



VILNIAUS | HIGHER EDUCATION
KOLEGIJA | INSTITUTION
FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT

**13-osios tarptautinės studentų mokslinės-praktinės
konferencijos straipsnių leidinys**

**Proceedings of the 13th International Scientific
and Practical Students' Conference**

*Jaunimas besikeičiančioje
visuomenėje
Youth in a Changing Society*



 El. leidinys
E-edition
2025

JAUNIMAS BESIKEIČIANČIOJE VISUOMENĖJE
13-OSIOS TARPTAUTINĖS MOKSLINĖS-PRAKTINĖS STUDENTŲ
KONFERENCIJOS STRAIPSNIŲ LEIDINYS

Konferencija vyko 2024 m. gruodžio 05 d.

YOUTH IN A CHANGING SOCIETY
PROCEEDINGS OF THE 13TH INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL STUDENTS' CONFERENCE

The conference took place on December 5, 2024

Vilnius, 2025

Konferencijos organizacinis komitetas / Organizational Committee of the Conference**Vadovė / Head**

Ramunė Rapkauskaitė, VVF Mokslo dirbtuvių vadovė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Nariai / Members

Laimutė Fedosejeva, Rinkodaros ir komunikacijos katedros lektorė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Danutė Belazarienė, VIKO Užsienio kalbų centro lektorė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Daiva Aktas, VVF Tarptautinio verslo katedros lektorė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Rasa Kazlauskienė, VVF Tarptautinio verslo katedros lektorė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Lauryna Diršliokaitė, VVF IB22 gr. Studentė, VVF Studentų mokslinės draugijos pirmininkė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Kamilė Kažytė, VVF IB22 gr. studentė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Laura Eringytė, VVF IB22 gr. studentė
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Borisenko Einaras, VVF PR24 gr. studentas
Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

Konferencijos mokslinis komitetas / Scientific Committee of the Conference**Pirmininkas / Chairman**

dr. Viktor Kozlovskij / *Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

Nariai / Members

dr. Margarita Išoraitė / *Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

dr. Kristina Samašonok / *Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

dr. Lina Bivainienė / *Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

dr. Ilona Bartuševičienė / *Mykolas Romeris University, Lithuania*

dr. Kristina Čižiūnienė / *Vilnius Gediminas Technical University, Lithuania*

dr. Ramutė Narkūnienė / *Utenos kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

dr. Laima Skauronė / *Vytautas Magnus University, Lithuania*

dr. Viktorija Skvarciany / *Vilnius Gediminas Technical University, Lithuania*

dr. Roman Śmietański / *Opole University of Technology, Poland*

*Leidiny s recenzuotas Mokslinio komiteto narių
The publication has been reviewed by the members of the Scientific Committee*

Leidinio lietuvių kalbos redaktorė / Lithuanian language editor of the publication

dr. Ona Petrėnienė / *Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

Leidinio anglų kalbos redaktorė / English language editor of the publication

Danutė Belazarienė / *Vilniaus kolegija/Higher Education Institution, Lithuania*

TURINYS / CONTENT

CONFRONTING AIR POLLUTION FOR A GREENER WORLD	8
Aurelija Bakšytė, Meda Armonaitė, Augustė Česionytė Consulted by Danutė Belazarienė	
TIME AND CONFLICT MANAGEMENT ISSUES IN STUDENT TEAMS	17
Agnė Smetonaitė Consulted by Aušra Turčinskaitė-Balčiūnienė	
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE FUTURE OF CREATIVITY: SYNERGY OR SUBSTITUTION?	29
Tymur Muzyka, Trystan Polina Consulted by Daiva Babilevičienė	
THE ROLE OF ENVIRONMENT IN SHAPING YOUTH CREATIVITY	35
Kobe Vanooteghem, Franziska Schwab Consulted by Daiva Babilevičienė	
SOCIAL MEDIA ADDICTION.....	41
Gabrielė Akstinaitė, Emilija Šarkauskaitė Consulted by Danutė Belazarienė	
PROMOTING BUSINESS DEVELOPMENT IN LITHUANIA AND UKRAINE: COMPARISON OF CONDITIONS, SUPPORT TOOLS AND PROSPECTS FOR IMPROVEMENT	47
Tymofii Kofanov, Ivan Maliuchenko, Mariia Siromakha, Yuliia Volohodska Consulted by dr. Viktor Kozlovkij	
STUDENT VOLUNTEERING: EXPERIENCE AND OPPORTUNITIES	53
Gabija Gritėnaitė, Rusnė Atkočiūnaitė Consulted by Vilma Kardauskė	
ISSUES OF WORK, STUDIES AND LEISURE AMONG THE YOUTH.....	60
Gabija Samukėnaitė, Brigita Kerulytė, Raminta Balčiūnaitė Consulted by Vilma Kardauskė	
MOTIVATION AND DEVELOPMENT OF PERSONAL AND PROFESSIONAL COMPETENCES	68
Smiltė Bundulaitė, Aleksija Borovikovaitė Consulted by Vilma Kardauskė	
FEATURES OF TEAMWORK IN A TRADING COMPANY	74
Brigita Juknelytė Consulted by dr. Rūta Petrauskienė	
PATRAUKLI DARBO VIETA KAIP ESMINIS MOTYVACIJOS VEIKSNYS VERSLO APLINKOJE.....	82
Matas Misevičius Konsultavo dr. Nikolaj Ambrusevič	
ESTIJOS ELEKTRONIKOS KOMPONENTŲ RINKOS PLĖTROS TENDENCIJOS	89
Tomas Jarušaitis Konsultavo dr. Viktor Kozlovskij	
KARINĖS TARNYBOS POVEIKIS JAUNAJAI KARTAI	97
Ieva Andruškevičiūtė Konsultavo Valdas Dambrava	

JAUNIMO PSICHOLOGINIS ATSPARUMAS INFORMACINIO KARO AKIVAIZDOJE: KAIP IŠLIKTI EMOCIŠKAI STIPRIEMS, SUSIDŪRUS SU PROPAGANDA?	103
Jolita Beniušytė Konsultavo Valdas Dambrava	
DIETETIKOS STUDIJŲ PROGRAMOS STUDENTŲ KOMPETENCIJŲ PRITAIKYMO PROFESINĖJE VEIKLOJE IŽVALGOS: ABSOLVENTŲ POŽIŪRIS	110
Gintarė Užkurienė Konsultavo dr. Irma Spiriajevienė	
KLIENTŲ APTARNAVIMO KOKYBĖS TOBULINIMAS	118
Deividas Makuška Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ BIUDŽETINĖSE ĮSTAIGOSE	126
Orinta Diatlovienė Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
GENERATYVINIS DIRBTINIS INTELEKTAS KURIANT RINKODAROS KAMPANIJAS: KŪRYBINIAI SPRENDIMAI IR TURINYS	132
Jogilė Kvedaravičienė, Dainora Astrauskaitė Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
INFORMACINIŲ TECHNOLOGIJŲ ĮTAKA DARBO REZULTATAMS LOGISTIKOS ĮMONĖJE	138
Lina Kuliešienė Konsultavo dr. Viktor Kozlovskij	
NEKILNOJAMOJO TURTO RINKOS POKYČIAI EKONOMINIŲ ŠOKŲ KONTEKSTE: LIETUVOS ATVEJIS.....	145
Akvilė Sipavičiūtė Konsultavo dr. Vaida Pilinkienė	
LIETUVOS JAUNIMO POLITINIO ABEJINGUMO FENOMENAS: STRUKTŪRINIAI IR KULTŪRINIAI VEIKSNIAI	152
Gerda Juzvaitė, Viktorija Žuravlioiva, Indrė Nugarytė Konsultavo Valdas Dambrava	
DARBO UŽMOKESČIO IR DARBO NAŠUMO TENDENCIJOS LIETUVOJE	162
Toma Butėnaitė Konsultavo dr. Irena Pekarskienė	
PARDAVIMO SKATINIMO BŪDAI VARTOTOJŲ ATŽVILGIU	171
Dominykas Vilkelis Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
ASMENINIAI FINANSAI IR EMOCINĖ GEROVĖ: ATSPARUMO KŪRIMAS PER FINANSINĮ STABILUMĄ	179
Viktorija Vaitkutė, Akvilė Volbergaitė Konsultavo dr. Aušrinė Lakštutienė	
SKAITMENINIO EURO NAUDOS IR RIZIKŲ ANALIZĖ.....	186
Domas Matuiza Konsultavo dr. Alfreda Šapkauskienė	
HIBRIDINIO DARBO MODELIO ATSIŠAKYMO PASEKMĖS ORGANIZACIJOSE.....	194
Saulė Katinaitytė, Marija Sekunda Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	

PASLAUGOS TEIKIMO PROCESŲ KOKYBĖS TOBULINIMAS.....	201
Ieva Andrejeva, Barbora Krikščiūnaitė Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
KURAS VISAM GYVENIMUI: SVEIKOS MITYBOS NAUDA IR NETINKAMOS (ŠIUOLAIKINĖS) MITYBOS PASEKMĖS	208
Lauksmė Gintalaitė Konsultavo Alma Kniežienė	
JAUNŲ VYRŲ EMOCINĖ BŪKLĖ LIETUVOJE.....	217
Evelina Jašmontaitė, Emilija Gusakovaitė, Ingrida Drevalytė, Rugilė Zdanavičiūtė Konsultavo Gintarė Kriaučiūnaitė-Lazauskienė	
TVARUMAS: PREKIŲ ŽENKLŲ AUKSO AMŽIUS?	230
Jūris Dumčius Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
EDUKACINIO TURINIO REKLAMOS KAMPANIJOS ĮGYVENDINIMO GALIMYBĖS	238
Gediminas Vilius Konsultavo Laimutė Fedosejeva	
VAIKŲ FUNKCINIŲ JUDESIŲ KOKYBĖS VERTINIMAS	248
Domas Krivelis, Aurimas Maščinskas, Severin Matulevič Konsultavo Kristina Žukienė	
MOKSLO, VERSLO IR INOVACIJŲ SAŲEIKA: „ART COMPENSA GALLERY“ ŽINOMUMO DIDINIMAS, TAIKANT DIRBTINIO INTELEKTO PRIEMONES, JUNGTINĖJE KARALYSTĖJE	261
Oksana Laskova Konsultavo Laima Paraukienė	
STUDENTŲ FINANSINIS RAŠTINGUMAS: VILNIAUS KOLEGIJOS ELEKTRONIKOS IR INFORMATIKOS FAKULTETO ATVEJIS	272
Devidas Anilionis, Artūras Giraitis Konsultavo: dr. Natalija Pozniak, Anželika Slimanavičienė	
MOTYVACINĖS ŽINUTĖS SAU, KAIP JAUNIMO STIPRYBĖS IR TIKSLO SIEKIMO PRIEMONĖ, BESIKEIČIANČIOJE VISUOMENĖJE	281
Viltė Pilibaitytė Konsultavo dr. Renata Kondratavičienė	
SUNKUMAI DERINANT STUDIJAS IR DARBĄ: PASEKMĖS IR SPRENDIMO BŪDAI.....	291
Augustė Zakšauskaitė, Augustė Miliauskaitė Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė	
JAUNIMO UŽIMTUMO IR NEDARBO TENDENCIJOS LIETUVOJE EUROPOS SĄJUNGOS KONTEKSTE	299
Deimantė Rauckytė, Greta Miliūtė Konsultavo dr. Irena Pekarskienė	
TVARUMO IDĖJŲ SKLAIDA BANKŲ SEKTORIUJE.....	307
Inga Minikauskienė Konsultavo dr. Rasa Glinskienė	
TIESIOGINIŲ UŽSIENIO INVESTICIJŲ PRITRAUKIMO VEIKSNIAI BALTIJOS ŠALYSE ŽALIOSIOS TRANSFORMACIJOS KONTEKSTE.....	315
Rugilė Juškytė, Karolina Zeiderytė Konsultavo dr. Jurgita Bruneckienė	

LIETUVOS APDIRBAMOSIOS PRAMONĖS POTENCIALO POKYČIŲ VERTINIMAS.....	324
Goda Zdanavičiūtė Konsultavo dr. Asta Baliutė	
DIRBANČIŲ ASMENŲ SKURDO ANALIZĖ BALTIJOS ŠALYSE	332
Austėja Laukytė Konsultavo dr. Daiva Laskienė	
MINIMALIOJO DARBO UŽMOKESČIO POVEIKIS DIRBANČIŲ ASMENŲ SKURDUI LIETUVOJE.....	341
Iveta Sakalavičiūtė Konsultavo dr. Daiva Laskienė	
EKONOMINIŲ RODIKLIŲ ĮTAKA TIESIOGINĖMS UŽSIENIO INVESTICIJOMS LIETUVOJE	349
Daniel Doveiko Konsultavo dr. Laimutė Urbšienė	
TREČIOS KLASĖS MOKINIŲ KRITINIO MĄSTYMO GEBĖJIMŲ ANALIZĖ MATEMATIKOS PAMOKOSE.....	359
Laura Staponaitė Konsultavo dr. Renata Kondratavičienė	
KARO UKRAINOJE SUKELTO IMIGRANTŲ SRAUTO POVEIKIS LIETUVOS DARBO RINKAI	371
Milda Laskauskaitė, Miglė Rapkevičiūtė, Ema Žliobaitė Konsultavo dr. Rozita Susnienė	

CONFRONTING AIR POLLUTION FOR A GREENER WORLD

Aurelija Bakšytė, Meda Armonaitė, Augustė Česionytė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

aurelija.baksyte@stud.viko.lt¹; meda.armonaite@stud.viko.lt²; auguste.cesionyte@stud.viko.lt³

Consulted by Danutė Belazarienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

d.belazariene@vvf.viko.lt

INTRODUCTION

Relevance of the topic – nowadays air pollution is one of the main topics in the news. Firstly, this research will help spread awareness about the fashion industry and its carbon footprint on the Earth's environment. Furthermore, a lot of people do not know about pollution that fashion companies produce, so the research might serve as an eye-opener and will help the consumer to go for more environmentally friendly attire choices.

Problem – how knowledgeable are people about fashion industry and its carbon footprint on the environment?

Object – pollution of air by the fashion industry companies.

Aim – to inform people about fashion industry's carbon footprint and pollution on the environment.

Objectives:

- to analyse how the fashion industry pollutes the Earth's environment;
- to provide solutions how people can decrease air pollution in their country;
- to evaluate what kind of brands people go for and how eco-friendly they are for our environment through questionnaire;
- to analyse which brands in Lithuania are friendly for the environment and which are not.

Methods: survey of Lithuanian consumers and review of the literature on the topic.

To complete our research, we used various scientific articles on the fashion industry climate footprint. The articles have been properly analysed, and most important and relevant information has been presented in this article.

The survey consists of questions about pollution of the environment. Several questions related to the fashion industry are presented in the questionnaire. The survey is relevant to assess how knowledgeable Lithuanian people are about environment pollution that the fashion industry creates.

What pollutes our air in general?

There is lots of factors which influence the quality of our air. Some of them are very dangerous and some of them are not that harmful. Nevertheless, dangerous or not they are caused by people. It is an extremely big problem these days and it is getting worse not by years but by months. There is a massive amount of features that cause pollution in our society. Here are a few of them:

- Vehicle emissions. Vehicle pollutants contain greenhouse gases that cause climate change. Burning gasoline and diesel fuel produce harmful byproducts, which could harm our health.
- Industrial emissions. Industrial emissions are one of the primary air pollutants in our world. These pollutants release harmful substances into the air, which could cause health problems such as cancer, asthma, decreased lung function and other respiratory illnesses. As well it could cause environmental degradation like acid rain and climate change.
- Fuel oils and natural gas. It contains organic chemicals that when leaked are known to be toxic, could lead to cancer or make other health-damaging consequences.

Solutions:

- The good news is that you can reduce pollution from motor vehicles. The best way is to reduce the amount of driving. People could change driving to walking, biking or scooting to reach a destination. Another way is electric, hybrid and compact fuel-efficient gas vehicles. People could drive cleaner vehicles to reduce air pollution. Furthermore, people could drive smarter by observing posted speed limits. Driving faster burns more fuel and emits more air pollutants, therefore by driving according to speed limits people could reduce air pollution.
- The development and implementation of new ambient air pollution control technologies could drastically reduce air pollution and protect people from various health illnesses. Rebuilding habitats and afforestation could help people to reduce the danger of industrial emissions.
- The easiest way to begin reducing fuel oils and natural gas is to electrify home appliances. More people could upgrade to heat pumps or electric floor heating. That way people could minimize air pollution caused by fuel oils and natural gas.

What impact have companies on air pollution?

It is clear that industrial activity has a huge impact on air pollution. Innumerable companies pollute air in various ways and it leads to some serious consequences. There are a few pollutants that companies produce:

Greenhouse gas emissions. According to King (2021), this is the most polluting type of energy which occurs during the production, manufacturing and transportation stages of the fashion supply chain.

Soil ploughing. This factor is relevant for industrial agriculture. Soil ploughing releases carbon into the atmosphere, as does burning fossil fuels to power farm machinery.

Transportation. Distribution and delivery vehicles release dangerous gasses which cause air pollution.

Fossil fuels. According to Cleanairfund.org website, 85% of all global air pollution comes from burning fossil fuels and biomass. Companies which burn fossil fuels very strongly contribute to global warming.

To sum up, our world nowadays is strongly polluted. There are a few types of air pollution but the most dangerous one is caused by people. Air pollution is drastically increasing but there is always a solution to diminish that problem and try to save our home. People cannot change naturally caused air pollutions, but as a matter of fact they could change their actions which harm the Earth.

Analysis of the environmental impacts of fashion companies

Fashion companies have a massive impact on the environment. The majority of fashion brands might seem innocent and clean; however, it is not true. Smith (2023) notes that it is calculated that in 2021 the fashion industry has emitted 897 million metric tons of greenhouse gas emission. Looking at those numbers it is crucial to be mindful of one's everyday attire.

Nowadays people buy massive amounts of clothes, disregarding the facts of how wearable it is or how long they will wear it before it is discarded. However, all the clothes and shoes that people wear should be used cautiously. According to some researchers 95% of textile waste (Mungiu-Pupazan Mariana-Claudia, 2022) that end up in the landfill could be recovered, however only 15% gets reused. That shows that people are not yet aware of our planet pollution of this type. These massive amounts of clothes are equivalent to about 5% of all global waste. When you think about it, it might not seem that much, but with the growing popularity of fast fashion, the numbers might not seem so innocent. The main cause of this waste, however, is not consumers that buy clothes, but fast fashion brands. Companies like Shein produce more clothes than is needed for consumption. Therefore, millions of clothes are discarded every year. Not to mention the working conditions of people who produce these

clothes. As explained by Peters et al. (2021), the unused clothes might not be as noticeable in Europe or America because these brands produce their clothes in the third world countries. The article also states that fiber production doubled from 2000 to 2018. Also keeping in mind that the world population is growing, the amount of waste is increasing. This shows that being mindful of what clothing people wear is a key component for a greener world.

Another important aspect of attire production is materials that are used for garment creation. Synthetic garments are extremely wasteful. Although it is becoming more popular because of veganism and cheaper production cost, everyone should still consider more eco-friendly materials like cotton or leather. The majority of population does not know how much resources it takes to make a synthetic garment or a single piece of clothing. The process of washing synthetic fabrics is the main reason of microplastics in the ocean (De Falco et al., 2019). This is a shocking discovery, considering how all the World is trying to save the oceans from plastic waste. So not only fast fashion companies are wasteful by disposing clothing but, also, a lot of pollution is created by washing it. Clothes that are made from elastane, polyester and lycra require a lot of energy and water consumption (Mungiu-Pupazan Mariana-Claudia, 2022). Producing fabric that is made from nylon is also toxic to the environment because it releases nitrous oxide, that is more toxic than carbon dioxide. Furthermore, synthetic materials such as polyester require materials like crude oil that is non-renewable and is also used for production of petroleum (Palacios-Mateo et al., 2021). This substance is found under ground and require a great deal of energy to extract it. All things considered, the production of certain fabrics is very harmful for the environment. The energy and materials used to create fashionable items pollutes the world by emitting carbon dioxide to the atmosphere and polluting Earth with micro plastics.

Fashion companies pollute our planet not by just disposing massive amounts of clothing, but also by using hard to get materials like water and oil. The energy that is used to produce synthetic fabrics releases carbon dioxide to the atmosphere. On the bright side there are companies that try to change the fashion industry. People who try to reuse old clothing, turn it into something new.

How sustainable are the fashion companies we buy from?

We frequently ignore the serious environmental cost that our clothing choices impose in the name of style. Think about this: making a single pair of jeans requires the use of almost 2,400 gallons of water. The harsh truth is that we are extremely increasing the planet's problems with our fashion consumption patterns. Approximately 10% of greenhouse gas emissions worldwide are linked to the fashion industry, making it one of the most responsible industries to the growing danger of climate change.

The industry has a lot of fast fashion brands including H&M, Zara, Bershka and many more we frequently buy from. Fast fashion is widely known for its environmental pollution, but even with bad reputation, the industry is still expanding. This industry wins for its low prices and frequent new clothing collections.

But in the middle of this awful scenario, there is a ray of hope: a possible way to decrease the negative environmental effects of fashion. There are possibilities of revolutionary change in addition to the environmental harm the industry causes by examining this complex landscape.

In this part, we will examine H&M to provide a clear picture of how sustainably fashion companies operate. First of all, H&M minimizes its contribution to landfills in order to achieve its zero-waste goal. They prioritize recycled materials, add recycled wool, plastic, polyester, cotton, and polyamide to their products. It lowers greenhouse gas emissions in addition to saving energy and water. H&M has got independent certifications such as the Global Recycling Standard (GRS) for recycled materials and the Global Organic Textile Standard (GOTS) for using organic fabrics. Moreover, according to H&M's sustainability reports, transportation from the factory to the store results in more than half of the company's carbon emissions. Over 80% of their shipping volume now comes from

cleaner ways of transportation like trains and ferries, which they have switched to in response to this issue. H&M has reduced its yearly CO2 emissions by more than 700 tons by giving priority to rail and sea travel. Last but not least, in 2013, H&M introduced its Clothing Conscious Collection, a global initiative promoting sustainability. This move allowed consumers in 54 countries to return old clothing of any brand and condition to H&M stores. In exchange, customers received a 15% discount coupon for their next purchase, inviting even the less eco-conscious consumers to participate. The Green Retailing initiative saw impressive results, with customers contributing up to 3047 tons of used clothing. Notably, H&M transformed these materials into new products, like jeans made from recycled fibres, showing the brands commitment to ethical and environmentally friendly practices.

To sum up, the fashion industry's impact on the environment, particularly through fast fashion, is significant. On the other hand, businesses like H&M are laying the path for sustainability. With zero waste as its goal, H&M has given recycled materials priority. By switching to greener shipping methods, they have decreased carbon emissions and received certifications for quality and environmental friendliness. By encouraging customers all over the world to return used clothing, their Clothing Conscious Collection helps keep tons of materials out of landfills. These materials are imaginatively repurposed to create brand-new items that highlight H&M's dedication to sustainability.

Consumer survey of the environmental impacts of fashion companies

A survey about fashion companies and its consumer choices was conducted. Its main aim is to make people take thought about fashion industry's carbon footprint and pollution of the environment. 31 respondents were quizzed. There were 22 female respondents and 9 male respondents. Most of the respondents are between 19 – 22 years of age and 11 respondents are older than 26 years old. The majority of people, 19, are from cities, the other 12 are from smaller towns. So that means that we will find out what opinion young adults have about environmental impact of fashion companies.

Responses to the questions

From figure 1 we can clearly see that the majority, 21 respondents to be exact, believe that organizations that promote sustainability have an advantage over other companies. Only a small portion of people, 4, disagreed, stating that they don't believe sustainable companies have an advantage. 6 interviewees said that they don't have a clear opinion on this topic.

There is a slight chance that some respondents who agreed with this question may have some products from the company called Apple.

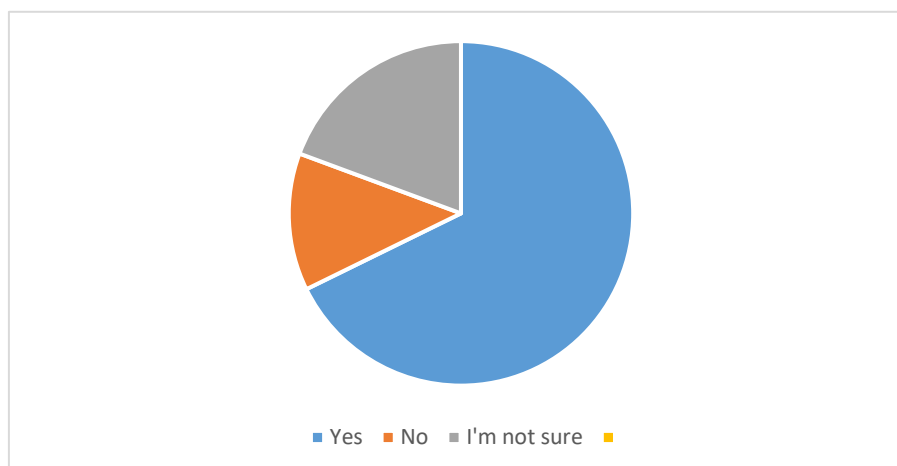


Figure 1. Do you think that organizations that promote sustainability have an advantage over other companies?

In their environmental progress report Apple claims that they have cut the majority of emissions through innovations in materials, clean electricity and low carbon shipping. Recycled materials are also a key focus of their innovations and it is another way that they are driving down emissions. To continue their environmental progress Apple committed an additional 200 million dollars to nature focused projects. So, knowing how this company is cherishing our planet might make people to buy their products more.

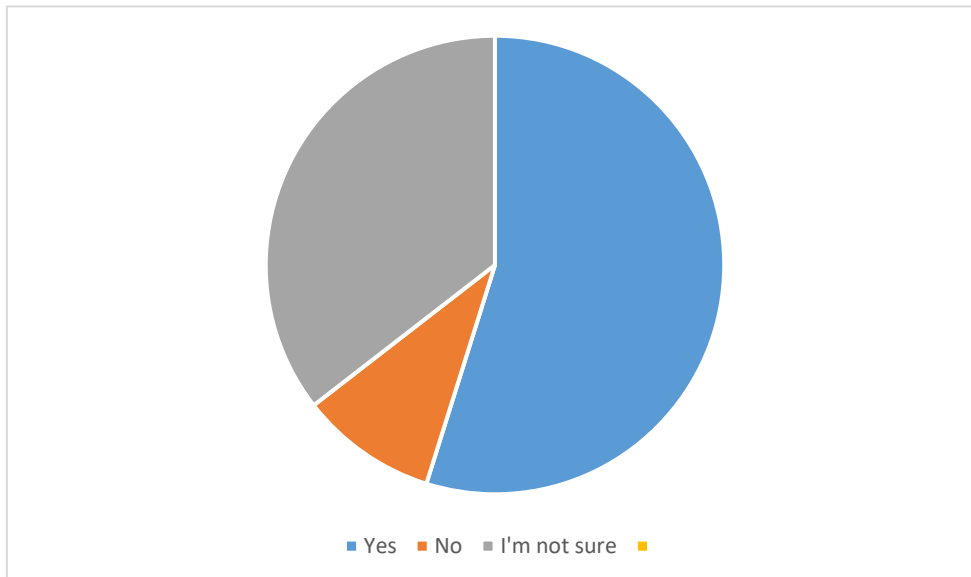


Figure 2. Do you think that the activities of clothing manufacturers should be more strictly regulated in terms of nature pollution?

Considering figure 2 it is clear that the biggest part of interviewees, 17 to be more exact, support the fact that activities of clothing manufacturers should be more strictly regulated in terms of nature pollution. Respondents that think the opposite are in the minority, that is only 3, and 11 people are uncertain about the need of stricter regulations.

By regulating manufacturers more strictly our environment may benefit. For example, it should help reduce emissions, waste and safeguard the health of ours. Regulations will encourage companies to become eco-friendly.



Figure 3. How do you intend to contribute to environmental protection when choosing clothes?

In this pie chart it is shown that the majority of respondents, that is 16 in total, said that they would wear their own clothing for a longer time. If the peace of clothing was bought from a higher quality brand, then maybe it would be possible to wear it for a longer time, but usually the majority of our clothing is from fast fashion brands that don't usually create high quality clothes. They wear out quickly and a person is in need to buy new ones.

13 respondents answered that they would buy from second hand shops. Buying from second hand shops is great as it extends the lifespan of clothing and other items, reducing the need to buy new clothes. This reduces consumption of energy, water, and other resources that are used in manufacturing.

1 person said that they don't care about the environment and they only want to buy good-looking clothing and also 1 interviewee said that they would buy from environment polluting companies.

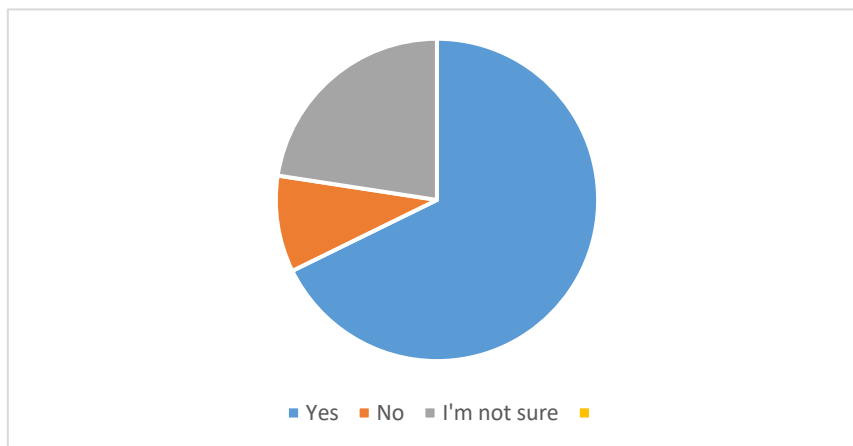


Figure 4. Should luxury brands become neutral in their environmental impact?

We can clearly see that most interviewees, who are 21, agree that luxury brands should become neutral in their environmental impact, 3 said that they shouldn't and 7 have no opinion. Luxury brands should become sustainable and there are a few reasons why. First of all, luxury brands tend to influence trends and by embracing sustainability other companies would inspire and follow this trend. Secondly, luxury brands are very big and usually they send products globally, if they were environmentally friendly, they would reduce their carbon footprint, minimize waste, and promote ethical sourcing, setting a positive example for the entire fashion sector. Moreover, a lot more people would like luxury brands because of their good reputation.

The largest amount of people answered that they are mostly buying clothes from H&M, Zara, Pull&Bear, Humana and other second-hand shops. These brands are eco-friendly. For example, Zara uses 100% renewable energy and by 2025 they are planning to use more sustainable 100% linen and sustainable or recycled polyester. According to the H&M company, products are made from at least 50% sustainably sourced materials, such as organic cotton and recycled polyester. Besides, they are aiming for 100% of their materials to be either recycled or sourced in a more sustainable way by 2030. Humana and other second-hand shops are self-explanatory. They are selling mostly worn or vintage clothes. That way they give them second chance and save them from burning in landfills. Second-hand shops encourage people to go for a more ecological choice. However, Pull&Bear uses eco-friendly materials but there is no evidence that this brand minimizes textile waste when manufacturing its products, so this brand is not positive in its environmental impact. All in all, it is good to hear that companies are more or less sustainable and likely will be more eco-friendly in the future.

People have different opinions about the importance of companies' caring for environmental protection. There are many different opinions but the most dominant answer was "Important to a certain extent" and that was the largest piece of chart. It means, that most people do not have strong opinions whether they care about brands' sustainability or not. Furthermore, 10 respondents chose the answer "Very important". According to the answer, people care about brands' sustainability and take account of this when buying clothes. It is great to see that only 3 people chose a "Not important" answer. It is great to know, that most people care about their favourite brands' environmental impact.

The following question studies respondents' knowledge about natural resources usage in clothes production. The largest piece of chart answer is “Yes”. 15 respondents chose this answer and it is great to see, that people have knowledge of natural resources usage while producing clothes. Another piece of chart is smaller and responds to given question by answer “I do not know much”. 11 respondents chose this answer, so it means that they heard about natural resources usage in fashion industry, but do not know much about it. The last and tiniest piece of chart is for the answer “No”. 5 people have chosen this answer, so they need to supplement their knowledge about natural resources usage in clothes production.

Our respondents felt strong about the sustainability of clothes' making companies. 17 respondents indicated that clothing stores should collect their sold clothes and sustainably recycle them. As we can see, people care about environmental pollution and think that some action should be taken. The smallest amount of people, which is 6, answered that clothing stores should pay taxes for uncollected clothes. It is clear that people would rather choose clothes' recycling than polluting the environment and paying taxes. However, 8 respondents answered that clothing stores should not be worried about the further fate of their products. Unfortunately, some people do not care for products' further life and think that clothing stores also should not be responsible for it.

CONCLUSIONS

To conclude, a lot of different things pollute our world from everyday items we use to big fashion industries.

The survey shows that the majority of young people are concerned about environmental crisis and how it affects the world. The respondents' opinion is critically important, they understand that companies should minimise their carbon footprint. Moreover, people try to contribute by shopping in second hand stores and buying clothes that they will wear for a longer time. The respondents purchase their clothes from brands such as Zara, H&M and Pull&Bear. These brands are trying to be more eco-friendly towards the environment, so it shows that the fashion industry is not completely irresponsible. Finally, the survey shows that the younger generation might change the fashion industry and make them do more for the environment we live in.

Air pollution is a big factor in wanting to live in a greener and better world. Sadly, nowadays air pollution is at its peak. From vehicle emission to industrial emissions and fuel oils, it is not the best times for the environment. These components are not just bad for the environment but directly for human health. However, there are solutions. Electrical cars, more active lifestyle can reduce carbon emissions and help people live in a cleaner environment. New ambient air pollution control technologies can help big corporations to minimise their carbon footprint. And electric heating in everyone's houses can replace oil fuels and natural gasses that are harmful for humans and environment. It is everyone's job to contribute to reducing air pollution for a greener world.

