022m</sub> = (17,875/ 234,083) x 365 = 27,87**

(4) **Pirkėjų skolų apyvartumas<sub>2023m</sub> = (18,526/212,213) x 365 = 31,86**

### 2.3.AB „Vilvi Group“ pirkėjų analizė

AB „Vilvi Group“ pirkėjai nėra pastovūs. Esant didelei konkurencijai rinkoje, taip pat nepalankioms ekonominėms sąlygoms, klientų ratas nuolat kinta. Atsiranda naujų įmonių, kurios pradeda bendradarbiauti su AB „Vilvi Group“, taip pat atsiranda ir įmonių, kurios bankrutuoja, arba pereina pas kitus tiekėjus. Dėl šios priežasties įmonei tenka vertinti naujus potencialius pirkėjus.

Informaciją apie potencialius pirkėjus įmonė nuolat renka. Tam ji naudojami įvairių rūšių šaltiniai. Vidinių informacijos šaltinių, tokių kaip klientai, konkurentai, įmonės darbuotojų suteikta informacija yra pati naudingiausia, nes ji yra pirminė. Taip pat AB „Vilvi Group“ informacijos apie savo klientus ieško ir išoriniuose informacijos šaltiniuose, tokiuose kaip:

- Juridinių asmenų registras ( <http://www.registrucentras.lt/jar/paieska/> );
- Registrai ir valstybinių įstaigų teikiami duomenys;
- Mokesčių inspekcijos duomenų bazė ( [www.vmi.lt](http://www.vmi.lt) );
- Audito, apskaitos, turto vertinimo ir nemokumo valdymo tarnyba prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (<https://nemokumas.avnt.lt/>)
- Visa informacija apie įmonę, finansus, darbuotojus, skolas (kreditingumą), įvairias ataskaitas, tvarumą, atsiliepimus (<https://rekvizitai.vz.lt/>)

Potencialių pirkėjų analizė yra vienas pagrindinių veiksnių, lemiančių pirkėjų skolų didėjimą ar mažėjimą.

### 2.4.AB „Vilvi Group“ abejotinių ir beviltiškų pirkėjų skolų apskaita

Abejotinos ir beviltiškos skolos atsiranda visose įmonėse, kurios taiko kredito politiką. Įmonė turi nusistačiusi savus kriterijus kada skolas reikia griežčiau valdyti. Jei pirkėjas, kuris niekada nebuvo skoloj, pradeda vėluoti su atsiskaitymais, jam pradedamas rodyti didesnis dėmesys, siekiant išvengti blogų skolų. Grupė vykdydama prekybos veiklą parduoda produktus ir paslaugas su atidėtu mokėjimo terminu, todėl gali atsirasti rizika, kad klientai nesumokės už Grupės gautinas sumas iš produktų ir paslaugų pardavimo. Siekiant sumažinti kredito riziką iki minimumo, Grupė valdo riziką taikydama kredito limito principus, nustatančius klientams suteikiamų kreditų dydžius ir atitinkamus įkeitimo tipus, tokius kaip: x limitas, x garantijos, x draudimas. 2017 m. pabaigoje Grupė užsienio pirkėjus apdraudė kreditų draudimu įmonėje „Euler Hermes“ dvejiems metams. 2021 m. lapkričio mėn. draudimas pratęstas dvejiems metams. Kiekvieno kliento kredito rizika yra atskirai įvertinama. Prekybos gautinas sumas reguliariai stebi finansų skyrius. Jei atsiranda laiku neapmokėtų gautinų sumų, pardavimas stabdomas ir vykdomos skolos išieškojimo procedūros. (AB „Vilvi Group“ konsoliduotos ir atskiros finansinės ataskaitos už metus, pasibaigusius 2021 m. gruodžio 31 d.)

2.3 lentelė. Abejotinių skolų procentinė dalis pirkėjų skolose

Rodiklis	2021	2022	2023
Pirkėjų skolos, tūks. eur	14,271	17,875	18,526
Abejotinos skolos, tūkst. eur	59	99	99
Procentinė dalis	0,41	0,55	0,53

Remiantis (2.3. lentelė), abejotinos skolos dalis, pirkėjų skolose padidėjo, lyginant su 2021 metais. 2022 metais abejotinių skolų dydis pakilo iki 99 tūks. eur ir tai sudarė 0,55 % visų pirkėjų skolų, o 2023 metais suma eur nesikeitė ir tai sudarė 0,53 % pirkėjų išiskolinimo. Abejotinos skolos sudaro tik labai nedidelę dalį visų pirkėjų skolų, tai parodo, kad įmonė puikiai tvarkosi su abejotinių ir beviltiškų skolų apskaita.



## 2.5. Pasiūlymai pirkėjų įsiskolinimo mažinimui

Norint, kad įmonė tikslingai valdytų pirkėjų skolas, pirmiausia reikia susirinkti informaciją apie įmonę su kuria pradės dirbti. Informacijos galima pasiteirauti iš esamų tiekėjų ir sužinoti apie potencialaus pirkėjo kredito istoriją.

Akcinių bendrovių publikuojamose metinėse ataskaitose taip pat galima rasti informacijos apie potencialaus kliento likvidumą, finansinę būklę bei veiklos efektyvumą. Lyginant kelių praėjusių metų duomenis, galima nustatyti minėtų duomenų kitimo tendencijas. Internetiniuose vertybinių popierių biržos puslapiuose galima rasti ne tik metines finansines ataskaitas, bet ir informacijos apie perspektyvinius būsimo pirkėjo planus. Tačiau reikia nepamiršti, kad ši informacija gali būti pagražinta, siekiant rinkoje padidinti akcijų kainą.

Taip pat, efektyviam įmonės veiklos kontroliavimui ir valdymui, patartina naudoti skolų įmonei apskaitos korteles. Kiekvienam skolininkui užvedama atskira kortelė, kurios viršuje užrašomas kliento pavadinimas, įmonės kodas. Susidarius skolai nurodoma jos atsiradimo data, dokumento numeris, skolos suma. Toliau įrašomos mokėjimo sąlygos, kad būtų galima iš karto, neieškant pirminiuose apskaitos dokumentuose, matyti, kada vienas ar kitas pirkėjas privalo sumokėti už parduotas prekes ar suteiktas paslaugas. Atgavus skolą, pažymimas dokumento numeris ir data, įrašoma suma.

### Išvados

1. Pirkėjų skolų valdymas labai svarbus norint efektyviai vykdyti įmonės veiklą, bei nepatirti nuostolių dėl nemokių klientų. Prieš nusprendžiant ar suteikti klientui kreditą reikia susipažinti su daugeliu veiksnių, kurie gali įtakoti tai, taip pat svarbu nustatyti sąlygas, kurias klientas turi vykdyti, tai kredito terminai, pinigų nuolaidos. Nežinojimas kaip elgtis su nemokiais klientais ir kaip susigražinti skolas, gali sukelti netgi įmonės bankrotą, todėl pirkėjų skolų valdymas įmonėje yra labai svarbus veiksnys.
2. Efektyviam įmonės veiklos kontroliavimui ir valdymui, patartina naudoti skolų įmonei apskaitos korteles. Kiekvienam skolininkui užvedama atskira kortelė, kurios viršuje užrašomas kliento pavadinimas, įmonės kodas. Susidarius skolai nurodoma jos atsiradimo data, dokumento numeris, skolos suma. Toliau įrašomos mokėjimo sąlygos, kad būtų galima iš karto, neieškant pirminiuose apskaitos dokumentuose, matyti, kada vienas ar kitas pirkėjas privalo sumokėti už parduotas prekes ar suteiktas paslaugas. Atgavus skolą, pažymimas dokumento numeris ir data, įrašoma suma.
3. Informaciją apie potencialius pirkėjus įmonė nuolat renka. Tam ji naudojami įvairių rūšių šaltiniais.
4. Grupė valdo riziką taikydama kredito limito principus, nustatančius klientams suteikiamų kreditų dydžius ir atitinkamus įkeitimo tipus, tokius kaip: x limitas, x garantijos, x draudimas.
5. Įmonės pirkėjų skolos 2021 -2023 m. sudarė tik labai nedidelę dalį visų pirkėjų skolų, tai parodo, kad įmonė puikiai tvarkosi su abejotinų ir beviltiškų skolų apskaita.

### Literatūra

1. 10-asis verslo apskaitos standartas „*Pajamos*“. Prieiga per internetą: <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/10-VAS.pdf>
2. 18-asis verslo apskaitos standartas „*Finansinis turtas ir finansiniai įsipareigojimai*“. Prieiga per internetą : <https://www.avnt.lt/assets/Apskaita/VAS-2020/18-VAS.pdf>
3. 2-asis verslo apskaitos standartas „*Balansas*“. Prieiga per internetą: <http://www.administratorius.com/wp-content/uploads/02vas.pdf>
4. AB „Vilvi Group“ 2023 m. 12 mėn. *Veiklos rezultatai*, prieiga per internetą: <https://ml-eu.globenewswire.com/Resource/Download/8f2d525b-f5a4-44d9-aa73-17a38a2b771c>
5. AB „Vilvi Group“, Nasdaq Baltijos birža. Prieiga per internetą: <https://nasdaqbaltic.com/statistics/lt/instrument/LT0000127508/trading>
6. AB „Vilvi Group“ finansinės ataskaitos, prieiga per internetą: <https://vilvigroup.lt/bendroves-ataskaitos/>
7. Aleknevičienė V. (2011) „*Įmonės finansų valdymas*“. Kaunas, 86-96, 332-354

8. Cindy Claycomb and Gary L. Frankwickkad. „*Industrial Marketing Management Buyers' perspectives of buyer–seller relationship development*“. Vasaris 2010, 252-263
9. Gronskas, V. (2008).*Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija
10. Kalčinskas G., Kalčinskaitė-Klimaitienė R. (2017) „*Buhalterinė apskaita*“. Vilnius, 542-570
11. Kanapickienė R. Rudžionienė K. Jefimovas B. (2008). „*Finansinė apskaita*“ Vilnius, 130
12. Lietuvos Respublikos Mokėjimų įstatymo Nr. VIII-1370 4 straipsnis. Prieiga per Internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.89775/asr>
13. Mackevičius J. (2014). *Finansinė analizė*. Vilnius, 179-185
14. Ribinskienė G. (2010). „*Tamsioji pardavimų skolon pusė : Vadovo pasaulis*“. Vilnius, 36-36. Prieiga per internetą: <http://www.nlpcentras.lt/2010/12/30/tamsioji-pardavimu-skolon-puse/>
15. Subačienė, R., Budrionytė, R., Kamarauskienė, I., Lakis, V., Raziūnienė, D.(2015). „*Apskaitos ir audito pagrindai*“. Vilniaus universiteto leidykla
16. Zaikauskienė R.(2020). „*Beviltiškų skolų nurašymas, Mokesčių sufleris*“. Prieiga per internetą: <https://www.mokesciu-sufleris.lt/renginiai/vaizdo-irasai/beviltisku-skolu-nurasymas.html?videoId=2530&isSearch=0&searchTarget=0&login=0>
17. Žaptorius, J.(2015). „*Finansinė apskaita*“. Vilniaus Gedimino universitetas. Vilnius

# ENGLISH IDIOMS OF TIME: STRUCTURAL, LEXICAL, GRAMMATICAL ANALYSIS

*Gabrielė Valuckaitė*

*Lect. Romalda Kasiliauskienė*

*Marijampolės kolegija*

## Abstract

Nowadays English idioms are one of the most important parts of everyday English. Idioms are phrases or expressions that typically have a figurative, non-literal meaning. Idioms are widely used in the business world, especially when talking about time. Time is the main key factor in business discourse, and it is often associated with money while buying something, producing, or selling some kind of product. The article deals with structural, lexical, and, grammatical aspects of English idioms related to time. Descriptive, comparative and statistical methods are used to analyse the selected items and to draw the conclusions.

Key words: an idiom, figurative meaning, noun phrase, verb phrase, prepositional phrase

## Introduction

An idiom is a phrase or expression that can present a figurative, non-literal meaning attached to the phrase. Some phrases become figurative idioms while retaining the literal meaning of the phrase. The idiom is a constant imaginative combination of words, the single meaning of which does not coincide with the meanings of the separately taken elements. The meaning that they are built of more constituent words, but their global meaning cannot be reduced to the meaning of these words. And there are different types of idioms, some of them retaining the original meaning of their constituent words, others having a completely different meaning. Naturally, non-native speakers find idioms difficult to understand because they do not know what the image of the idiomatic expression is based on. In spite of this, idioms can help us to communicate better, more interestingly, and more effectively. It is very useful to know that idioms can give you a new creative way of expression. Nowadays, people need to know and understand idioms, because idioms are widely used in the business world. In many companies all around the world, time is extremely prominent, as so many things depend on time. Therefore, idioms of time are frequently used in business discourse.

**Research object** – English idioms related to time.

**The aim of the research** is to analyze structural, lexical, and, grammatical aspects of English idioms related to time.

To achieve this aim the following **objectives** are set:

1. to define the term idiom in English discourse;
2. to analyze the structure of the selected English idioms related to time;
3. to determine lexical features of the selected examples;
4. to elucidate grammatical aspects of the selected English idioms related to time.

The main **methods** applied in the study are the following:

1. *descriptive method* which helps to present the theoretical overview;
2. *contrastive method* that helps to reveal the peculiarities of English idioms related to time;
3. *statistical method* provides the opportunities to register specific regularities and varieties of English idioms related to time.

## 1. Definition of the Term Idiom

*The Merriam - Webster Dictionary* defined an idiom as “an expression in the usage of a language that is peculiar to itself either in having a meaning that cannot be derived from the conjoined meanings of its elements or in its grammatically atypical use of words“. In the *Longman Dictionary*

the term idiom is defined simply as “a group of words that has a special meaning that is different from the ordinary meaning of each separate word“.

What is an idiom? Foreign and Lithuanian authors analysed idioms from various perspectives. The authors Seidl and McMordie define the concept of the idiom as “an idiom can be defined as a number of words which, when taken together, have a different meaning from the individual meanings of each word“ (Seidl & McMordie 1988, p.12–13). Idioms can be formal and informal well known as slang or taboo. The authors also point out that idioms can also appear in poetry or even in the Bible. It

can also be seen that idioms are made up of many forms and structures. For instance, the authors give a few examples of how idioms can be illustrated (Seidl & McMordie 1988, p.12–13).

1. Form irregular, meaning clear.
2. Form regular, meaning unclear.
3. Form irregular, meaning unclear.

Juknevičienė (2017, p.25) suggests saying that “idiom is often the first term that is evoked by any reference to phraseology.” So basically, the main thing is what she was trying to talk about idioms and their meaning can sometimes be a challenge not only for us readers but also for linguists. This happens because most idioms meanings are not always well-known.

According to O’Dell and McCarthy, “idioms are fixed combinations of words whose meaning is often difficult to guess from the meaning of each individual word” (O’Dell & McCarthy 2017, p.6). The authors give some examples and point out that “it is difficult to know exactly what the sentence means. It has a non-literal or idiomatic meaning” (O’Dell & McCarthy 2017, p.6).

Basically, idioms are so important in the language. Another author Wright gives two main features of idioms. According to Wright, “it is fixed and is recognised by native speakers. You cannot make up your own!” He continues by saying that, “it uses language in a non-literal - metaphorical – way”. (Wright 2002, p.7).

In conclusion, idioms are one of the most interesting parts of the English language. In general, they can give an interesting meaning and embellish the image and structure of a sentence. Admittedly, it is more interesting to communicate when we can use idioms in our vocabulary. By the way, the main thing that all the authors are trying to tell us is that the meaning of idioms is difficult to predict and idioms be a challenge not only for us readers but also for linguists.

## 2. Classification of idioms

It is very interesting to understand the meaning of an idiom and besides that, it is so important to learn something about the classification of idioms. However, idioms cannot be easily classified and they are definitely a challenge for everyone who tries to understand them better. While thinking about the classification of idioms the one thing that comes to my mind is phrases. The best way of grouping and classifying idioms is by looking at their structure for, instance, nouns, verbs, and prepositional phrases. Lithuanian author Juknevičienė (2017,p.29) has depicted in her book an interesting classification of the idioms system. She identified several categories of nouns, verbs, and prepositional phrases:

- 1 – noun phrases, e. g. pros and cons, chapter and verse ‘exact location or place’, a drop in the ocean;
  - 2 – verb phrases, e. g. to ring the bell, to make mountain out of a molehill, to come clean, to go Dutch ‘pay your own bill’;
  - 3 – prepositional phrases, e. g. in a nutshell, in the long run, on the spur of the moment.
- Juknevičienė (2017, p.29)

According to the author classification system, the selected idioms could be classified in the following way.

1 – noun phrases, e. g. whale of a time, ship has sailed, five o’clock shadow, against the clock, once in a blue moon, at the eleventh hour, year in, year out, call it a day, to be pressed for time, to be on time, from time to time, behind the times, it’s about time, to have a good time, to kill time, to keep/beat time, to waste time, time flies, to sing in time, time’s up!, in the nick of time, now’s your time!, time after time, to work against time, to keep up with the times, to have an easy ‘time of it, to pass the time of the day with someone, time and again, to have the time of one’s life, to bide one’s time, spare time, make time, time for change, turn back the hands of time, in time gone by, only time will tell, too much time on my hands, living in the borrowed time, have the time of your life, crunch time, a stick in time saves nine, time on your hands, to the end of time, it’s high time, third time’s a charm, once upon a time, to have a bad time, on someone’s watch, someone’s days are numbered, back in the day, in broad daylight, donkey’s hours, keep regular/ good/ bad hours, the small hours (of the morning), at an/ some unearthly hour.

2 – verb phrases, e. g. the ship has sailed in time, and I made it to the wedding in the nick of time, to be pressed for time, to kill time, make time, in a time gone by, to keep/beat time, to work against time, to bide one’s time, to have a good time, to waste time, to sing in time, to keep up with the times, to have an easy ‘time of it, to pass the time of the day with someone, to have the time of one’s life, to bide one’s time, turn back the hands of time, to have a bad time, time for a change, call it a day/night,

to talk against time, only time will tell, time heals all wounds, on the spur of the moment, in the interim, living on borrowed time, have the time of your life, move with the time, keep good time, serve time, (do something) at a (very) last minute, (seen in the) cold light of the day, coming down the pike, to make up for lost time.

3 – prepositional phrases, e. g. she finished the test 30 minutes ago, It's about time!, in the long run, on the spur of the moment, against the clock, in a time gone by, once in a blue moon, at the eleventh hour, to sing in time, in the nick of time, in time gone by, too much time on my hands, living on borrowed time, a stick in time saves nine, time on your hands, on someone's watch, back in the day, in broad daylight, never in a month of Sundays, in the interim, year in, year out, on the dot, once in a while, in a New York minute, not ready for prime time, (seen in the) cold light of the day, on the hour, (do something) at a (very) last minute, in (half) a minute, in no time (at all), a night on the town, to the minute, at an/ some unearthly hour, to this day, for a rainy day, day in, day out, to the end of time, to have an easy' time of it, to pass the time of 'the day with someone, to keep up with the times, to talk against time, to work against time, to have a bad time, to sing in time, to waste time, to kill time, to keep/beat time, to have a good time, to be pressed for time, to be on time, from time to time, to have the time of one's life, turn back the hands of time, a whale of time, have the time of your life, back in the day, day by day, day after day, make a day of something, the order of the day, up-to-the-minute, to the minute, move with the time, there's no time like the present, any day of the week, 15 minutes of fame, ahead of the curve, coming down the pike, not ready for prime time, like clockwork, to make up for lost lime, hour of need, like there's no tomorrow, the moment of truth.

Seidl and McMordie point out that idioms can have different structures and different forms.

The authors identify the main three idiom structure forms: regular, irregular, and grammatically incorrect structures. The writers continuously talk about the main types: idioms with irregular form and clear meaning (e.g. someone to understand, do the dirty on someone); idioms with regular form, but unclear meaning (e.g. cut no ice, bring the house down); and idioms with irregular form and unclear meaning (e.g. be at large, be at daggers drawn). In conclusion, they stated that most idioms can belong to the second group, but we can see that even within this group there may be differences related to the clarity of idioms. (Seidl & McMordie 1988, p.13).

To sum up, the classification of idioms process can look definitely challenging. While looking at these classifications of idioms can absolutely show us how important it is. The whole classification process is interesting. It helps us to understand the idioms meaning while classifying them. Sometimes it can be very challenging to classify them not only for us but also for linguists. Therefore, the authors share their opinions about the classification process by using nouns, verbs, and prepositional phrases that can help us better to understand the idioms and to classify them. Of course, idioms can have different forms or even different structures.

### 3. Investigation on English Idioms Related to Time

First of all, it is very important to look at the lexical features of 'time' idioms, for instance, if idioms are expressed with 'time' implication or expressed without a 'time' implication. Afterwards the structure of idioms, for example, whether compounds are with adjectives, nouns, and verbs are analyzed. In the end, grammatical aspects of idioms is performed.