On the other hand, fashion companies are still big air and environment polluters. From discarding completely good clothes to releasing microplastics to the ocean, fashion companies should think about tomorrow. The usage of water and oil that are required to make a synthetic material is unsustainable and polluting. The energy that is used to get crude oil from underground is, also, a major polluting factor. People might not think that oil industry is connected to fashion, but it is and its pollution to the environment is increasing. Moreover, millions of clothing pieces are discarded by fast fashion brands, so it creates landfill. Garments that could be used for creation of new clothes become environment pollutants. It is important to know how companies that you buy clothes from operate, because if we still support brand that are polluting the world, we might walk on garments in the streets and swim with them in the oceans.

Big fast fashion companies are usually not environmentally friendly. However, H&M is changing the industry by reducing its CO2 emission and increasing the use of recycled materials. By changing the transportation in which clothes come, they managed to reduce emission by 700 tons. Offering

discounts in exchange for old and no longer used clothes is a great marketing move for the company. All things considered we can see that becoming more eco-friendly is paying off and its positive outcomes are felt in improved company image.

To sum up, it is important to take care of our environment. People can contribute by saving fuel, driving less and not buying clothes from not eco-friendly brands. The Earth is everyone's home and it should be kept green and healthy.

References

Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., Frey, M. (2014). Corporate social responsibility and competitiveness within SMEs of the fashion industry: Evidence from Italy and France. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/6/2/872>

Cerullo, M. (2022). *How we make and buy clothes is hurting the planet. Here's a solution*. CBS NEWS. <https://www.cbsnews.com/news/earth-day-2022-why-fashion-is-bad-for-environment-clothing-resale/>

Climate and Air Pollution (2021). https://www.cleanairfund.org/theme/climate/?gclid=CjwKCAiAgeeqBhBAEiwAoDDhn_IUM4OqKm5yvjjr8VQ4xarHlzXMDWE9afSBTTXgJEZvOjCvbaPYiBoCw_MQAvD_BwE

Daily mail (2014). *Nothing Shameless about her! Emmy Rossum oozes old Hollywood glamour at H&M Conscious Collection dinner*. <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2584990/Emmy-Rossum-oozes-old-Hollywood-glamour-H-M-Conscious-Collection-dinner.html>

De Falco, F., Di Pace, E., Cocca, M. (2019). The contribution of washing processes of synthetic clothes to microplastic pollution. *Scientific Reports* <https://www.nature.com/articles/s41598-019-43023-x>

Environmental Defence Fund. *Tackling air pollution: the private sector role*. <https://business.edf.org/insights/tackling-air-pollution-the-private-sector-role/>

Food Print (2023). *How Industrial Agriculture Affects Our Air*. <https://foodprint.org/issues/how-industrial-agriculture-affects-our-air/>

Forster, M. *Reducing air pollution from cars*. Department of Ecology State of Washington. <https://ecology.wa.gov/issues-and-local-projects/education-training/what-you-can-do/reducing-car-pollution>

H&M (2012). *Conscious Action Sustainability Report*. <https://hmgroupp.com/wp-content/uploads/2020/11/Conscious-Actions-Sustainability-Report-2012.pdf>

H&M (2013). *Conscious Action Sustainability Report*. https://hmgroupp.com/wp-content/uploads/2020/11/Conscious-Actions-Sustainability-Report-2013_en.pdf

How to Get Your House Off Natural Gas & Oil (2023) <https://learn.eartheasy.com/guides/how-to-get-your-house-off-natural-gas-oil/>

Humana. *Nuspalvintos upės išduoda madingiausias sezono spalvas*. <https://www.humana.lt/nuspalvintos-upes-iskuoda-madingiausias-sezono-spalvas/>

Jacometti, V. (2019). Circular Economy and Waste in the Fashion Industry. *The New Frontiers of Fashion Law*. <https://www.mdpi.com/2075-471X/8/4/27>

King, S. (2021) *How The Fashion Industry Contributes To Pollution*. *SustainablyChic*. <https://www.sustainably-chic.com/blog/fashion-industry-pollution>

Live frankly (2023). *How sustainable is Zara and can I shop there with a clean conscience?* <https://livefrankly.co.uk/sustainable-fashion/how-sustainable-is-zara-and-can-i-shop-there-with-a-clean-conscience/>

Mariana – Claudia, M. P. (2022). The Fashion Industry and its Impact on the Environment. *Annals of the „Constantin Brâncuși“ University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 1/2022*. https://www.utgiu.ro/revista/ec/pdf/2022-01/23_Mungiu.pdf

Mungiu-Pupazan Mariana-Claudia (2022). The Fashion Industry and its Impact on the Environment. *Annals - Economy series, Constantin Brancusi University Faculty of Economics*, p.192

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*. <https://www.nature.com/articles/s43017-020-0039-9>

Palacios-Mateo, C., Van der Meer, Y., Seide, G. (2021). Analysis of the polyester clothing value chain to identify key intervention points for sustainability. *Environmental Science Europe* <https://link.springer.com/article/10.1186/s12302-020-00447-x>

Peters, G., Li, M., Lenzen, M. (2021). The need to decelerate fast fashion in a hot climate – A global sustainability perspective on the garment industry. *Journal of Cleaner Production*. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621006107?ref=cra_js_challenge&fr=RR-1

Oliva, R., Watson, N. (2011). Cross-functional alignment in supply chain planning: A case study of sales and operations planning. *Journal of Operational Management*, p.434-448. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272696310000975>

Raturier, S. (2021) *How Ethical Is Pull&Bear?* Good on you. <https://goodonyou.eco/how-ethical-is-pull-and-bear/>

Singh, P. (2023) *What is Industrial Air Pollution? How does it Affect the township residents?* Devic Earth. <https://www.devic-earth.com/blog/what-is-industrial-air-pollution-how-does-it-affect-the-township-residents>

Smith, P. (2023). *Estimated emission of greenhouse gases by the apparel industry 2019-2030*. <https://www.statista.com/statistics/1305696/apparel-industry-co2e-emissions/>

Bakšytė, A., Armonaitė, M., Česionytė, A., Belazarienė, D. (2025). Confronting Air Pollution for a Greener World. <i>Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding</i> , p. 8-16, ISSN 2669-221X

TIME AND CONFLICT MANAGEMENT ISSUES IN STUDENT TEAMS

Agnė Smetonaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
agne.smetonaite@stud.viko.lt

Consulted by Aušra Turčinskaitė-Balčiūnienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
a.turcinskaite-balciuniene@vvf.viko.lt

INTRODUCTION

Nowadays, teamwork has become a significant part of students' lives. Students of the Business Management Faculty of Vilniaus Kolegija/ Higher Education Institution are often required to engage in team projects, therefore, the ability to function in a team as a valuable team member is a significant skill. However, many students are faced with multiple challenges. Firstly, the pace of living is becoming more and more intensive, thus it is becoming more difficult for students to manage their time. Furthermore, due to different student opinions, work ethics and abilities, conflict is a regular occurrence in teamwork. However, not all students are familiar with conflict management strategies, therefore, this becomes an obstacle in their work. Conclusions were based on literature analysis, interview data, and survey data conducted among the target group – Vilniaus Kolegija/ Higher Education Institution Business Management Faculty students.

Problem: how can student time and conflict management skills be improved when working in a team?

Aim: to analyze student conflict and time management patterns and provide methods on how to manage these aspects while working on team projects.

Objectives:

- to produce scientific literature analysis on managing conflict and time in student teams;
- to design and conduct quantitative and qualitative research methods on the best methods how students can manage conflict and time when working in teams;
- to produce research data analysis;
- to provide students of the Business Management Faculty of Vilniaus Kolegija/ Higher Education Institution with conclusions and recommendations for conflict handling and time management when working in groups;

Theoretical justification

The problem of proper time management often arises in both general and higher education (Dmytryshyn & Goran, 2022). In an ever-changing society with a fast pace of life, time management has become a highly valuable skill. One, which students should start to implement early on in schools as they begin to learn how to work together in a team. Furthermore, the ability to manage time in a teamwork setting is attractive to modern employers and helps to practice a good work-life balance. Dmytryshyn & Goran (2022) argue that time management is not a rigid daily routine or a narrow framework into which a person fits but rather a set of practical techniques that can optimize time and reach significant results in their activities. Individual students' poor time management practices impair their teammates' time management (Auvinen et al., 2020). This underlines the importance of encouraging good time management practices. Implementing an effective time management system can be beneficial for students to distribute their time more efficiently while working in a team and meeting deadlines. Firstly, students should distinguish between priority and non-priority tasks, by using planning methods such as to-do lists. This helps students learn to set priorities. Furthermore, based on the proposal of an effective time management technique by Dmytryshyn & Goran (2022), evaluating the time and effort to complete a task, and making a plan accordingly, strongly benefits one's time management. In a team setting, it is suggested that students make a plan to distribute tasks

equally among themselves. A discussion between team members to determine the time and effort it takes for each student to complete their part could be highly beneficial for teamwork modifications and clear communication. Moreover, Dmytryshyn & Goran (2022) stress that it is crucial to identify "time eaters". These could include personal life, work, social media, and others. In a team setting, this could help each team member identify the factors that consume most of their time and adjust their agenda to make enough time for team project tasks, thus contributing to collectively meeting the agreed-upon deadlines.

When working together on a project, student teams are not only responsible for managing their time but, furthermore, managing conflict that might arise due to different opinions and conflict-handling habits of team members. Shariq et al. (2022) argue that all conflict management practices: competing, collaborating, avoiding, compromising, and accommodating have a significant positive relationship with employee performance in the Banking Sector of Pakistan. This can also be applied to students working in teams. Teamwork requires interpersonal connections and an environment that encourages cooperation. It is crucial to the success of the team, moreover, ignoring or concealing conflict might lead to distrust among team members, damaging group productivity. According to the research by Shariq et al. (2022) competing helps an individual to become more self-reliant while collaborating results in high-quality solutions to problems and boosts team member confidence in successful collaboration. Furthermore, compromising positively benefits innovation, but is negatively connected with conflict's damaging parts while avoiding method seeks to quickly smooth over differences by restricting discussion on the problems. In addition, when close cooperation is necessary, an accommodating approach may be critical for the success of the team when coping with dissimilarities (Shariq et al., 2022). Training disputants in conflict management skills can influence the ability to manage conflicts and come up with appropriate resolutions (Ramarajan, Bezrukova, Jehn, Euwema, & Kop, 2004). The study suggests, that students should be able to recognize their conflict-handling approach and be encouraged to use the cooperative strategy. This would help students stay motivated, and accountable for their part in group projects and support one another throughout the process.

A further solution to help students manage conflict in their teams is to implement a mediator to help navigate disagreements. Shariq et al. (2022) back this argument by analyzing research which is referred to Min et. Al (2022) that looked at the link between supervisory conduct and long-term employee performance. The study's findings indicated an excellent and robust link between supervisory conduct and long-term employee behavior. Additionally, Shariq et al. (2022) argued that implementing a training program for bank workers on conflict resolution strategies could help them understand what each one infers and in what situation it should be used. A similar training opportunity could prove to be effective for students who are working in teams.

Methodology

Participants

The participants of this research included 33 first-, second, and third-year students of the Business Management Faculty of Vilnius Kolegija/ Higher Education Institution. Participants included 15 male and 18 female students of different academic courses including Creativity and Business Innovation, Organizations'

Management, Advertising Management, Public Relations, International Business, Tourism Management, and Hotel and Restaurant Business. All participants voluntarily participated in an online survey to gather data for the research. Furthermore, two interviews were conducted with two experts on the topics of conflict and time management in a team setting. The interviewees consisted of one lecturer from the Business Management Faculty of Vilnius Kolegija/ Higher Education Institution and a student from the faculty-student committee.

Procedure

The questionnaire can gather a large sample size and is highly useful in quantitative research (Baker, 2003). Thus, the quantitative approach included a questionnaire (Annex) consisting of 5-point Likert scale questions and dichotomous questions. The questionnaire was created using the Google Forms platform, and an email with an online link to the 14-question survey was sent to students from different courses informing them about the purpose of the research. It took approximately three weeks to gather responses of 33 participants. Graphical and tabular methods were used to create figures and tables to illustrate the results.

For the qualitative research, an interview of four open-ended questions was conducted with two experts on the topics of managing conflict and time while working in a team setting. Each interviewee was interviewed separately. One of the respondents was interviewed live and their answers were recorded with a mobile device with their consent. Transcriptions of the interview were made later. The second respondent was interviewed online. The questions were sent to them via Outlook email, and the interviewee answered the questions in writing.

Furthermore, extensive literature research on the topics of time and conflict management in a team setting was conducted based on recent research from 2022.

Sample size

The selected population size of the Business Management Faculty of Vilniaus Kolegija/ Higher Education Institution was 1655 students. The confidence level was 90% and the margin of error contributed to 5%, therefore, the research aimed for a sample size of 233 students. The following sample size formula was used

$$N = (Z\text{-score})^2 * \text{StdDev} * (1 - \text{StdDev}) / (\text{margin of error})^2$$

Sampling issues

Due to low survey respondent activity, the sample size was limited to a relatively small number of 33 Business Management Faculty of Higher Education Institution students, rendering generalisability hard. It is exploratory research, opening opportunities for further research.

Results

Figure 1 represents the analysis of the demographic profile of respondents which indicated that 55% of respondents were female, while male respondents made up 45%. It is worth noting that the larger proportion of women in the sample is consistent with the greater propensity of females to participate in online surveys than males, as reported by Smith (2008) and also discussed in Bacci et al. (2021).

1. Your gender

● Male	15
● Female	18
● Prefer not to say	0
● Other	0

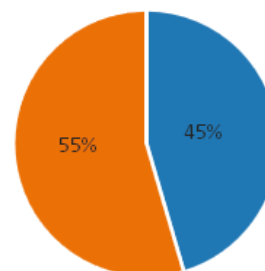


Figure 1. Respondent gender distribution in percentage (N=33)

Figure 2 represents the study year of the respondents in percentage. The majority of survey takers were first-year students who made up 76% of respondents, 18% were third-year students, and second-

year students made up only 6% of the respondents. This might be due to the fact that during the time frame of December 2023 and January 2024 many 1st year students had to write research articles and conduct surveys, therefore, peers of the same study year were more likely to contribute and support each other by answering online surveys.

2. Study year

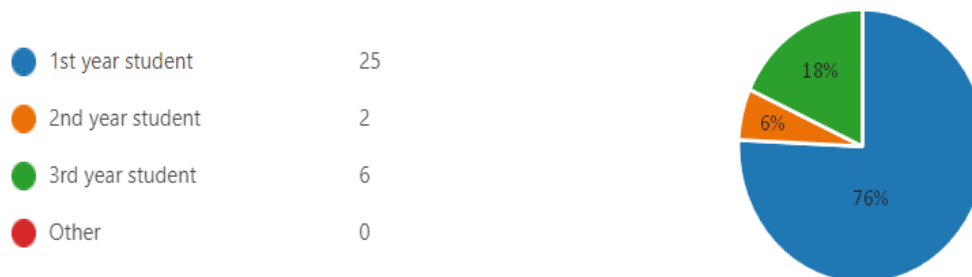


Figure 2. Respondent study year distribution in percentage (N=33)

Figure 3 represents the academic study course of survey participants. Creativity and Business Innovation students consisted of 45% of the respondents, 33% were students of the International Business program, 15% were Public relations students while Advertising Management students made up only 6% of the respondents. The results might have been influenced by the fact that 1st year Business Innovation and Creativity course students all had the task to write a research article, therefore, they were most likely to support one another and participate in each other’s survey.

3. Study course

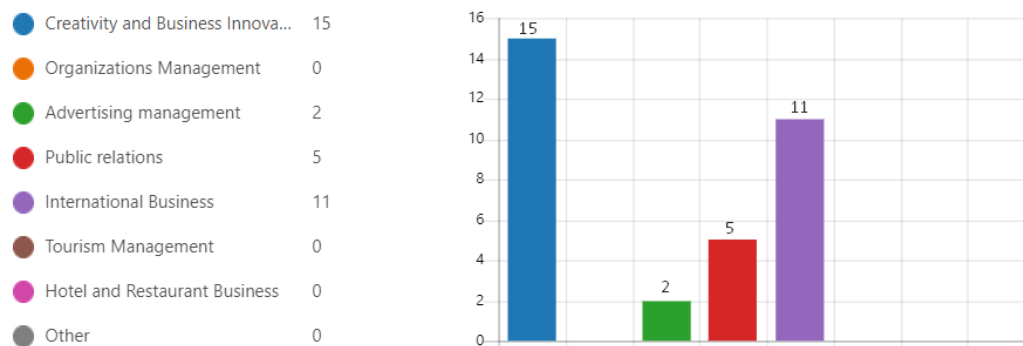


Figure 3. Respondent academic course distribution in units (N=33)

Figure 4 represents respondents’ opinions about their team’s ability to complete group projects on time. The majority of respondents 67% indicated that their team often completes projects on time. Another 18% of survey participants think that their team always meets the project deadlines while 15% of respondents stated that their team only rarely meets project deadlines. These results could depend on the team’s ability to choose their team members – if the team consists of high-performing students, it is more likely that they will meet the deadlines. Furthermore, it could depend on the team’s habit of selecting a ‘timekeeper’ to keep up with project deadlines.

4. Does your team complete tasks on time when working together on a project?

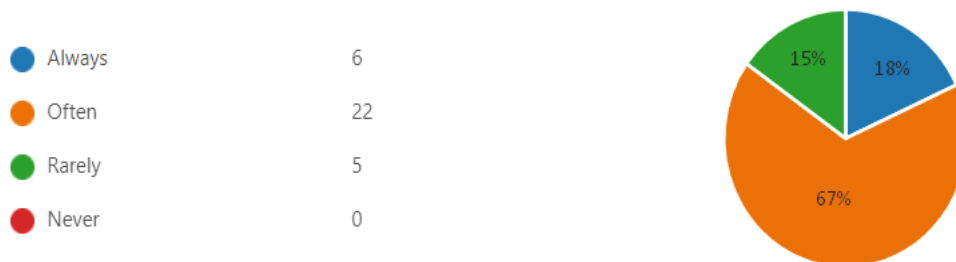


Figure 4. Respondent opinions on their team’s ability to meet deadlines while working on a group project in percentage (N=33)

Figure 5 describes the respondent’s opinions on their team’s ability to distribute team tasks equally among members. The majority of the survey participants, 39%, agree that their team members distribute tasks equally. Further 33% of respondents neither agree nor disagree while 15% disagree with the statement. Both students who chose ‘Completely agree’ and ‘Completely disagree’ options were only 6% each, forming the minority. The results might depend on the fact that if the students are allowed to select their team members, the teams consisting of high-performing students are more likely to distribute tasks efficiently according to technical skills and abilities. On the contrary, mixed teams, consisting of both high-, and low-performing students might distribute more difficult tasks to the high-performing members, and dedicate the easier tasks to lower-performing teammates.

5. Are the tasks distributed equally among team members?

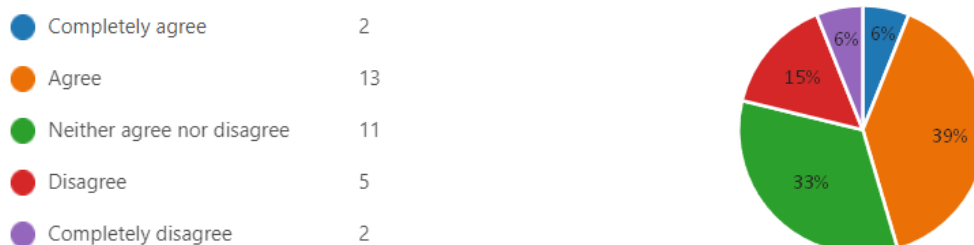


Figure 5. Respondent opinions on their team’s ability to distribute tasks equally while working on a project in percentage (N=33)

Figure 6 illustrates respondent perspectives on their team’s ability to contribute equal input to the group project. The majority of 42% of students show a neutral position and neither agree nor disagree with the statement. Further 33% agree that their team members contribute equal input to group projects while 15% disagree. Respondents who completely agreed or completely disagreed with the statement amounted to 3% and 6% respectively. This data might also depend on the composition of the group. High-performing students are more likely to take up the difficult tasks or contribute more input to a group project. However, it is interesting that the absolute majority of students had a neutral stance on the matter. This might be due to lack of understanding, what equal input means, or constantly shifting structure of the team.

6. Does each team member have equal input on the project?

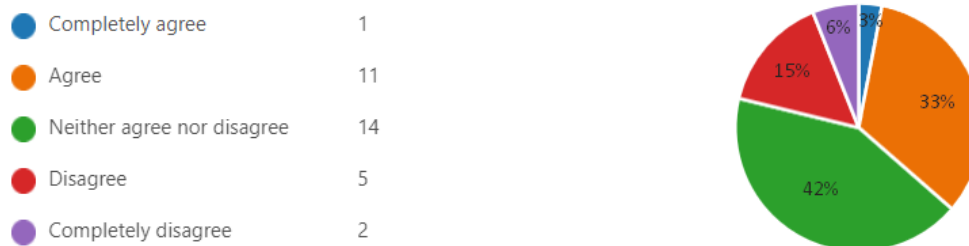


Figure 6. Respondent opinions on their team’s input on group projects in percentage (N=33)

Figure 7 represents how many students have a habit of selecting a team member responsible for tracking deadlines (the timekeeper) when working on a project together. The majority of students (33%) practice this habit often and a further 18% always apply it when working in a group. On the contrary, 30% of respondents rarely select a timekeeper while a further 18% never practice such a method. This might depend on the deadline flexibility of each individual course – if the deadlines are too flexible or long, students might lose motivation and not track them. Moreover, the data shows that 48% of respondents lack time management skills in a team – they might manage the time when it comes to their own individual tasks, but lack such skill in a team setting.

7. Do you select a team member who will be responsible for tracking deadlines? (the timekeeper)

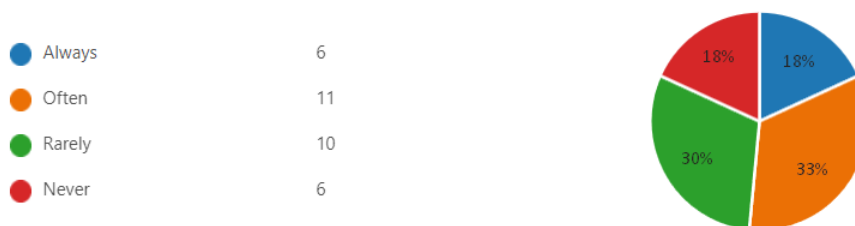


Figure 7. Respondent’s tendency to select a team member responsible for time tracking when working in a team in percentage (N=33)

Figure 8 shows survey participants’ opinions on their time management abilities. The majority of respondents agree with the statement that they are content with their time management skills, amounting to 48%. A further 18% completely agree with the statement. 21% of students had a neutral stance and neither agreed nor disagreed with the question while 12% disagreed. No respondent chose the ‘completely disagree’ option. The respondents who had a neutral stance or disagreed with the statement, might not be familiar with time management techniques. Since the majority of respondents are 1st year students, they might have not been exposed to the need of time management in a team setting yet.

8. Are you content with your time management skills?

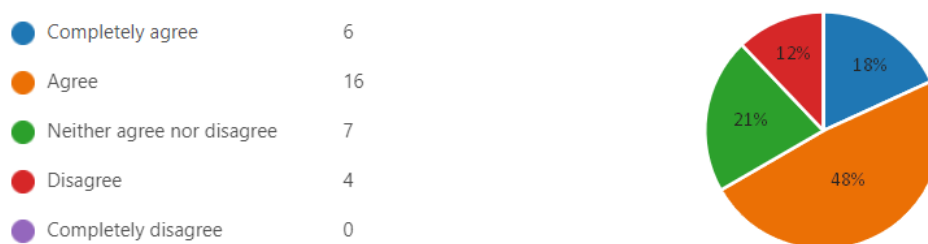


Figure 8. Respondent opinions on their time management abilities in percentage (N=33)

Figure 9 indicates respondent’s opinions on their organizational skills. The results show that 45% of students agreed with the statement while a further 9% completely agreed. 18% of survey participants neither agreed nor disagreed while 9% disagreed with the statement. No respondents completely disagreed with the statement.

9. Are you content with your organizational skills?

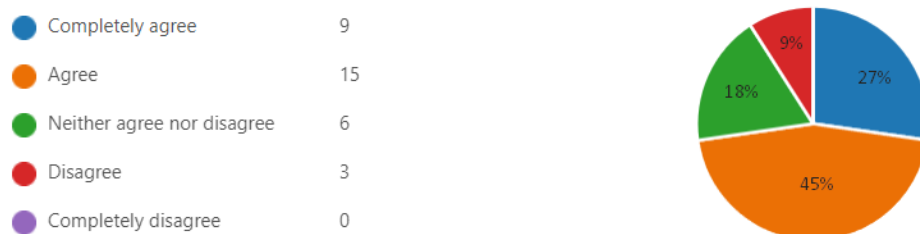


Figure 9. Respondent opinions on their organizational abilities in percentage (N=33)

Figure 10 illustrates respondents’ tendency to use planning techniques, like to-do lists, and task priority lists when working in a team. 48% of respondents use time planning techniques often with a further 9% always adopting such methods. Participants who never or rarely use such techniques attributed to 12% each. Most students were familiar and adapted time management techniques while working on a group project which might be due to access to information on time management on social media and the internet.

10. Do you use any time planning techniques (to-do list, task priority list etc) when working on a group project?

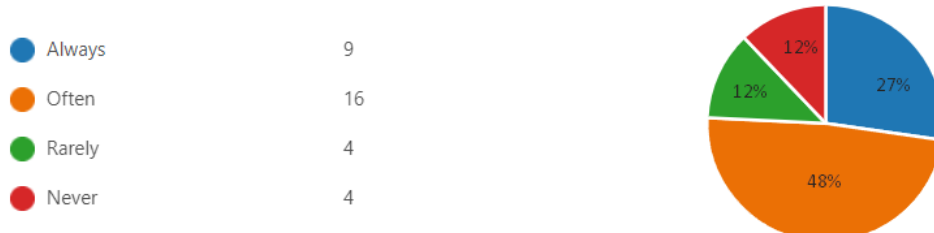


Figure 10. Respondent tendencies to use time management techniques in percentage (N=33)

Figure 11 represents the main factors that prevent respondents from completing their team projects on time. The majority (39%) of respondents indicated personal life as the main factor. A further 24% selected social media. The minority of participants selected work and procrastination as the main reasons, both attributing to 18%. The data indicates that VK/HI BMF students might participate in after-class activities such as sports, arts etc., which take up their time. Moreover, 24% selected social media, which corresponds to the fact that students who lack time management can easily fall prey to the negative impact of social media (Talaue et al., 2018).

11. Main factors that get in the way of completing your group assignments on time:

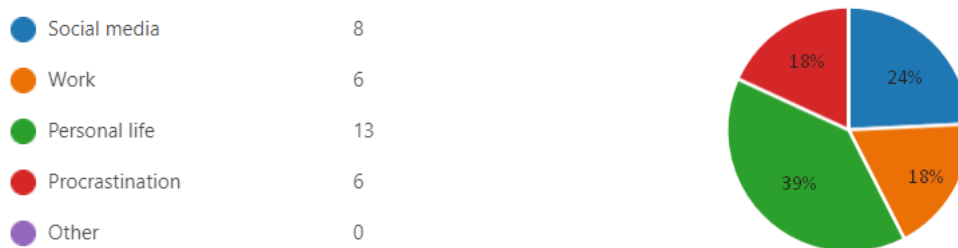


Figure 11. Main factors preventing students from completing team project tasks on time in percent (N=33)

Figure 12 indicates how respondents handle conflict when it occurs in their team. The absolute majority of 78% of respondents were prone to the collaborative approach. A further 15% selected the compromising method. 3% of students selected avoiding as their conflict-handling technique, and a further 3% chose accommodating. None of the respondents chose competing as their conflict-handling method. The data shows that most respondents engage in collaboration with other team members to reach a common goal, this means, that their academic environment promotes the collaborative approach to conflict handling.

12. When conflict happens in your team, you:

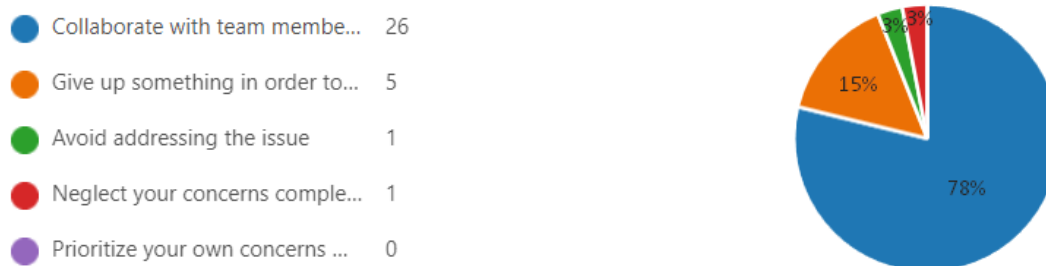


Figure 12. Conflict-handling method tendencies among respondents in percentage (N=33)

Figure 13 represents the frequency of conflict in student teams. 52% of respondents indicated that their team rarely experiences conflict, and a further 36% stated that their team never experiences conflict. Survey participants who indicated that their team experiences conflict often or always made up 6% each of the sample size. The data suggests that only a small portion (12%) of students experience conflict in a team setting. This could mean that students are allowed to choose their own team members, or, as represented in Figures 5 and 6, they are able to distribute tasks equally and show equal input into the group project. This minimizes the chances of conflict happening. Moreover, as shown in Figures 8 and 9, most respondents are able to manage their time and organize their work efficiently, which are significant factors of preventing conflict in a team.

13. In your team, conflicts happen:

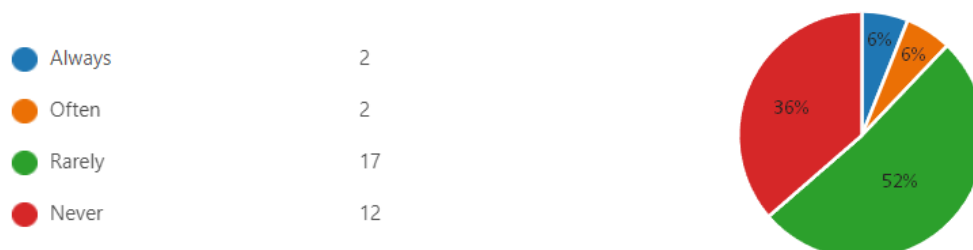
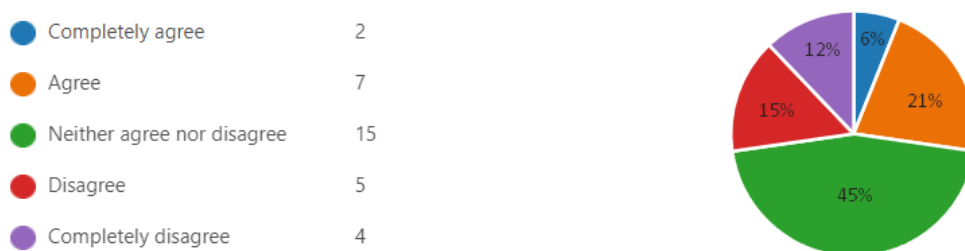


Figure 13. Conflict frequency in respondent teams (N=33)

Figure 14 represents the respondent's needs for support in conflict management in a team setting. 45% of the respondents neither agreed nor disagreed with the statement that they would need more support amidst conflict in a team. Further 21% indicated that they agree, and 6% completely agree that they would want more support. Furthermore, 15% disagreed and a further 12% completely disagreed with the statement. The data might be dependent on the scale of the conflict itself. If the conflict is small and personalized, happening between two team members, respondents might feel that they are able to resolve the conflict themselves. Moreover, as shown in Figure 11, most respondents practice the collaborative approach to conflict, which is proven to be the most effective and have most positive outcomes. However, if the conflict involves the majority or all team members, they might need assistance in the management of it.

14. Do you need more support when managing conflict in your team (ex. mediator, training)?

**Figure 14.** Respondent need for support in conflict management in percentage(N=33)

The survey data suggests that VK/HEI BMF student opinions on their time management skills match the data on their abilities to keep up with and meet the deadlines, and select a member to track deadlines.

Figure 8 indicates that 66% of respondents are content with their time management skills. As a result, 67% of students often meet the project deadlines, and a further 18% always meet the deadlines (see Figure 4). Furthermore, 33% of students often select a 'timekeeper' while working on a group project, while further 18% always practice this time-management technique (see Figure 7). Moreover, 75% often or always use a time-management technique.

When it comes to organizational skills, Figure 9 indicates that 62% of respondents are content with their organizational skills. However, only 45% distribute tasks equally among team members (see Figure 5). A further 36% indicate that team members have equal input on group projects (see Figure 6). The data suggests that, while students might be satisfied with their individual organizational skills, they are not always able to apply them in a group setting.

The survey data show that the absolute majority of VK/HEI BMF students (88%) rarely or never experience conflict in their teams (see Figure 13). This corresponds to the data from Figure 12, indicating that the absolute majority of 78% of students choose to collaborate with each other, meaning, they consider and listen to each other's opinions, and work together to reach a common goal. This conflict-handling approach minimizes the possibility of conflict escalating to a larger scale or even occurring at all. This data also indicates the connection to the need of a mediator or training on conflict management in teams for students. As indicated in Figure 13, only 27% of students would prefer to have more support amidst team conflict. Since the majority of students tend to apply the collaborating approach, minimizing the scale and chance of conflict, the need for support is also less significant than expected.

Interview

Interviewees (P=2) were asked the following questions:

1. What are the key challenges of working in a team?
2. What are the main reasons for conflict happening in a team?
3. What are conflict management approaches that you have applied while working in a team setting?
4. What are the consequences of conflict happening in a team?