#### 3.1. Lexical analysis

In this study 130 idioms are analysed taking into consideration their lexical features. The analysis shows that 55 idioms are expressed by the word 'time', 76 idioms are expressed by different words. In the examples of selected items with different words 'time' words for instance, **day**, **year**, **moment**, **while**, **hour**, **clock**, **watch**, **minute**, and **month** are used. This analysis shows the number of times certain words were used in the table for instance, with the word day the word "day" has been used 26 times, "year" was used 2 times, "moment" word was also mentioned 2 times, another word "while" was seen only 1 time, while "hour" was mentioned 6 times, but "clock" word was seen 4 times, another word "watch" was used only 1 time, "minute" was mentioned 5 times and the last word "month" was seen 2 times only. For instance, '**ship has sailed**' idiom means that it is now too late to do something; an opportunity has been lost. The real meaning of this idiom is that opportunity has already passed. And there is no mention of time at all. In Figure 1 the findings are expressed in per cent.

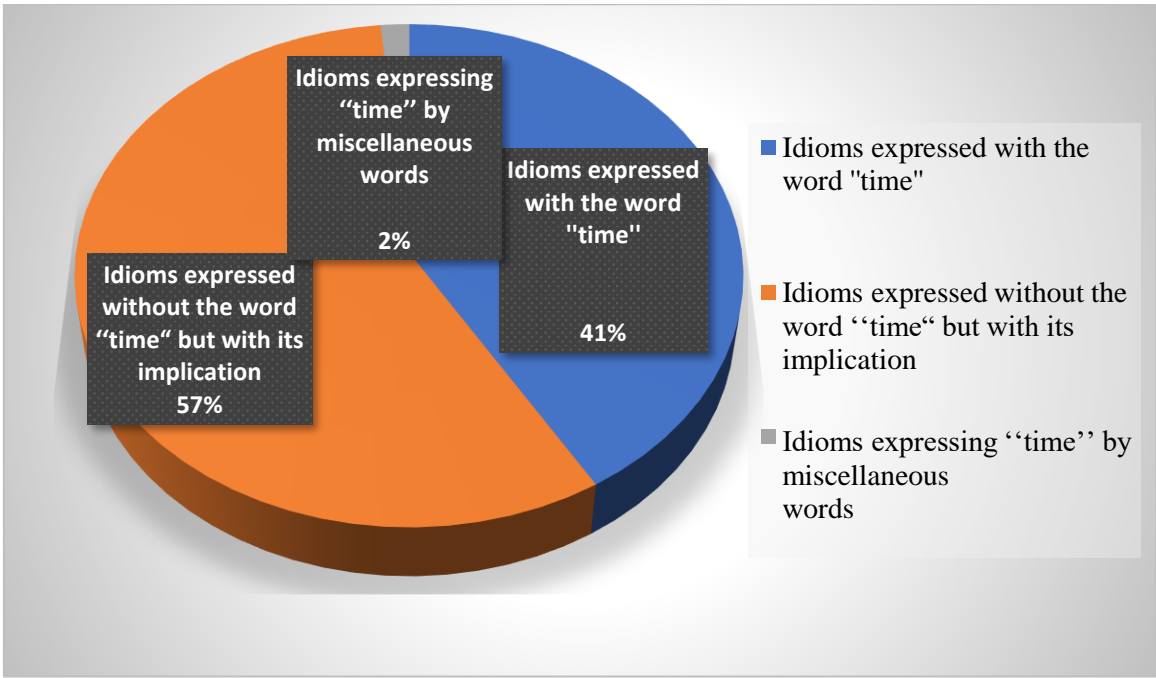


Figure 1 Analysis of lexical features in percentage

Other idioms are usually expressed with the word **'time'** at the beginning or end of the idiom. One more category, of idioms, is idioms expressed without **'time'** implication. Looking at these idioms it can be clearly seen that this category is a small group of idioms (2 idioms) because these idioms are collections or groups of words which take the meaning of **'time'** are perceived in a different way. These idioms are completely different from each other and some of them are very unique, for example, **'once in a blue moon'**, **'ship has sailed'**.

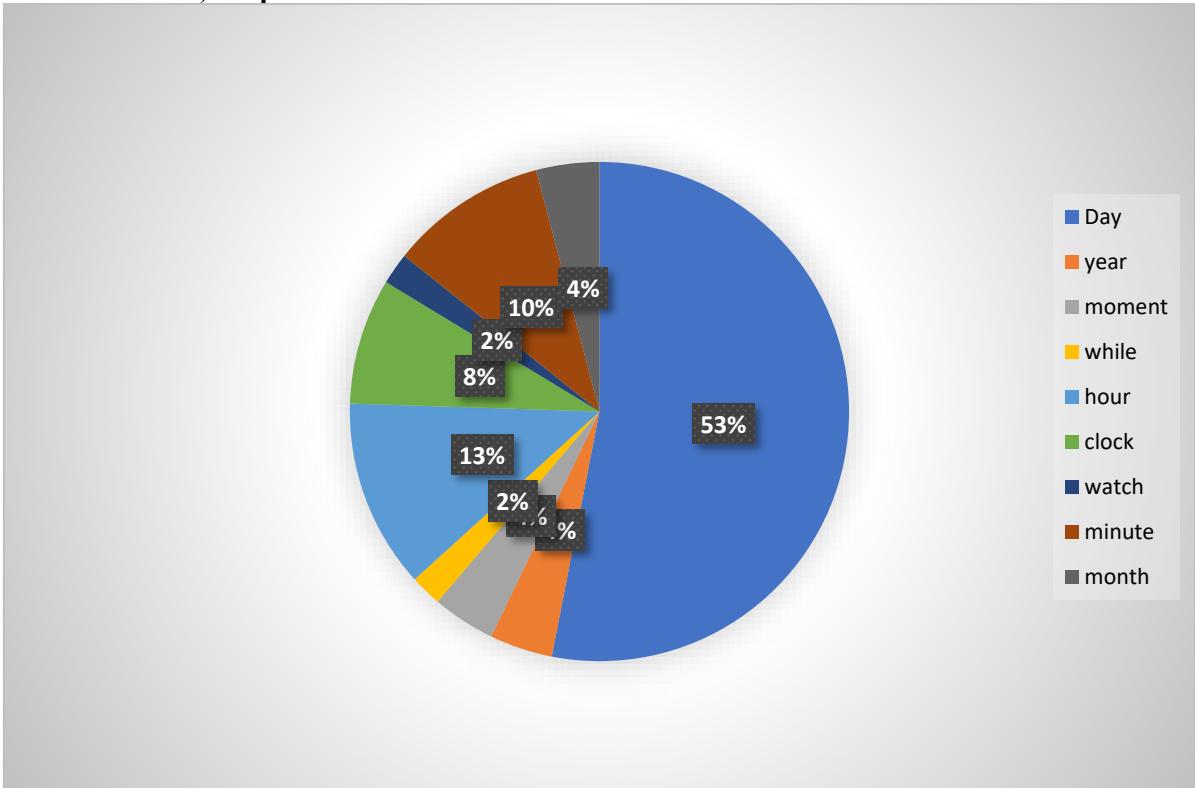


Figure 2 Idioms expressed with 'time' implication

To begin with, which words/expressions are used instead of the word **'time'**. Here are one of the most interesting idioms from this table. So, for example, **'call it a day'** idiom is used to stop a particular activity for the rest of the day, another idiom **'at the eleventh hour'** the latest possible time

before it is too late still making changes, **'here today, gone tomorrow'** said to mean that someone or something is only present for short time use and this expression suggests that this is a bad thing for something. Another idiom **'on the spur of the moment'** is used to say that a decision, action, etc. is sudden and done without any planning. **'Once in a blue moon'** (the body of nature) this phrase refers to something extremely rare in occurrence and does not indicate time in the lexical sense. Another idiom **'in the broad daylight'** during the day when people and things can be easily seen rather than at night. This idiom **'someone's days are numbered'** used to say that someone or something will die, fail, or end soon. While this idiom **'on someone's watch'** during a period when someone is in a position of power, and is therefore considered to be responsible for what happens. **'Make a day of something'** idiom advised to spend the whole day, instead of just part of it, doing something enjoyable. This idiom **'a night on the town'** means evening time when people go various places and enjoy different types of entertainment such as dancing in a nightclub, eating in a restaurant, or drinking in a bar, while this idiom **'a night owl'** used to refer to someone who prefers to be active at night rather than during the day. And do not forget this intriguing idiom **'15 minutes of fame'** which refers to a brief period of celebrity or notoriety. By the way, **'ahead of the curve'** idiom which implies *to be one of the first to change to a new idea or way of doing something that later becomes generally popular. The meaning of this idiom should also not be forgotten 'coming down the pike'* that means something going to happen sometime soon. **'Twenty - four seven'** idiom means all day, every day or *twenty - four hours a day, seven days a week. Other interesting and frequently used idiom 'it's now or never'* said when you must do something immediately because you will not get another chance. **'In a New York minute'** this idiomatic expression describes a very short period of time, while **'in the long run'** describes over a lengthy period of time, in the end. **'Six ways to Sunday'** idiom means thoroughly, completely, in every way imaginable. **'On the dot'** idiom refers *exactly at the stated or expected time. This very interesting sounding idiom can also be noted 'donkey's years'* means a very long time. **'In the interim'** idiom this idiom also represents time for instance, at or during the same time something happened. **'Have the time of your life'** idiom seems like a good wish and in general means to enjoy oneself very much and of course to have a lot of fun. **'Quarter past'** 15 minutes is quarter of an hour, but usually people use this idiom quarter past in order to tell that something can happen that time. **'Like clockwork'** means *very regularly, or at exactly the planned times. Another very curious and certainly unheard of idiom is 'five o'clock shadow'* which means the beginning of a beard that shows up late in the afternoon on the face of a man who has not shaved since morning. The other very impressive idiom is **'May – December'** used to describe a romantic relationship in which one person is much younger than the other. **'A laugh minute'** means someone or something that is very funny. And **'on the dot'** idiom means *exactly at the stated or expected time.*

### 3.2 Structural analysis

All the idioms are analyzed according to their structure according to their structure: adjectives, nouns, verbs, and prepositions. Idioms of time are distinguished into four categories. The first category consists of adjectives. Adjectives are words that describe the qualities or states of being of nouns for instance, **to have an easy time of it, to have an easy time of it, at the eleventh hour, time after time, in time gone by, it's high time, to have a good time, crunch time, better late than never, on the spur of the moment, living on borrowed time, in the interim, in broad daylight, against the clock, all in good time, big time, have the time of your life, time is money, five o'clock shadow, it's about time!, now's your time!, only time will tell, whale of time, a stick in time saves nine, third time's a charm, in broad daylight, donkey's hours.** By looking at these idioms of time it is clearly seen that most of the adjectives were meant to describe some kind of action and adjectives can be used to describe the qualities of someone or something independently or in comparison to something else.

The second category is nouns. A noun is a word that represents a person, thing, concept, or place and most sentences contain at least one noun or pronoun. Nouns are often, but not always, preceded by an article and/or another determiner such as an adjective. In this table were found a lot of nouns for example: **ship, shadow, clock, moon, hour, day, year, time, whale, hands, stick, watch.** The most frequently used word in this category was **time**. It is probably not surprising why, since this is the work that used idioms related to time, so the focus was on **time**.

The third category is verbs. Verb is a word used to describe an action, state, or occurrence, and forming the main part of the predicate of a sentence, such as **hear, become, happen.** In this table were

found these examples of verbs for instance, **make, kill, keep, beat, waste, bide, work, sing, pass, have, turn, call, talk, tell, move, serve, make, save.**

The last category analysed is prepositions. A preposition is a word or group of words used before a noun, pronoun, or noun phrase to show direction, time, place, location, spatial relationships, or to introduce an object. Some examples of prepositions are words like **in, at, on, of, to, against,** and for, are found in the selected items, for instance, **‘in a time gone by’, ‘once in a blue moon’, ‘in the long run’, ‘in the interim’, ‘never in a month of Sundays’, ‘back in the day’, ‘in the nick of time’, ‘at the eleventh hour’, ‘against the clock’, ‘too much time on my hands’, ‘living on borrowed time’, ‘time on your hands’, ‘on someone’s watch’, ‘on the spur of the moment’, ‘on the dot’, ‘any day of the week’, ‘(seen in the) cold light of the day’, ‘a whale of time’, ‘have the time of your life’, ‘15 minutes of fame’, ‘ahead of the curve’, ‘the moment of truth’, ‘to the minute’, ‘to have the time of one’s life’, ‘to be on time’, ‘to be pressed for time’, ‘to have a good time’, ‘to keep/ beat time’, ‘to kill time’, ‘to the end of time’, ‘to have an easy time of it’, ‘to pass the time of the day with someone’, ‘to keep up with the times’, ‘to talk against time’, ‘to work against time’, ‘to have a bad time’, ‘to sing in time’, ‘to waste time’.**

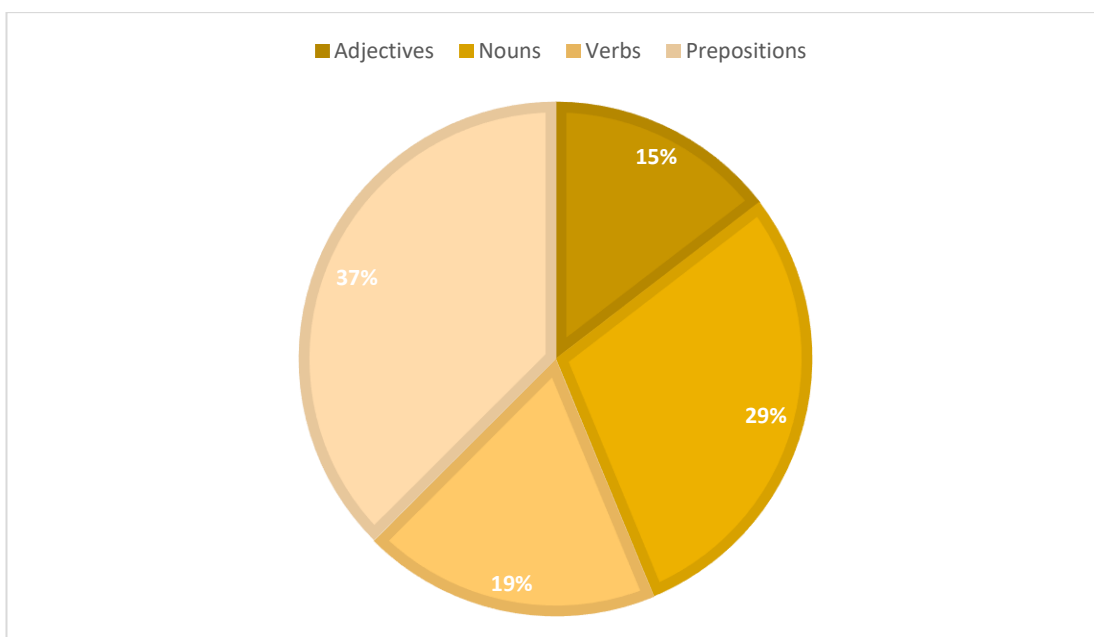


Figure 3. Analysis of structural features in percentage

Looking at the results of this figure, we can say that adjectives, nouns, verbs and finally prepositions are all extremely useful in language. This is because they not only indicate the name of a thing, but also tell us its action and other things that are of value in this life.

### 3.3 Grammatical features

All the idioms are analyzed regarding their grammatical aspects. In the following figure (Figure 4), all categories are distinguished according to their grammatical features: **imperative, complete and elliptical sentences.**

To begin with, imperative sentences give a command to do something, gives an instruction, and make a request or issue a command. These sentences start with imperative verbs. The main purpose why imperative sentences are used is to tell someone to do something or give a piece of advice to someone, or to express good or bad wishes for example, **‘turn back the hands of time’, ‘have the time of your life’, ‘have the time of one’s life’, ‘be on time’, ‘work against time’, ‘keep up with the times’, ‘have a good/ bad night’, ‘have a night out’, ‘move with the time’, ‘call it a day/ night’, ‘take your time’, ‘seize the day’.**



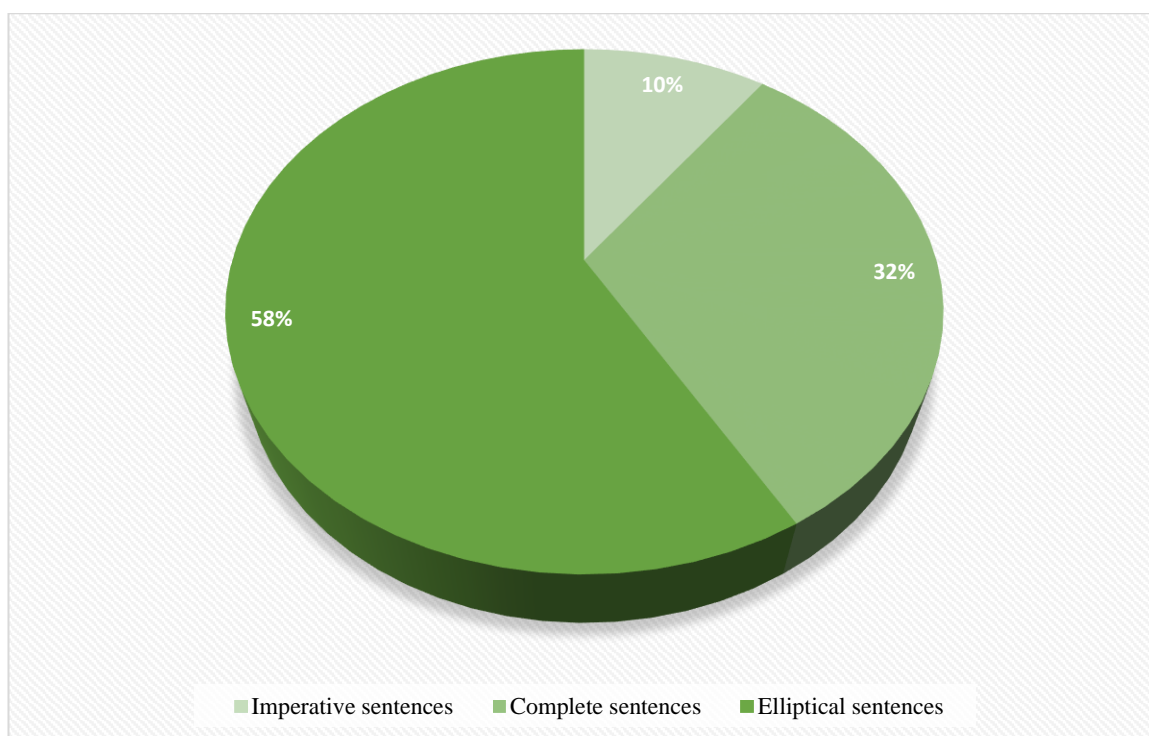


Figure 4. **Figure grammatical structure of idioms**

A complete sentence is a group of words that conveys a complete idea. Complete sentences must have at least one subject and predicate, the necessary pieces of an independent clause for example, **‘third time’s a charm’**, **‘someone’s days are numbered’**, **‘to have an easy time of it’**, **‘now’s your time!’**, **‘only time will tell’**, **‘to the end of time’**, **‘to be on time’**, **‘time is money’**, **‘to sing in time’**, **‘time’s up!’**, **‘to work against time’**, **‘to talk against time’**, **‘turn back the hands of time’**. These sentences sometimes can be short or long. Complete sentences has a subject-verb pair and completed thought. One of the most commonly used verbs is: **to have**.

The third category found in the selected items is elliptical sentences with the omission of the main part of a sentence. They can consists of verb, consisting only of prepositions and nouns for example, **‘from time to time’**, to **‘sing in time’**. It is also worth to mention that the meaning of the shortened sentence should still be clear, however, based on the surrounding context for example, **‘better late than never’**, **‘hour of need’**, **‘once upon a time’**, **‘make a day of something’**, **‘since time immemorial’**, **‘time for a change’**, **‘time after time’**, **‘any day of the week’**, **‘have a good/ bad night’**, **‘have a night out’**, **‘have the time of your life’**, **‘have had its/ their day’**, **‘back in the day’**, **‘ship has sailed’**.

### Conclusions

1. An idiom can be defined as a number of words which, when taken together, have a different meaning from the individual meanings of each word.
2. Taking into consideration the lexical analysis of the study, the findings are the following: from the total amount of idioms (130) the idioms expressed with the word “time“ (55 idioms) comprise 42%, idioms expressed without the word “time“ but with its implication (76 idioms) - 55%, idioms expressing ”time“ by miscellaneous words (2 idioms) - 3%.
3. Structural analysis shows that idioms consisting of adjectives comprises 15% (26 idioms), nouns - 29% (56 idioms), verbs - 19% (36 idioms), and prepositions - 37% (72 idioms).
4. According to grammatical analysis 12 idioms of imperative sentences are found, comprising 10%, 38 idioms of complete sentences, comprising 32%, and 74 idioms of elliptical sentences (58%).