Question number	Category	Empirical Research Indicator (statements)
1	Challenges	-“<...> it highly depends on what team you are working in. In general, I would say the main issues could be lack of co-operation, lack of communication, lack of leadership. Then there’s the issue of differences in experience and capabilities. Moreover, if the team is in the forming stage, the culture of the team is not yet developed <...>” (P1) -“<...> different abilities, skills and experience can be an issue. In these cases, you might feel like you are contributing significantly more input into the project than your team members. Also, if the team is not motivated enough or do not communicate with each other clearly, a lot of misunderstanding can happen <...>” (P2)
2	Reasons	-“<...> different beliefs, values, opinions, different work ethic, different communication style, inability to understand each other’s views. Moreover, if team members do not want to reach a compromise, but rather win the argument. <...> tendency to personalize a work conflict <...>” (P1) -“<...> each team member probably has different work ethics and motivation. One might not care enough to meet the deadlines or feel a sense of accountability for their part of the group project. Some team members do not manage their time. This creates conflict. <...>” (P2)
3	Approaches	-“<...> depending on the type of conflict, sometimes you can ignore it, if it is small and more about personal opinion, for example ‘I did not like how that colleague said something to me’ <...>. In a work environment, the manager should not interfere in small conflict between team members at all. Sometimes, you have to sit both parties down and try to understand their different opinions, and find some sort of compromise. In this case, someone might need to act as a mediator <...>” (P1) -“<...> usually avoiding conflict is not the right approach, but if it’s something small, I do not say anything. <...> I try to voice my opinion and listen to others to find some sort of common ground.” (P2)
4	Consequences	-“In a work setting, an employee might resign from work, there might be tension and high stress levels between teammates, they will not be able to work together on projects. <...> the microclimate will become negative, the communication - destructive <...>. Members might not want to share information and knowledge with each other, the quality of the service might decrease, because people do not get along. <...> legal process might start <...>” (P1) - <...> Worst case scenario, the team can even disintegrate. Or, when team members experience conflicts, they can fail to meet the project deadline, fail the project, have to retake it and so on. <...> it’s additional stress to everyone.” (P2)

The responses from the interviewees are similar with regard to challenges of working in a team. Both participants focus on knowledge-based aspects like specific skills or experience of different team members, lack of communication, and motivation among the team. However, the interviewed lecturer also points out lack of leadership and culture as a challenge when working in a team setting. The lecturer is more likely to have work experience in different environments, therefore, recognizes the importance of leadership and the meaning of team culture, while the interviewee from the student committee is likely more used to working in teams on projects with shorter time frames in an academic setting, where team culture might not have had sufficient time to develop. Both respondents name different work ethic as the main reason for conflict in a team setting. The lecturer also notes different opinions, values, tendency to personalize the conflict as reasons for it. The student, however,

mentions lack of accountability and time management as reason for team conflict. This might be due to the fact that many students, while being in an academic setting, are still developing their time-management abilities, and learning to work as a team, therefore, they might lack these competencies.

Furthermore, both interviewees apply the avoiding conflict management technique amidst a small disagreement within the team. When it comes to a larger-scale conflict, both tend to apply the compromising conflict management technique.

When asked about conflict consequences, the lecturer provided examples more related to work environment, for example, an employee resigning from work, not willing to share knowledge with team members, decreasing quality of the service of a company or a legal process being initiated, whereas the student interviewee focused on consequences inherent to the academic environment. For example, not meeting the project deadlines, having to retake the project examination. It is prevalent that the answers of the respondents are highly dependent on their experience and the environment they have experienced team conflict in. However, both interviewees mentioned the threat for the team structure and additional stress as consequences of team conflict.

CONCLUSIONS

Time and conflict management abilities remain highly significant abilities when working in a team setting. This study conducted a systematic literature review, explaining the significant connection between the individual time-management skills of a student and their team's ability to meet project deadlines. Furthermore, analysis of previous studies indicated, that a collaborative approach towards conflict has significant positive outcomes and should be encouraged in the academic environment by providing students with training or conflict mediation. The quantitative data, collected from student responses for a survey, indicated, that VK/HEI BMF students possess good time-management skills which have been reflected in their teams' ability to meet the deadlines and select a "time-keeper" for their team. The research indicated that conflict is not significantly prevalent in VK/HEI BMF student teams. Both qualitative and quantitative research findings suggest that this can be attributed to student's ability to manage their time efficiently and collaborate in order to solve a conflict. However, quantitative data suggest that there is a need of training or mediation for conflict management in student teams. The qualitative data of this study also emphasize the benefit of mediation amidst conflict. Further research needs to be conducted to determine the nature of conflicts happening among VK/HEI BMF students. This can help initiate a change in attitude towards conflict through consultative meetings, problem-solving workshops and conflict resolution training.

RECOMMENDATIONS

It is advised that, before starting a group project, the student team should have a discussion on how much time and effort each member requires to complete group tasks. Then, students should make a plan to distribute tasks accordingly among themselves.

It is recommended for each group member to identify the "time eaters" of their day and use a time-management method, for example, a task priority list, to arrange their time in a manner, which meets the agreed upon deadlines in the group.

Furthermore, the research recommends students to take a quiz to find out their conflict management style to help them in understanding their reaction and response to conflict.

The article suggests that training on conflict handling, how to cope with emotions which arise amidst conflict, how to navigate disagreement in a way which is respectful to others opinions would be of great benefit to students. Alternatively, a mediator should be involved in the management of student conflict.

References

Dmytryshyn, M., & Goran, T. (2022). Proposal of an Effective Time Management System. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 27(2), 283–298. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.27.2.15>.

Shariq, S., Bint-e-Zain, S., Mirza, M., Akram, H., & Saleem, M. F. (2022). Conflict Management Strategies And Employee Performance In Banking Sector Of Pakistan. *Webology (ISSN: 1735-188X)*, 19(3).

Talaue, G. (2018). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON ACADEMIC PERFORMANCE OF SELECTED COLLEGE STUDENTS. *International Journal of Advanced Information Technology (IJAIT)* Vol. 8, No.4/5.

Waithaka, A., Moore-Austin, S., Gitimu, P. (2015). Influence of conflict resolution training on conflict handling styles of college students: *Research in Higher Education Journal*, Vol. 28.

T. Auvinen, N. Falkner, A. Hellas, P. Ihtola, V. Karavirta and O. Seppälä. Relation of Individual Time Management Practices and Time Management of Teams. *2020 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE)*, Uppsala, Sweden, 2020, pp. 1-9, doi: 10.1109/FIE44824.2020.9274203.

Smetonaitė, A., Turčinskaitė-Balčiūnienė, A. (2025). Time and Conflict Management Issues in Student Teams. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 17-28, ISSN 2669-221X

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE FUTURE OF CREATIVITY: SYNERGY OR SUBSTITUTION?

Tymur Muzyka, Trystan Polina

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
tymur.muzyka@stud.viko.lt; polina.trystan@stud.viko.lt

Consulted by Daiva Babilevičienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
d.babileviciene@vfv.viko.lt

INTRODUCTION

The intersection of artificial intelligence and creativity is one of the fastest-growing fields, which raises critical questions about the very nature of creativity itself. As AI technologies advance, they become more integrated into creative processes in numerous domains, including art, music, writing, and design, challenging our understanding of what it means to be creative. This research is all the more relevant today, given the growing presence of AI in creative industries and its opportunities and ethical considerations.

Based on this fact, the central research issue of this study is whether AI can replicate or enhance human creativity or simply remains a tool that lacks intrinsic human qualities definitive of creativity. In this pursuit, this paper seeks to analyze the role of AI in creative processes under the light of the "extended mind" theory made by Clark and Chalmers in 1998. This theory suggests that tools like AI can expand human cognitive capacities, raising the possibility that AI could also expand creative abilities. In this regard, AI appears as a tool that could be a collaborative partner in the augmentation of creative output, not a replacement for the human element.

The recent data storage and processing power enabled AI systems to perform certain tasks and generate outputs that seemed impossible before. But the question remains whether AI can really be creative. While generative models enable AI to exercise mimicry of creativity, emotional depth, cultural context, and complex problem-solving still remain in the domain of human creativity. Human creativity is grounded in personal experience, emotional expression, and social-cultural structures, which AI simply cannot emulate.

To investigate these ideas further, we conducted our survey on the perception and potential of AI in creative fields, complemented by an analysis of academic publications and articles. This study will discuss whether the generative capability of AI will support or impede human creativity, particularly in the early stages of creative and product development. On the other hand, AI can augment creativity since it brings fresh perspectives, automates repetitive tasks, and comes up with novel ideas to inspire human creators. The counterpart of the argument is that overdependence on AI tools will restrict what is essentially human creative expression—that is, some aspects of creative work are supplanted by machine-controlled methods, which are deliberate and emotionally instigated.

Problem – is AI a synergistic tool that will empower and enhance human creativity, or will it ultimately substitute human creatives, changing the future of creative industries?

Aim – to analyze the role of Artificial Intelligence in the future of creativity, evaluating whether AI acts as a synergistic force that enhances human creative capacities or as a substitute force that potentially replaces humans in creative and innovative fields.

Objectives:

- to evaluate the role of AI in improving human creativity and its ability to replace human creativity tasks;

- to analyze the main concepts of creativity, such as human-computer interaction and extended mind theory, thereby grasping how AI can be a big factor in the promotion or duplication of human creativity;
- to identify the characteristics that make up human creativity which are more on the emotional and cultural aspects that AI cannot simulate for now;
- to assess how AI is affecting creative processes and outputs as demonstrated in recent research and uses;
- to create a broader picture of new productive resources in art and design, these are the potentials that marry AI and human creativity.

Methods: This study employs a mixed methodology fusing insights from some articles and information from a survey. The objective is to investigate artificial intelligence's consequences on creativity. As such, a poll incorporating queries was drafted and distributed to 32 individuals from an assortment of sectors, ages, lines of work, and levels of exposure to AI solutions. The study population exhibited diversity in backgrounds and relationships with emerging technologies.

Theoretical justification

The increasing integration of artificial intelligence (AI) into creative fields raises essential questions about its role in enhancing or impeding human creativity. According to Finkenstadt, Folk, Venkataswamy, and Eapen (2023), AI can support creativity by allowing for divergent thinking: it allows for generating new ideas through novel associations and a fast exploration of possibilities. Such systems afford many benefits in the early stages of creative processes, helping to overcome designer bias and introduce unconventional concepts. One might, however, fear that relying too much on AI would throttle human originality, as tasks that used to require unique human insight become automated (Finkenstadt et al., 2023).

The social perception of AI-generated content, from a sociological point of view, impacts its acceptance in creative domains. Several studies indicate that people have a social bias toward human-made art compared to art made with the help of AI since audiences appreciate the effort and intentionality associated with human creativity (Suchacka et al., 2021). This view comes together with the belief that creativity is human and that while AI can be helpful, it cannot reproduce the complexity and meaningfulness of human creative production.

The theory of the "extended mind" (Clark & Chalmers, 1998) is an important starting point for explaining how AI might engage with creativity. According to this theory, tools can extend the mind, and in that sense, AI could be seen as potentially augmenting human creativity.

However, a more recent study cautions that the capabilities of AI, in emulating creativity, remain very distinct from human experience in their emotional depths, cultural contexts, and nuances of problem-solving (Elkhova & Kudryashev, 2017). The ethical argument for AI complementing creativity rather than supplanting it is further supported by this. One would think that AI in creative industries is perhaps best explained by a delicate balance. While it can improve productivity and drive innovation, hyper-dependency on AI might risk razing those uniquely human elements of creativity, such as intuition and moral responsibility. The future of creativity, therefore, may depend upon a symbiosis where AI augments human potential while keeping within ethical limits, allowing creativity to be preserved as an essentially human characteristic (Suchacka et al., 2021).

Methods and sample

The methodology of the work is based on qualitative research of other scientific articles and also on a survey composed of 16 questions to understand what different people think about AI and how artificial intelligence affects human creativity. The interviewees were people of different genders, ages, and professions. The survey collected 32 responses.

The survey method contains 16 questions with different variants of answers. The questions are:

Demographic Questions

1. What's your age?
2. What's your gender?
3. What's your profession?

AI Awareness and Usage

4. How familiar are you with AI technologies in creative fields?
5. Have you ever used AI tools for creative purposes (e.g., writing, art, music, or design)?
6. How often do you use AI tools in your creative work?

Perceptions of AI's Impact on Creativity

7. Do you believe AI enhances or reduces human creativity?
8. Do you feel that AI tools make creative tasks easier for you?
9. How do you think AI-generated content feels as creative as content created by humans?

Synergy vs. Substitution

10. Do you think AI will replace human creativity in the future?
11. In which creative fields do you think AI has the most potential to replace human workers?
12. In which fields do you think humans will remain irreplaceable due to their unique creativity?

Future Outlook

13. How optimistic are you about the future collaboration between AI and human creatives?
14. What role do you think AI will play in the future of creative industries?

Open-Ended Questions

15. Can you share an example of how AI has impacted your creative process, either positively or negatively?
16. In your opinion, what are the limits of AI in terms of creativity? Can AI ever fully replicate human innovation?

Presentation of results

After the detailed analysis of the results that were gathered through the questionnaires that were carried out, it was realized that there were quite a number of different answers given by a total of 32 respondents. In the following diagrams below, there is a detailed data analysis of the responses that were answered in relation to the questionnaires.

Participants in the survey were mostly young people between 16 and 24 years old (68.8%). This age indicates a very important and noticeable interest in AI. It is known that people of this age are quite tech-savvy and knowledgeable about modern technologies, as evidenced by the survey results 100% of people of this age use AI, and among them 50% use AI more than 3 days per week. People aged 25 to 64 (31.2%) also participated in the survey. This age group is also trying to keep up with modern technologies. 80% of this age group use AI at least a couple of times a month. Professions included students currently in school, entrepreneurs, and also professionals working in creative industries, respectively—a very good mixture of professions showing different angles towards the use and application of AI technologies. According to the results put forward from the research study, most of the surveyed people 46,9% think that artificial intelligence helps boost creativity: it helps automate

repetitive tasks and at the same time, sparks new and fresh ideas. On the other hand, a tangible portion of them 37,5% felt that AI reduced creativity due to over reliance on technology.

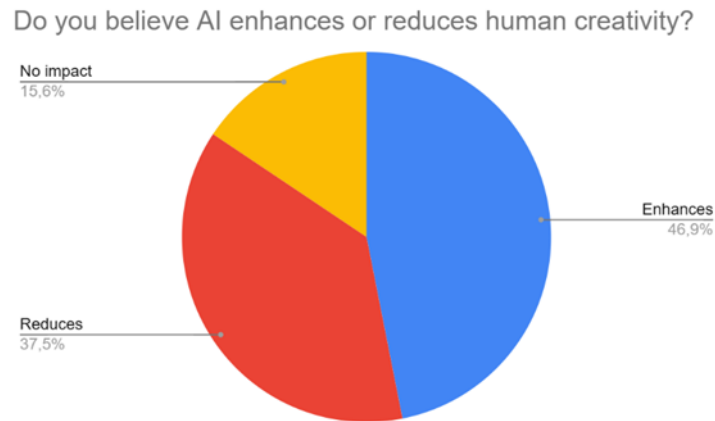


Figure 1. Perception of AI Impact on Creatives

Moreover, a large majority agreed that artificial intelligence tools do support creativity, thus showing their practical benefits and contributions to the creative process. Participants had a rather positive view of the possibility of AI supporting humans in such a way that creators can do more and still maintain those peculiarities that make human creativity and ingenuity so unique. 50% agreed and 43,8% strongly agreed that AI can make creative tasks easier.

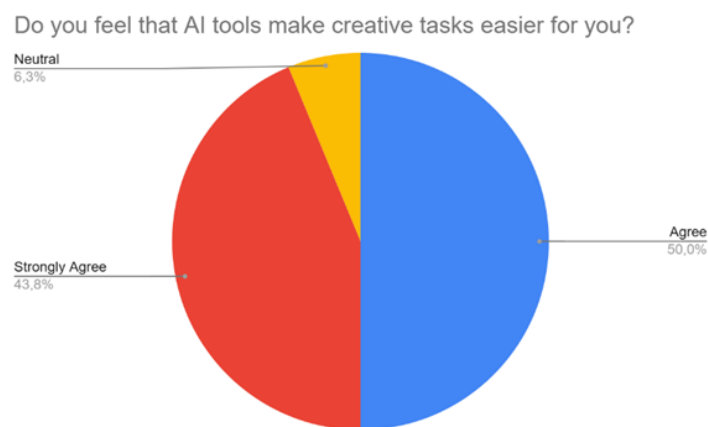


Figure 2. Perception of AI's Role in Simplifying Creative Tasks

Quite a few people 54,5% view artificial intelligence as a means to augment human creativity, focusing on cooperation instead of replacement. Writing, art, and graphic design were among the fields in which artificial intelligence could conceivably replace human jobs. On the other hand, music, cinema, and photography were considered to be important, since they are grounded fundamentally in human emotions and cultural knowledge. Participants noted that artificial intelligence cannot replicate the emotional and intuitive aspects of human creativity. Most responses state they are either positive or neutral regarding the future collaboration between AI and humans, reflecting cautious hope for balanced integration.

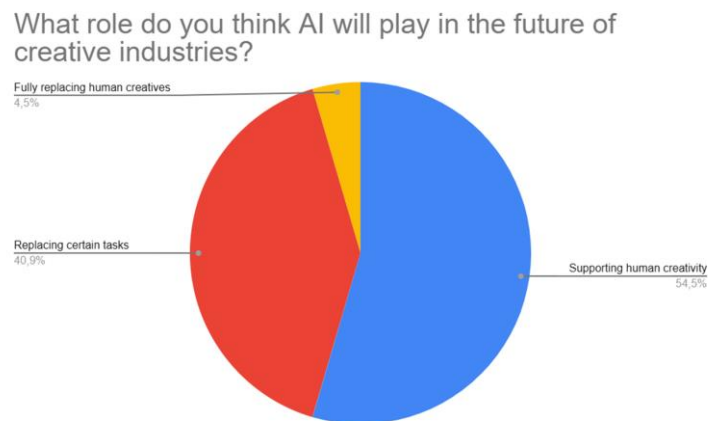


Figure 3. Perception of AI and Human Creativity in the Future

CONCLUSIONS

The findings of this study provide a nuanced understanding of the role of AI in creativity, supported by survey data and academic literature analysis. The use of AI varies with age: younger participants (16–24 years old, 68.8% of respondents) exhibit higher engagement, with all in this group using AI and 50% employing it more than three days per week. Older participants (25–64 years old, 31.2% of respondents) also demonstrate active engagement, with 80% using AI at least a couple of times a month. Across all age groups, 46.9% of respondents recognize AI as a tool for automating routine tasks and sparking new ideas, while 37.5% express concerns about over reliance, fearing it may diminish uniquely human elements of creativity, such as emotion and culture.

The analysis shows the duality of AI in creative fields. First and foremost, AI promotes divergent thinking, and biases during the early steps of the ideation and helps overcome cognitive biases, thereby enhancing creativity. Meanwhile, its inability to capture the moral, emotional, and cultural bedrock of human creativity comes under some question. Furthermore, the societal bias towards AI-produced content introduces the notion that, while AI may generate some creative processes, it usually cannot bear the authenticity and value of work made by humans. A problem with this is that while AI can replace many things it cannot replace the human capacity for creativity, and that aspect highlights how AI can support rather than replace human creativity.

The results confirm the research hypothesis, which suggested a division of opinions on whether AI enhances or reduces creativity. The survey demonstrated a clear dichotomy, with respondents almost evenly split in their perceptions of AI as a synergistic or substitute force in creativity. Academic analysis corroborates this division, showing that while AI offers significant opportunities for collaboration and augmentation, its limitations in emotional and cultural contexts prevent it from fully replacing human creativity. Which almost justifies our hypothesis. Overall, the findings suggest that AI's role in the future of creativity lies in striking a balance between collaboration and the preservation of the human essence in creative endeavors.

RECOMMENDATIONS

The survey results highlighted that perceptions of AI vary significantly among age groups, with younger participants displaying a more frequent and intuitive use of AI in creative processes. This suggests that creative industries should consider targeting younger demographics with tools that integrate seamlessly into their workflows while offering training programs to help older users adapt to these technologies.

Moreover, while many respondents acknowledged AI's potential to enhance creativity by automating repetitive tasks and providing fresh ideas, concerns about over reliance on AI emphasize the need for strategies that preserve the human essence in creative work. Creative tools should be developed to complement human intuition and emotional depth, fostering collaboration rather than replacement.

Based on these findings, the creative industry should emphasize the ethical and balanced use of AI, ensuring it augments rather than substitutes human creativity. Platforms integrating AI tools could also provide educational resources to guide creators in leveraging AI effectively while retaining their unique creative identities. Establishing guidelines that address these concerns and educate creators on the limitations and ethical implications of AI could help ensure its integration enhances rather than diminishes the value of creative industries.

References

Magurean, I. D., Brata, A. M., Ismaiel, A., Barsan, M., Czako, Z., Pop, C., Muresan, L., Jurje, A. I., Dumitrascu, D. I., Brata, V. D., Leucuta, D. C., Fadgyas Stanculete, M., & Popa, S. L. (2024). Artificial Intelligence as a Substitute for Human Creativity <https://doi.org/10.22158/jrph.v7n1p7>

Horton, C. B., White, M. W., & Iyengar, S. S. (2023). Bias against AI art can enhance perceptions of human creativity. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-45202-3>

Eapen, T. T., Finkenstadt, D. J., Folk, J., & Venkataswamy, L. (2023). How Generative AI Can Augment Human Creativity.

Suchacka, M., Muster, R., & Wojewoda, M. (2021). Human and machine creativity: Social and ethical aspects of the development of artificial intelligence. <https://doi.org/10.3846/cs.2021.14316>

Clark, A., & Chalmers, D. (1998). The extended mind. <https://doi.org/10.1093/analys/58.1.7>

Muzyka, T., Trystan, P., Babilevičienė, D. (2025). Artificial Intelligence and the Future of Creativity: Synergy or Substitution? *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 29-34, ISSN 2669-221X

THE ROLE OF ENVIRONMENT IN SHAPING YOUTH CREATIVITY

Kobe Vanooteghem, Franziska Schwab

Erasmushogeschool Brussels, Belgium; Albstadt-Sigmaringen University, Germany

kobe.vanooteghem@stud.viko.lt; franziska.schwab@stud.viko.lt

Consulted by Daiva Babilevičienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

d.babileviciene@vuf.viko.lt

INTRODUCTION

Creativity is one of the most valuable skills young people can develop, shaping their ability to innovate, problem-solve, and adapt in an ever-changing world. It fuels personal expression, fosters critical thinking, and empowers individuals to envision new possibilities. However, creativity doesn't exist in isolation; it is deeply influenced by the environment in which a person lives, learns, and grows. For youth, who are particularly impressionable and open to new ideas, their surroundings play a crucial role in shaping their creative potential.

From the physical spaces they inhabit to the social and emotional atmosphere they experience daily, every element of a young person's environment can either nurture their creative abilities or stifle them. A supportive and inspiring setting can spark imagination and innovation, while a restrictive or stressful one may lead to stagnation. In this article we will have a closer look at the educational environment of youth.

Problem – How can the environment impact the creativity of youth in positive and negative ways? What can we do differently to have other outcomes?

Aim – To have a better understanding why and how our creativity is limited for every person.

Objectives:

- to find out what creativity is and means to people and especially youth;
- to analyse the most common environmental elements that could have an impact on youth's creativity;
- finding a way to understand these elements and how they can help the youth grow their creativity. Creating awareness of the influence of environmental factors on personal creativity and empowering the youth to use their creativity.

Methods: Open-source data, desk research.

Defining creativity

When you think of creativity, artists or musicians often come to mind first as particularly creative people. The Cambridge dictionary defines creativity as “the ability to produce original and unusual ideas, or to make something new or imaginative”. In general, it is important to understand the meaning of creativity and to be aware that these skills can be learnt, especially for youth.

In the Ted Talk “The importance of Creativity in Teenagers' Lives”, a young woman talks about her experiences during her school time. She remembers that her creativity was often perceived as disruptive and not supported. But nowadays in the adulthood creativity is very important for instance in job interviews. We need personal and individual skills to set us apart from competitors. Those individuals' skills we can learn through creativity, and it can help to increase self-confidence (Page, 2020).

Creativity has many advantages for young people. The National Youth Council of Ireland published a list which emphasizes that creativity is particularly important for young people. Creativity promotes for instance empathy, teamwork and overcoming challenges (Carson, n.d.).

The Componential Theory of Creativity was published in 1983 by Teresa Amabile. It shows the relation between the stages of creative task solving and the creative performance components. This includes task motivation, domain-relevant skills and creativity-relevant skills (Amabile, 2012).

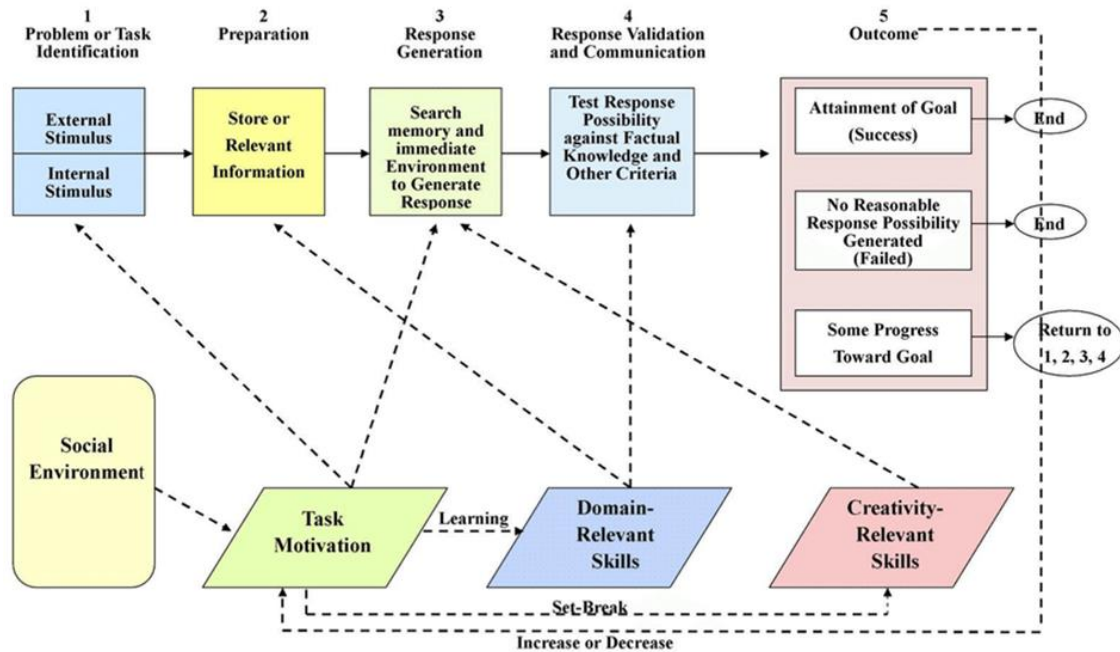


Figure 1. The Componential Theory of Creativity

Source: Morey, J. (2017). A study of sampling practice in British dance music, 1987-2012.

https://www.researchgate.net/figure/Amabiles-componential-model-1983-1996_fig7_319173801/actions#caption

The creative task consists of five stages you can see in the top row of the chart. First you need to identify the problem or task. After the preparation you need to respond to generation and validation. Three different outcomes can occur that influence motivation. Each creative performance component can influence the realization of the task. Just the outcome has a direct impact on task motivation as a performance component. It can increase your motivation after completing the task successfully or it can be the opposite, and the lack of motivation is strengthened. In this case more motivation will be needed for the next problem. The domain-relevant skills you achieve through learning are responsible for the quality of your solution. The quality depends on education. It is not connected to creativity at all but still important to have a positive outcome. The creativity-relevant skills arise through motivation. It depends on the level of motivation whether the creativity-relevant skills are used. Those skills include for instance brainstorming and idea generation. Another influence on task motivation is the social environment (Amabile, 2012). In a positive way it encourages you to be creative.

For Tera Amabile is clear that a person's creativity isn't constant and can change over time (Amabile, 2012). The chart clearly visualizes that creativity depends on internal and external factors, which influence the person.

One important external factor is the environment, which will be considered in the upcoming segments. The Cambridge dictionary defines environment as "the conditions that you live or work in and the way that they influence how you feel or how effectively you can work". In general, there can be differentiated between positive and negative environmental factors. The highlight of positive and negative environmental factors, that nurture or hinder youth's creativity, will be therefore illustrated.

Positive Environmental Factors

There is a variety of positive factors which can support youth creativity. Those factors are very far-reaching and can be influenced by the circumstances of the environment. This chapter will focus on

three main factors which have a positive outcome on youth creativity: physical environment, social environment and emotional environment.

Physical Environment

In this paper physical environment is defined as a surrounding of organic and non-organic objects. This includes the perceptible surrounding as a whole, as well as single objects of the surrounding.

A physical environment, where you feel comfortable can inspire your creativity. Especially nature can help to collect inspiration and problem-solving ideas. This is also the result according to Yeh, who has found out that nature is a key element for creating new ideas and developing a flexible thinking, which lead to increased creativity skills (Yeh et al., 2022). Therefore, creativity relies on the perception of nature which is higher when playing or learning outside rather than learning in a digital world or in a monotonous space. To overcome monotonous spaces, adding inspiring elements or moving to inspiring spaces can have a positive impact on the learning environment for young people. Interesting places are influenced by architecture. On the other hand, architecture is influenced by the creativity which is involving from the first concepts to the building up according to the author Yalveh (2017), on the other hand it can be argued that creativity is getting visualized and recognized by architecture. Whether it is perceived consciously or unconsciously a creative architecture in learning facilities may affect the creativeness of young people in a positive pattern.

Social Environment

Social and emotional environments are not always clear to separate. A social environment can affect the emotional environment although an emotional environment does not necessarily affect a social environment. With this being said, the emotional well-being can impact the social interactions, especially in emotionally challenging moments.

In this paper social environment is defined as the human and non-human living beings who influence a third person. Especially throughout puberty, the social life and social interactions are important to young people (Orben et al., 2020). Collaborations and a perspective, where mistakes are a necessary part of finding solutions and creative ideas are valued to support youth creativity in a positive way (Richardson et al., 2017).

In contrast to negative environmental factors, this requires an open educational method where many ways can be gone to reach an answer without following one pre-constructed solution. It can be argued that the social environment can affect creativity in a positive way when offering many solutions to reach a goal. Nevertheless, having no obvious solution to a problem can also create a need of finding a creative way to reach a goal. Both argumentations are directly influence by the social environment you grew up with including for instance the level of education, the financial well-being and the social support of the society.

Emotional Environment

As described in the previous paragraph the emotional and social environment can't be separated completely. In this paper the emotional environment is defined as an environment where all feelings are allowed to be expressed like they were perceived by an individual.

Instead of reinforcing the fear of making mistakes, it is important to see the positive side of mistakes (Richardson et al., 2017). In a good emotional environment young people can see their mistakes as a drive to improve and further develop of themselves.

According to Sawyer et al. (2024) emotions can be differentiated between short-lived emotional experiences and positive emotion abilities. Short-lived emotional experiences as well as abilities have a direct positive impact on creativity in general, also on youth creativity. This impact is promoting creative ideas as well as skills for problem-solving. Positive emotions enhance creativity (Sawyer et al. 2024) and can be seen as a reinforcing force that promotes intrinsic motivation (Amabile, 2017).

Negative Environmental Factors

While there are a lot of positive environmental factors that impact our creativity it is also important that we look at the negative ones that hold us back from being creative. We will talk about three factors that negatively impact our creative thinking.

Restrictive Environments

Rigid structures, like strict educational or corporate systems, often discourage creative thinking. Schools, for instance, frequently emphasize rote learning and standardized testing, where the focus is on getting the "right" answer rather than exploring new ideas. Ken Robinson (2011), in "Out of Our Minds," explains that this approach stifles curiosity and innovation. Students become afraid to take risks or make mistakes, which are essential for developing original ideas.

Beyond academics, a lack of exposure to diverse perspectives also limits creative growth. Teresa Amabile (2017) points out that creativity flourishes when people encounter different viewpoints and experiences. However, socio-economic barriers or geographic isolation can lead to a narrow world view, reducing the variety of inputs that fuel creative thought. Without access to new ideas or resources, people are less likely to think outside the box or challenge the status quo.

Stressful Conditions

Stress creates a mental environment where creativity struggles to survive. When people feel constant pressure to succeed or conform, they often focus on avoiding mistakes rather than exploring new possibilities. This fear of failure leads to conventional, "safe" ideas rather than bold, innovative ones. Teresa Amabile's (2017) research shows that intrinsic motivation—doing something for the joy of it—is crucial for creativity, but stress and external pressures can undermine this motivation.

Similarly, Abraham Maslow (1943) noted that individuals need to feel secure and have their basic needs met before they can pursue higher-level goals, such as creative expression. When people face socio-economic challenges, unsafe surroundings, or intense competition, their energy is often consumed by survival or compliance, leaving little room for imaginative thinking. This is why supportive, low-pressure environments are key to fostering innovation.

Digital Overload

Technology offers incredible tools for creative work, but too much screen time can have a negative effect. The constant flow of information from digital devices can overwhelm our attention and reduce our ability to think deeply. Nicholas Carr (2010), in "The Shallows," argues that the internet encourages quick, surface-level thinking. People become accustomed to skimming rather than engaging in deep reflection or problem-solving.

Additionally, Linda Stone (1998) describes a phenomenon called "continuous partial attention"—a state where people are always slightly distracted by digital notifications, social media, or other online content. This fragmented focus makes it harder to sustain the deep concentration needed for creativity. Clay Shirky (2014) adds that while digital tools can help with brainstorming or inspiration, relying too heavily on them can discourage independent thinking. When solutions are just a quick search away, there's less incentive to dig deeper or develop unique ideas.

Case Studies and Examples

Now we will have a look at some case studies where the environment has a positive or negative impact on youth creativity.

Fostering Youth Creativity

Some environments are exceptionally effective at nurturing creativity among young people, and these often share common characteristics: they prioritize exploration, encourage collaboration, and provide ample resources. One outstanding example is the Reggio Emilia approach in early childhood

education. Originating in Italy, this model emphasizes student-led, project-based learning. Children are encouraged to explore their interests through art, storytelling, and group projects, creating a rich environment for imaginative thinking. This freedom to express ideas fosters deep creativity and critical thinking. In these classrooms, teachers act as guides rather than instructors, allowing students to follow their curiosity, which helps them develop innovative problem-solving skills and a lifelong passion for learning.

Another inspiring example is High Tech High in San Diego, California. This network of charter schools focuses on project-based learning, where students tackle real-world problems through creative collaboration. Unlike traditional schools that emphasize rote learning, High Tech High integrates subjects into hands-on projects. Students have designed everything from eco-friendly products to art installations, demonstrating how an open, supportive environment can unlock hidden potential. By working on practical, meaningful challenges, students learn to think critically, work collaboratively, and develop a sense of ownership over their ideas. This approach shows that when young people are given the freedom to experiment and fail without fear, remarkable innovation follows.

Community initiatives also play a critical role in fostering creativity. The El Sistema music program in Venezuela provides free classical music education to children, particularly from disadvantaged backgrounds. This program offers more than just music lessons; it creates a nurturing community where children learn discipline, teamwork, and creative expression. Many graduates of El Sistema have gone on to become professional musicians or leaders in their communities. The program demonstrates how access to creative opportunities, even in challenging circumstances, can transform lives and unlock incredible talent.

Creativity Stifled by Unsupportive Environments

On the other hand, many young people miss opportunities to develop their creativity due to restrictive or unsupportive conditions. In underfunded schools, particularly in low-income areas, students often lack access to art programs, music classes, and extracurricular activities that encourage self-expression. Without these creative outlets, students may struggle to develop innovative thinking skills or discover their passions. These missing elements can reinforce a cycle of limited opportunity and low achievement, leaving many young people feeling disengaged and uninspired.

Rigid academic systems can also hinder creativity. In environments where standardized testing is the main focus, students are often pressured to memorize facts rather than think critically or explore new ideas. This fear of making mistakes leads to a "play it safe" mindset, where students avoid taking risks or thinking outside the box. Such environments stifle curiosity and innovation, leaving little room for the kind of creative thinking that drives progress. When young people are not encouraged to experiment and explore, their full potential remains untapped.

CONCLUSION

Creativity is a vital skill that shapes the personal and professional growth of young people, fostering innovation and resilience. This research underscores that the environment—whether physical, social, or emotional—plays a critical role in nurturing or stifling this potential. Positive environments that encourage exploration, collaboration, and emotional safety can unlock remarkable creative abilities. Conversely, restrictive structures, stress, and digital overload can suppress imaginative thinking.

Understanding these influences empowers educators, parents, and policymakers to create spaces that support youth creativity. By fostering awareness of environmental impacts, we can cultivate more inclusive and dynamic settings where young people are free to experiment, fail, and innovate. This proactive approach not only enhances individual potential but also paves the way for a more creative, adaptable, and resilient society.

References

Amabile, T. M. (2012, April 26). Componential Theory of Creativity. Working Paper. Harvard Business School.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.hbs.edu/ris/Publication%2520Files/12-096.pdf&ved=2ahUKewjZ2a6QhYGKAxXuQvEDHZIZIYkQFnoECCkQAQ&usg=AOvVaw3jAQQCdhyoqqaH7PkuiLHp>

Amabile, T. (2017, July). Teresa Amabile - Creativity and Motivation [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YRnvox6_o2M

Cambridge Academic Content Dictionary. (n.d.). creativity. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/creativity>

Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. (n.d.). environment. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/environment>

Carson, J. (n.d.). Why is Creativity Important and What Does it Contribute? National Youth Council of Ireland. <https://www.youth.ie/articles/why-is-creativity-important-and-what-does-it-contribute/>

Creativity Explained. (2018, January). An Overview of the Componential Theory of Creativity (Amabile) [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XohNXggTMC8>

High Tech High. (2024, January 17). Learn more about High Tech High. <https://www.hightechhigh.org/about/>

Kennel, V. L., Reiter-Palmon, R. & Kaufman, J. C. (Eds.). (2018). Individual Creativity in the Workplace. (p. 12 – 13). Elsevier Inc.

Orben, A., Tomova, L., & Blakemore, S. (2020, June 12). The effects of social deprivation on adolescent development and mental health. *Lancet Children Adolesc Health*. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7292584/>

Page, M. (2020, December). The importance of creativity in teenagers' lives [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lvh6AVjFPT0>

Reggio Children - Reggio Emilia approach. (n.d.). Reggio Children. <https://www.reggiochildren.it/en/reggio-emilia-approach/>

Richardson, C., & Mishra, P. (2017). Learning environments that support student creativity: Developing the SCALE. *ScienceDirect*. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.11.004>

Sawyer, R. K., & Henriksen, D. (2024). *Explaining creativity – the science of human innovation*. (p. 73 - 75). Oxford University Press.

Simply Psychology. (2024, January 24). Maslow's Hierarchy of Needs. <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>

Yalveh, S., & Ali Nouri, S. (2017). Investigating Physical Environment Factors Affecting Creativity in the Process of Formation of an Architecture. *Science Arena Publications*. <https://sciarena.com/storage/models/article/dCXGRdp2yk2CkCZ3XH9hA7cSfTeM3FqvSgDkJVyz7NCUyfcQ4fUIGs9hG1GT/investigating-physical-environment-factors-affecting-creativity-in-the-process-of-formation-of-an-.pdf>

Yeh, C-W., Hung, S-H., & Chang, C-Y. (2022). The influence of natural environments on creativity. *Frontiers in Psychiatry*. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.895213>

Vanooteghem, K., Schwab, F., Babilevičienė, D. (2025). The Role of Environment in Shaping Youth Creativity. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 35-40, ISSN 2669-221X

SOCIAL MEDIA ADDICTION

Gabrielė Akstinaitė, Emilija Šarkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

gabriele.akstinaite@stud.viko.lt, emilija.sarkauskaite@stud.viko.lt

Consulted by Danutė Belazarienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

d.belazariene@vfv.viko.lt

INTRODUCTION

Social media is a great place which provides opportunities of socialising with people all over the world, sharing special moments with others, promoting a business and earning money. But if people don't use it with caution, it can become harmful and destroy people's lives. A lot of people feel more confident on the social media, because they are in charge of the way they present themselves. Also social media users share their opinions on different topics very bravely, because nobody can confront them face to face or see them. It can reduce feelings of isolation and provide a sense of belonging. This helps some users escape the reality and all the problems happening in their life. Social media allows people to be themselves, get attention, find likeminded people, receive positive feedback, socialise and in a way realise their hopes. Many people use social media to share their creative work, thoughts, and ideas, which can boost self-esteem and make them proud of themselves. The most popular social media activity right now is watching videos. Videos often reflect cultural trends, viral challenges, creating a sense of shared experience. They are entertaining and capture the viewers interest, they help to learn in an easy way or get information. These are the main reasons why so many people are using social media and why many might become addicted.

Our main goals of this study are to see what is the extent of this addiction, how it affects people's behavioural habits and their everyday life, what social media platforms are most often used and how much time people spend using them. Also we aim to agree or disagree with our chosen authors.

Problem: The study explores whether social media usage can become addictive and how such addiction can be recognised and measured in today's society.

Aim: to assess the extent of social media addiction and also to see exactly how it affects people's everyday lives.

Objectives:

- to produce a scientific literature analysis;
- to create research methodology for the problem analysis;
- to produce data analysis;
- to show that social media addiction is as serious and prevalent as other forms of addiction.

Methods and Sample: research methods used in the article are the ones of qualitative and quantitative research. Qualitative research method was chosen to get good quality, in-depth answers rather than a big quantity of answers. Quantitative research method was chosen to get a lot of answers that show the extent of the problem. Samples of the qualitative interview were a woman and a man, and the quantitative survey were 31 people, of whom 21 were women and 11 were men.

Theoretical justification

According to scientific literature, social media addiction has an increased impact on society and it affects almost everybody. The article *"The Impact of Social Networks on the Social Environment,"* written by Jonas Misiūnas in 2019, examines how intense use of social networks has become a self-explanatory part of modern youth's daily lives, raising serious issues such as addiction. These factors often lead to negative emotions and mental health problems, including sleep disorders and reduced

self-esteem. Based on a survey of 50 respondents aged 20–30 from Lithuania, the study revealed their habits: the majority spend one to two hours daily on social networks, while a significant portion of respondents admitted feeling a strong dependence on these platforms. Respondents most often use social networks to communicate with friends, follow news, and share details of their lives. At the same time, many exhibit constant message-checking and active engagement in social comparisons, which create tension and anxiety. The study concluded that social networks have become an inseparable part of modern society which greatly influences youth behaviour and psychological well-being. While they provide opportunities for communication, their use is also associated with negative feelings of social comparison and addiction, which can lead to stress, anxiety, and lowered self-esteem. Another science article which talks on the subject is a 2021 “Lrt.lt” interview with Vilnius University Institute of Psychology professor, psychologist dr. Laima Bulotaitė. The interview begins with dr. Bulotaitė's observation that although addiction to social media is not officially recognized in the list of addictions, it causes similar problems and is treated using the same methods as the other addictions. The reasons why people use social media are discussed. Dr. Bulotaitė explains that social media makes it easy for people to express their opinions and demonstrate their value. Dr. Bulotaitė emphasizes that this addiction is no longer just a problem for young people. The COVID-19 pandemic significantly influenced social media dependency among older individuals. She notes that introverts are particularly vulnerable, as they turn to social media for fulfilment of their communication needs, leading to further isolation. Loss of control, inability to complete tasks on time due to prolonged use of social networks, and feelings of anger, anxiety, or headaches after disconnecting, high blood pressure – these are the main symptoms which show that someone is addicted to the social media, as stated by dr. Bulotaitė. The researcher concludes the interview by giving tips on how to stop yourself from getting addicted to social media. The last literature article we chose was a 2024 "Lrt.lt" interview with Brigita Domarkaitė. B.Domarkaitė is a doctor psychiatrist, a psychoanalysis specialist and sports psychologist. Dr. Domarkaitė says that addiction is diagnosed when 3-4 symptoms are noticed. The psychologist acknowledges that addiction often arises from unaddressed psychological pain and trauma. Her analysis reveals that addiction is not merely a habit but a coping mechanism for deeper emotional issues. She outlines a structured recovery process, starting with self – awareness and acknowledgment of the problem, followed by seeking professional help. This aligns with findings in our study, where participants identified social media as both a refuge from real – life problems and a source of stress and procrastination.

Methods and sample: Two studies were conducted. The initial study employed a quantitative research method and convenience sampling. A survey was selected as the method of data collection with the research instruments comprising specific and closed-ended survey questions offering a range of response options from which respondents could choose. The first research employed a survey instrument to gain a further insight into the utilisation of social media among young people, and the impact of social media on everyday life. The survey consisted of 12 questions and was completed by 31 respondents. The second study employed a qualitative research method and convenience sampling, utilising structured interviews as the research instruments. The second study aimed to investigate the impact of social media addiction on individuals and their daily lives. The interviews consisted of 14 questions and were conducted with two informants: an 18-year-old woman student and a 22-year-old man student/worker.

The quantitative method consisted of 12 questions with multiple choice answers. The questions were:

1. Gender
2. Position (student, pupil, employed, unemployed but looking for a job, unemployed)
3. Age
4. How much time do you use your smartphone on an average day?
5. How much time per day do you spend on social media?
6. Are you active on social media? (post photos, videos)
7. Which social media platform do you use most?

8. How much time could you spend without social media?
9. Do you lose track of time on social media?
10. Does it seem like you're getting a notification, but when you check your phone, there's nothing there?
11. How often do you check your social media accounts?
12. Do you find that you can't put your phone down because you're waiting for someone to answer?

In our study we tried to see how much time people spent on their social media, which platforms they used, if they lost track of time they spent on social media, how often they checked their accounts, if they were worried when they did not get comments or answers to their messages. By doing this we tried to analyse and measure the time spent on social media and evaluate if such behaviour could have attributes of addiction.

The qualitative method consisted of 14 questions. The questions were about the addiction that respondents were facing, how it affected their daily life and their relationships, what kind of habits created the addiction or was it the respondents' surroundings which led to the addiction, how the respondents felt about the addiction.

Presentation of results

The results of the questionnaires, which employed both qualitative and quantitative methods, revealed a variety of responses from the 33 respondents. The following tables present a data analysis of the questionnaires, which were conducted using both qualitative and quantitative methods.

Table 1. Qualitative data analysis.

Question Respondents	Responses	
	Man	Woman
What kind of addiction do you have (watching videos, constantly checking posts, feedback addiction, etc.), on which platform and how much time do you spend on it?	“I am addicted to listening to podcasts on Youtube and watching videos on TikTok. I spend about 3 hours a day on Youtube and about 1 hour on TikTok.”	“I am addicted to watching videos on the TikTok platform. If it's a busy day, 2-3 hours, otherwise about 6-7 hours.”
How long have you been an addict?	“About 7 years. When I was a teenager, social media was very popular, so like all my friends, I watched videos and interacted on social media every day.”	“I think about 3-4 years. Sometimes it's less, sometimes more. At certain times, I guess, but of course it's always more or less there.”
Rate your addiction from 1 to 10 and why?	“I would rate it a 10 because I can't imagine my daily life without using social media, which I think shows that an addiction is very serious.”	“I think I would rate it 8. When I'm busy and doing something, I forget about my phone, but when I have a free minute, I pick up my phone out of habit and open one of the social media apps.”
How does this addiction affect your quality of life and your relationships with others?	“When I lose track of time while using social media, my sleep suffers. I sleep less and feel tired. In terms of relationships, when I'm heavily involved in social media, I often don't hear what's being said to me at first, or I don't listen as attentively to what the person is saying.”	“I leave my homework until the last minute, so I get stressed and panic that I won't be able to finish it. I feel exhausted and unrefreshed, and I don't sleep well.”

According to the research results, both informants assert that they are addicted to watching videos. They rate their addiction highly and indicate that it has been ongoing for many years, indicating that the addiction is highly developed. Furthermore, they report that spending long periods of time on social media disrupts sleep quality, causes fatigue, and procrastination, which can lead to stress and anxiety, and thus to the development of serious diseases.

Losing track of time while using social media is a sign of a lack of awareness that can ultimately lead to the development of an addiction. The responses indicated that the majority of respondents (15) occasionally lose track of time when using social media, while nine respondents consistently do so. This aligns with Misiūnas's observation of compulsive engagements leading to time mismanagement.

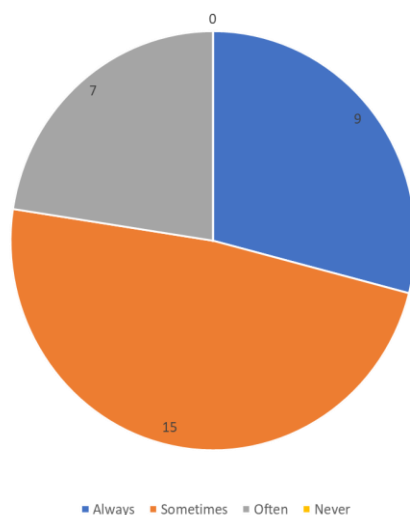


Figure 1. Losing track of time while using social media

This phenomenon, whereby individuals experience a sensation of receiving a notification but find none upon checking their phone, is closely associated with social media addiction. Among the respondents, 26 stated that this occurs “sometimes” suggesting a frequent subconscious urge to check their phones. Only 3 participants indicated “never,” while 1 experienced it “often,” and another “always.” This compulsive checking behaviour indicates heightened psychological reliance on social media interactions.

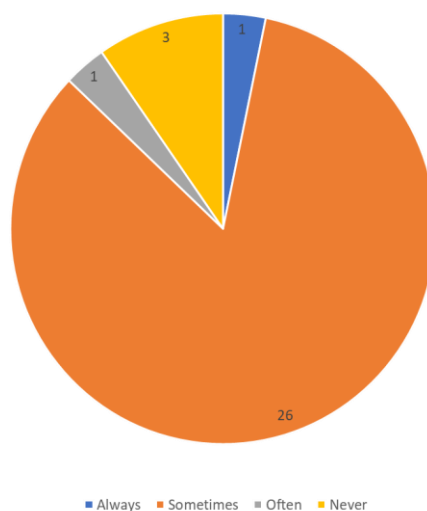


Figure 2. It seems like you're getting notification, but when you check your phone, there's nothing there

The following chart illustrates how often respondents experience the inability to put their phone down while waiting for someone to reply. It is important to highlight those 17 participants, answered “Yes,” indicating this behavior occurs regularly. 11 participants reported experiencing it “Sometimes,” while only 3 participants stated “No.” These findings highlight how social media use can become compulsive, making it hard to stop checking for replies and creating a constant need for social interaction.

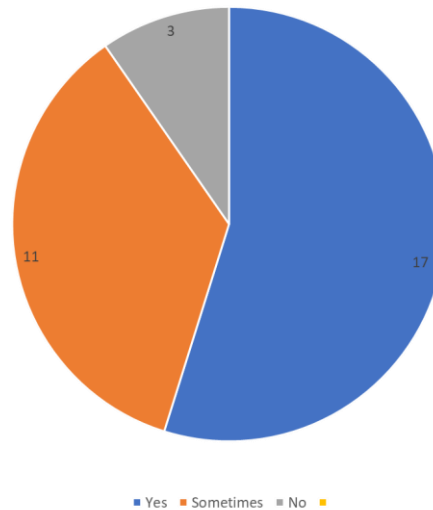


Figure 3. Finding that you can't put the phone down because you're waiting for someone to answer

Addiction to social media is a new threat. Making an overview of the first study results and the scientific literature that we analysed, we can confidently say that a big part of youth is addicted or are getting very close to addiction of social media. The results of the first study show that more than half of the study participants spend around 3-4 hours every day on social media and also more than half check their phone every hour. That means young people nowadays are less interested in spending time without social media and are more and more focused on their social media status. 58% of the respondents answered that they are sometimes active on social media. An interesting factor is that 8 out of 20 women answered that they could spend more than a week without social media. It shows that even though there are many people who can't imagine their day without scrolling through social media, there are some who are not addicted and can control themselves. To add, our first study results say that social media is a self-explanatory part of today's society.

Both participants of the second study agree that they do have a social media addiction. Both of them got addicted because of their surroundings. Additionally, both participants state that this addiction interferes with their everyday lives. The reasons why people use social media are visible in the study participants answers. The symptoms of an addicted person's behaviour when they can't use social media are clearly found in the participants' answers. That shows that this problem is real and relevant. Having in mind the answers and the theory, we can confirm that both informants exhibit signs of social media addiction, as one of the strongest indicators is engaging in activities with psychoactive effects - in this case, watching videos online. Additionally, three specific signs were identified that revealed their dependence on social media. The psychotherapist states that internal suffering is a result of addiction, and the informant also mentioned that psychological issues are the main cause of addiction. Since the informant is unable to find ways to resolve internal conflicts, she uses social media as an escape from her problems. We can judge the informants mental state by the fact that they agreed to do this interview. That means they agree and accept the fact that they are addicted to social media. And that is the first step to getting better. After this interview both informants left with hope and motivation in their voice, which was a very positive outcome.

CONCLUSIONS

Both studies confirm that social media addiction is a significant issue, particularly among young adults aged 18 – 25. The findings demonstrate that this addiction stems from a combination of psychological and environmental factors. Participants reported excessive time spent on the social media, disrupted sleep patterns, and a tendency to neglect essential responsibilities. These behaviours reflect common signs of addiction, such as loss of control, compulsive engagement, and difficulty disconnecting from social platforms. The study highlights the deceptive nature of social media addiction. While it may seem less harmful than other forms of addiction, for example, drugs, its long – term effects include stress, anxiety, reduced productivity, and deteriorating interpersonal relationships. These consequences emphasize the need for greater awareness and proactive measures to address the issue. This type of addiction is also more passive than others, often lasting five to seven years. Moreover, to mitigate the effects of social media addiction, individuals should adopt practical strategies such as setting time limits, engaging in offline activities, and seeking support when necessary. Public awareness campaigns can play a vital role in educating the society about the risks of excessive social media use and how to recognize the signs of addiction. Therefore, we are encouraged to discuss this topic more widely so that it could become even more recognisable in Lithuania.

References

Bulotaitė, L. (2021). Padėję telefoną nebežinote, kuo užsiimti? Priklausomybė nuo socialinių tinklų klampina ne tik jaunimą. *Straipsnis LRT.lt*, prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/gyvenimas/13/1317363/padeje-telefona-nebezinote-kuo-uzsiimti-priklausomybe-nuo-socialiniu-tinklu-klampina-ne-tik-jaunima>

Domarkaitė, B. (2024). Psichoterapeutė apie priklausomybę: pačiam susitvarkyti dažniausiai neįmanoma. *Straipsnis LRT.lt*, prieiga per internetą <https://www.lrt.lt/naujienos/gyvenimas/13/2189555/psichoterapeute-apie-priklausomybe-paciam-susitvarkyti-dazniausiai-neimanoma>

Bacys, T. (2019). Paauglių priklausomybė nuo socialinių tinklų internetinėje erdvėje. *STEP: Socialinė teorija, empirija, politika ir praktika*, <https://doi.org/10.15388/STEPP.2013.0.1390>

Kriauciūnienė, R. & Arcimavičienė, L. (2023). *English for Academic Purposes and Research: textbook*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.

Hornby, A. S. (2010). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Oxford University Press.

Akstinaitytė, G., Šarkauskaitė, E., Belazarienė, D. (2025). Social Media Addiction. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 41-46, ISSN 2669-221X

PROMOTING BUSINESS DEVELOPMENT IN LITHUANIA AND UKRAINE: COMPARISON OF CONDITIONS, SUPPORT TOOLS AND PROSPECTS FOR IMPROVEMENT

Tymofii Kofanov, Ivan Maliuchenko, Mariia Siromakha, Yuliia Volohodska

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

tymofii.kofanov@stud.viko.lt; ivan.maliuchenko@stud.viko.lt; mariia.siromakha@stud.viko.lt ;
yuliia.volohodska@stud.viko.lt

Consulted by dr. Viktor Kozlovskij

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

v.kozlovskij@vuf.viko.lt

INTRODUCTION

Creation of a favorable business climate is an important condition for economic growth, enhancement of competitiveness, and attraction of investment. This is especially urgent for countries like Lithuania, an established EU member state with a well-developed economic infrastructure, and Ukraine, which is still recovering from the COVID-19 pandemic and is actively solving challenges presented by the 2022 Russian invasion. These contrasting economic contexts create a special opportunity to explore the business environment of both countries in terms of factors that contribute to the developmental and investment attractiveness. The purpose of this study is to identify the main factors affecting the business climate in Lithuania and Ukraine and to point out opportunities for improvement. To achieve this goal the authors applied qualitative and quantitative research methods, where they analyzed scientific literature and interviewed Lithuanian and Ukrainian entrepreneurs. Analysing the above-mentioned research methods, the authors formulated recommendations for improving the economic situation in both countries and presented conclusions.

Problem – Comparison of business support conditions in Lithuania and Ukraine in order to identify areas that can improve the business climate and increase the attractiveness of both countries for investors.

Aim – Analyse and compare the environment of Ukrainian and Lithuanian businesses to identify the key factors that influence their development.

Objectives:

- to analyse scientific literature and consider methodological approaches and research methods;
- to have interviews with Ukrainian and Lithuanian businessmen to compare business conditions;
- to collect and analyse interview data;
- to formulate research results, conclusions and recommendations.

Methods: qualitative and quantitative research.

Theoretical Justification

Post-war economic reconstruction in Ukraine shows unprecedented opportunities in infrastructure, agriculture, and digitalization, driven by international aid and private sector investments. As Dodd (2024) states the recovery of Ukraine requires an estimated \$486 billion to address both physical reconstruction and improving modernized economic resilience. The country has decent strategic location, rich natural resources, and a high level of human capital that further improves its investment attractiveness. However, big governance risks and wartime remain very serious issues. Investment incentives, free trade agreements and government initiatives are crucial to decrease these risks and demonstrate how international cooperation can serve as a driving force for modernizing the business environment of Ukraine and setting the model for resilient economic development.

Financial and economic security plays a decisive and important role in the development of various sectors of Ukraine. This includes agriculture, industry, transportation, as well as construction. (Dmytryk et al., 2024). Scientists argue that when financial stability increases, the level of competitiveness and resource efficiency increases. Despite the consequences of socio-political problems, military and global conflicts and crises, modeling approaches emphasize the causal relationship between financial stability and growth in sectors. This comprehensive program emphasizes the need to develop comprehensive policies to strengthen financial and economic security, which is critical for sustainable business development in the face of systemic problems.

The war in Ukraine has significantly undermined the stability of the economy and increased instability between sectors. According to Lușcan (2024), the conflict leads to a reduction in GDP, disruption of trade and widespread damage to infrastructure. Although significant foreign aid has been mobilized, the energy and agricultural consequences of the war to address urgent humanitarian and financial problems have contributed to international policy responses, including sanctions against Russia and financial support for Ukraine, while rebuilding Ukraine lays the foundation for long-term economic sustainability. The analysis highlights the importance of the strategic economic framework and international cooperation in the reconstruction of the economy affected by the war.

The COVID-19 pandemic has shown just how crucial resilient governance is for businesses during tough times. Lithuania's experience during this period has proven that blending centralized and decentralized approaches can help maintain stability. Nakrošis & Bortkevičiūtė (2022) use institutional theory to explain that while cooperation and normative pressures encourage gradual change, coercive pressures can lead to significant issues under political leadership. This underscores the importance of promoting adaptability and systemic learning in business environments to effectively navigate and overcome crises.

The foundation of business development rests on economic and political stability. While the Russia–Ukraine war disrupted usual export and transportation, Lithuania showed resilience through domestic demand recovery and its integration into European markets. Conducive government policies in defense, education, and digital transformation have made it rewarding for business development. A similar theoretical position that strategic government intervention is especially necessary in infrastructure and security aspects to ensure sustainable economic development, this information was confirmed by Lithuania Country Report (2024).

Lithuanian companies have their own social capital of sustainability, and family ties provide vital resources as they navigate difficult economic conditions characterized by political uncertainty and limited infrastructure, providing companies with effective access to financial and human capital. Dyer & Mortensen (2005) argue that the use of family ties in entrepreneurship ensures competitiveness, especially in adverse conditions. This point of view underlines the importance of targeted support for family enterprises as a policy tool to stimulate regional economic activity and business growth in the region.

Research methods and sample

To answer the question of the research, the writers of this article tried to use a qualitative research method. The analysis included an interview which was conducted on 29th of November 2024 with one businessman who has experience of running businesses in both countries: Lithuania and Ukraine. Businessman Linas Mališka is an example of a successful entrepreneur and public figure. His professional career includes working in diplomatic and government positions, managing a group of enterprises in Lithuania and Ukraine, including the large Pontic Training brand, as well as active participation in the activities of the Vilnius Chamber of Commerce, Industry and Crafts. Through his activities, he has made a significant contribution to the development of cross-border business, demonstrating the ability to adapt to different economic contexts and ensure sustainable growth. His business has successful presence in both Lithuania and Ukraine, which indicates the ability to adapt

to different economic conditions and effectively manage companies in two countries with different business cultures. The authors tried to collect data from the answers of this interview. Qualitative method consisted of 16 questions.

Table 1. Comparison of Ukraine and Lithuania environments

	Lithuania	Ukraine
Advantages of the business environment	<ul style="list-style-type: none"> • Small country size simplifies logistics (accessible roads and quick transportation). • Higher purchasing power: consumers buy mid- to high-range products. • The market relies on large supermarkets, providing opportunities for branded products. 	<ul style="list-style-type: none"> • Large population provides significant potential for high-volume sales. • Less competition in certain niches; easier market entry.
Disadvantages of the business environment	<ul style="list-style-type: none"> • Limited market size, making some products unprofitable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Weak purchasing power, complicated logistics • Poor road conditions.
Main challenges for business	<ul style="list-style-type: none"> • High levels of corruption in the customs and tax systems. • Low employee qualifications. 	<ul style="list-style-type: none"> • High levels of corruption in the customs and tax systems. • Low employee qualifications. • Logistical issues exacerbated by the war.
State support for business	<ul style="list-style-type: none"> • Programs from Brussels (e.g., Europe Shares) fund tastings and participation in exhibitions. 	<ul style="list-style-type: none"> • State support is often inaccessible due to high corruption levels and complex administration.
Impact of the war	<ul style="list-style-type: none"> • Rising energy prices affected the competitiveness of products. 	<ul style="list-style-type: none"> • Decreased purchasing power of the population. • Population outflow (8-10 million people moved to Europe). • Infrastructure damage and electricity disruptions. • Increased costs for generators and logistics.
Comparison of regulatory systems	<ul style="list-style-type: none"> • Effective Customs and Tax systems after EU integration. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bureaucracy hinders business operations. • Non-repayment of VAT and corrupt schemes reduce entrepreneurs' trust. • High regulation levels in specific sectors (e.g., veterinary services).
Business prospects	<ul style="list-style-type: none"> • Stable environment for complex, high-value products targeting the EU. 	<ul style="list-style-type: none"> • Holds potential due to its large market and international initiatives like "<i>Rebuild Ukraine</i>".
Recommendations to improve the business climate	<ul style="list-style-type: none"> • Lower regulatory requirements for small producers. • Develop energy independence to reduce production costs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Simplify customs and tax procedures. • Reduce corruption. • Rebuild infrastructure.
Conclusions on business prospects	<ul style="list-style-type: none"> • Attractive for high-tech projects and niche products aimed at the EU market. 	<ul style="list-style-type: none"> • The largest potential for business development lies in the size of its market.

Ukraine has demonstrated significant business development potential based on large and high consumer demand, especially in the context of post-war recovery. The size of the market offers unique opportunities for investment and expansion, particularly in the construction, logistics, technology and agriculture sectors. At the same time, Ukraine faces serious challenges, such as corruption, complex bureaucratic procedures, dilapidated infrastructure and energy instability. Overcoming these obstacles requires effective customs and tax reform and international support. Lithuania, for its part, has a stable business environment, a transparent regulatory process and integration into the EU. This creates favorable conditions for the development of high-tech projects, complex products and niche solutions. However, due to the small size of the market and high energy costs, opportunities for certain industries are limited, so more attention should be paid to energy independence and simplifying conditions for small producers. Both countries have demonstrated excellent business resilience even in the face of global crises. The analysis shows that strategic use of the strengths of Ukraine's market size and Lithuania's stability, along with addressing the fundamental problems of the economies of both countries, will serve as an example for other countries trying to adapt to the challenging conditions of the modern world.

Comparison of Ukraine and Lithuania environments

The source of all information listed below comes from [WorldData.info](https://data.worldbank.org/), retrieved on 30/11/2024. This source is reliable, because this website only collects data from official sources, such as the United Nations Population Division, the European Commission and etc. The authors analysed eight indicators: two geographical indicators (territory and population) and six macroeconomic indicators (GDP, GNP, Exported goods, Imported goods and corruption index). These indicators allowed the authors to analyse in more detail the differences in the geographical and economic situation in both countries.

Table 2. Comparison of Ukraine and Lithuania area and population

	Ukraine	Lithuania
Area	603,6 km ²	65,3 km ²
Population	37,000,000	2,872,000

Ukraine's territory is 9.2 times larger than Lithuania's, offering significant advantages such as more land for agricultural development, industrial construction, and residential expansion. Additionally, Ukraine's population is 12.9 times greater than Lithuania's, providing a considerable labor force advantage. A larger population not only ensures a broader workforce but also contributes to a higher tax base, which is essential for economic growth. These factors underscore Ukraine's potential for large-scale economic development and resource utilization compared to Lithuania.

In this paragraph, the authors will not emphasize the advantages in either country, since the situation in both countries is bad and if everything seems not so bad now, in 20-30 years, if the situation does not change, there will be a catastrophe.

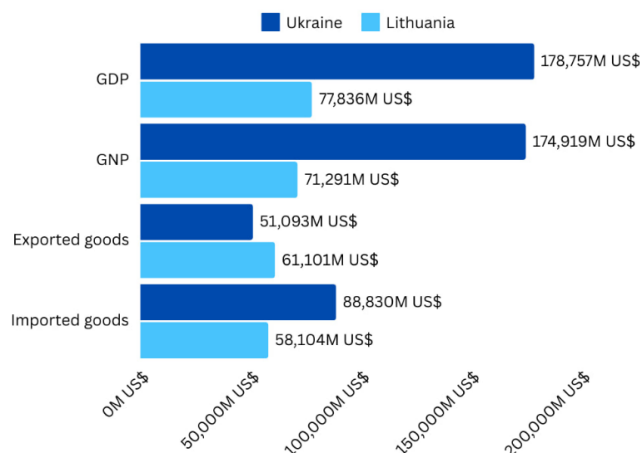


Figure 1. Comparison of Ukrainian and Lithuanian GDP, GNP, Exported goods, Imported goods
Source: Adapted from *Country comparison: Lithuania and Ukraine*, by World Data, n.d. Retrieved November 30, 2024, from <https://www.worlddata.info/country-comparison.php?country1=LTU&country2=UKR>.

In general, Ukraine has a higher GDP and GNP than Lithuania, but this does not mean that the situation inside the country is better, because the population in Ukraine is much larger, so if we calculate GDP per 1000 people, Ukraine will have 4.83 M US\$, and Lithuania 27.10 M US\$, so the economy in Lithuania is more favorable for business. Also, Lithuania's national currency is the Euro, which gives it advantages over Ukraine - Russia cannot interfere in the Lithuanian economy, and in general, the Euro is more stable than the Hryvnia at the moment. Nowadays, because of the war, Ukraine has to buy most of its goods abroad, while Lithuania needs less imports and even exports a little more, which is good for the Lithuanian economy.