## References

1. SEILD J., MCMORDIE W. English idioms, England, 2003.
2. O'DELL F., MCARTHY M., English idioms in use, England, 2017.
3. Wright, J Organised by metaphor, topic and key word, 2002, United Kingdom [Idioms-Organiser.pdf \(ircambridge.com\)](#) Page accessed on May 22, 2023.
4. JUKNEVICIENE R., English Phraseology and corpora, 2007, Lithuania [https://www.flf.vu.lt/dokumentai/Mokslas/Elektroniniai\\_istekliai/English\\_Phraseology\\_INTE\\_RNETINIS.pdf](https://www.flf.vu.lt/dokumentai/Mokslas/Elektroniniai_istekliai/English_Phraseology_INTE_RNETINIS.pdf) Page accessed on 15 May, 2023.
5. *Cambridge dictionary*, London [Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus](#) Page accessed on April 30, 2023
6. *Longman dictionary*, London [Longman Dictionary of Contemporary English | LDOCE \(ldoceonline.com\)](#) Page accessed on June 1, 2023.
7. *Merriam – Webster dictionary*, United States [Dictionary by Merriam-Webster: America's most-trusted online dictionary](#) Page accessed on May 17, 2023.
8. 100 Business Idioms For Everyday Use At Work‘ [110 Business Idioms For Everyday Use At Work \(businessenglishteacher.com\)](#) Page accessed on March 22, 2023.

# THE IMPORTANCE OF ENGLISH LANGUAGE IN COCA – COLA GLOBAL WORKPLACE

*Eglė Žaliauskaitė,*

*Lect. Odeta Gluoksnytė*

*Marijampolės Kolegija/Higher Education Institution*

## Abstract

In today's interconnected world, the role of English as the predominant language of business is increasingly significant, particularly in global companies. This research article explores the thematic usage of English in international business environments, focusing on its impact on communication, corporate culture, and operational efficiency. Through a comprehensive review of existing literature and case studies of multinational corporations, we examine how English serves as a lingua franca, facilitating cross-cultural interactions and enabling seamless information exchange across diverse geographical locations. The article delves into the thematic importance of English as the business language within Coca-Cola's global workplace. As a leading multinational corporation, Coca-Cola operates across diverse cultural and linguistic landscapes, necessitating a common language for effective communication and operational coherence. This study examines how English functions as the central advertisement tool within the company, facilitating collaboration, enhancing efficiency, and fostering a unified corporate culture.

**Keywords:** English business language, global workplace, coca - cola company, slogans, importance of English language.

## Introduction

The main way humans communicate is through language, it is the way we communicate our ideas and thoughts to others. Not only native English-speaking countries use English as a communication tool, but it has a huge impact on globalization, as language which allows people to interact and understand each other. Over time, communication has continued to evolve, especially in the business sector. Efficient communication is important nowadays for personal and professional growth, it helps understand perspectives of other people, supporting trade, international dialogue, and cooperation. Having fluent English language skills is highly valuable as it remains one of the main languages of commerce. English is the most common foreign language. That's why this is essential to learn languages, just to have opportunity to get in touch on an international level. Many global organizations use English as their main language for their official statements, making it more important than other languages. The skill to communicate fluently is essential for companies working worldwide.

English has impacted the job market in a huge way. Many businesses these days consist of international teams which work remotely. Learning language can help you work better for a company and increase chances of getting hired. Globalization has made companies more connected and interdependent than ever before. The world is now full of diverse cultures and perspectives, emphasizing the need for a common language for communication to bring people together. To achieve friendly international environment, a company must have a clear vision and picture of the kind of working environment it expects employees to feel safe and valued. The variety of religions and languages present in the world today offers ample evidence that if anything humankind loves diversity. So, people need prepare to have a meaningful dialogue with people from different cultures to help, solve problems and to learn from each other. Because of the world's growing interconnectivity, mastering the skill of comprehending, and communicating with individuals from diverse cultures is highly essential.

**Relevance of the theme and problems:** to analyse the importance of English in Coca-Cola globalized workplace, the influence of language abilities on job prospects and the success of a company in both - real and digital world.

**Research object:** the role of the English language in Coca-Cola global workplace.

**Aim** of the research: to analyse the importance of English language in Coca-Cola's global workplace.

**Research objectives:**

- to review the role of English use as the Business Lingua Franca,
- to analyse the importance of English in a career at Coca-Cola,
- to explore the role of English language terminology in Coca-Cola company.

## ENGLISH LANGUAGE AS BUSINESS LINGUA FRANCA

English is the language of choice for business due to several factors, including the historical influence of English-speaking countries, the economic dominance of English-speaking nations, and the widespread adoption of English as a global lingua franca. It is the language of many international organizations, such as the United Nations, World Bank, and International Monetary Fund. Furthermore, in multilingual markets, such as those found in many parts of Europe, companies may conduct business in multiple languages to cater to the linguistic diversity of their target markets. It is widely recognised that English is the native language of five countries: the United States, the United Kingdom, Australia, New Zealand, and Canada (Rintaningrum, 2019).

English has become the global gold standard when it comes to doing business and fostering international trade. It is the language used in official business proceedings, as well as being a common language among geographically dispersed organizations. All these factors have contributed to English becoming the world's pre-eminent language of international business and trade.

The spread of a language in different countries of the world depends on the language policy of the state – the official attitude of the government to the language of the country, as well as to foreign languages established in policy documents and practical measures. This attitude towards language is manifested in domestic life, education, culture, economy, interstate relations, and language reforms (Asadova, English and its language policy in different countries, 2023). The ideas of teaching foreign languages were based on Marxist-Leninist dogmas about “understanding of objective reality” and “conscious assimilation of knowledge”. Socially determined, psychological, subconscious, intuitive, genetic explanatory processes of language acquisition, alien to bourgeois and Soviet methodology, were excluded from scientific discussions (Asadova, English and its language policy in different countries, 2023). Many young people become used to navigating their use of English between two extremes: their personal life on the one hand, and their public and schooling life on the other, with a whole continuum of other uses in the middle (Leppänen, Sirpa, Anne Pitkänen-Huhta, Arja Piirainen-Marsh, Tarja Nikula and Saija Peuronen., 2009). Denmark, Finland, Luxembourg, the Netherlands, Norway, and Sweden are the countries with the best English proficiency in Europe (excluding the UK and Ireland). These countries rank highest in English skills in Europe according to the English Proficiency Index (Global Ranking of Countries, 2023). It's clear that effective communication is vital, and having excellent communication skills can make a huge difference in one's personal and professional life.

### BUSINESS TERMINOLOGY - JARGON, SLANG AND SLOGANS

Nowadays, communication has become more modern, making it easier for people to keep in touch with their family and friends who are far away through instant messaging, phone calls, and video calls. All these communication methods can be easily done using cell phones, laptops, or computers. Unfortunately, people have become too reliant on their smartphones for communication and social media updates, which has decreased their level of direct communication. . According to Holmes people's speech not only reflects their identity, such as their ethnicity, age, gender, and social background, but also the context in which they are speaking. The way people talk reflects the formality of the situation and the social roles they play in it (Holmes, Janet; Wilson, 2000).

In the business sector, many well-known companies choose to use slogans for their campaigns, advertisements, and social networks. The main reason is memorability, people are more likely to identify short memorable slogans. Slogans are not just catchy phrases designed to sell a product. They are social commentaries, reflections of the times, and in some cases, aspirations for a better world. They are, in essence, the story of company.

Key benefits of slogans:

- Grab shoppers' attention
- Keep the brand top-of-mind for later buying decisions
- Communicate a competitive advantage and value proposition.

Almost every multimillion-dollar and well-known company has its own slogan for such advantages.

Just like slogans, corporate jargon is a constantly evolving language that signifies the latest innovations in the business world. Business jargon plays an important role in the distribution of information across various business segments and organizational departments. It enables effective

conveyance of ideas, issues, and responses in a highly confidential manner. Business jargon is essentially a specialized language used by professionals within a particular industry or company.

### ANALYSING COCA-COLA'S SLOGANS AS A REFLECTION OF LINGUISTIC INFLUENCE AND MARKETING STRATEGIES

Coca-Cola's revenue and market shares are greatly influenced by their effective and active marketing campaigns around the world. The company relies heavily on market and human insights as indicators to target specific consumer segments. By understanding the profiles of their target audience, including factors such as age, gender, and lifestyles, Coca-Cola is able to tailor their marketing activities to their customers' preferences. Coca-Cola's brand recognition is truly monumental, as it has been able to reach and resonate with customers across the market. Its success is a testament to the power of effective marketing segmentation, which the company has mastered. Through its various marketing segments, Coca-Cola has been able to bring joy and refreshment to people all around the world.

Coca-Cola's English slogans are one of their highlights. The company uses them in its advertisements, to differentiate its campaigns, to tag keywords on its social networks that people can use to identify its brand and to share posts by tagging the Coca-Cola slogan. some advertisements themselves rise to the level of memorable slogans.

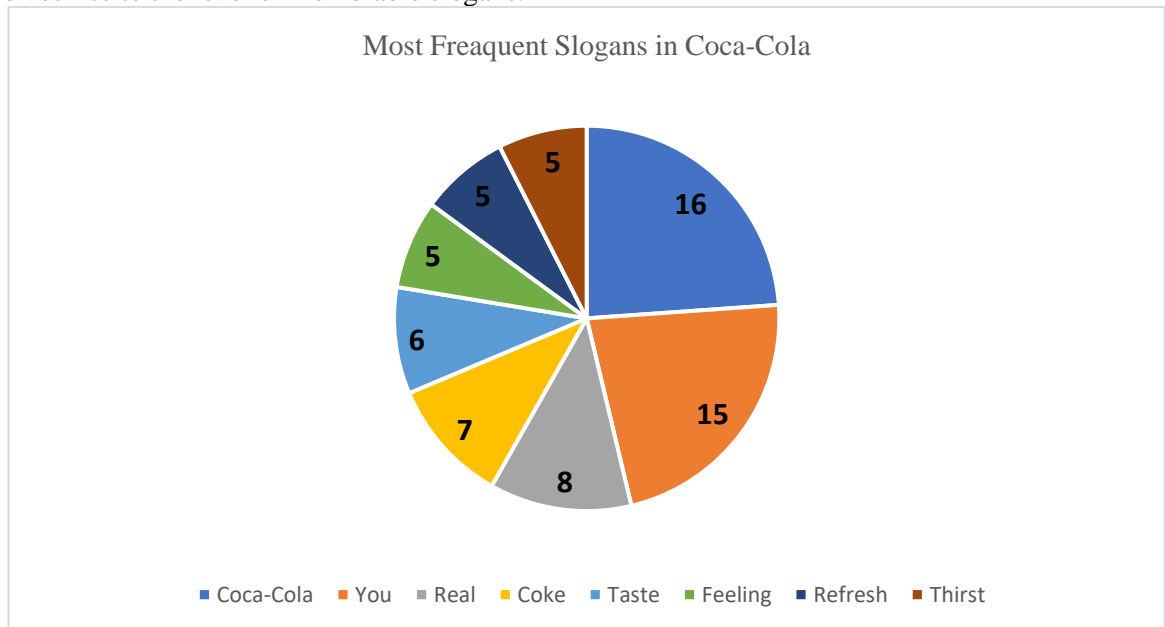


Figure 8

#### High Frequency Words of Coca-Cola 1886-2021:

1. **Coca-Cola** (16 occurrences): The brand name itself is prominently displayed, reinforcing brand recognition and associations.
2. **You** (15 occurrences): The use of "you" suggests a direct engagement with the consumer, making the advertising personal and relatable.
3. **Real** (8 occurrences): The word "real" emphasizes realness and authenticity.
4. **Coke** (7 occurrences): An abbreviation for Coca-Cola, reinforcing brand awareness.
5. **Taste** (6 occurrences): Emphasizing the sensory experience of consuming Coca-Cola.
6. **Feeling** (5 occurrences): Associated with emotional responses, highlighting the product's impact on mood.
7. **Refresh** (5 occurrences): A key brand promise, focusing on the product's ability to rejuvenate.
8. **Thirst** (5 occurrences): Directly related to the product's primary function as a beverage.

#### Evolution Over Time:

- **Slogans 1886-1920:** The slogans focus on the basic words and sentences of the drink, such as "Drink Coca-Cola" and "Delicious and Refreshing," introducing the product and its refreshing qualities.

- **Slogans 1930-1960:** The emphasis shifts towards the experience and emotional level, with slogans like "The Pause that Refreshes" and "It's the Real Thing," highlighting the drink's role in daily life and its authenticity.
- **Slogans 1970-1990:** The slogans become more varied and creative, such as "I'd Like to Buy the World a Coke" and "Coke Adds Life," reflecting cultural trends and a broader appeal to emotions and lifestyle.
- **Slogans 2000-present:** The focus is on maintaining the brand's values while appealing to with slogans like "Open Happiness" and "Taste the Feeling," emphasizing joy, happiness, and the sensory experience.

**Words Meaning:**

- Coca-Cola always talks about refreshment and great taste, using words like "refresh," "thirst," and "taste." They also emphasize authenticity and high quality by repeatedly using words like "real" and "good."
- The frequent use of "you" suggests an effort to create a personal connection with consumers.
- The consistent mention of "Coca-Cola" and "Coke" shows the brand's identity in the, preventing frequent brand awareness.

**Targeted Demographics:**

Different slogans target different demographics. For instance, "I'd Like to Buy the World a Coke" (1971) aimed at a global, peace-loving audience during a time of social upheaval, whereas "Coke Adds Life" (1976) and "Have a Coke and a Smile" (1979) focus on adding joy and positivity to everyday life, appealing broadly across age groups.

**Results of analysis:**

Coca-Cola's strategic use of English in its advertising slogans highlights the critical role of the language in global business success. The analysis of Coca-Cola's advertising slogans from 1886 to 2021 demonstrates the enduring importance of English in the global workplace. English has been pivotal in shaping Coca-Cola's global marketing strategies, allowing the company to maintain a consistent and relatable brand message across diverse cultures and regions. By focusing on words that convey familiarity, personal connection, authenticity, sensory pleasure, revitalization, emotional engagement, quality, and happiness, Coca-Cola creates a compelling and emotionally resonant brand image. This strategic use of language helps the brand maintain its enduring appeal and strong emotional connection with consumers worldwide.

**Conclutions:**

The significance of the English language within the trade world grows each day. English serves as a common language for international communication, enabling businesses to connect, negotiate, and collaborate across borders. It has become the language of global trade, allowing companies to expand their reach and tap into international markets. The ability to communicate effectively in English is extremely important for a career at Coca-Cola, given the company's global presence and diverse staff. Proficiency in English helps in fostering collaboration and operational efficiency by allowing for clear communication across international teams and markets. It also enables employees to effectively interact with customers, suppliers, and partners from around the world, facilitating seamless cross-cultural communication. Moreover, English proficiency provides access to a wide range of corporate resources, training programs, and knowledge-sharing platforms, which in turn supports professional growth and innovation. Overall, English proficiency is a vital tool for personal and professional development at Coca-Cola, empowering employees to succeed in a competitive and interconnected business environment.

The role of the English terminology language in Business and marketing cannot be overstated. As times improve, so does the business sector; offices are no longer entirely based on the official language, emails and chat messages are more often filled with jargon and slang between company employees. Also, slogans have become a key element of marketing. The strategic use of English in Coca-Cola's slogans plays an important role in enhancing the brand's global reach and accessibility. English is a universal language that connects with people from different backgrounds. This helps Coca-Cola maintain a consistent brand message worldwide and makes the brand relatable to people everywhere. While using English to reach a wide audience, Coca-Cola also respects local languages and cultures by adapting its slogans when necessary. This balance between global consistency and local relevance

shapes how people perceive the brand and makes marketing more efficient. Ultimately, using English helps strengthen Coca-Cola's brand and build strong emotional connections with consumers.

The role of the English terminology language in Business and marketing cannot be overstated. As times improve, so does the business sector; offices are no longer entirely based on the official language, emails and chat messages are more often filled with jargon and slang between company employees. Also, slogans have become a key element of marketing. The strategic use of English in Coca-Cola's slogans plays an important role in enhancing the brand's global reach and accessibility. English is a universal language that connects with people from different backgrounds.

#### References:

1. Asadova, N. R. (2023). English and its language policy in different countries. *Technium social science journal*, 301-308.
2. Asadova, N. R. (2023). English and its language policy in different countries. *Technium social science journal*, 301-308.
3. *Global Ranking of Countries*. (2023). Nuskaityta iš <https://www.ef.com/wwen/epi/>.
4. Holmes, Janet; Wilson. (2000). *An Introduction to Sociolinguistics (Learning about Language)*.
5. Leppänen, Sirpa, Anne Pitkänen-Huhta, Arja Piirainen-Marsh, Tarja Nikula and Saija Peuronen. (2009). Young people's translocal new media uses: A multiperspective analysis of language choice and heteroglossia. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14.
6. Rintaningrum, R. (2019). Explaining the Important Contribution of Reading Literacy to the. *Journal of Turkish Science Education*.

# „ØKODRIFT HOMLAGARDEN AS“ DARBO UŽMOKESČIO APSKAITA

*Jurgita Žemaitė*

*lekt. Birutė Petrošienė*

*Marijampolės kolegija*

## Anotacija

Norvegija dažnai yra žinoma kaip viena iš šalių, kurioje darbuotojai gauna aukščiausią darbo užmokestį pasaulyje. Ši šalis turi išskirtinį socialinės gerovės modelį, kuris atsispindi ir darbo užmokesčio politikoje. Norvegijoje darbo užmokestis priklauso nuo įvairių veiksnių, įskaitant profesiją, patirtį, išsilavinimą, darbo krūvį ir darbo sąlygas. Pagal tarptautinius lyginamuosius rodiklius, Norvegija dažnai išsiskiria kaip viena iš šalių su aukščiausiu vidutiniu darbo užmokesčiu. Vidutinis darbo užmokestis Norvegijoje gali skirtis priklausomai nuo regiono ir darbo srities. Pvz., naftos ir dujų pramonėje, kuri yra svarbi Norvegijos ekonomikai, darbo užmokestis gali būti žymiai didesnis nei kitose srityse. Darbo užmokesčio politika Norvegijoje dažnai grindžiama derybomis tarp darbdavių ir profesinių sąjungų. Profesinės sąjungos dažnai atlieka svarbų vaidmenį ginti darbuotojų teises ir siekiant užtikrinti teisingą ir adekvatų darbo užmokestį. Taip pat būtina paminėti, kad nors Norvegija siūlo aukštą darbo užmokestį, gyvenimo išlaidos šioje šalyje taip pat gali būti aukštesnės nei kitose šalyse. Taigi, nors norvegų darbuotojai gali gauti didesnę atlyginimą, svarbu įvertinti ir gyvenimo išlaidas bei kitus veiksnius, pavyzdžiui, mokesčius, kai planuojate darbą Norvegijoje. Norvegijoje darbo užmokesčio apskaita yra gana sudėtinga, nes ši šalis turi griežtas taisykles ir reikalavimus, susijusius su darbuotojų teisėmis ir mokesčiais. Apskaita paprastai vyksta pagal griežtas taisykles ir reglamentus, nustatytus Norvegijos darbo įstatymuose. Šie įstatymai apima minimalų darbo užmokestį, mokesčius, socialinio draudimo įnašus ir kitus susijusius klausimus.

Raktiniai žodžiai: darbas, darbo užmokestis, darbo laiko apskaitos žiniaraštis, sąskaitų korespondencija.

## Įvadas

Darbo užmokestis yra viena svarbiausių visuomenės ekonominių ir socialinių garantijų. Kiekvienos šiuolaikinės valstybės tikslas darbo teisės šakoje – nustatyti ir efektyviai taikyti tokias teisės normas, kurios užtikrintų darbuotojų saugumą, teisę į poilsį, laisvalaikį, ligą ir atostogas, teisingą darbo užmokestį. Darbo užmokestis įvardinamas, kaip sudėtinga finansinių išteklių paskirstymas, padedantis įvairioms įmonėms pritraukti, išlaikyti ir motyvuoti darbuotojus (Abyu, 2021). Didelę reikšmę turi ir su darbo santykiais susiję įsipareigojimai, kurie įvardinami kaip bendrovės prievolė bei susiję su bendrovės vykdomais atskaitymais, taikomas kiekvieną mėnesį, ir kurių dydis priklauso nuo darbuotojų skaičiaus bei valstybėje nustatytų su darbo santykiais susijusių įsipareigojimų dydžio. Su darbo santykiais susijusiems įsipareigojimams taip pat priskiriami skirtingi apskaitos priskaitymai, susiję su darbo užmokesčiu, t. y. galimi įvairūs priedai bei viršvalandžiai, prastovos, atostogų kaupiniai, kurių apmokėjimo ir apmokestinimo principai, kurie apskaitomi atitinkamomis darbo užmokesčio apskaitos metodikomis bei apmokestinimo reglamentavimais. Atsižvelgiant į tai, bendrovės privalo pasirinkti atitinkamą darbo užmokesčio apskaitos metodiką bei laikytis galiojančių darbo užmokesčio apskaitymo bei apmokestinimo reglamentų. Darbo užmokesčio, kaip ir kitų bendrovės įsipareigojimų apskaitos ir darbo užmokesčių įsipareigojimų finansinių rodiklių vertinimo taikymas padeda gauti naudingą informaciją apie bendrovės finansinę būklę bei priimti savalaikius finansinius jos gerinimo sprendimus.