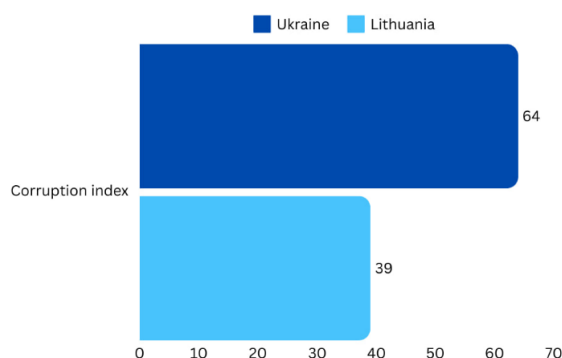


Figure 2. Corruption index in Ukraine and Lithuania

Source: adapted from *Country comparison: Lithuania and Ukraine*, by World Data, n.d. Retrieved November 30, 2024, from <https://www.worlddata.info/country-comparison.php?country1=LTU&country2=UKR>.

Also, one of the main problems of Ukraine is corruption, while the situation with corruption in Lithuania is much better. According to the corruption index, Lithuania has almost 2 times less corruption than Ukraine. Corruption in Ukraine has been a serious economic problem since its independence, hindering many of the country's development processes. This creates a difficult environment for businesses and citizens. In Lithuania, this indicator is much lower, thanks to successful reforms that have reduced corruption and improved the economic environment in the country.

CONCLUSIONS

The research analyzes the contrasts in the business environments of Lithuania and Ukraine. On one side, Lithuania uses the advantages of EU integration, a stable regulatory framework, and an environment for high-tech and niche industries, although its small market size limits opportunities for growth. On the other hand, Ukraine has a big market with large potential, especially in construction, logistics, and technology, considering post-war recovery opportunities. However, corruption, bureaucratic inefficiency, and damaged infrastructure are serious barriers to doing business.

Interview showed that Lithuania's strong points are a transparent system, logistical efficiency, and a good market integration with the EU. The more extensive population and market of Ukraine promise good opportunities for high-volume sales and investments, especially in industries like building, logistics, and technology. However, business activities in both countries share a few challenges that remain common between them, such as corruption.

A direct comparison highlights differences in business environments of Lithuania and Ukraine: the smaller market of Lithuania is offset by regulatory transparency, Euro-based stability; for Ukraine, advantages are viewed in its big territory, a larger workforce, and potential for rebuilding, while its GDP per capita and level of corruption fall behind Lithuania.

To improve the business environment, authors recommend simplifying regulatory processes in Lithuania to support small and medium-sized enterprises and diversify into markets beyond the EU. Ukraine must prioritize reforms to reduce corruption, streamline bureaucracy, rebuild critical infrastructure, and most importantly, win the war. Such measures will help enhance resilience, attract investment, and support long-term growth for both countries.

References

Ciprian Lușcan, M. (2024). Economic Consequences of War in Ukraine: A Comprehensive analysis. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 1, p. 416-424.

Dmytryk, O., Vasylytsiv, T., Mulska, O., Lupak, R., Kunytska-Iliash, M., & Dybyna, M. (2024). Financial and economic security and development of priority sectors of the national economy Ukraine: Casual nexus empirical. DOI: 10.55643/fcaptop.4.57.2024.4443.

Dodd, O. (2024). The greatest opportunity. *New Zealand International Review*, 3, p. 12-15. 4p. Academic Search Ultimate.

Gibb, W., Panicheva Mortensen, S., & Dyer, Jr. (2005). Entrepreneurship and Family Business in a Hostile Environment: The Case of Lithuania. *Family Business Review*, 3, p. 247-258. DOI: 10.1111/j.1741-6248.2005.00045.x.

Lithuania Country Report. (2024). S&P Global: Country/Territory Report - Lithuania. Lithuania Country Monitor. *Business Source Ultimate*, p. 1-39.

Nakrošis, V., & Bortkevičiūtė, R. (2022). Resilience building during the management of the COVID-19 crisis in Lithuania: Major breakthroughs and incremental change. <https://doi/10.1111/1468-5973.12420>

WorldData.info. (n.d.). *Worlddata: The world in numbers*. Worlddata.info. Retrieved December 1, 2024, from <https://www.worlddata.info/>

Kofanov, T., Maliuchenko, I., Siromakha, M., Volohodska, Y., Kozlovskij, V. (2025). Promoting Business Development in Lithuania and Ukraine: Comparison of Conditions, Support Tools and Prospects for Improvement. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 47-52, ISSN 2669-221X

STUDENT VOLUNTEERING: EXPERIENCE AND OPPORTUNITIES

Gabija Gritėnaitė, Rusnė Atkočiūnaitė

Vilniaus Kolegija/Higher Education Institution, Lithuania
gritenaitegabija@gmail.com, rusne.atkociunaite@gmail.com

Consulted by Vilma Kardauskė

Vilniaus Kolegija/Higher Education Institution, Lithuania
v.kardauske@vvf.viko.lt

INTRODUCTION

Volunteering is the desire to help a community or organization without expecting material benefits. It's a great opportunity for individuals to connect with others, challenge themselves, assist those in need, and ensure that not everything in today's society revolves around money. However, sometimes people like to set elevated expectations and end up being disappointed. Sanders and Balcanoff (2022) state that "understanding volunteer motivation is essential for developing programs that would meet volunteers' expectations and ensure long-term engagement" (p. 7090). While volunteering can occasionally cause stress due to certain tasks, it provides far greater rewards, including positive emotions, lasting memories, and new relationships. The primary aim of a volunteer is to assist others, pursuing social rather than personal gains. This is seen as one of the innate traits of a person: helping others in order to experience personal happiness. Volunteering is becoming increasingly popular among students who seek to expand their professional opportunities and gain practical experience while still studying. Armstrong, Devlin, and Seifi (2023) emphasize that volunteering opportunities not only provide students with valuable experience but also encourage active participation in the community. This activity is especially important today, where much emphasis is placed on social responsibility, skill development, and professional experience during studies. Volunteering becomes a personal choice and a strategic tool for students seeking a successful career.

Problem – what are the challenges of student volunteering and what opportunities exist for students who want to engage in volunteer activities?

Aim – to analyse the benefits of volunteering and its impact on society and volunteers, based on survey data.

Object – to explore the experiences, motivations, and opportunities of student volunteering and to identify factors that encourage or limit engagement.

Objectives:

- to conduct a literature review on the benefits of volunteering for students and its impact on personal and professional development;
- to provide information about the opportunities and challenges students face when engaging in volunteering;
- to conduct a quantitative survey to understand students' views on volunteering, their experiences, and motivations;

Methods. Two methods were selected for this research: literature analysis, quantitative research (survey).

Literature analysis

The study by Armstrong, C. D., Devlin, R. A., & Seifi, F. (2023) examines the impact of volunteer opportunities on people's participation in volunteer work. The authors draw on an economic perspective and argue that volunteer programs are more likely to engage if these opportunities are clearly displayed and tailored to the needs of participants. This is an important contribution to the economics of volunteering, as it shows how structured volunteer opportunities can increase volunteer

participation and attract more attention to reach a wider audience. The study highlights the need to provide volunteer opportunities and to properly present and engage potential volunteers.

A study by Sanders and Balcanoff (2022) examines the motivation for volunteering in adaptive skiing programmes for people with disabilities. The authors identify the main factors that motivate volunteers to participate in these projects, highlighting the emotional connection of the community and social aspects such as the desire to help others and to create. Díaz-Iso et al.'s (2020) study adds to this perspective by revealing that social interaction in volunteering activities develops personal and professional skills, improves psychological well-being and enhances social responsibility. These studies highlight that a clear communication of the benefits of volunteering to both volunteers and service users is essential to attract more participants and to effectively design specialised programmes.

In conclusion, these two articles highlight that volunteer involvement is a dynamic process shaped by both practical factors like opportunities and organizational structure, as well as personal and emotional motivations. Well-crafted volunteer opportunities and effective motivational strategies can greatly enhance volunteering programs and boost participation.

Volunteering for Students: Benefits, Opportunities, and Skills

Volunteering offers students opportunities for personal and professional growth. It helps develop essential skills such as teamwork, leadership, problem-solving and communication, which are important for both studies and future careers. According to Wu and co-authors (2024), volunteering also contributes to the building of social capital, allowing students to gain practical experience and to make meaningful social connections. Their study showed that the main motives for volunteering are personal fulfilment, skill development and social experience. Such activities not only raise students' awareness of social and environmental challenges, but also open up a wider range of career opportunities in a variety of fields where practical skills and social responsibility are valued.

Beyond these personal benefits, volunteering can enhance a student's academic and professional future by offering extra points for entrance exams, which can improve their chances of gaining admission to competitive programs. Many universities value students who engage in volunteering, as it demonstrates initiative, responsibility, and community involvement. For students who may have faced academic challenges, volunteering can also offer a chance to improve their standing, as some institutions provide additional recognition or grades for volunteer work. Overall, volunteering opens doors to career opportunities and plays an important role in shaping well-rounded individuals.

A study by Bilavych et al. (2022) examines the benefits of volunteering for students in academic and professional activities. The authors highlight that participation in volunteering programmes, such as event management, allows students to learn the basics of project management, improve organisational skills, resolve conflicts and develop leadership skills. In addition, such activities contribute to better academic performance and provide a competitive edge in the labour market. The study also highlights that practical experience and the ability to work in a team are often more valuable than theoretical knowledge. Volunteering fosters a sense of responsibility and adaptability to different working environments, which helps develop social and professional skills.

Bilavych et al. (2022) analyse how volunteering contributes to the development of social networks and career opportunities. The study highlights that volunteer often gain professional contacts and job offers when they are involved in building and improving their community. Volunteering can also provide a platform for sharing ideas, finding mentors and collaborating with other enthusiasts. These relationships contribute to creating opportunities both professionally and personally.

Virtual volunteering is also becoming increasingly important in modern society. Colligan and Hmurovic (2024) argue that "virtual volunteering offers the opportunity to contribute to the well-being of a community through the use of technology that reaches a wide audience and creates

opportunities to participate without having to be physically present" (p. 333). This makes it easy for people, including students, to contribute to a wide range of initiatives, regardless of their geographical location, thus expanding volunteering opportunities. Virtual volunteering also offers greater flexibility and can be a great alternative for those who do not have the opportunity to take part in physical projects but still want to contribute to social causes and develop their skills.

Quantitative research analysis

A survey was conducted to explore volunteers' views, their reasons to volunteer, and the benefits they perceive for their personal and social lives. The survey provides valuable insights into how volunteering positively impacts participants and contributes to the well-being of communities. A total of 196 students took part in the survey. Among the responses, 73.5% came from females, 24% from males, and 2.6% from individuals who chose not to disclose their gender. The majority of responses, 59.7%, were from the 18-21 age group, followed by 20.4% from the 22-25 age group, 14.8% from those aged 26 and older, and 5.1% from individuals aged 18 and under.

71.4% of the respondents answered positively to the question "Have you ever volunteered?", 19.9% answered negatively. The remaining 8.7% answered "No, but I would like to".

How much time have you volunteered?

196 answers

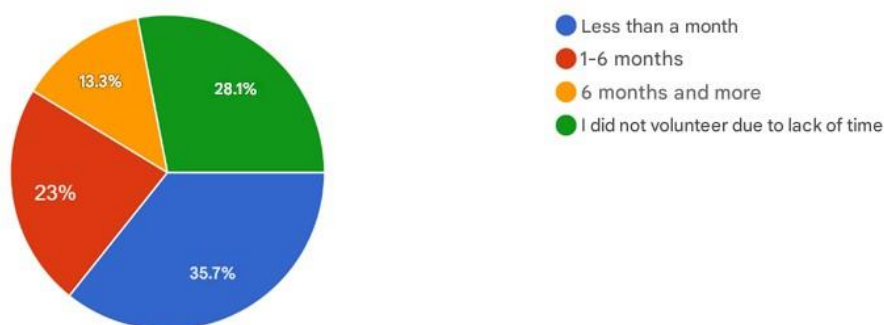


Figure 1. How much time have you volunteered?

The question "How much time have you volunteered?" assesses how committed people are to volunteering and what attitude they have towards it. The results reveal (see Figure 1), that the highest proportion of respondents did not undertake long-term volunteering, with 35.7% volunteering for a month or less. As many as 28.1% of the respondents say that they did not volunteer because of lack of time. A significant 23% volunteered between 1 month and 6 months. The remaining 13.3% volunteered for 6 months or more.

In what area have you volunteered or would you like to volunteer?

196 answers

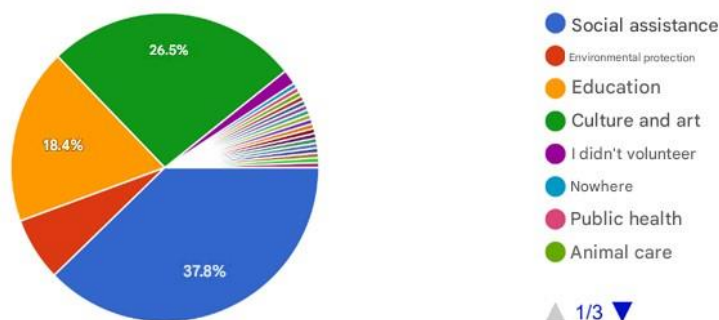


Figure 2. In what area have you volunteered or would you like to volunteer?

The question "In what area have you volunteered or would you like to volunteer?" helps to understand what activities people find meaningful and where they see the greatest opportunity to contribute to society. The largest number of respondents (37.8%) indicated (see Figure 2) that they volunteered or would like to volunteer in social support, 26.5% were interested in culture and arts and 18.4% in education. The rest of the respondents chose a wide range of other areas in which they volunteer or would like to volunteer, such as animal care, public health, etc.

Do you think volunteering helps you develop career opportunities?

196 answers

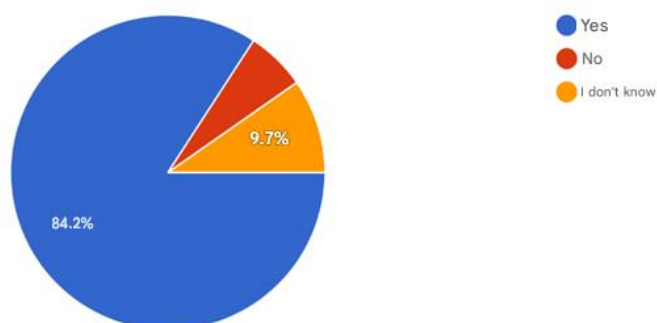


Figure 3. Do you think volunteering helps you develop career opportunities?

In response to the question, "Do you think volunteering helps you develop career opportunities?" the survey reveals how volunteering can enhance professional growth by providing new skills and networking opportunities. The majority of respondents (84.2%) believe that volunteering does help in developing career opportunities, while 6.1% disagreed, and 9.7% were unsure.

In your opinion, what are the main disadvantages of volunteering?

196 answers

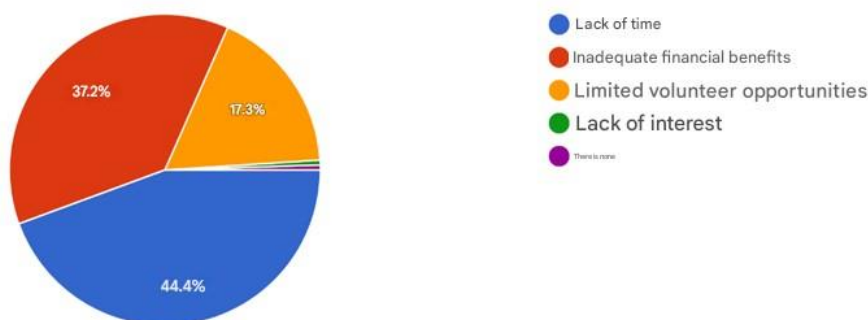


Figure 4. In your opinion, what are the main disadvantages of volunteering?

The question, "In your opinion, what are the main disadvantages of volunteering?" helps identify the challenges and difficulties that volunteering may involve, as well as how these factors can impact volunteers' motivation and engagement. The largest number of respondents (44.4%) (see Figure 4), reveal that the biggest disadvantage is lack of time. Additionally, the lack of financial benefits also plays a role, accounting for 37.2%, while 17.3% of respondents indicate that limited volunteering opportunities are the main disadvantage for them. The rest say there are no disadvantages or they lack interest.

What information related to volunteering would be the most important for you to receive?

196 answers

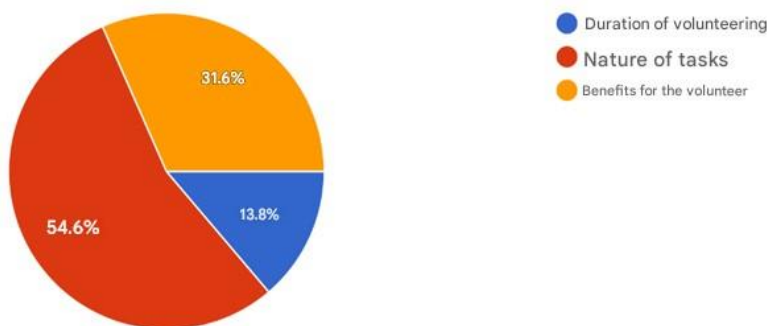


Figure 5. What information about volunteering would be most important for you to receive?

The question, "What information about volunteering would be most important to you?" helps determine which factors, such as opportunities, benefits, or organizations, are most important to individuals when deciding to volunteer. More than half of the respondents (54.6%) indicate (see Figure 5) that the nature of the tasks is the most important piece of information; 31.6% claim that volunteering benefits are also quite important. The duration of the volunteering is equally important for 13.8% of respondents.

Do you think that higher education institutions should encourage student volunteering more actively?

196 answers

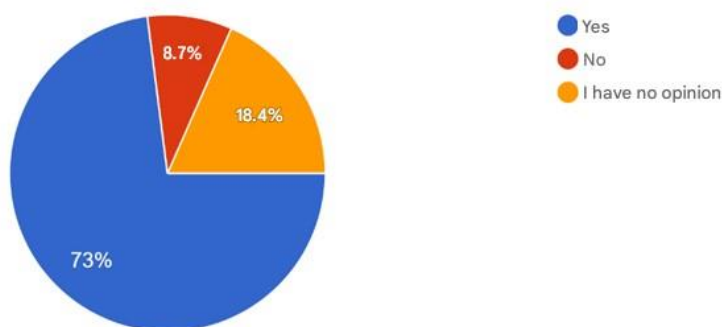


Figure 6. Do you think that higher education institutions should encourage student volunteering more actively?

By examining the question, "Do you think higher education institutions should encourage student volunteering more actively?" we can evaluate how much importance people place on the role of higher education in motivating students to participate in volunteer activities and how this affects their personal and professional growth. The majority, 73% of respondents, believe that higher education institutions should take a more active role in promoting student volunteering, while 8.7% disagree, and 18.4% have no opinion.

How would you like to find out about volunteering opportunities?

196 answers

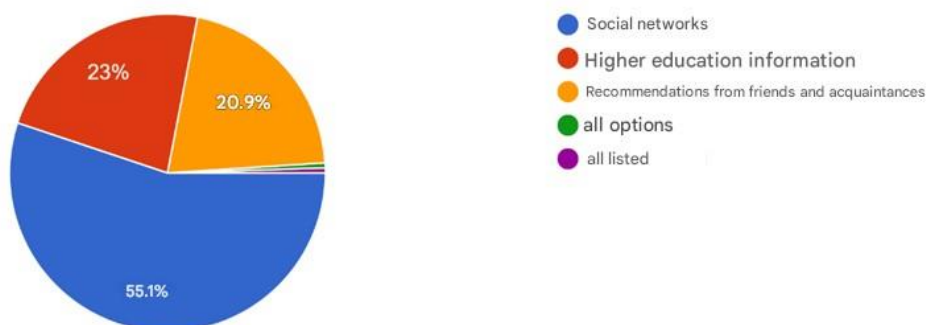


Figure 7. How would you like to find out about volunteering opportunities?

By analyzing the question "How would you like to find out about volunteering opportunities?" we can gain insight into the most effective information channels and methods for reaching potential volunteers and motivating them to participate. In today's socially dominated society, more than half 55.1% (see Figure 7) of respondents say they would like to find out about volunteering opportunities through social networks. 23% would also like to receive information from higher education institutions and 20.9% would prefer recommendations from friends and acquaintances. The rest choose all the options listed.

CONCLUSIONS

Volunteering helps students learn valuable skills such as teamwork, leadership and problem-solving.

Research (Armstrong et al., 2023; Sanders and Balcanoff, 2022) shows that clearly presented volunteering opportunities and emotional motivations lead to higher engagement.

Volunteering promotes active participation in the society and opens up wider professional opportunities.

Well-structured and clearly presented volunteering opportunities help to reach a wider audience and increase the effectiveness of programs.

Emotional and social motivation, such as the desire to help others, is an important factor in the success of volunteering programs.

References

Albertson, K. (2024). Three nonprofits, various challenges, ISE solutions: Annual Conference volunteers make an impact in Montreal. *ISE: Industrial & Systems Engineering at Work*, 56(9), 24–29.

Armstrong, C. D., Devlin, R. A., & Seifi, F. (2023). Build it and they will come: Volunteer opportunities and volunteering. *Canadian Journal of Economics*, 56(3), 989–1006. <https://doi.org/10.1111/caje.12671>

Colligan, C. M., & Hmurovic, J. (2024). Consumer Well-Being and Public Policy: More than a Modality: Conceptualizing New Ways Consumers are Using Technology to Support Social Causes Through Virtual Volunteering. *AMA Summer Academic Conference Proceedings*, 35, 331–335.

<https://www.vle.lt/straipsnis/savanoryste/#:~:text=savanor%E1%BB%B9st%C4%97%2C%20laisvu%20oru%20pasirinkta%20veikla,savanoriui%2C%20jo%20artimiesiems%20ar%20draugams>.

Sanders, M., & Balcanoff, S. (2022). Motivations for volunteering in an adapted skiing program: implications for volunteer program development. *Disability & Rehabilitation*, 44(23), 7087–7095. <https://doi.org/10.1080/09638288.2021.1981466>

Wu, Y., Liu, S., Song, Y., Zhang, Z., & Liu, Y. (2024). The influencing factors of participation in time banking volunteer service for older adults among university students in Nanjing, China. *Frontiers in Public Health*, 11.

Díaz-Iso, A., Eizaguirre, A., & García-Olalla, A. (2020). Understanding the role of social interactions in the development of an extracurricular university volunteer activity in a developing country. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4422.

Bilavych, H. V., Tkachivska, I. M., Rozman, I. I., Didukh, I. J., Fedchyshyn, N. O., & Fedoniuk, L. J. (2022). Volunteer movement of Ukrainian students in the field of medical aid, education, health care for children and adults (end of the XIX – 30s of the XX century). *Wiadomości Lekarskie*, 75(11, Part 2), 2855–2861.

Atkočiūnaitė, R., Gritėnaitė, G., Kardauskė, V. (2025). Student Volunteering: Experience and Opportunities. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 53-59, ISSN 2669-221X

ISSUES OF WORK, STUDIES AND LEISURE AMONG THE YOUTH

Gabija Samukėnaitė, Brigita Kerulytė, Raminta Balčiūnaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

gabija.samukenaite@stud.viko.lt; brigita.kerulyte@stud.viko.lt; raminta.balciunaite@stud.viko.lt

Consulted by Vilma Kardauskė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

v.kardauske@vvf.viko.lt

INTRODUCTION

The daily lives of university students are influenced by various dynamics, encompassing social, personal, academic, and technological factors. These influences manifest in various timeframes and contexts (Viñals, 2016). A balance between work, academic life and leisure is an ongoing challenge faced by both young people and adults. Balancing work and leisure remains one of the key challenges for modern individuals. Longer periods without breaks, spent studying or working, can lead to stress and negatively impact well-being, while breaks and physical activity help to mitigate this stress (BMC Public Health, 2024). According to the findings of Sanz-Arazuri et al. (2018), leisure periods and spaces have encountered the influence of digital dynamics, manifesting in the infiltration and transformation of activities that were traditionally performed in a physical, analogous, or in-person manner. These activities include reading newspapers, shopping, watching TV, or engaging in conversations with friends. Technological and performance dynamics affect university students' social aspects and well-being (Aguirre-Cardona et al., 2021).

Problem: Can students combine studies with work and still have time for leisure?

Object: The ability of students to balance their studies, work, and leisure

Aim: To investigate students' ability to balance studies, work and leisure time.

Objectives:

- to explore literature sources on study-work-life balance, and how its absence can negatively impact students academic performance and health;
- using a survey, to find out how students manage to combine studies, work and free time;
- to provide recommendations on how students could combine studies, work and free time in order to benefit from it all.

Methods: analysis of scientific articles, quantitative research - questionnaire survey.

Theoretical justification

Balancing studies, work, and personal life

Students who spend excessive hours working in paid employment could be negatively impacting upon the opportunity to learn (Salamonson et al., 2020).

In a study of 1,314 New Zealand and Australian nursing students, Salamonson et al. (2020) found that there were three predictors of achieving high academic grades: being in paid employment, not being the first in family to attend tertiary level education and whether or not the student was a school leaver. Of interest in this study is the claimed inverse relationship between time spent in paid employment and students' academic performance.

Where prior researchers reported greater hours spent in paid employment lead to reduced academic performance (Slavin, 2019). Li et al. (2020) reported that role conflict is positively associated with burnout. Overwhelming demands of both work roles and study roles simultaneously. Thus, when studying professionals spend much time and energy in managing the tasks at work, then they feel emotionally exhausted because their energy level is drained. The emotional support from supervisors

in terms of active listening and empathy help workers to cope up with the feeling of emotional exhaustion such as burnout (Heng et al., 2020). Therefore, high supervisor support may promote self-confidence and a sense of security among studying professionals, which in turn facilitates the preservation of lost resources.

Spitzer (2022) showed that more study time led to higher performance scores in mathematics. In particular low-performing students can boost their academic abilities to upper levels when increasing their study time. Similarly, spending time on study activities does not necessarily mean investing mental and quality time studying (Ulriksen & Nejrup, 2021). Good time management is a crucial aspect of academic success. People who effectively manage their time experience reduced tension and stress, and have fewer difficulties balancing work and family as well as issues related to well-being.

Students who experience high levels of academic stress report high levels of academic frustration, miss classes, have low academic performance, low levels of motivation, and consider dropping out of college (Schramer et al., 2019). The study reported strong relational links between the impact of employment on attitudes to well-being and postulate these were stronger predictors of academic performance. The well-being of students is critical to consider, as very few studies have examined the impact of working while studying and the impact upon mental health (Sprung and Rogers, 2020).

Studies covering EU countries show that around 70% of university students are active in the labour market above the accepted ten-hour threshold (Lessky and Unger, 2022). This ‘time-consuming’ employment is particularly prevalent among business students with first-in-family background; this is explained by increasing participation of underrepresented groups, greater appreciation of work experience and higher costs of living and is associated with higher drop-out rates. Research on student-workers by employment scholars remains limited (Rydzik and Bal, 2023). Several researchers highlight the multiple vulnerabilities experienced by students as a peripheral casualised workforce (Ioannou and Dukes, 20, Rydzik, 2022).

The study highlights that excessive work hours can harm students' academic performance, leading to role conflict and burnout. However, support from supervisors can alleviate emotional exhaustion. Effective time management is crucial, as it reduces stress and helps students balance work, study, and personal life, ultimately improving academic outcomes.

Leisure time and studies

Free time management examines an individual's allocation of free time and assesses if they fulfil their spiritual and physical requirements during this period. Free time activities are crucial for the working class and students, who have less free time compared to other segments of society, since they help alleviate tension and fatigue resulting from their job life (Kelliher C & Richardson J., & Boiarintseva G., 2019). The rationale for prioritizing this domain lies in the fact that effectively utilizing one's free time can enhance personal happiness and foster greater success in social interactions. Furthermore, numerous scholars have highlighted that quality of life is a multifaceted notion that necessitates both objective and subjective measurements (Haar J.M., Russo M., Suñe A., Ollier-Malaterre A. 2019). Quantifiable measures of life quality encompass factors such as the state of one's living surroundings, physical well-being, degree of income, and socioeconomic standing (Haar J.M., Russo M., Suñe A., Ollier-Malaterre A. 2019). Also, subjective of well-being encompass factors such as overall living conditions, life satisfaction, happiness, and personal contentment (Kelliher C & Richardson J., & Boiarintseva G., 2019).

Effective management of free time enhances quality of life by improving participation, satisfaction, health, and overall well-being. It positively correlates with physical activity and mental health. The “Leisure Satisfaction Theory” and “Social Resources Theory” can explain this relationship. The Leisure Satisfaction Theory highlights how engaging in enjoyable activities improves life satisfaction

and personal well-being. For university students, how they spend their leisure time significantly impacts their overall quality of life (Kelliher et al., 2019).

Meanwhile, the Social Resources Theory emphasizes the role of social relationships in enhancing life quality. Social support, friendships, and family are crucial for coping with stress and improving well-being (EUROSTAT, 2019). Integrating these theories offers a comprehensive understanding of how leisure activities and social resources impact quality of life. Past research has often been narrow, and further studies are needed to explore the full relationship between leisure time management and quality of life among university students. This research can contribute to the development of strategies to improve the overall life balance of university students.

Effective free time management significantly improves university students' physical and spiritual well-being, reducing stress and boosting life satisfaction. Both Leisure Satisfaction Theory and Social Resources Theory explain how managing leisure activities enhances quality of life by fostering personal fulfillment and strong social connections. While earlier studies discussed specific aspects, this research advocates a comprehensive approach, showing how leisure satisfaction mediates the relationship between free time management and well-being, leading to better strategies for improving students' overall condition.

Methodology of youth opinion research

This study aimed to investigate the emotional experiences of young individuals navigating between studying and working, as well as exploration of how they allocate and utilize their free time. A quantitative study was conducted using an online questionnaire survey, sending link to questionnaire into Microsoft outlook and asking students to share it with other students from Vilnius. The data was collected gathering answers from the questionnaire survey in 2 weeks during November 2024.

The article presents responses of these students, assuming that, as representatives of youth, their views reflect the predominant attitudes within this demographic group. The survey involved 101 young participants, 46 men and 55 women. All of the respondents agreed to answer the questionnaire, and there was no margin of error.

They completed a 10-question form via Google Forms, addressing topics related to work, leisure time, and studies:

Work related questions: *Do you have a paid job during your studies? What position do you work (worked)?*

Work affecting academic performance and burnout related questions: *Do you think that work affects your academic achievements? How often do you feel burnout from balancing your studies and work?*

Time spent studying and stress related questions: *How much time per week do you spend studying? In what ways do you try to reduce stress from studying and work? How often do you practice activities that help reduce stress?*

Leisure time related questions: *How much time per day do you spend on leisure? How do you spend your free time? Are you satisfied with the quality of your free time?*

The responses provided insight into how participants combine studies and work and how they feel. A significant advantage of this survey is its efficiency as it does not require direct interaction with survey participants, which saves time.

Analysis of the survey results

Based on scientific sources, the majority of students are committed to both work and studies, many experience stress and burnout. This questionnaire survey focused on students' experiences with work, studies and free time, with responses collected from young people aged 18 to 25. To best address the

purpose of the research, a questionnaire survey was designed. Below are the key charts illustrating the findings.

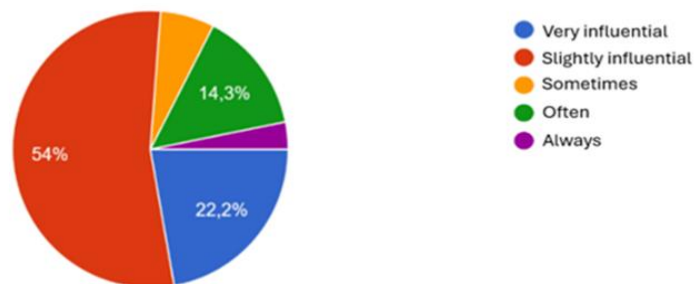


Figure 1. Work effect on academic achievements, assessment, percentage (N=101)

According to the survey data (see Figure 1), the majority of respondents (54%) answered that work has little influence on academic results. Another 22.2% responded that it has a big influence, while fewer (14.3%) answered that work does not have much influence. The smallest percentages indicated that work neither influences academic results (6.3%) or has effect (3.2%). The survey data suggest that most respondents believe work has at least some influence on academic results, with varying degrees of impact.

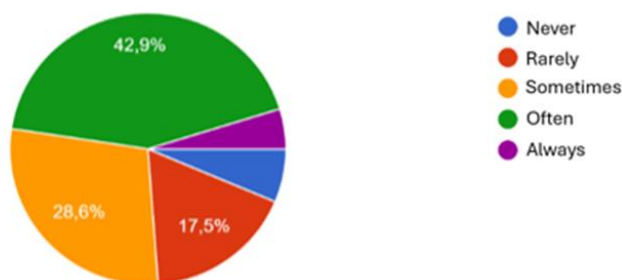


Figure 2. The frequency of experiencing burnout from balancing studies and work, assessment, percentage (N=101)

The data indicates that balancing studies and work frequently leads to burnout. (see Figure 2). The majority (42.9%) responded that they often feel burnout. Another 28.6% answered that they sometimes feel this way, while 17.5% said they rarely experience burnout. The least frequent responses were "never" (6.3%) and "always" (4.8%). It can be claimed that balancing studies and work leads people to burnout.

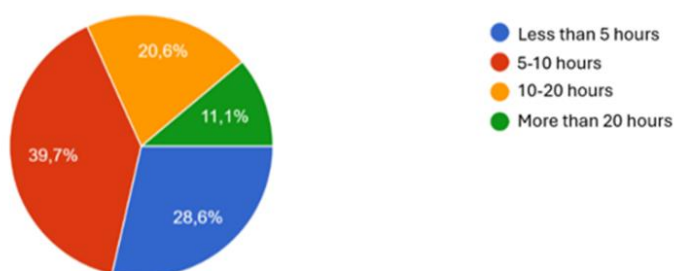


Figure 3. The amount of time spent studying each week, assessment, percentage (N=101)

The analysis revealed (*see Figure 3*) that 39.7% of respondents dedicate 5–10 hours per week to their studies. Slightly fewer (28.6%) reported studying for less than 5 hours per week, while 20.6% spend 10-20 hours studying. The least common response was studying more than 20 hours per week, chosen by 11.1% of respondents. All in all can be said that the findings reveal that most respondents allocate a limited but consistent amount of time to studying each week.

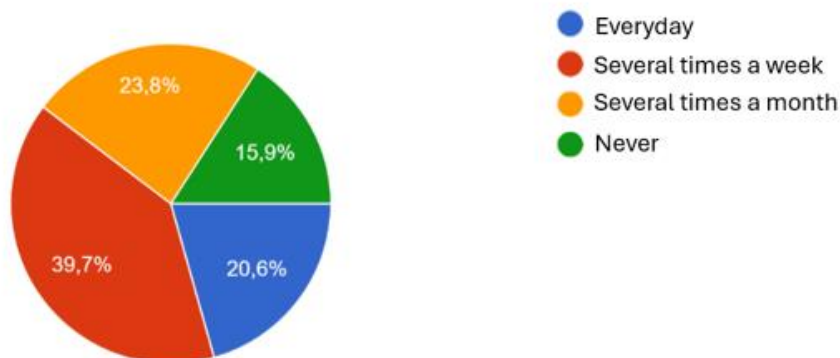


Figure 4. The frequency of practicing activities that help reduce stress, assessment, percentage (N=101)

Participants were also asked about the frequency of engaging in activities that help reduce stress (*see Figure 4*). The largest group (39.7%) reported practicing stress-relief activities several times a week. Another 23.8% said they engage in these activities a few times a month, while 20.6% manage to do so daily. The least selected response was "Never," chosen by 15.9% of respondents. The data indicates that regular stress-relief activities are common, with most respondents practicing them weekly and some even daily.

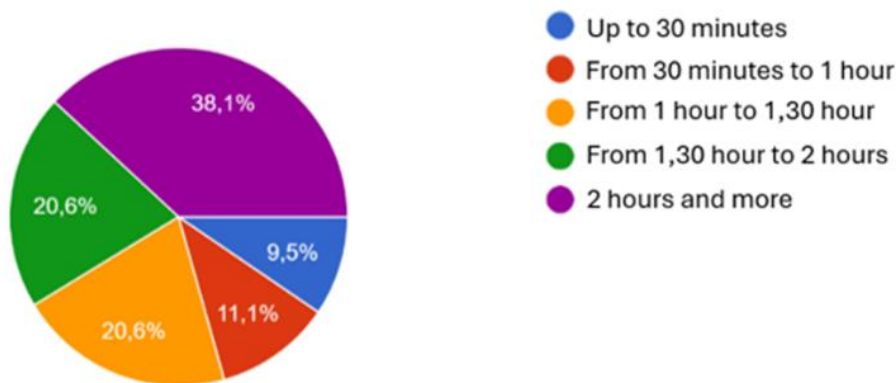


Figure 5. The amount of time spent on leisure activities each day, assessment, percentage (N=101)

The respondents reported the amount of time they dedicate to leisure activities each day (*see Figure 5*). The largest group (38.1%) reported spending 2 hours or more on leisure. 20.6% said they spend between 1 and 1.5 hours, while an equal percentage (20.6%) reported spending between 1.5 and 2 hours. The smallest group (11.1%) spends between 30 minutes and 1 hour, and 9.5% of respondents dedicate less than 30 minutes to leisure each day. Most respondents allocate a balanced amount of time to leisure activities each day, only a small group of students has almost no time for this.

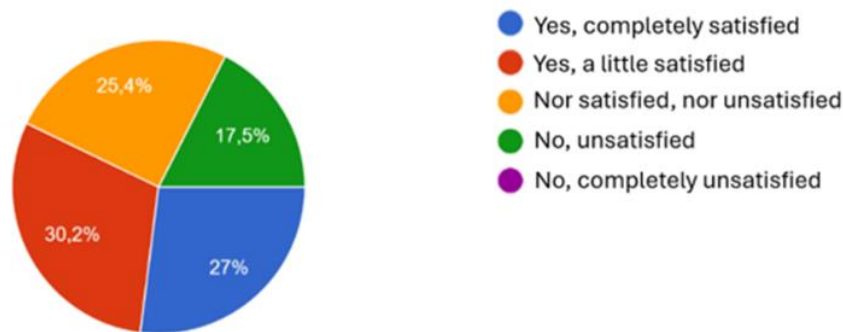


Figure 6. Satisfaction with the quality of free time, assessment, percentage (N=101)

The majority of students (*see Figure 6*) (30.2%) reported being somewhat satisfied with the quality of their leisure time, while slightly fewer (27%) stated they were completely satisfied. Other responses included "neither satisfied nor dissatisfied" (25.4%) and "dissatisfied" (17.5%). Most respondents are satisfied with the quality of their leisure time, though a notable number remain neutral or dissatisfied.

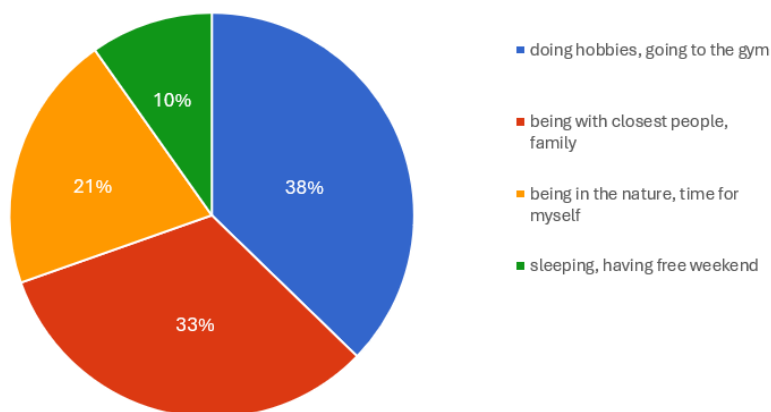


Figure 7. Ways of reducing stress from studying and work, assessment, percentage (N=101)

The majority of participants (*see Figure 7*) reported (38%) that engaging in hobbies and going to the gym help them reduce stress from studying and work. Some respondents (33%) mentioned that spending time with close people, such as family, helps them cope with stress. Fewer students (21%) said that taking time for themselves and being in the nature aids relaxation. The least common responses (10%) included reducing stress through sleeping and having an entire weekend dedicated to leisure time to avoid worrying about school and work.

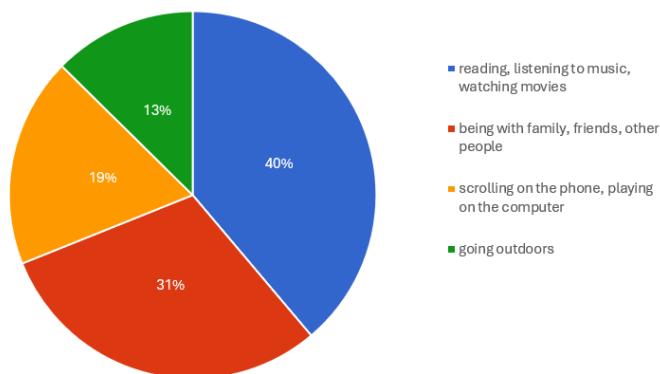


Figure 8. Free time activities, assessment, percentage (N=101)

The majority of participants (*see Figure 8*). (40%) answered that they spent their free time reading, listening to music, and watching movies. Also, some students (31%) like to be with their family, friends, and other people. It was mentioned by least number of respondents (19%) that the respondents liked to scroll on their phones in free time, as well as playing on their computers and (13%) going outdoors, preferably to the city.

CONCLUSIONS

The findings reflect the complex interplay between work, studies, and leisure, emphasizing the importance of balanced time allocation and stress management for students' academic and personal success.

Scientific research reveals that students, who juggle extensive work and study commitments may face adverse effects on their academic performance and mental health, including burnout and role conflict. Balancing these responsibilities can elevate stress levels, impair academic results, and underscore the difficulty of managing dual roles effectively.

Survey results indicate that many respondents frequently experience burnout while trying to balance work and studies. Interestingly, the majority engage in stress-reducing activities several times a week. The most common stress-relief methods included pursuing enjoyable activities and going to the gym.

Based on theoretical research, the Leisure Satisfaction Theory and Social Resources Theory suggest that effective time management can promote personal fulfillment and foster social connections. For working students this can enhance overall well-being and provide strategies to improve their overall condition.

References

- Aguire – Cardona, L. A. & Rubio –Florido, I. & Puerto – Rodriguez, E.A. (2021). Ocio, trabajo y estudio simultaneo de estudiantes en modalidad a distancia y virtual (Leisure, work and simultaneous study in distance and virtual studensts). *Retos* 42 , 375-383. <https://doi.org/10.47197/retos.v42i0.86425>
- Cannizzo F, Mauri C, Osbaldiston N. (2019) Moral barriers between work/life balance policy and practice in academia. *J Cult Econ.*, 12, p. 251–264. doi: 10.1080/17530350.2019.1605400
- Chust-Hernández et al. (2019) Estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios de nuevo ingreso y su relación con la vía de acceso a la universidad
- Dukes, R., & Streeck, W. (2020). Labour constitutions and occupational communities: Social norms and legal norms at work. *Journal of Law and Society*, 47(4), 612–638
- EUROSTAT Employed Persons by Professional Status, Sex, Educational Attainment Level and Age [Table lfso_17csag] [(accessed on 19 July 2019)]
- EUROSTAT People Having a Long-Standing Illness or Health Problem, by Sex, Age and Labour Status [Table hlth_silc_04] [(accessed on 19 July 2019)]
- Fernández-Castillo, A. (2021). State-anxiety and academic burnout regarding university access selective examinations in Spain during and after the COVID-19 lockdown. *Front. Psychol.* 12:621863. doi: 10.3389/fpsyg.2021.621863
- Heng, S., Yang, M., Zou, B., Li, Y. and Castaño, G. (2020). The mechanism of teaching–research conflict influencing job burnout among university teachers: the roles of perceived supervisor support and psychological capital. *Psychology in the Schools*, Vol. 57 No. 9, p. 1347-1364
- Kelliher C., Richardson J., Boiarintseva G. (2019) All of work? All of life? Reconceptualising work-life balance for the 21st century. *Hum. Resour. Manag. J.*, 29, p.97–112. doi: 10.1111/1748-8583.12215
- Lessky, F. (2021). Study as a Balancing Act –Everyday Life of Working First-in-Family University

Li, Y., Li, Y. and Castaño, G. (2020). The impact of teaching-research conflict on job burnout among university teachers: an integrated model. *International Journal of Conflict Management*, Vol. 31 No.1, p. 76-90

Rydzik, A., & Bal, P. M. (2023). The age of insecuritisation: Insecure young workers in insecure jobs facing an insecure future. *Human Resource Management Journal*, 1–18

Salamonson, Y., Roach, D., Crawford, R., McGrath, B., Christiansen, A., Wall, P. and Ramjan, L.M. (2020). The type and amount of paid work while studying influence academic performance of first year nursing students: an inception cohort study. *Nurse Education Today*, Vol. 84, p. 104213

Sanz-Arazuri, E. & Alonso Suiz, R.A. & Saenz Jubera Ocon, M. & Ponce de Leon Elizondo, A. & Valdemoros San Emeterio, M. A. (2018). Ocio, redes sociales y estudiantes españoles. *Educacion XXI*, 21(2), 59-78, <https://doi.org/10.5944/educxx1.19538>

Schrager, K. M., Rauti, C. M., Kartolo, A. B., and Kwantes, C. T. (2019). Examining burnout in employed university students. *J. Public Ment. Health*, 19, p. 17–25. doi: 10.1108/JPMH-05-2019-0058

Slavin, R.E. (2019). *Educational psychology: theory and practice*.

Spitzer, M. W. H. (2022). Just do it! Study time increases mathematical achievement scores for grade 4-10 students in a large longitudinal cross-country study. *European Journal of Psychology of Education*, 37(1), p. 39–53

Sprung, J.M. and Rogers, A. (2020). Work-life balance as a predictor of college student anxiety and depression. *Journal of American College Health*, p. 1-8

Terzi, E., Isik, U., Inan, B.C. et al. (2024). University students' free time management and quality of life: the mediating role of leisure satisfaction. *BMC Psychol.*, 12, 239

Teuber, M, & Leyhr, D. & Sudeck, G. (2024). https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-024-18082-z?fbclid=IwY2xjawG0IIJleHRuA2FlbQIxMAABHVt3nmlIGX-iRnpZ3pcROor8kESGQWcsKWw2ZqoZyymANIYmmkhMd2fHg_aem_hrvZYRiLIPWrkwwM5Ki9mg

Ulriksen, L., & Nejrup, C. (2021). Balancing Time – University Students' Study Practices and Policy Perceptions of Time. *Sociological Research Online*, 26(1), p. 166–184.

Viñals B., A. (2016) La experiencia de e-ocio de los jóvenes. *Ludica Pedagogica*, 1(23)

Balčiūnaitė, R., Samukėnaitė, G., Kerulytė, B., Kardauskė, V. (2025). Issues of Work, Studies and Leisure Among the Youth. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 60-67, ISSN 2669-221X

MOTIVATION AND DEVELOPMENT OF PERSONAL AND PROFESSIONAL COMPETENCES

Smiltė Bundulaitė, Aleksija Borovikovaite

Vilniaus Kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

smilte.bundulaite@stud.viko.lt, aleksija.borovikovaite@stud.viko.lt

Consulted by Vilma Kardauskė

Vilniaus Kolegija/Higher Education Institution, Lithuania

v.kardauske@vfv.viko.lt

INTRODUCTION

Motivation is one of the most studied psychological constructs in educational. The term is derived from the Latin word “movere,” which means “to move,” as motivation provides the necessary energy to people’s actions. In the scientific literature, motivation is often defined as “a process in which goal-directed activity is instigated and sustained” (Urhahne & Wijnia, 2023). Motivation is key to developing personal and professional competences so that people can fulfil their potential in different areas of life. The interaction between motivation and competence development has been extensively researched by Abraham Maslow and Edward Deci and Richard Ryan.

According to the theory, this means that for motivation to arise at the next stage, each prior stage must be satisfied by an individual. The hierarchy has been used to explain how effort and motivation are correlated in the context of human behaviour. Each of these individual levels contains a certain amount of internal sensation that must be met for an individual to complete their hierarchy. The goal in Maslow's hierarchy is to attain the level or stage of self-actualization. Maslow's hierarchy of needs is often portrayed in the shape of a pyramid, with the largest, most fundamental needs at the bottom, and the need for self-actualization and transcendence at the top. In other words, the idea is that individuals' most basic needs must be met before they become motivated to achieve higher-level needs.

Self-determination theory (SDT) is a macro theory of human motivation and personality that concerns people's innate growth tendencies and innate psychological needs. It pertains to the motivation behind people's choices in the absence of external influences and distractions. SDT focuses on the degree to which human behaviour is self-motivated and self-determined.

Both theories agree that motivation is closely linked to a person's needs and psychological well-being. In today's context, where rapid technological advances and changing societal expectations are impacting on the learning and working environment, understanding motivation is crucial for personal and professional progress.

Problem: It is not clear what factors are most likely to encourage or hinder people’s development and how environmental conditions, feedback and technology affect this process.

Aim: To find out what determines people’s motivation to improve and how feedback, environmental conditions, self-reflection and technology contribute to personal and professional growth.

Objectives:

- to review the theories of motivation and their implications for competence development;
- to analyse the impact of motivation on personal and professional development based on scientific literature;
- to analyse the results of surveys.

Methods and Sample: This study employed a mixed-methods approach combining theoretical analysis and a quantitative survey to explore the relationship between motivation and the development of personal and professional competences. The research was structured in two main parts:

Theoretical framework: The study utilized established theories of motivation, specifically Abraham Maslow's Hierarchy of Needs and Edward Deci and Richard Ryan's Self-Determination Theory (SDT). These frameworks provided a foundation for understanding how motivation drives behavior, the role of intrinsic and extrinsic factors, and how psychological needs influence personal and professional growth.

Empirical survey: A structured questionnaire was developed to gather primary data on motivational factors, barriers to development, and the influence of feedback, self-reflection, and technology.

Theoretical justification

Motivation is key to personal or professional development. It enables people to achieve their goals, develop their competences and adapt to an ever-changing world. Motivation has been defined as an individual-level, unobservable state of striving, which drives and directs goal-pursuit behaviour toward need fulfilment (J. David Pincus, 2023).

Abraham Maslow's hierarchy of needs shows that lower-level basic needs like food, water, and safety must be met first before higher needs can be fulfilled. Our most basic need is for physical survival, and this will be the first thing that motivates our behaviour. Once that level is fulfilled, the next level up is what motivates us, and so on. The human body cannot function optimally if physiological needs are not satisfied. Maslow considered physiological needs the most important as all the other needs become secondary until these needs are met (Saul McLeod, 2024). Once that level is fulfilled, the next level up is what motivates us, and so on. At the very peak of Maslow's hierarchy are the self-actualization needs. Self-actualizing people are self-aware, concerned with personal growth, less concerned with the opinions of others, and interested in fulfilling their potential. According to Maslow's Hierarchy of Needs, a person can achieve personal and professional development by consistently satisfying his or her needs according to the hierarchy levels. The theory stresses that only after the basic needs are fully met can a person achieve higher goals such as self-fulfilment.

In contrast to Maslow's hierarchical model, Self-determination theory grew out of the work of psychologists Edward Deci and Richard Ryan, who first introduced their ideas in their 1985 book "Self-Determination and Intrinsic Motivation in Human Behaviour". SDT distinguishes between different types of motivation. Intrinsic motivation is characterized by engaging in behaviours for their own sake, while extrinsic motivation is characterized by engaging in behaviours for some separable outcome, whether this comes in the form of tangible rewards, social acceptance, proving something to oneself, or maintaining consistency between one's values and one's behaviours (Heather Patrik and Geoffrey C. Williams, 2012). Self-determination theory is a prominent theory of motivation that offers leaders an evidence-based framework for how to effectively motivate workers. SDT delineates the social-contextual factors, including leaders' interpersonal style, that predict high quality motivation in the workplace. The theory posits human beings have three basic psychological needs (autonomy, competence and relatedness) which are essential ingredients for motivation, well-being and optimal functioning. When workers' basic psychological needs are met they are more likely to be autonomously motivated, that is they are personally invested in their work tasks and engage in their work activities willingly (Vivien et al., 2020)

Presentation of the results

A survey of 110 respondents assessed a range of factors related to the development of personal and professional competences and motivation for development. Most respondents were female 75.5%, while males accounted for 24.5%. The average age of the respondents is 21 years. The analysis of the results gives a clear picture of the respondents' attitudes towards these topics.

When asked what motivates you the most to pursue personal or professional development, the most common answer was the intrinsic desire to improve by 41,8% of respondents. This reveals that most people associate personal development with internal aspirations and an independent need to grow,

independent of external factors. Career opportunities 21,8% and financial benefits 28.2% also accounted for a significant proportion of responses. Meanwhile, recognition or praise was the least important motivator, chosen by only 7.3% of respondents. This shows that many people place less value on external signs of recognition, such as praise or appreciation from others, and prefer to focus on personal fulfilment and long-term development.

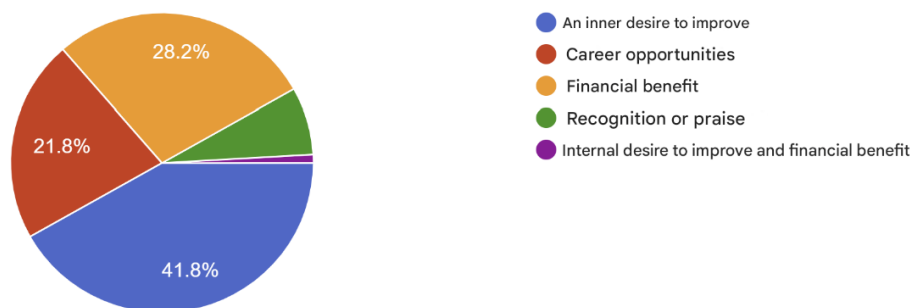


Figure 1. Assessment of respondents’ motivation to pursue personal or professional development (N=110)

As for the reasons that limit progress, the results show that these are lack of time 35.5% and unclear goals or direction 34.5%. In addition, 29.1% of respondents cited lack of motivation as a barrier, which also has a significant impact on the personal development process. A very small proportion of respondents (0.9%) chose all of these options. This underlines the importance of both effective time management and the setting of clear goals and motivational tools to encourage people's development.

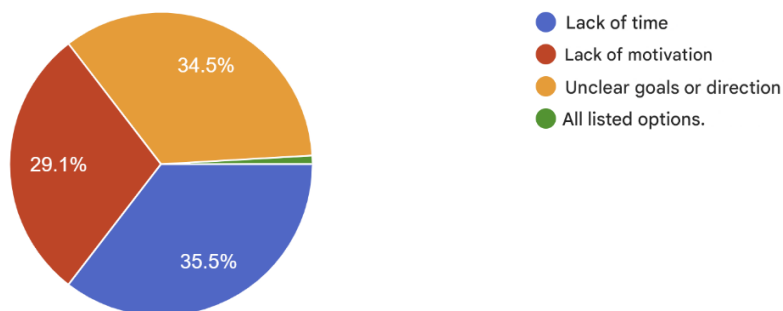


Figure 2. Identification of the main reasons that hinder respondents’ motivation to improve (N=110)

The results show that most respondents - 95.5% - consider feedback on their efforts and achievements to be important. This underlines that most people value external feedback as it allows them to objectively assess their actions, identify strengths and weaknesses and achieve improvement. Only 5.5% of respondents disagree with this view.

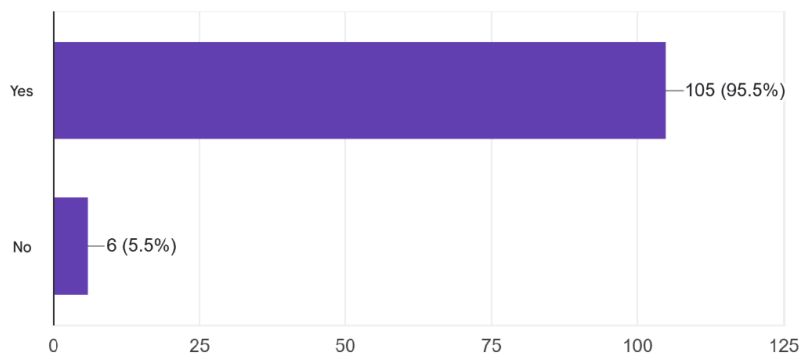


Figure 3. Respondents’ views on the importance of feedback for their efforts and achievements (N=110)

53.6% of respondents say that competence development is important, but for various reasons, such as lack of time or motivation, they are not always able to devote enough attention to this area. Meanwhile, 40% of respondents indicate that the development of personal and professional competences is a priority for them and that they pay enough attention to it. This shows that for this group of people, personal and professional development is a key part of their lives, and they actively seek to develop themselves to achieve their goals and ensure success in both personal and professional areas. And only a small proportion of respondents - 6.4% - say that developing personal and professional competences is not a priority now.

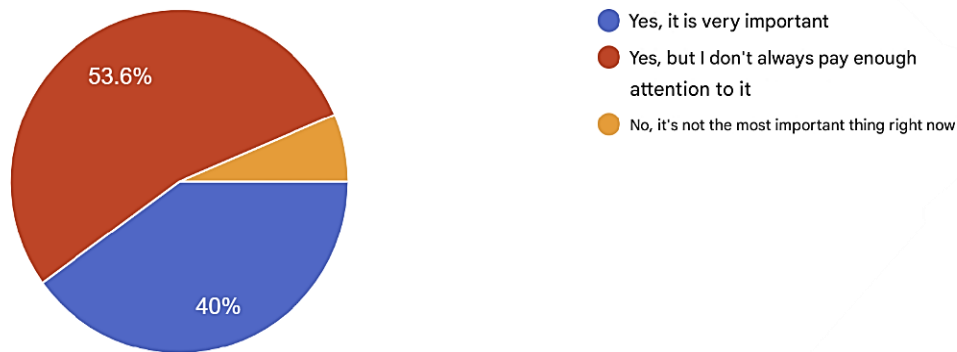


Figure 4. Assessment of the priorities for the development of personal and professional competences in respondents' lives. (N=110)

The results show that most respondents, 81.8%, regularly use self-reflection to reflect on what could be improved. Self-reflection provides an opportunity to evaluate one's actions, reflect on achievements and mistakes, improve and make better decisions. It is particularly important for personal growth, as it allows people to become aware of their strengths and identify areas where they need to improve their skills or behaviour. Only 20% of respondents indicated that they do not use self-reflection.

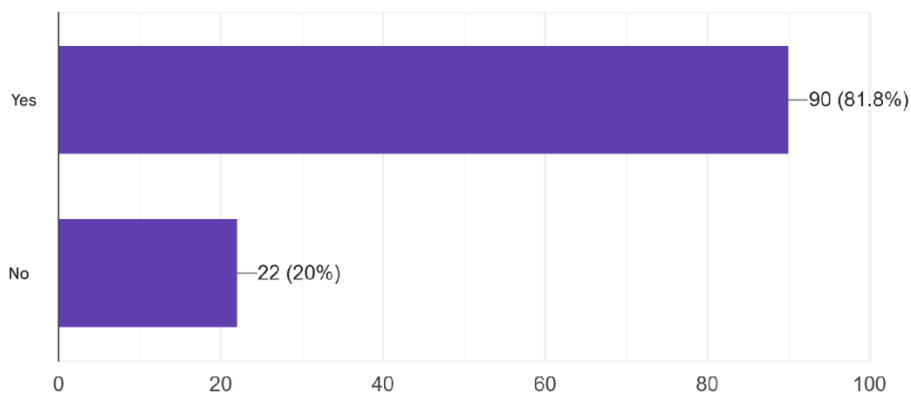


Figure 5. Frequency of respondents' use of self-reflection practices. (N=110)

The results show that technology has both positive and negative effects on respondents' motivation to learn. The majority, 60%, say that technology increases their motivation to learn. This suggests that modern technologies such as online learning platforms, virtual courses and interactive tools can be effective tools for increasing motivation. The ability to learn at an individual pace, access to world-class resources and the convenience of learning from anywhere make learning more attractive and accessible.

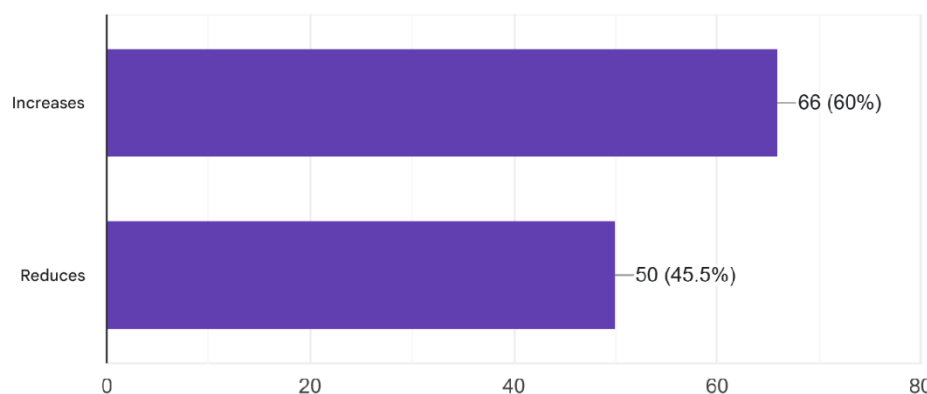


Figure 6. Assessment to the impact of technology on respondents' motivation to learn. (N=110)

However, 45.5% of respondents believe that technology reduces their motivation to learn. This may be related to an overabundance of technology, where learning becomes too dependent on digital tools. In this case, problems of fatigue, loss of focus and lack of motivation can arise if technology is not properly integrated into the learning process.

CONCLUSIONS

Motivation plays a pivotal role in personal and professional development, influencing individuals' ability to achieve their goals, overcome challenges, and adapt to changes. This study explored the dynamics of motivation through scientific articles and survey findings, providing valuable insights into its impact on development.

Maslow's hierarchy of needs demonstrates that fulfilling basic needs lays the foundation for pursuing higher aspirations, such as self-actualization. Meanwhile, self-determination theory emphasizes the importance of autonomy, competence, and relatedness in fostering intrinsic motivation, which is crucial for long-term engagement and satisfaction.

The survey revealed that intrinsic motivation is the primary driver for most respondents, with internal aspirations and personal growth being key motivators. However, barriers like lack of time, unclear goals, and low motivation can hinder progress, underscoring the need for effective time management and goal setting. Additionally, feedback and self-reflection emerged as crucial tools for self-improvement, while the role of technology was seen as both a motivator and a potential distraction.

Ultimately, this research highlights the importance of cultivating intrinsic motivation, setting clear objectives to enhance personal and professional growth. By addressing motivational challenges and leveraging tools like feedback and reflection, individuals can take meaningful steps toward achieving their full potential.

References

- Geller, L. (1982). The failure of self-actualization theory: A critique of Carl Rogers and Abraham Maslow. *Journal of Humanistic Psychology*, 22, 56–73. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00221678822222004>
- Ivtzan, I. (2008). Self-actualisation: For individualistic cultures only? *International Journal on Humanistic Ideology*, 1, 113–140. https://www.researchgate.net/publication/261387861_Self_Actualisation_For_Individualistic_Cultures_Only
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-96
- Edward L. Deci and Richard M. Ryan. (2008). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. University Rochester https://www.academia.edu/24470439/Self_determination_theory_A_macrotheory_of_human_motivation_development_and_health

Richard M. Ryan, Edward L. Deci (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0361476X20300254>

Pincus, J.D. (2023). The structure of human motivation. <https://bmcp psychology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-023-01346-5>

Vivien, W., Forner, M.J., Yoke, B., Eidenfalk, J. (2020). Motivating workers: how leaders apply self-determination theory in organizations <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/omj-03-2020-0891/full/html>

Patrick, H., Williams, G.C. (2012). Self-determination theory: its application to health behavior and complementarity with motivational interviewing. <https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/1479-5868-9-18>

Urhahne, D. & Wijnia, L. (2023). Theories of Motivation in Education: An Integrative Framework. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10648-023-09767-9>

Bundulaitė, S., Borovikovaitė, A., Kardauskė, V. (2025). Motivation and Development of Personal and Professional Competences. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 68-73, ISSN 2669-221X

FEATURES OF TEAMWORK IN A TRADING COMPANY

Brigita Juknelytė

Kauno kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
brigita.juk761@go.kauko.lt

Consulted by dr. Rūta Petrauskienė

Kauno kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
ruta.petrauskiene@kaunokolegija.lt

INTRODUCTION

Teamwork in the modern world is one of the key factors determining a company's success. Constant changes, increasing competition, and the desire not only to survive but also to thrive compel companies to develop new products or services, focusing particularly on quality, customer relationships, and the recruitment and retention of competent and forward-thinking personnel. Research on successful organizations consistently confirms that the outcomes of teamwork are significantly better than those of individuals working alone. Thus, for a company, teamwork is a clear advantage, as it enhances the quality of operations, increases productivity, improves adaptability to change, and provides each employee – a team member – with greater opportunities to thrive. Effective teamwork, driven by mutual trust and clear objectives, significantly enhances organizational performance (Baihoosh et al., 2025).

In trading companies, employee turnover is quite common, as young people often choose this type of work. These new employees need to focus and work as a team. Therefore, the challenge arises: how to unite people, often lacking work experience, into an effectively functioning team.

Problem – understanding the characteristics of teamwork in a trading company from employees' perspective.

Aim of the work is to analyze teamwork features in a trading company.

Objectives:

- to analyze the basics of teamwork by reviewing key ideas and principles that explain how teamwork works;
- to determine the specific features of teamwork in the chosen company by evaluating the results of the research.

Methods: literature analysis – review of academic and professional sources to explore theoretical aspects of teamwork; survey method – conducting surveys to gather employees' perspectives on teamwork within the selected trading company; data analysis.

Teams: A Theoretical Overview

Most scientific sources indicate that a team is a group of people who share a common approach to certain issues. They have a clear shared vision and common goals, striving to achieve them. These individuals work together, combining their efforts to pursue common objectives, and share similar beliefs and aspirations for the future. Lind and Skärvad (1997), as cited in Mohanty and Mohanty (2018), explained that "a team is a special type of group, because apart from the fact that they interact with each other, they also work together whereas a team has a common goal, they are integrated, engaged and they have complementing competencies" (p. 2).

In other words, a team is a group of people united by a common goal and cooperating to achieve it. Each team member is important not only for the success of the group but also for fulfilling their personal needs.

Today, a large number of the workforce is engaged in jobs that involve more customer interaction and a certain amount of skills and effective communication to carry out their jobs because of the dynamic nature of business (Mohanty and Mohanty, 2018).

Researchers conducting various studies state that organizations promoting teamwork often achieve better results than individuals working independently. A team combines diverse experiences, skills, and perspectives to accomplish tasks. "Organizations that restructure themselves into team-based models more effectively utilize employees' abilities – teams are more flexible, respond better to changes, quickly assemble, develop necessary activities, refocus, and dissolve when no longer needed" (Dromantaitė et al., 2012, p. 113).

Scientists have extensively studied the factors influencing team effectiveness. When evaluating team efficiency, considerations include productivity, results assessed by managers, and team members' satisfaction with working in a team. Teams can be seen as a key element for the success of organizations; however, this success depends on the effectiveness of teams (Rico et al., 2011, cited in Alexandrino et al., 2024). There are no strict rules, but the fundamental principle is that teamwork must be more effective than individual work and produce superior outcomes. Additionally, the achievements of teamwork should surpass the results of specialists working independently. Cohesive teams with high collective efficacy will be more dedicated to team tasks and persevere longer in the face of adversity (Li et al., 2020, p. 2). Team autonomy, conceived as the control that the team has over task-related decisions (Haas, 2010), plays a crucial role.

Autonomy is defined as the quality or state of being self-governing or self-directing freedom and especially moral independence (Merriam-Webster, 2024).