**Problema** - Darbdaviui yra labai svarbu suteikti visapusiškai teisingą apmokėjimą už atliktą darbą. Valstybė nustato minimalų darbo užmokestį, tuo tarpu kokį atlygį skirti už atitinkamą darbą renkasi darbdavys (Wright, Sylla, 2020). Norvegijoje nemažai dėmesio skiriama darbo užmokesčio dydžio nustatymui, kuris priklauso nuo šalies ekonomikos lygio, įmonės dydžio, darbuotojų kvalifikacijos, darbo sąlygų, atliekamo darbo turinio ir kt. Atsižvelgiant į šiuos veiksnius kuriamos įvairios darbo užmokesčio apmokėjimo sistemos, kuriomis siekiama užtikrinti ekonominį rentabilumą, darbuotojų motyvaciją, socialinę pusiausvyrą. Valandinio darbo užmokesčio sistemų kūrimas Norvegijos įmonėse suteikią galimybę darbuotojus motyvuoti dirbti bei uždirbti daugiau dirbant viršvalandžius. Tačiau valandinio darbo užmokesčių sistemų Norvegijos įmonėse kūrimas kelia papildomus reikalavimus tokio darbo užmokesčio apskaitai bei darbuotojų socialinių garantijų užtikrinimui (Danilevičienė, 2019).

**Tyrimo objektas** – „Økodrift Homlagarden AS“ darbo užmokesčio apskaita.

**Tyrimo tikslas** – Atlikti darbo užmokesčio apskaitos analizę „Økodrift Homlagarden AS“.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Pateikti darbo užmokesčio sampratą ir klasifikacijas



2. Apžvelgti darbo apmokėjimą lemiančius veiksnius.
3. Išanalizuoti darbo užmokesčio apskaitos organizavimą ir rodiklių analizę.
4. Ištirti „Økodrift Homlagarden AS“ darbo užmokesčio ir su jo susijusių mokesčių apskaitos procesus.

**Tyrimo metodai** - „Økodrift Homlagarden AS“ darbo užmokesčio apskaitos analizei taikomas kokybinio tyrimo metodas (dokumentų analizė), kurios metu bus pateiktas įmonės veiklos pristatymas, apskaitos politika bei darbo užmokesčio ir su jo susijusių mokesčių apskaita.

### „Økodrift Homlagarden AS“ veiklos pristatymas

„Økodrift Homlagarden AS“ įsteigta 2007 m., Norvegijoje. Pagrindinė bendrovės vykdomos veiklos kryptis – ekologiškos paukštienos mėsos gaminių gamyba.

### Darbo santykių pradžia

Darbo užmokesčio apskaita prasideda nuo sudarytos ir pasirašytos darbo sutarties tarp darbdavio ir darbuotojo. Šioje sutartyje turi būti nurodytas darbuotojo atlyginimas, kurio suma negali būti mažesne nei įstatymuose numatytas minimalus atlyginimas, jo mokėjimo tvarka, darbo sąlygos, darbo laikas, išėjimas iš darbo ir kitos svarbios sąlygos.

### „Økodrift Homlagarden AS“ darbo užmokesčio ir su jo susijusių mokesčių apskaita

„Økodrift Homlagarden AS“ taikoma valandinė darbo laiko apskaita bei pasibaigus kiekvienam mėnesiui, remiantis įmonės visų darbuotojų faktiškai išdirbtu ir perdirbtu laiku, jiems apskaičiuojamas darbo užmokestis.

1 lentelė. Darbo laiko apskaitos žiniaraštis

01.08.23-31.08.23

Ansattes nr.	Avdeling	Gruppe	Timelønn standard	Overtid 40% timelønn	Søndags tillegg 25 % timelønn	Sum (Netto timer)	% Att (A)
92	06	Vikarer				0	
73	07	60 % Stilling	68,42	0,45		68,42	100%
124	06	Vikarer				0	
113		Vikarer	22,84	4,00		22,84	100%
7	06	Vikarer				0	
5		Vikarer	43,50			43,50	100%
80						0	
12	06	60 % Stilling				0	
79	06					0	
120	06	Vikarer				0	
29		ADM				0	
13		ADM				0	
77	06	Vikarer				0	
6		100 % Stilling	179,50	31,50		179,50	100%
33		100 % Stilling				0	
118	06	ADM				0	
109	06	Vikarer				0	

3	07	ADM	9,00			9,00	100%
107	06	60 % Stilling				0	
59	06	Vikarer				0	
10		Vikarer	8,50			8,50	100%
132	07	Vikarer	58,66	1,08		58,66	100%

Kiekvienam darbuotojui pagal jo išdirbtas valandas atskaitomi mokesčiai, atsižvelgiant į jo metinį atlyginimą. Mokesčius nustato nacionalinė mokesčių inspekcija, atsižvelgdama į tai, kiek asmuo uždirbo praėjusiais metais, tačiau šie mokesčiai perskaičiuojami atsižvelgiant į išdirbtą ir perdirbtą darbo laiką. Norvegijoje vidutinis mokesčių atskaitomų iš atlyginimo procentas - 24%. Apmokestinama suma nurodoma Darbo užmokesčio apskaitos žiniaraštyje kaip procentas (Forskuddstrek procent) arba kaip „Forskuddstrek tabell“ (ji apskaičiuojama pagal nacionalinės mokesčių tarnybos sudarytą lentelę), taip pat įmonė moka „arbeidsgiveravgift“ (darbdavių nacionalinio draudimo įmokas), kurios sudaro 10,6% nuo atlyginimo ir 2% mokama privalomoji profesinių pensijų sistemą (OPT) nuo darbuotojų atlyginimo. „Økodrift Homlagarden AS“ savo darbuotojams taiko sveikatos ir nelaimingų atsitikimų draudimą.

Priskaičiuotas darbo užmokestis, nacionalinio draudimo ir privalomosios profesinės sistemos įmokos (OPT) priskiriami atskaitinio laikotarpio sąnaudoms, jeigu neįtraukiami į pagamintos produkcijos savikainą. Sąnaudos registruojamos priklausomai nuo to, kokiems darbuotojams priskaičiuojamas darbo užmokestis: administracijos darbuotojams priskaičiuojamas darbo užmokestis priskiriamos veiklos sąnaudoms, gamyboje dalyvaujančių darbuotojų darbo užmokestis – priskiriamas produkcijos savikainai. Atsižvelgiant į tai, kad darbo užmokestis priskaičiuojamas ir išmokamas dažniausiai ne tą pačią dieną, tai darbo užmokesčio priskaičiavimas turi būti registruojamas kaip atskaitinio laikotarpio sąnaudos ir įsipareigojimai darbuotojams, o kai išmokamas darbo užmokestis, tuomet mažinami įsipareigojimai.

„Økodrift Homlagarden AS“ atlyginimas ir su darbo santykiais susiję įsipareigojimai apskaitoje pagal bendrovė pavyzdinį sąskaitų planą priskirimas 5 klasės sąskaitai „Atlyginimo išlaidos“. Atlyginimas darbuotojams registruojamas 50 sąskaitoje, nacionalinis draudimas registruojamas 58 subsąskaitoje ir privalomosios profesinės sistemos įmokos (OPT) registruojamos 57 subsąskaitoje, 2930 Skolos darbuotojams.

Darbo užmokesčio apskaičiavimui taikant neanalitines operacijas, sąskaitų korespondencija fiksuojama tokiu principu (žr. 2 lentelę):

**D 50** Priskaičiuotas atlyginimas darbuotojams

**K 2930** Skolos darbuotojams

**K 58** Nacionalinis draudimas

**K 57** Privalomosios profesinės sistemos įmokos (OPT)

2 lentelė. Darbo užmokesčio fiksavimas apskaitoje

Sąsa kitos num eris	Sąskaitos pavadinimas	Likutis pradžioje		Apyvarta		Likutis pabaigoje		Atskaitinis laikotarpis	
		D	K	D	K	D	K	D	K
2930	Skolos darbuotojams		7214	14436	14436		7222		
58	Nacionalinis draudimas		764	764	1529		765		
57	Privalomosios profesinės sistemos įmokos (OPT)		144	144	289		145		
50	Priskaičiuotas atlyginimas darbuotojams							8132	

2. lentelėje apžvelgtas darbo užmokesčio fiksavimas apskaitoje. Remiantis pateiktais duomenimis 2023 m. rugpjūčio 31 d. darbo užmokesčio ir su juo susijusių įsipareigojimų apskaičiavimo metu (laikotarpio pradžioje) buvo apskaičiuotas mokėtinas darbo užmokestis 7214 NOK darbo užmokestis ir 908 NOK su darbo santykiais susijusių mokesčių (įsipareigojimų) suma. „Økodrift Homlagarden AS“ fiksuojama 14 436 NOK darbo užmokesčio apyvarta ir 908 NOK su darbo santykiais susijusių įsipareigojimų. 2023 m. rugpjūčio 31 d. apskaitoje buvo fiksuojamas 7222 NOK darbo užmokestis ir 910 NOK su darbo santykiais susijusių įsipareigojimų suma.

Darbuotojams darbo užmokestis skaičiuojamas vadovaujanti darbo laiko apskaitos žiniaraštyje pateiktas duomenimis (žr. 1. lent.), pildant darbo užmokesčio apskaitos žiniaraštį. Darbo užmokesčio apskaitos žiniaraštyje pateikiamas eilės numeris, darbuotojo duomenys (darbuotojo eilės numeris, skyrius, grupė, kuriai jis priskiriamas, standartinis valandinis atlyginimas, fiksuojama kada darbuojas sirgo, fiksuojami išdirbti viršvalandžiai (40 proc.) ir papildomas darbas sekmadienį (25 proc.), priskaičiuota neto atlyginimo suma). Faktiškai dirbtas laikas ir jam prilyginti laikotarpiai žymimi valandomis, įskaitant darbą naktį ir viršvalandžius. Įmonės apskaitos politikoje parašyta, kaip vienai mėnesio dienai skirtame laukelyje atskirai turi būti nurodomas bendras darbo laikas, darbas naktį ir viršvalandžiai. Darbo laiko apskaitos žiniaraščio 5 eilutėje žymimi darbuotojų neatvykimai į darbą atvejais (pvz., dėl ligos). Šioje eilutėje gali būti žymimos priežastys ir laikas valandomis, už kurias mokamas vidutinis darbo užmokestis, kai darbuotojas dalį darbo dienos dirbo, o tik dalį dienos nebuvo darbe. Kiekvieno mėnesio pabaigoje suskaičiuojamos suminės eilutės – darbuotojo faktiškai dirbtos dienos, valandos, iš jų viršvalandžiai, darbas naktį, švenčių dienomis ir t. t. Taip pat susumuojamas visų struktūrinio padalinio darbuotojų faktiškai dirbtas laikas ir jų neatvykimai į darbą.