It is important to understand what team autonomy is and whether it affects team effectiveness or the organization as a whole. If team effectiveness and autonomy are interdependent, it is crucial to clarify, comprehend, and manage these factors effectively.

Autonomy in teams focuses the team member's attention on the team as a unit, increasing the perceived group identity and the team members' commitment to the team and their goals (Alexandrino et al., 2024, p. 88).

Team autonomy (Figure 1) can itself be an aspiration for a group of workers pursuing common goals. Therefore, the figure distinguishes supportive behaviors, which the authors also structure and indicate the characteristics of team effectiveness. These include team performance, team viability, quality of group experience, and team process improvement. Supportive behaviors refer to a team process defined as the extent to which team members voluntarily assist each other when needed during task accomplishment (Aubé & Rousseau, 2005, cited in Alexandrino et al., 2024).

Certainly, discussing leadership is also important. Effective leadership is not just about guiding a team but also about empowering team members to take on leadership roles. "Mutual trust significantly mediated the relationship of innovative communication and inspirational leadership with employee engagement and commitment, reaching the social perspective of sustainability" (Toseef et al., 2022, p. 1). Delegating leadership allows individuals to develop their skills, fostering a sense of ownership and responsibility. By sharing leadership, a leader builds trust, enhances collaboration, and ensures the long-term success of the team.

Therefore, beyond team performance, team autonomy is related to the quality of group experience, which refers to the extent to which the relationships between team members are positive and promote their professional and personal development (Alexandrino et al., 2024, p. 90).

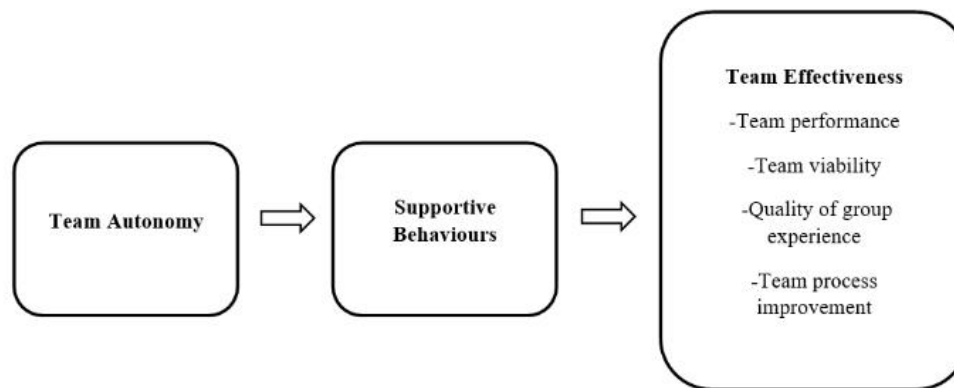


Figure 1. The Relationship between Team Effectiveness and Team Autonomy (based on Alexandrino et al., 2024, p. 90)

Researchers also argue that one of the key characteristics of a team is mutual trust between team members (De Jong, Dirks, & Gillespie, N., 2016). Team members' mutual trust refers to the confidence and belief that individuals within a team have in one another's skills, judgments, and commitment to the team's goals. "Teams that are successful in developing trust among their members foster cooperation, which facilitates members' accomplishment of the shared team task" (Morrissette, Kisamore, 2020, p. 5).

It involves each team member trusting that others will fulfill their responsibilities, communicate openly, and contribute to the collective success of the team. Mutual trust is a critical element for creating a positive team environment where members feel safe to share ideas, take risks, and support one another. "Trust supports functioning relationships, playing a foundational role in effective cooperation" (Karhapaa, Savolainen, 2022, p. 35).

It enables effective collaboration, reduces conflicts, and enhances overall team performance by promoting cooperation and a shared sense of responsibility. Without mutual trust, team dynamics can suffer, leading to misunderstandings, poor communication, and a lack of cohesion.

Therefore, we can argue that team autonomy is related to mutual trust, and team members can more effectively pursue goals when these qualities are understood by all. However, it is not enough to only understand what the team expects from an employee. It is important to realize that the company's or department's goals must be important to each team member.

Teamwork sometimes does not align with managers' expectations. This happens when many people are working in a team, which encourages the formation of subgroups, potentially affecting communication and the final work results. "As the number of people increases, team cohesion decreases: the more members there are in the team, the less satisfaction they feel being part of the group, they participate less in team activities, and collaborate less" (Raižienė & Endriulaitienė, 2008, p. 19). Additionally, it is important to ensure that personal ambitions do not interfere with the common goal.

Researchers also point out that teamwork can be evaluated in different ways, as there are always idea generators or other role-bearers within a team who may fade into the background, lose their ideas, or even engage in conflict. A study conducted by Deichmann, D., & Jensen, M. (2018), titled *I can do that alone... or not? How idea generators juggle between the pros and cons of teamwork*, supports this view, showing that working with a team is positively associated with the success chances of an idea. When given the choice, many idea generators, however, disregard the advantages of working with a team and develop their ideas alone.

Teamwork sometimes does not align with managers' expectations. This happens when many people are working in a team, which encourages the formation of subgroups, potentially affecting communication and the final work results. "As the number of people increases, team cohesion

decreases: the more members there are in the team, the less satisfaction they feel being part of the group, they participate less in team activities, and collaborate less" (Raižienė & Endriulaitienė, 2008, p. 19). Additionally, it is important to ensure that personal ambitions do not interfere with the common goal. Employees can be encouraged by creating a competitive environment only with other organizations that carry out similar or identical activities.

Managers should understand that strong results cannot be expected immediately because, at the beginning, team members need to get to know each other. "A good team leader must give team members enough freedom and space to manage their own activities" (Raižienė & Endriulaitienė, 2008, p. 61). Only after overcoming this initial stage will they be able to freely share their ideas and effectively use each individual's unique traits to contribute to the common goal. Good relationships are also very important. "Trust is part of the internal culture and one of the essential elements of effective communication" (Barzinskas, 2008, p. 32).

Thus, teamwork is not only about employees' willingness to work in a team, teamwork skills, the ability to communicate properly, and work in an autonomous team, but also about proper leadership.

After reviewing teamwork from a theoretical perspective, a study was conducted in a retail company in Alytus city, where the author worked. At the request of the company's management, the company name is not disclosed, but the study results were presented to the store management and were considered useful.

Teamwork Characteristics Identified in the Studied Retail Company

The study was conducted in a company with foreign capital that owns stores in major cities in Lithuania. In these stores, work is organized in teams. Each store has its own manager, first and second deputies, and employees. In the studied store, work must be organized in teams because decision-making requires consultation with colleagues and joint problem-solving. The goals are shared, and they can only be effectively achieved by uniting the team – actively communicating, serving customers, completing tasks assigned by the manager, updating and changing the product assortment according to the changing seasons, preparing the store environment for holidays, and so on.

The team leader is the store manager. The manager participates in company-organized training sessions, where employees learn how to organize teamwork more effectively. Team performance is evaluated, areas requiring assistance are identified, motivation strategies are suggested, and so on. Employee meetings are also organized, with regional managers often participating. They focus on team spirit, propose solutions to reduce conflicts, and facilitate discussions and conversations. The company's approach to employees is supportive, with each employee being important, needed, and valued.

The research employed a mixed-method approach consisting of literature analysis and a quantitative survey. The literature analysis involved reviewing academic and professional sources on teamwork principles and challenges. The survey used an anonymous questionnaire distributed to 20 employees of a retail store in Alytus. Respondents were selected based on their tenure in the company (ranging from less than a year to over 10 years) and their involvement in teamwork. The survey consisted of 15 closed-ended questions focusing on teamwork perception, effectiveness, and challenges. Data were analyzed using statistical tools to identify trends and correlations. Anonymity and confidentiality were ensured to promote honest responses.

This method was the most suitable for the study as it ensured confidentiality for respondents, saved time, and allowed for the collection of the necessary data. The aim of the study was to understand how employees perceive teamwork in the store where they work, how teamwork impacts the store's performance efficiency, and employee satisfaction. The survey was conducted in December 2023. It

is being conducted again, and the results will be available at the beginning of 2025, to be compared with the previous ones.

After processing the survey results, it was found that the majority of employees are between the ages of 30 and 39, making up 50 percent of all company employees. 25 proc. are under 29, and 25 proc. are between 40 and 49 years old. As seen, the core store staff is primarily young people.

Data on work tenure in the company shows that 50 percent of respondents have been working in the company for 1–5 years, 25 percent have worked for 5–10 years, and a relatively small number have been with the company for less than a year or more than 10 years. From these results, it can be inferred that the company experiences low employee turnover.

The third question aimed to determine how the surveyed employees evaluate teamwork. The survey results showed that the majority (42 percent) rated teamwork as excellent, 33 percent rated it as good, and 25 percent rated it as satisfactory.

In response to the question, "Has the team you work with always achieved good results and met the manager's expectations?" 92 percent of respondents said this was not always the case, while 8 percent said it was always the case. Based on the data, it can be concluded that not all results meet the manager's expectations.

Respondents were asked to select the factors that motivate them to work in a team (Figure 2). The analysis revealed that almost all respondents are motivated by the growth of responsibility and role awareness. A significant portion is also motivated by better relationships with the manager and colleagues, as well as by personal achievements within the team. The results show that team autonomy is also very important for almost half of the employees. Since most of them are young, it seems that almost half prefer having the leadership of a manager.

It can be concluded that employees are more interested in having quality relationships with colleagues rather than professional advancement.

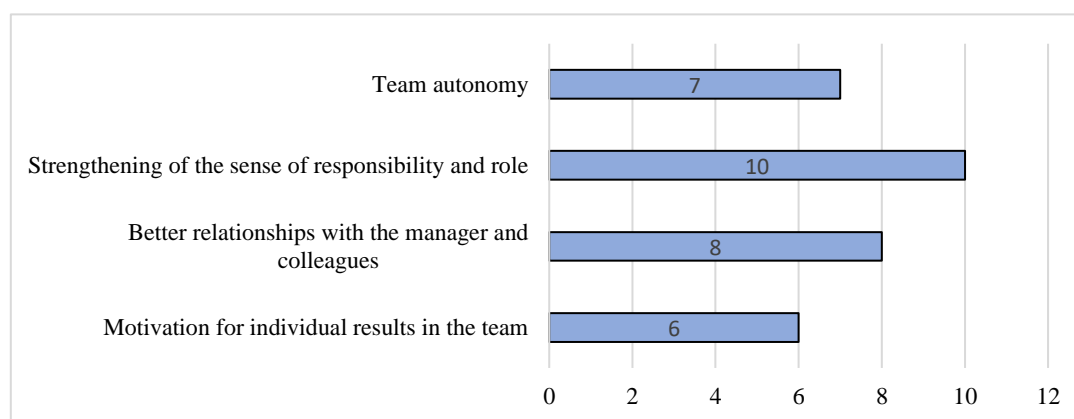


Figure 2. Distribution of respondents according to what motivates them to work in a team

After processing the survey data, an attempt was made to determine what employees consider to be the first step in starting teamwork. 83 percent of respondents stated that the first step is having a suitable team leader, while 17 percent said that it is important to get to know the team members. A team consists of individuals with different skills, and they often choose a person perceived as superior to be the leader.

The leader is an important member of the team, and their role involves behaviors that influence the overall work and results of the team.

The following section examines the data obtained in the research, which aimed to assess the prevailing features of teamwork at the store.

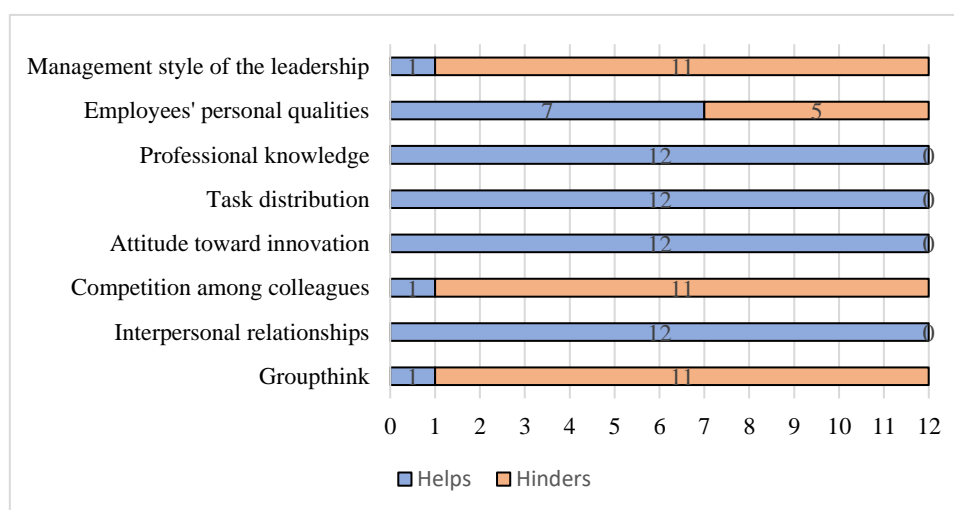
Table 1. Features of teamwork at the store

<i>Statement</i>	<i>Agree</i>	<i>Partly Agree</i>	<i>Disagree</i>
Work is performed with quality in the team	12 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
Every team member can express their opinion	3 (25 %)	6 (50 %)	3 (25 %)
Trust prevails within the team	4 (33 %)	7 (58 %)	1 (8 %)
The team's common goal is clearly defined	12 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
Tasks are completed by the deadline	1 (8 %)	7 (58 %)	4 (33 %)
Tasks are distributed equally within the team	11 (92 %)	1 (8 %)	0 (0 %)
Conflicts are resolved constructively	9 (75 %)	3 (25 %)	0 (0 %)

From the information provided in Table 1, it is evident that all employees agree that work in the team is performed with quality. However, half of the employees only partially agree that every team member has the opportunity to express their opinion. It is crucial to create conditions in meetings or discussions that allow all team members to voice their thoughts. The research results indicate a lack of trust within the team.

Employees partially agreed that tasks are completed on time, which may be due to various reasons, one of which could be a poor motivational system. 92 percent of employees agreed that tasks are distributed equally within the team. Additionally, 75 percent of employees agreed that conflicts are resolved constructively. Conflicts within teams are necessary, as "if there are no conflicts or too few, team members may suppress negative feelings arising from existing differences" (Raižienė & Endriulaitienė, 2008, p. 22). The most important aspect of conflict is that team members focus on finding an agreement, showing that the disagreements were not without purpose. After reaching a compromise, team members often feel closer to one another.

The research also included a question about factors that reflect employees' opinions on what helps and hinders the development of teamwork in the store. All respondents indicated that professional knowledge and competence greatly contribute to the development of teamwork. Similarly, all respondents noted that openness to innovation is important. Task sharing was also identified as significantly increasing work efficiency, a view shared by all respondents. Interpersonal relationships among employees were equally deemed important, with all respondents selecting this factor. Seven employees mentioned that personal qualities also play a role in developing teamwork.

**Figure 3.** Factors hindering and promoting teamwork

Almost all respondents agree that the biggest obstacles to teamwork development are leadership style, competition among colleagues, and groupthink (Figure 3). Based on the responses, significant employee competition, poor leadership, and a lack of individual opinions can negatively impact teamwork effectiveness.

When analyzing the respondents' opinions about the benefits to the organization of forming a team, more than half of the respondents believe that better work results are achieved. The smallest portion of employees indicated that there is a reduction in errors and losses at work (Figure 4).

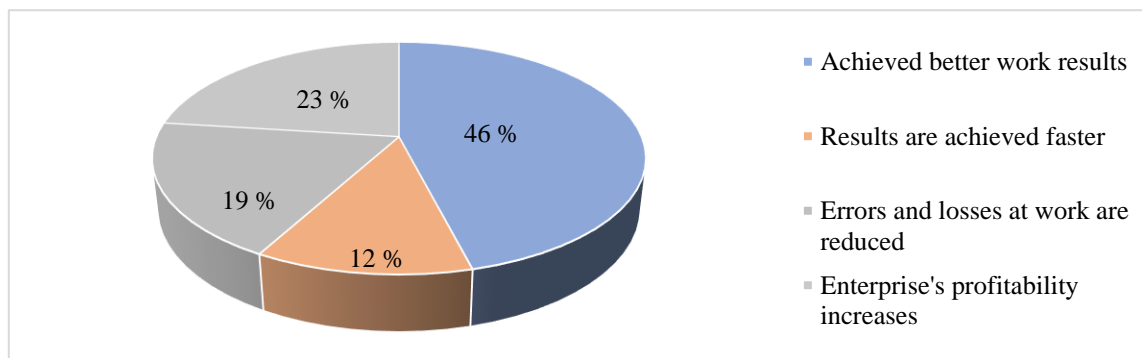


Figure 4. Respondents' opinions on the benefits for the organization that has formed a team

After conducting the study and analyzing the obtained results, it can be concluded that the majority of respondents (42 percent) rated teamwork as excellent, and 33 percent rated it as good. However, 92 percent of respondents stated that they did not always achieve good results or meet the manager's expectations. The analysis revealed that almost all surveyed employees are motivated by the growth of a sense of responsibility and duty. Most employees believe that when starting teamwork, it is important to have a suitable team leader. All employees agree that tasks in the team are performed with quality, the team's common goal is clear, and tasks are equally distributed. The study also identified obstacles to teamwork, including competition among employees, an inappropriate leadership style, and differing mindsets.

CONCLUSIONS

Through the review of key ideas and principles, it is evident that teamwork is built upon several foundational elements, such as clear communication, mutual trust, shared goals, and collaboration. Effective teamwork is characterized by a balance of individual strengths and collective contributions, where each member is empowered to actively participate and contribute to the team's success. Building and maintaining trust, as well as fostering an environment where open communication is encouraged, are essential for ensuring that the team can work cohesively. Furthermore, a leader plays a critical role in guiding the team and promoting an environment conducive to cooperation and high performance. It is clear that teams that operate with defined roles and responsibilities, aligned goals, and the autonomy to manage tasks are more likely to succeed.

The research results reveal several specific features of teamwork in the studied company. The majority of employees reported that teamwork is highly valued, with a strong sense of responsibility and role awareness motivating their efforts. The employees believe that a suitable team leader is crucial when initiating teamwork, highlighting the importance of leadership in fostering collaboration. Most respondents agreed that tasks within the team are performed with quality, goals are clearly defined, and tasks are evenly distributed. However, the study also identified certain challenges to effective teamwork in the company, such as competition among employees, inappropriate leadership styles, and differing mindsets. These factors can disrupt the flow of teamwork and impact overall performance. Furthermore, the research suggests that while the team often meets performance expectations, not all results align perfectly with the manager's goals, indicating areas for improvement in terms of achieving consistent outcomes.

References

Alexandrino, J., Lourenço, P. Rebelo, T., Dimas, I. (2024). Having Each Other's Back: The Mediating Role of Supportive Behaviours in the Relationship between Team Autonomy and Team Effectiveness. *Organizacija, Volume 57, Issue 1*

Baihoosh, F.A., Nawaz, N., El-Rahbani, G. (2025). Shaping Effective Employee Incentives in Bahrain's Heavy Machinery Trading Sector: A Conceptual Study. In: Hamdan, A. (eds) *Achieving Sustainable Business through AI, Technology Education and Computer Science*. Studies in Big Data, vol 158. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-70855-8_29

Barzinskas, D. (2008). *Komandinio darbo ypatumai statybinėje organizacijoje UAB „Žemda“*. Šiauliai: Šiaulių universitetas. <https://www.lvb.lt/permalink/f/16nmo04/ELABAETD2081804>

De Jong, B. A., Dirks, K. T., & Gillespie, N. (2016). Trust and team performance: A meta-analysis of main effects, moderators, and covariates. *Journal of applied psychology, 101*(8), 1134

Deichmann, D., & Jensen, M. (2018). I can do that alone... or not? How idea generators juggle between the pros and cons of teamwork. *Strategic Management Journal, 39*(2), 458-475

Dromantaitė, A., Raišienė, A., Račelytė, D., Jurčiukonytė, A., Vyšniauskienė, L. (2012). *Organizacinės elgsenos pagrindai*. Vadovėlis.

Haas, M. R. (2010). The Double-Edged Swords of Autonomy and External Knowledge: Analyzing Team Effectiveness in a Multinational Organization. *Academy of Management Journal, 53*(5), 989–1008. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.54533180>

Karhapaa, S. J., Savolainen, T. (2022). Trust and performance: a contextual study of management change in private and public organization. *Baltic Journal of Management, 20*(6). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/bjm-06-2022-0212/full/pdf?title=trust-and-performance-a-contextual-study-of-management-change-in-private-and-public-organisation>

Li, J., Jia, L., Cai, Y., Kwan, H. K., & You, S. (2020). Employee–Organization Relationships and Team Performance: Role of Team Collective Efficacy. *Front. Psychol. 11*:206. doi: 10.3389/fpsyg.2020.00206

Merriam-webster. (2024). Autonomy. Dictionary <https://www.merriam-webster.com/dictionary/autonomy>

Mohanty, A., Mohanty, S. (2018). The Impact of Communication and Group Dynamics on Teamwork Effectiveness: The Case of Service Sector Organisations. *Academy of Strategic Management Journal, 17*(4). <https://shareok.org/server/api/core/bitstreams/18c100b3-dead-4a32-a746-6e919004b116/content>

Morrisette, A. M., & Kisamore, J. L. (2020). Trust and performance in business teams: A metaanalysis. *Team Performance Management: An International Journal, 26*(5/6), 287-300. <https://doi.org/10.1108/TPM-02-2020-0012>

Raižienė, S., Endriulaitienė, A. (2008). *Efektyvus komandų formavimas: principai, metodai, įgūdžiai*. Metodinė priemonė.

Toseef, M., Kiran, A., Zhuo, S., Jahangir, M., Riaz, S., Wei, Z., Ghauri, T. A., Ullah, I., & Ahmad, S. B. (2022). Inspirational Leadership and Innovative Communication in Sustainable Organizations: A Mediating Role of Mutual Trust. *Front. Psychol. 13*:846128. doi: 10.3389/fpsyg.2022.846128

Juknelytė, B., Petrauskienė, R. (2025). Features of Teamwork in a Trading Company. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 74-81, ISSN 2669-221X

PATRAUKLI DARBO VIETA KAIP ESMINIS MOTYVACIJOS VEIKSNYS VERSLO APLINKOJE

Matas Misevičius

Vilniaus kolegija, Lietuva

matas.misevicius@stud.viko.lt

Konsultavo dr. Nikolaj Ambrusevič

Vilniaus kolegija, Lietuva

n.ambrusevic@vvf.viko.lt

ĮVADAS

Lietuvoje, kaip ir visame pasaulyje, vis dažniau kalbama apie darbo vietos kaip esminės motyvavimo priemonės aktualumą. Verslo įmonės, siekdamos palaikyti darbuotojų gerovę jų darbo vietoje, skatinamos įgyvendinti naujoviškas idėjas. Darbuotojams įrengiamos laisvalaikio zonos, suteikiama papildomų laisvų dienų, akcentuojamos kitos naudos. Kartu pastebima, kad dalis darbuotojų atsargiai vertina šias darbdavių iniciatyvas. Suteikiamos naudos gali būti traktuojamos kaip banalios ir mažinančios darbuotojų susitelkimą į darbą, lemti prastesnius tiek atliekamo darbo, tiek visos įmonės rezultatus.

Problema – trūksta informacijos, kokį poveikį turi konkretūs patrauklios darbo vietos koncepcijos elementai darbuotojų motyvacijai šiuolaikinėje verslo aplinkoje.

Tyrimo objektas – patrauklios darbo vietos kaip darbuotojų motyvacijos priemonės koncepcija.

Tikslas – nustatyti ir įvertinti patrauklios darbo vietos koncepcijos taikymo poveikį darbuotojų motyvacijai verslo aplinkoje.

Uždaviniai. Tikslui pasiekti keliami šie uždaviniai:

- atlikti darbuotojų motyvacijos priemonių teorinių pagrindų analizę;
- pristatyti tyrimo metodologiją, skirtą patrauklios darbo vietos koncepcijos poveikiui darbuotojų motyvacijai verslo aplinkoje įvertinti;
- išanalizuoti atlikto tyrimo rezultatus, siekiant nustatyti esmines praktikoje taikomas patrauklios darbo vietos priemones darbuotojų motyvacijai didinti, remiantis konkrečios bendrovės pavyzdžiu.

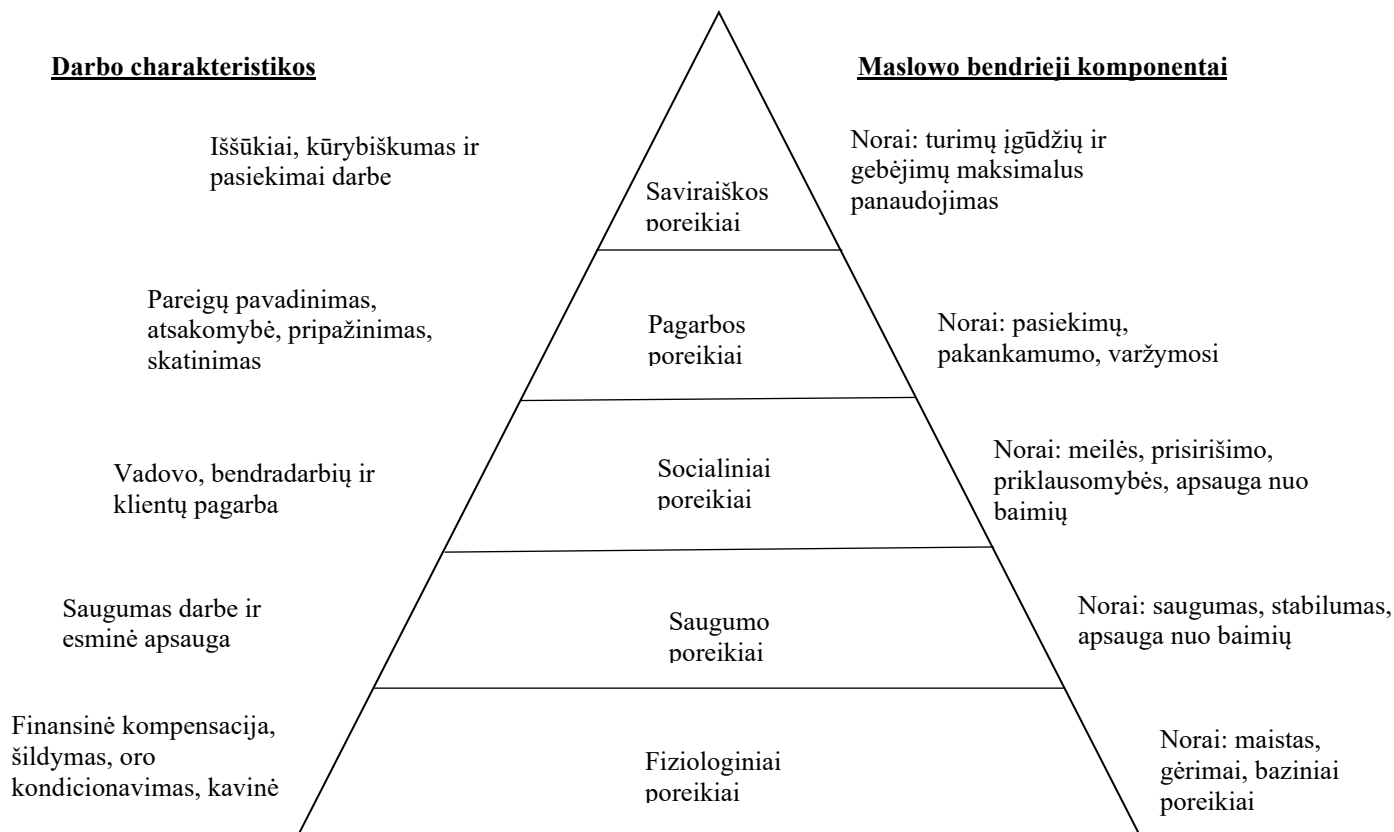
Metodai: lietuvių ir užsienio tyrėjų teorinių pagrindų analizė, nestruktūruoto interviu tyrimo metodas.

Darbuotojų motyvacijos priemonių teoriniai pagrindai

Mokslinėje literatūroje darbuotojų motyvacija dažnai siejama su geru atlyginimu (Ghosh, 2022), tačiau pastaraisiais metais vis labiau akcentuojama, kad, siekiant pritraukti gerų darbuotojų ir juos išlaikyti, vien atlyginimo nepakanka (Harman, 2022). Verslo įmonės turi atsižvelgti į darbuotojų lūkesčius ir stengtis labiau tenkinti pavaldinių poreikius, negu tai darė anksčiau (Teng-Calleja et al., 2023). Ši papildoma visų darbo vietos siūlančių verslo įmonių konkurencijos priemonė leidžia darbo ieškantiems žmonėms ne tik orientuotis į būtent jiems tinkamą darbo poziciją ir atitinkamą atlygį, bet ir skatina atkreipti dėmesį į papildomų naudų krepšelį, turintį daug privalumų (Füllemann et al., 2020).

Daugelis tyrėjų (Schüler et al., 2019; Elbers et al., 2023) laikosi požiūrio, kad motyvaciją darbui atlikti lemia vienu ar kitu poreikių tenkinimas. Elbers ir kt. (2023) teigimu, žmonės darbo aplinkoje investuoja savo pastangas, siekdami patenkinti poreikius ir kompensuoti jų trūkumą. Schüler ir kt. (2019) pastebi, kad kiekvienas žmogus turi įvairių poreikių, kurie tampa motyvu, kai nėra patenkinami.

Viena iš žinomiausių žmogaus poreikių teorijų – Maslowo teorija (žr. 1 pav.). Skiriami penki žmogui reikalingi poreikiai. Pirmieji trys poreikiai: fiziologiniai, savisaugos ir bendravimo. Šiems poreikiams užtikrinti dažniausiai pakanka gero atlyginimo. Jį gaudamas asmuo gali susikurti patinkančią ir tris pagrindinius poreikius patenkinančią gyvenimą (Lussier, 2019).



1 pav. Maslowo poreikių piramidė ir darbo charakteristikos

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lussier, 2019)

Darbdavys turėtų sudaryti sąlygas realizuoti ir kitus du – pripažinimo ir saviraiškos, t. y. aukščiausius, poreikius. Kaip teigia Lussier (2019), pripažinimo poreikis kyla, kai asmuo nori būti pripažintas visuomenėje, atsiranda noras pirmauti, siekti naujų karjeros aukštumų. Tai gali būti realizuojama naujomis pareigomis arba siekiu būti paaukštintam. Saviraiškos poreikį, esantį Maslowo piramidės viršuje, įgyvendinti sunkiausia. Norint patenkinti šį poreikį, turi būti numalšinti visi žemiau įvardyti poreikiai. Be to, įmonėje turi būti sudarytos palankios sąlygos saviraiškai atsiskleisti. Manoma, kad darbuotojas, galintis atskleisti turimus talentus ir pasinaudoti teikiamomis galimybėmis, suinteresuotas geriau vykdyti darbo funkcijas.

Mokslinėje literatūroje vis labiau pastebima, kad, plėtojant šiuolaikinę verslą, ne tik rūpinamasi pardavimu ir pelnu, bet vis dažniau kalbama apie darbuotojų svarbą, komandos stiprinimą, laisvalaikio ir darbo pusiausvyrą (Zhu et al., 2018). Tyrėjų teigimu, anksčiau į darbuotojus buvo žvelgiama kaip į žmones, kurie privalo atlikti reikiamą darbą už atlyginimą, tačiau, visuomenei nuolat tobulėjant, daugiau dėmesio pradėta skirti ne tik fizinei, bet ir psichologinei darbuotojų būklei.

Ziomek (2023), Mol ir kt. (2020) išskiria šiuos motyvacijos aspektus: *sveikatos draudimas, nuolaidos partnerių paslaugoms ir prekėms, nuotolinis darbas, laisvas darbo grafikas, papildomos atostogos*. Tyrėjų nuomone, minėti aspektai teikia papildomą motyvaciją darbuotojams pasirinkti įmonę ir joje pasilikti dirbti ilgiau. Tai verslo atstovams teikia labai didelę naudą, nes nereikia ieškoti naujų darbuotojų ir investuoti į jų mokymo procesą. Be to, daugiau patirties turintis personalas iškilusias problemas gali išspręsti kur kas greičiau negu su procesais nesusipažinę asmenys. Minėtos iniciatyvos

gali turėti didelį teigiamą poveikį darbuotojų motyvacijai ir bendrajai darbo aplinkai – darbuotojai, patenkinti savo darbo vieta, darbus atlieka kokybiškiau ir yra labiau pasiryžę prisiimti atsakomybę už atliktus veiksmus. Kaip pastebi Ziomek (2023), kalbamųjų įmonių darbuotojai dažniau teigiamai atsiliepią apie savo darbovietę ir taip į verslo įmones pritraukia naujų talentų.

Šiuolaikinėje verslo aplinkoje labai svarbios vietos pabėgti nuo darbų rutinos yra *laisvalaikio zonos*. Jos lėtai, bet užtikrintai tampa neatsiejama darbo aplinkos dalimi. Šios zonos leidžia ne tik turiningai praleisti laisvalaikį, bet ir pabendrauti su kolegomis neoficialioje aplinkoje. Minėtina, kad laisvalaikio zonos neapsiriboja tik fizinėmis erdvėmis. Tai gali būti ir virtualiosios platformos, kuriose darbuotojai gali dalytis idėjomis, planais ar tiesiog išsakyti savo nuomonę. Visa tai ne tik plečia darbuotojų akiratį, bet ir prisideda prie bendruomenės kūrimo, stiprina įmonės kultūrą (Cohen-Gewerc & Stebbins, 2013).