Dirbto laiko apskaitos žiniaraščio suminiai duomenys, t. y. kontroliniai duomenys, gali padėti patikrinti kiekvieno darbuotojo darbo laiko biudžetą. Prieš pradėdant pildyti kiekvieno darbuotojo faktiškai dirbto laiko duomenis, pirmiausia darbo laiko apskaitos žiniaraščio kairėje pusėje įrašomas tam darbuotojui nustatytas darbo laikas, apskaičiuotas pagal jo darbo sutartyje suldytą darbo laiką ir konkretaus mėnesio darbo dienų skaičių. Mėnesio pabaigoje susumavus darbuotojo faktiškai dirbtą laiką, nukrypimus nuo suplanuoto darbo laiko ir neatvykimus į darbą, galima patikrinti žiniaraščio duomenų teisingumą. Iš faktiškai dirbto laiko valandomis atimami dirbti viršvalandžiai ir pridėdamas neatvykimų į darbą laikas, gaunant valandų skaičių lygų darbuotojui nustatytam darbo laikui.

2023m. rugpjūčio 31 d. darbuotojams buvo priskaičiuotas darbo užmokestis (žr. 3 lentelę).

### 3. lentelė. „Økodrift Homlagarden AS“ priskaičiuoto darbo užmokesčio sąskaitų korespondencijos

Sąskaitos numeris	Sąskaitos pavadinimas	Suma, NOK
50	Priskaičiuotas darbo užmokestis ir su juo susijusios sąnaudos	8132
2930	Skolos darbuotojams	7222
58	Nacionalinis draudimas	765
57	Privalomosios profesinės sistemos įmokos (OPT)	145

Atlikus darbo užmokesčio priskaičiavimo operacijas debetuojamos atlyginimo išlaidos – 50 sąskaita 8132 NOK, kurios įvardinamos kaip darbo užmokesčio sąnaudos. Šios sąnaudos laikomos bendra suma, kuri laikoma priskaičiuoto darbo užmokesčio, privalomųjų profesinės sistemos įmokų (OPT) ir nacionalinio draudimo įmokų apskaičiuotų darbdavio lėšomis suma. Kredituojamas 2930 sąskaita Skolos darbuotojams – 7222 NOK, kuris mokamas atėmus priskaičiuotas kredituojamas 57 sąskaita Privalomas profesinės sistemos įmokas – 765 NOK, kredituojamą 58 sąskaita Nacionalinį draudimą – 145 NOK. Pažymėtina, kad visos kredituojamos sąskaitos didina „Økodrift Homlagarden AS“ darbo užmokesčio ir mokesčių įsipareigojimus.

2023 m. rugpjūčio 30 d. darbuotojui „Økodrift Homlagarden AS“ buvo apskaičiuotas darbuotojams išmokėtas darbo užmokestis 7222 NOK (žr. 4. lentelę).

### 4. lentelė. 2023 m. rugpjūčio 30 d. darbo užmokesčio sąskaitų korespondencijos

Sąskaitos numeris	Sąskaitos pavadinimas	Suma, NOK
D 2930	Skolos darbuotojams	7222
K 1920	Bankas	7222

Debetuojama 2930 sąskaita 7222 NOK, dėl kurios sumažėja priskaičiuoto darbo užmokesčio įsipareigojimai, o kredituojama 1920 sąskaita 7222 NOK, pažyminti, kad sumažėja įmonės pinigai banko sąskaitoje.

### Atostogų apmokėjimas ir sistema

Visi dirbantys Norvegijoje kaip samdomi darbuotojai turi teisę į 25 atostogų dienas per metus. Tais metais kai sukako 60 metų, priklauso dar viena atostogų savaitė, t. y. 25 dienos + 1 savaitė.

Atostoginiai apskaičiuojami pagal pereitų metų uždirtbas pajamas (į jas neįeina maistpinigiai ir dienpinigiai, visos kitos pajamos įeina). Tai vaidinama *FERIEPENGERGRUNNLAGET*. Ta suma paprastai nurodoma algos lapelyje (*lønsslipp*). Atostoginiai pagal įstatymą yra 10,2 % šios sumos, vyresniems nei 60 metų asmenims – 12 %. Gali būti didesnis procentas pagal kolektyvines sutartis.

Įprastas atostoginių mokėjimas Norvegijoje: birželio mėn. išmokami atostoginiai (*feriepenger*), nuo kurių neatskaičiuojami mokesčiai (nors jie iš tikrųjų atskaičiuojami ir paskirstomi po truputį mokant mokesčius kitais mėnesiais). Kitais mėnesiais mokamas atlyginimas (*lønn*), net jei ir atostogaujama.

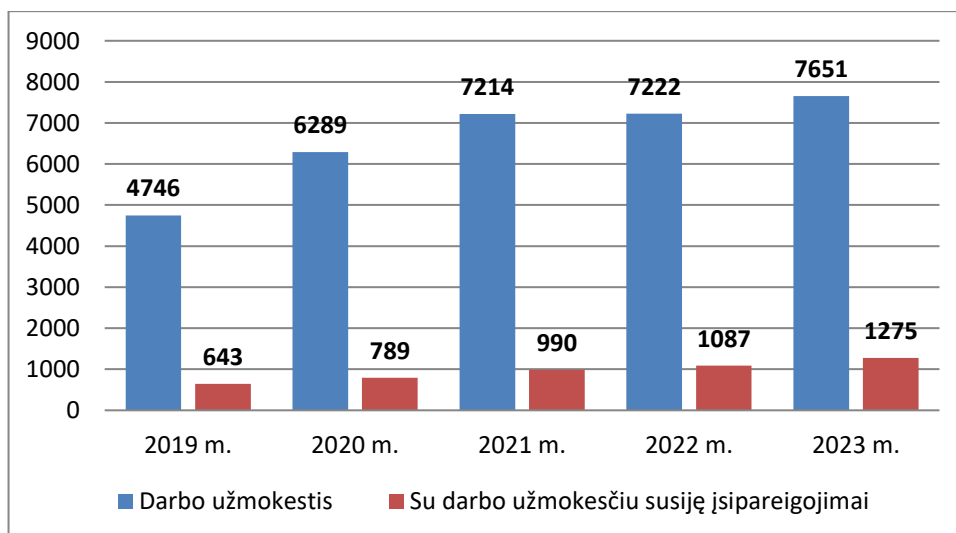
Liga per atostogas. Jei prieš atostogas ar per atostogas susirgote, atostogas galima aidėti vėlesniam laikui. Privalote turėti 100 proc. Sergamumo pažymą iš gydytojo.

### Nedarbingumo apmokėjimas ligos atveju

Norvegijoje biuletenis priklauso tuomet, kai asmuo gauna biuletenį dėl savo ligos ar traumos (ne artimųjų). Mažiausiai 4 paskutines savaites prieš susirgimą ir biuletenio gavimą dirbo. Per pastaruosius metus buvo uždirtbęs bent 48 441 NOK. (ne mažiau 50% bazinio dydžio) Už pirmas 16 dienų nedarbingumą apmoka darbdavys ir tik po to- NAV! (Lietuvoje Sodra)

Ligos išmoka mokama neilgiau kaip 52 savaites. Išmokos pinigais samdomiesiems darbuotojams lygios 100 % apmokestinamųjų pajamų, bet ne daugiau kaip 6 baziniai dydžiai. Jos nuo pirmosios ligos dienos mokamos 260 dienų (52 savaites).

Atlikus „Økodrift Homlagarden AS“ 2019 – 2023 metų Pajamų ataskaitos analizę, buvo nustatyta, kad 2023 m. lyginant su 2019 m. darbo užmokestis padidėjo 2905 NOK (38 proc.), o su darbo santykiais susiję įsipareigojimai padidėjo 632 NOK (49 proc.) (žr. 1 pav.).



1 pav. Atlyginimo ir su jo susijusių įsipareigojimų 2019 – 2023 metais analizė

Apibendrinant „Økodrift Homlagarden AS“ darbo užmokesčio apskaitos procesų organizavimą galima pažymėti, jog įmonės buhalterinė apskaita tvarkoma taikant apskaitos programą ERP. Taikant šią programą parengiami su darbo santykių įsipareigojimais susiję reikalingi registrai, vienas iš jų darbo užmokesčio apskaitos ir laiko žiniaraščiai. „Økodrift Homlagarden AS“ su darbo santykiais susiję įsipareigojimai registruojami 5-oje klasėje. Darbo užmokestis yra apskaičiuojamas taikant valandinę apmokėjimo formą. Privalomosios profesinės sistemos įmokos ir Nacionalinis draudimas yra

deklaruojamos iki kito mėnesio 5-os dienos bei sumokamos iki kito mėnesio 10-os dienos kartu su mokėtinu darbo užmokesčiu.

### Išvados

1. Darbo užmokestis – tai piniginis atlygis už atliktą darbą, kuris numatomas darbo sutartyje. Darbo užmokestis apima pagrindinį darbo užmokestį ir visus papildomus uždarbius.
2. Įmonėje pagal gautus darbo laiko apskaitos žiniaraščius yra priskaičiuojamas darbo užmokestis. Priskaičiavimai ir išskaitos iš darbo užmokesčio atsispindi Darbo užmokesčio apskaitos žiniaraštyje.
3. Ištyrus „Økodrift Homlagarden AS“ įmonės veiklą, su darbo santykiais susiję įsipareigojimai registruojami 5-oje klasėje. Darbo užmokestis yra apskaičiuojamas taikant valandinę apmokėjimo formą.
4. Socialinio draudimo įmokas moka darbuotojas (PSD ir VSD) taip pat darbuotojas sumoka gyventojų pajamų mokestį.

### Literatūra

1. Abyu, G. Y. (2021) *About salary issues*. UK.
2. Danilevičienė, I. (2019). *Darbo apmokėjimo, užimtumo ir produktyvumo sąveika*. Vilnius.
3. Wright, R. E., Sylla, R. (2020). *Wages and Salaries*. US.
4. Petrauskaitė, B. (2020). *Su darbo santykiais susijusių pajamų apmokestinimo pokyčiai 2020 m.* Prieiga internete: <https://home.kpmg/lt/lt/home/insights/2020/01/mokesciu-pakitimai-2020.html>
5. Didimo, W., Grilli, L., Liotta, G., Menconi, L., Montecchiani, F., Pagliuca, D. (2020). *Combining network visualization and data mining for tax risk assessment*. IEEE Access, Vol. 8.
6. Firmansyah, A., Muliana, R. (2018). *Effect of tax avoidance and tax risk on corporate risk*. Journal Keuangan dan Perbankan. Vol. 22, No. 4.