Darbdaviai nėra linkę suteikti *papildomų atostogų* darbuotojams asmeninių švenčių progomis, net jei už šias atostogas ir nemokama. Minėtina, kad tokia galimybė teikia darbuotojams daugiau laisvės ir galimybių derinti darbą ir asmeninį gyvenimą (Caligiuri & Poelman, 2008). Tai pasakytina ir apie nuotolinį darbą – kompiuteriu darbas gali būti atliekamas iš bet kurios pasaulio vietos, tačiau dažnai darbdaviai reikalauja dirbti įmonėje, tikėdamiesi užtikrinti didesnę produktyvumą. Friedo ir Heinemeierio (2013) manymu, fizinės biuro erdvės nebuvimas nekenkia sėkmingam darbui ir produktyvumui, tačiau turėdami papildomų atostogų ir galimybę dirbti iš namų darbuotojai į darbą žvelgia su daug didesniu pasitenkinimu, jį labiau mėgsta ir vertina.

Matheson ir Rosen (2012) atliktas tyrimas atskleidė, kad vienas iš svarbiausių veiksnių, leidžiančių būti patenkintam savo pareigomis ir atliekamam darbu, yra *darbinio ir šeiminio gyvenimo pusiausvyrą*. Tai lemia geresnę fizinę ir psichologinę sveikatą. Asmuo, galintis skirti pakankamai laiko savo šeimai, atvykęs į darbą mažiau rūpinasi savo šeimos problemomis, nes buvo skyręs pakankamai laiko šioms problemoms išspręsti (Kelly, 2011).

Įmonės nuolat nori tobulėti ir siekti *karjeros* aukštumų. Jei įmonė nėra suinteresuota savo ištikimiesiems darbuotojams skirti naujų pareigų ir atsakomybių, laikui bėgant šie darbuotojai pradeda ieškoti kitos darbo vietos, kurioje galėtų eiti naujas pareigas. Kaip pastebi Januškevičienė ir kt. (2012), naujų pareigų darbuotojams skyrimas ne tik rodo darbdavio rūpinimąsi gerinti darbuotojų sąlygas, bet ir motyvuoja darbuotoją tobulėti, mokytis plečiant žinių bagažą ir taip teikti didesnę naudą įmonei. Taigi verslo įmonės turėtų aktyviai skatinti darbuotojus tobulėti ir siekti naujų karjeros tikslų, nes tai ne tik leidžia išlaikyti talentingą personalą, bet ir skatina organizacijoje inovacijas, kūrybingumą ir produktyvumą. Tai svarbi ilgalaikė strategija, kuri padeda organizacijai išsiskirti palankia ir motyvuojančia darbo aplinka bei savo srities profesionalais.

Galiausiai, darbdavys, sudarydamas geras darbo sąlygas, tikisi, kad darbuotojai tinkamai tai įvertins (Cuthbert, 2022). Kaip pastebi Harjanto ir kt. (2023), viena iš pagrindinių priežasčių, kodėl įmonėje sudaromos puikios darbo sąlygos, yra *darbuotojų lojalumas*. Dažna darbuotojų kaita neleidžia susiformuoti tvirtam kolektyvui, kuriame visi žinotų vienas kito stipriąsias ir silpnąsias puses, sprenddami iškilusias problemas. Lojalumas lemia gerą *įmonės įvaizdį*, o atsakingai įsidarbinantys savo srities profesionalai ieško įmonės, kurioje būtų maža darbuotojų kaita, nes tai rodo, kad darbuotojai patenkinti savo darbovieta ir nelinkę jos keisti (Theurer et al., 2022). Taip netiesioginiu būdu ilgai išlaikant darbuotojus vienoje darbovietėje pritraukiama naujų profesionalų. Darbuotojai, ilgai dirbantys vienoje darbovietėje, linkę ir patys ieškoti būdų, kaip pagerinti savo darbo vietą, siūlydami darbdaviui naujų sprendimų ir taip atskleisdami savo kūrybiškumą ir inovatyvumą.

Tyrimo metodo pristatymas, remiantis AB „Telia Lietuva“ pavyzdžiu

Analizei atlikti pasirinktas kokybinis tyrimas. Brymanas (2008) išskiria tris esmines kokybinio tyrimo skiriamąsias ypatybes:

- 1) atliekant kokybinį tyrimą, dominuoja indukcinė logika, kitaip tariant, teorija kuriama (generuojama) iš surenkamų tyrimo duomenų;
- 2) kokybinio tyrimo metu laikomasi interpretacinės pozicijos (angl. *interpretativist*), t. y. siekiama suprasti socialinį pasaulį tiriant, kaip jį interpretuoja jo dalyviai;
- 3) atliekant kokybinį tyrimą laikomasi konstrukcionistinio (angl. *constructionist*) požiūrio, t. y. teigiama, kad socialinė realybė yra sąveikų tarp individų rezultatas, o ne atskira, socialinės sąveikos dalyviams „išoriška“ duotybė.

Kaip pastebi Gaižauskaitė ir Valavičienė (2016), kokybinis interviu gali įgyti įvairių formų. Nėra bendros klasifikavimo sistemos, kuri leistų susisteminti visas interviu variacijas. Metodologinėje literatūroje dažniausiai aprašomas individualus tiesioginis interviu (angl. *face-to-face interview*), neretai šią formą apibendrintai įvardijant kaip kokybinį interviu.

Gaižauskaitė ir Valavičienė (2016) nurodo, kad kai kurioms kokybinėms strategijoms taikomas visiškai laisvas, nestruktūruotas interviu (pokalbis). Tokio pokalbio metu tyrimo dalyviui pateikiama bendra tema, kuria remdamasis jis išsako savo mintis.

Su AB „Telia Lietuva“ verslo komercijos specialistu atliktas nestruktūruotas interviu. Tyrimo metu pateikti klausimai skatino respondentą išsakyti nuomonę apie įmonėje taikomų motyvacinių priemonių tinkamumą, siekiant nustatyti įmonės tikslų.

Prieš atliekant tyrimą, suformuluota hipotezė, kad įmonėje naudojamos papildomos, ne vien į finansinį skatinimą orientuotos motyvacijos priemonės, kaip socialinių garantijų užtikrinimas, skatina darbuotojų kūrybingumą ir norą imtis iniciatyvų. Tyrimu šią hipotezę siekta patikrinti ir nustatyti, kaip skirtingos motyvacijos priemonės veikia darbuotojų požiūrį į darbą ir į bendrąją įmonės kultūrą.

AB „Telia Lietuva“ taikomų motyvacijos priemonių analizė

Atlikus interviu su AB „Telia Lietuva“ atstovu, išskirtos kelios motyvacinės priemonės, kuriomis įmonė siekia paskatinti savo darbuotojus ir kartu išlikti konkurencinga darbdavių rinkoje.

AB „Telia Lietuva“ stengiasi kuo ilgiau išlaikyti savo darbuotojus, užtikrindama aukštą jų pasitenkinimą darbo sąlygomis. Tai lemia gerus darbo rezultatus, motyvaciją dirbti. Darbuotojams gerai atsiliepiant apie darbovietę, pritraukiama specialistų iš artimųjų rato. Už tai darbuotojams skiriamas piniginis paskatinimas.

Laisvalaikio zonos, skirtos darbuotojams, nėra naujas dalykas AB „Telia Lietuva“ atstovams. Tai jau tapę kasdienės darbo rutinos dalimi – darbuotojai noriai eina praleisti savo laisvo laiko į šias zonas ir pabendrauti su kolegomis. Šiandien tokia praktika darbo rinkoje nėra naujas reiškinys, tačiau vis dar išlieka privalumas, ieškant naujos darbo vietos. AB „Telia Lietuva“ yra ne viena erdvė ir numatyta daug veiklų, leidžiančių nukreipti mintis nuo darbo ir kasdienės rutinos. Akcentuojama, kad žmonės, dirbantys sėdimą darbą, privalo judėti – tai padeda jų fizinei ir psichologinei būsenai.

AB „Telia Lietuva“ darbuotojams suteikiamos papildomos atostogų dienos, priklausomai nuo turimo stažo. Ypatingas dėmesys skiriamas šeimos šventėms. Respondentas pabrėžė, kad dauguma biuro darbuotojų dirba jau ne vieną dešimtį ir yra patenkinti turima darbo vieta bei asmeninio gyvenimo ir darbo balansu.

AB „Telia Lietuva“ darbuotojai kiekvieną penktadienį informuojami apie naujai atsiradusias darbo pozicijas, nuolat rengiami tiek kvalifikacijos, tiek asmeninio gyvenimo tobulinimo mokymai, atsižvelgiama į darbuotojų psichologinę gerovę. Visa tai leidžia darbuotojui suprasti, kad juo rūpinamasi, kad jam užtikrinama galimybė tobulėti.

AB „Telia Lietuva“ darbuotojams už darbą atlyginama ne tik darbo užmokesčiu – už pastangas galima gauti papildomų naudų krepšelį. Įmonės sprendimas suteikti ne tik finansines, bet ir kitas motyvacinio pobūdžio priemones naudingas ir darbuotojams, ir įmonei.

Visos bendrovėje taikomos motyvacinės priemonės teigiamai veikia darbuotojus. Minėtina, kad aptartos esminės motyvacijos priemonės sudaro tik dalį naudų, kurios padeda darbuotojams kasdienybėje ir darbe. Kaip pajuokavo respondentas, motyvacinių pasiūlymų AB „Telia Lietuva“ tiek gausu, kad dauguma darbuotojų net negali prisiminti visų jiems prieinamų taikomų priemonių.

IŠVADOS

Teorinių pagrindų analizė atskleidė, kad darbuotojų motyvacija šiuolaikinėje verslo aplinkoje labiau negu anksčiau priklauso ne tik nuo finansinio atlyginimo, bet ir nuo įvairių motyvacinių priemonių. Teorinė analizė, paremta Maslowo poreikių teorija, rodo, kad darbuotojų motyvaciją veikia skirtingi poreikiai, pradedant fiziologiniais ir baigiant aukštesniaisiais – pripažinimo ir saviraiškos – poreikiais. Teorinės medžiagos lyginamoji analizė parodė, kad svarbu atsižvelgti į sveikatos priežiūrą, darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrą ir į kitas nefinansines darbuotojų motyvacijos priemones.

Tyrimo metu, taikant nestruktūruoto interviu metodą, nustatytos motyvacijos priemonės, kurias taiko AB „Telia Lietuva“, siekdama užtikrinti darbuotojų pasitenkinimą darbu ir ilgalaikį jų lojalumą. Darbuotojų motyvacijos priemonės AB „Telia Lietuva“ apima įvairias sritis nuo laisvalaikio zonų įrengimo biure iki papildomų atostogų, nuotolinio darbo ir karjeros galimybių. Šios priemonės sietinos ne tik su darbu, bet ir su darbuotojų asmeniniais poreikiais ir gerove.

Atlikus tyrimą, nustatytos esminės AB „Telia Lietuva“ naudojamos motyvacijos priemonės. Viena iš jų – laisvalaikio zonos, kurios tampa neatsiejama darbo aplinkos dalimi. Čia darbuotojai gali ne tik pailsėti nuo darbo, bet ir bendrauti su kolegomis neoficialioje aplinkoje. Papildomos atostogos, nuotolinis darbas, laisvas darbo grafikas ir kitos iniciatyvos taip pat minėtinos kaip svarbios motyvacijos priemonės. Tyrimo metu taip pat pastebėta, kad įmonė aktyviai skatina darbuotojų tobulėjimą ir mokymąsi, teikdama jiems informaciją apie naujas pozicijas, organizuodama mokymus.

Galima teigti, kad darbuotojų pasitenkinimas darbu ir motyvacija išlieka aktualūs šiuolaikinės verslo aplinkos veiksniai. Patrauklios darbo vietos koncepcija gali padėti pritraukti talentingų darbuotojų ir juos išlaikyti, šiems darbuotojams esant laimingiems ir patenkintiems savo darbu. Darbuotojai ne tik atsakingai atliks jiems skirtas užduotis, bet ir bus suinteresuoti įmonės augimu ir tobulėjimu, nes jaus darbdavio rūpinimąsi. Taip kuriamas abipusis darbuotojo ir įmonės pasitikėjimas, stiprėja bendroji korporacinė kultūra.

Literatūros sąrašas

- Bryman, A. (2008). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Caligiuri, P., & Poelmans, S. A. Y. (2008). *Harmonizing work, family, and personal life: From policy to practice*. Cambridge University Press.
- Cohen-Gewerc, E., & Stebbins, R. A. (2013). *Serious leisure and individuality*. McGill-Queen's University Press.
- Cuthbert, M. (2022). Rethinking the basics: How the employer/employee relationship is evolving in today's world. *Smart Business Columbus*, 29(10).
- Elbers, A., Kolominski, S., & Blesa Aledo, P. S. (2023). Coping with dark leadership: Examination of the impact of psychological capital on the relationship between dark leaders and employees' basic need satisfaction in the workplace. *Administrative Sciences*, 13(4).
- Fried, J., & Heinemeier, H. D. (2013). *Remote: Office not required*. Vermill Publisher.

Füllemann, Y., Moreau, V., Vielle, M., & Vuille, F. (2020). Hire fast, fire slow: The employment benefits of energy transitions. *Economic Systems Research*, 32(2), 202–220.

Gaižauskaitė, I., & Valavičienė, N. (2016). *Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu*. Registrų centras.

Ghosh, B. (2022). *Salary transparency is good for everybody*. Bloomberg Opinion.

Harjanto, R., Suhariadi, F., Yulianti, P., Nugroho, M. A., & Damayanti, N. (2023). The importance of trust in cultivating employee loyalty and productivity in a remote work environment. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), 1–21.

Harman, P. (2022). A good day's work: The 2022 claims salary survey. *NU Claims*, 70(6), 26–30.

Januškevičienė, E., Augutienė, I., & Daukilas, S. (2012). Socialiai reikšmingų individo gyvenimo vaidmenų darba karjeros metodologijoje: pragmatizmo ir holizmo kontekstas. *Vocational Training: Research & Realities*, 22, 42–55.

Kelly, M. (2011). *Off balance: Getting beyond the work-life*. Blue Sparrow Publisher.

Lussier, K. (2019). Of Maslow, motives, and managers: The hierarchy of needs in American business, 1960–1985. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 55(4), 319–341.

Matheson, J. L., & Rosen, K. H. (2012). Marriage and family therapy faculty members' balance of work and personal life. *Journal of Marital and Family Therapy*, 38(2), 394–416.

Mol, J. M., Botzen, W. J. W., & Blasch, J. E. (2020). Behavioral motivations for self-insurance under different disaster risk insurance schemes. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 180, 967–991.

Schüler, J., Baumann, N., Chasiotis, A., Bender, M., & Baum, I. (2019). Implicit motives and basic psychological needs. *Journal of Personality*, 87(1), 37–55.

Teng-Calleja, M., Presbitera, A., & de Guzman, M. M. (2023). Organizational direction, expectations, and employees' intention for green HRM practices in the philippines: A signaling theory perspective. *Asian Business & Management*, 22(4), 1301–1327.

Theurer, C. P., Schäpers, P., Tumasjan, A., Welpe, I., & Lievens, F. (2022). What you see is what you get? Measuring companies' projected employer image attributes via companies' employment webpages. *Human Resource Management*, 61(5), 543–561.

Zhu, Y. Q., Gardner, D. G., & Chen, H. G. (2018). Relationships between work team climate, individual motivation, and creativity. *Journal of Management*, 44(5), 2094–2115.

Ziomek, A. (2023). Motivation to work remotely in the face of organizational and cost conditions. *Economics & Law*, 22(2), 399–481.

SUMMARY

AN ATTRACTIVE WORKPLACE AS AN ESSENTIAL FACTOR OF MOTIVATION IN BUSINESS ENVIRONMENT

Matas Misevičius

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
matas.misevicius@stud.viko.lt

Consulted by Dr. Nikolaj Ambrusevič

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
n.ambrusevic@vuf.viko.lt

The relevance of the topic is related to the fact, that nowadays every employee expects higher standards to be met. In other words, an employer should prepare a workplace, that should be different, better and enjoyable to spend time at. Employees want to work for well-known prestigious companies, because they expect to be treated well and be respected.

The aim of the article is to determine and evaluate the impact of applying the attractive workplace concept on employee motivation in the business environment. The tasks raised include the analysis of the theoretical foundations of employee motivation tools, the presentation of the research methodology based on Maslow's theory of needs and an overview of the motivation tools used in practice.

The article discusses the concept of an attractive workplace, which is based on the motivational tools used in the modern business environment. The analysis of the theoretical foundations includes the sources of Lithuanian and foreign authors. It discusses how various motivational measures, such as leisure zones, additional holidays, hybrid work from home, can affect the productivity of employees, their loyalty, the desire to work and to develop new ideas and initiatives, thus contributing to the overall success of the company.

The research performed in the article is based on the interview with AB "Telia Lithuania" commerce specialist. The questions presented during the research encouraged the respondent to express an opinion about the suitability of the motivational measures used in the company to achieve the company's goals. The aim of the study was to determine how different motivation tools affect employees' attitudes towards work and the overall company culture.

The results of the research highlighted that the company uses additional motivational measures, not only focused on financial incentives, such as the provision of social guarantees, that promotes the creativity of employees and awakens the desire to take initiative. The main insight summarising the article would include importance of remuneration, as it requires less training of new personnel, and creates a strong bond between colleagues, supports better collaboration in the work environment by letting everyone feel more comfortable in expressing new ideas, which at the end can be beneficial for the whole company.

Misevičius, M., Ambrusevič, N. (2025). Patraukli darbo vieta kaip esminis motyvacijos veiksnys verslo aplinkoje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 82-88, ISSN 2669-221X

ESTIJOS ELEKTRONIKOS KOMPONENTŲ RINKOS PLĖTROS TENDENCIJOS

Tomas Jarušaitis

Vilniaus kolegija, Lietuva

tomas.jarusaitis@stud.viko.lt

Konsultavo dr. Viktor Kozlovskij

Vilniaus kolegija, Lietuva

v.kozlovskij@vfv.viko.lt

IVADAS

Kaip teigia Rashidas (2021, p. 1), „pagrindinis verslo tikslas yra uždirbti pinigų. Pelningumo analizė padeda suprasti esamą operacinį sėkmingumą ir įmonės efektyvumą.“ Jainas (2023) taip pat teigia, kad „įstaigos gyvybės šaltinis yra pelnas. Jis būtinas išgyvenimui, raidai ir plėtrai.“ Neuždirbančios pelno įmonės negali sėkmingai plėtoti savo veiklos ir, išleidusios visą savo kapitalą, priverstos trauktis iš rinkos. Anksčiau ar vėliau esamoje rinkoje įmonė pasiekia savo augimo galimybių ribas. Įmonė ribojama konkurencijos, vidinių resursų ir kitų veiksnių, galiausiai – rinkos dydžio. Vienas iš būdų didinti pardavimą ir pelną – plėtra į užsienio rinkas, t. y. globalizacija.

Shenkaro ir kt. (2021) teigimu, „globalizacija tapo vienu iš šių laikų madingų žodžių. Žmonės mato jos apraiškas visur: nuo „Coca-Colos“ skardinės mažoje kaimo parduotuvėlėje Afrikoje iki auksinių „McDonald’s“ arkų Kinijos didmiestyje.“ Paprasčiau yra užimti mažą naujos rinkos dalį, negu padidinti įmonės apyvartą rinkoje, kurioje visos galimybės jau išnaudotos. Kaip teigia Siripipatthanakulas (2021), „tinklas ar aljansas įmonei nešą naudą kaip konkurencinis pranašumas“. Be pelno ir apyvartos augimo, plėtra atneša įmonėms ir papildomų naudų. Gamybinės įmonės, didindamos gamybos apimtis, dėl masto ekonomijos gali sumažinti gamybos sąnaudas. Vykdamas plėtrą, auga įmonės prekių ženklo žinomumas, jis matomas daugiau šalių, atsiveria ir gretimų šalių rinkos. Plėtra į kitas šalis leidžia diversifikuoti pajamas ir taip mažina priklausomybę nuo vienos šalies ir rizikas, kurių kyla dėl galimų rinkos svyravimų ar vartotojų poreikių kaitos, taip pat ir dėl galimų politinių grėsmių. Be to, dažnu atveju plėtra susijusi ir su žmogiškųjų išteklių sfera, nes kiekviena nauja šalis atveria didesnę darbuotojų rinką. Darbas tarptautinėje įmonėje gali atrodyti patrauklesnis, o tai leidžia pritraukti kvalifikuotų darbuotojų.

Tyrimo problema. Lietuvos įmonėms, užėmusioms savo rinkos dalį, maža tikimybė augti toliau. Siekdamas plėtros, įmonės turi iširti kitas potencialias rinkas.

Tyrimo tikslas – nustatyti esmines Estijos elektronikos komponentų rinkos plėtros tendencijas.

Tyrimo uždaviniai:

- nustatyti verslo aplinkos tyrimo metodus;
- aprašyti tyrimo metodiką;
- iširti verslo aplinką Estijos rinkoje.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizė, kiekybinis tyrimas (anketinė apklausa), kokybinis tyrimas (interviu), tyrimo rezultatų aprašomoji ir lyginamoji analizės.

Verslo aplinkos tyrimo teorinis pagrindimas

Plėtra į naują rinką yra strateginis įmonės sprendimas, kai ji pradeda vykdyti veiklą kitoje valstybėje ar kitame rinkos segmente, kuriame anksčiau veiklos nevykdė. Plėtra galima įvairiomis formomis: kuriant naujus kito segmento produktus, parduodant esamus produktus kitose šalyse, persiorientuojant iš produktų pardavimo į paslaugų tiekimą ir kt. Ši strategija yra vienas iš būdų įmonėms kelti savo apyvartą ir pelną, auginti prekių ženklo žinomumą ir diversifikuoti rizikas.

Minėta tema yra daug mokslinės literatūros. Ji vis dar aktuali ir, palyginti su ankstesniais metais, šiandien dar aktualesnė, nes dėl technologinės pažangos lengviau rasti reikiamą informaciją ir vykdyti verslo sandorius, reikalingus plėtrai. 1 lentelėje pateikiamos keletą tyrėjų nurodytos plėtos apibrėžtys.

1 lentelė. Plėtos samprata mokslinėje literatūroje

Tyrėjai	Samprata
Mistreanu (2023)	Internacionalizacija yra įmonių naudojamas metodas ekonominei veiklai išplėsti už šalies ribų, siekiant didinti rinkos apimtį ir užsiauginti klientų.
Ditta (2022)	Internacionalizacija versle nurodo operacijų išplėtimo už nacionalinių ribų strateginį procesą. Tai būtina įmonei augti ir plėtoti globalizacijos kontekste.
Garmatiuk et al. (2022)	Internacionalizacija versle nurodo operacijų išplėtimą už vietinės rinkos ribų siekiant augimo ir pelno. Tai apima ėjimą į kitas rinkas ir strategijų pritaikymą siekiant tarptautinės sėkmės.
Shenkar et al. (2021)	Ekonominių ir verslo veiklų pagreitinimas ir praplėtimas už valstybės ribų.
Ūau (2017)	Verslo internacionalizacija nurodo strateginius metodus, leidžiančius įmonėms veikti užsienyje. Tai apima ekonominės veiklos plėtimą tarpvalstybinio mastu, būtiną įmonėms tarptautinėje rinkoje.

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis lentelėje nurodytais tyrėjų darbais

Plėtos procesas gana sudėtingas, reikalaujantis atlikti daugybę nuosekliai suplanuotų žingsnių. Labai svarbu kruopščiai išanalizuoti ir įvertinti planuojamos plėtos krypties rinką, pasirinkti tinkamą plėtos strategiją ir išsamiai įvertinti grėsmes, kad plėtra būtų sėkminga. Plėtra atneša ne tik naudą, bet ir papildomų grėsmių. Rinkos tyrimas gali kainuoti daug brangaus laiko arba nemažą sumą, užsakant šį tyrimą atlikti. Tokiu atveju prisideda papildomi rinkodaros kaštai. Plečiantis įmonei, tenka plėsti ir turimą infrastruktūrą, taip pat reikia didinti ir įmonės darbuotojų skaičių, investuoti į jų mokymą. Plėtra taip pat kelia ir naujų operacinių uždavinių, nes kitoje šalyje gali būti kitokia įstatyminė bazė, reikia ieškoti naujų logistikos kanalų, prisitaikyti prie kultūrinių skirtumų. Papildomai plėtra reikalauja persikirstyti išteklius (tiek finansinius, tiek esamų darbuotojų), svarbus vadovų dėmesys, todėl gali nukentėti operacijos, atliekamos esamoje rinkoje. Įvertinus plėtos rinkos galimą naudą ir rizikas, svarbu pasirinkti, kokiais būdais plėtra bus atliekama. Įmonė turi sudaryti plėtos planą ir pasirinkti tinkamas strategijas.

Siekiant tinkamai pasiruošti verslo plėtrai, būtina atlikti verslo aplinkos analizę. Norėdamos išsilaikyti rinkoje, įmonės turi prisitaikyti prie aplinkos, kurioje veikia, ir jos pokyčių, todėl įmonės vadovybė turi priimti sprendimus remdamasi tos aplinkos veiksniais. Skiriami du aplinkos tipai: vidinė ir išorinė aplinka.

Vidinė organizacijos aplinka apima vidinius organizacijos veiksnius, kuriems ji gali turėti įtakos. Vidiniai aplinkos veiksniai susideda iš (Sinha & Sinha, 2020):

- ✓ strategijos, kuri nusako veiksmų planą, norint pasiekti organizacijos tikslų;
- ✓ struktūros, nurodančios santykius tarp skirtingų vadovybės lygių ir skirtingų darbuotojų pakopų (svarbu išlaikyti gerus santykius tarp visų personalo grandžių);
- ✓ personalo tobulėjimo, mokymų ir samdymo strategijos;
- ✓ finansinių galimybių (nuo jų stipriai priklauso verslo veikla ir strategija);
- ✓ rinkodaros, kurios efektyvumas labai priklauso nuo turimų resursų, rinkodaros komandos kompetencijų, prekių ženklo žinomumo ir platinimo kanalų;
- ✓ operacinių galimybių, priklausančių nuo produktų ar paslaugų kūrimo;
- ✓ technologinių galimybių (labai svarbu prisitaikyti prie sparčiai kintančios aplinkos, be to, techninis personalas labai svarbus didinant kokybę ir produktyvumą).

Išorinė organizacijos aplinka įprastai dalijama į mikro- ir makroaplinkas (Hasan & Shkak, 2020). Organizacijos mikroaplinka susideda iš jos artimų veiksmų, tokių kaip konkurentai, tiekėjai, pirkėjai,

tarpininkai ir kt. Makroaplinka yra didesnė aplinka, kurioje įmonė turi veikti. Šią aplinką sudaro politinė, ekonominė, socialinė, technologinė, teisinė ir ekologinė aplinkos (dar vadinama PESTEL).

Vienas iš įrankių, leidžiančių gauti vertingų išvalgų vertinant dabartinę įmonės rinką ar rinką, į kurią norima plėstis, ir padėti sukurti tinkamą plėtros strategiją, yra Porterio penkių jėgų analizė. Analizė sukurta siekiant suprasti įmonės konkurentus rinkoje, naujų konkurentų atsiradimo tikimybę, grėsmes, kad įmonės produktai bus pakeisti kitais, pirkėjų galimybes reguliuoti sąlygas rinkoje ir tiekėjų galimą įtaką įmonės veiklai. Porterio (2008, p. 137) teigimu, „šių penkių jėgų supratimas padeda verslui išsilaikyti rinkoje“. Vis dėlto minėtina, kad Porterio analizė sukurta 1979 m. Minėtu laikotarpiu rinka buvo kitokia negu šiandien – nebuvo elektroninės prekybos ir skaitmeninių produktų, įmonės buvo labiau priklausomos nuo žaliavų tiekėjų. Kaip nurodo Isabele ir kt. (2020), abejotina, ar Porterio penkių jėgų analizė atitinka XXI a. stipriai pasikeitusius valdymo sprendimus. Visa tai gali lemti klaidingą strategiją.

Teoli ir kt. (2023) manymu, „SSGG (SWOT) analizė yra verslo strategijos įrankis įmonei palyginti su konkurentais. Ši analizė pripažinta naudinga diferencijuoti ir nustatyti nišą plačioje rinkoje. SSGG analizė apima tiek vidinius, tiek išorinius aspektus. *Stiprybės* ir *silpnybės* tarpusavyje susijusios. *Stiprybės* yra organizacijos aspektai, suteikiantys jai pranašumą prieš konkurentus. *Silpnybės* būdingos tik pačiai organizacijai ir veda į nepalankią konkurencingumo situaciją. Kalbant apie išorinius veiksnius, *galimybės* yra progos, kurias galima išnaudoti aplinkoje atnešant subjektui naudą. *Grėsmės* yra verslo aplinkos veiksniai, galintys sukelti subjektui sunkumų.“ Ši apžvalga gali būti naudinga kuriant strategiją bet kuriai socioekonominėi organizacijai. Tinkamai atlikusi SSGG analizę organizacija gali tiksliau pasirinkti strateginę kryptį ir tinkamiausią veiksmų laikotarpį.

Tyrimo metodikos pagrindimas

Analizei atlikti taikyti du metodai: kokybinis tyrimas (struktūruotas interviu) ir kiekybinis tyrimas (anketinė apklausa).

Kokybinio tyrimo tikslas – apžvelgti Estijos elektronikos komponentų rinkos tendencijas ir plėtros šioje rinkoje galimybes.

Kokybinio tyrimo eiga:

- mokslinių šaltinių analizė;
- interviu klausimyno sudarymas;
- ekspertų atranka;
- griežtai struktūrizuoto interviu vykdymas;
- interviu su ekspertais rezultatų apibendrinimas.

Ekspertų atranka. Siekiant gauti kokybiškus interviu rezultatus, pasirinkti ekspertai, turintys bent 10 m. darbo tiriamojoje rinkoje patirtį, įmonėje užimantys vadovaujamas pareigas, turintys bendravimo su klientais patirties. Ekspertai, atitinkantys minėtus kriterijus, supranta įmonės veiklos specifiką bei klientų poreikius ir turi plėtros į kitas rinkas patirties. Ekspertų charakteristika pateikiama 2 lentelėje.

2 lentelė. Ekspertų charakteristika

	Patirtis rinkoje (metais)	Pareigos	Išsilavinimas
1 ekspertas	22	Rinkodaros vadovas, valdybos narys	Aukštasis
2 ekspertas	16	Produktų vadovas	Aukštasis
3 ekspertas	30	Produktų vadovas, valdybos narys	Aukštasis
4 ekspertas	24	Produktų vadovas, valdybos narys	Aukštasis

Tyrimo eiga. Interviu su ekspertais vykdyti elektroniniais laiškais 2024 m. kovo 29 d.

Griežtai struktūrizuoto interviu klausimyno sudarymas. Interviu sudarė 8 klausimai, kurie leido daryti išvadas apie esamą ir būsimą Estijos rinkos situaciją, konkurenciją joje, numatomas plėtros grėsmes bei įmonės poreikį ir galimybes plėstis.

Kiekybinio tyrimo tikslas – išsiaiškinti elektronikos komponentų rinkos potencialių klientų Estijoje poreikius ir vietinės rinkos situaciją.

Kiekybinio tyrimo uždaviniai:

- įvertinti esamą rinkos situaciją ir jos tendencijas;
- įvertinti klientų pasitenkinimą dabartiniais tiekėjais;
- nustatyti klientų poreikius.

Kiekybinio tyrimo eiga:

- mokslinių šaltinių analizė;
- anketinės apklausos klausimyno sudarymas;
- anketinės apklausos duomenų rinkimas;
- rezultatų apibendrinimas.

Tyrimo imtis. Sociologinių tyrimų imties dydį rekomenduojama nustatyti atsižvelgiant į 5 proc. paklaidą. Šis dydis nustatomas pagal Paniotto formulę $n = 1/(\Delta^2 + 1/N)$, kur n – reikiamas respondentų skaičius; Δ – leistina paklaida; N – tiriamos visumos skaičius.

Sudarius potencialių klientų Estijos rinkoje sąrašą ir jį padalijus į segmentus pagal įmonei numatomą potencialią naudą, pirmame etape nuspręsta orientuotis į A ir B segmentų klientus, kurių yra 50. Pritaikius Paniotto formulę, paaiškėjo, kad tam, jog tyrimas būtų laikomas patikimu, reikia apklausti 45 respondentus.

Tyrimo vykdymas. Tyrimo anketa sudaryta naudojantis *Google Forms* įrankiu ir išsiųsta el. paštu potencialiems klientams Estijoje. Duomenys pradėti rinkti 2024 m. kovo mėn.

Anketos klausimynas. Apklausa sudarė 7 klausimai, orientuoti išsiaiškinti Estijos rinkos situaciją, suprasti, ar Lietuvos įmonių konkurenciniai pranašumai šiai rinkai patrauklūs, nustatyti klientų įpročius ir pasitenkinimą esamais tiekėjais.

Kokybinio tyrimo rezultatų apibendrinimas

Visi apklausti ekspertai pastebi, kad šiuo metu Estijos rinka patiria tam tikrą nuosmukį. Vis dėlto visi respondentai tiki, kad jau artimiausiu metu rinka atsigaus ir pradės augti. Pritariama, kad Lietuvos įmonės turi poreikį plėstis į Estijos rinką. Keli respondentai pabrėžė, kad Estijos rinka tam puikiai tinka, nes ji orientuota į aukštas technologijas ir Lietuvoje veikiančių įmonių produktų asortimentas būtų paklausus. Vienas respondentas nurodė išskirtinę, plėtrai svarbią rinkos savybę – Estija turi mokesčių privalumų, čia nėra taikomi pelno mokesčiai, jei pelnas paliekamas įmonėje ar iš naujo investuojamas. Kitas respondentas akcentavo, kad visas NATO blokas dėl galimos Rusijos agresijos stipriai didina gynybos biudžetą, Estija skyrė papildomus 3,6 mlrd. eurų gynybai, taigi dalis šių lėšų pasieks ir elektronikos prekių rinką.

Visi respondentai vienbalsiai sutiko, kad Estijos rinkoje konkurentai daugiausia yra globalūs rinkos žaidėjai, tačiau pastebėta, kad šių globalių rinkos žaidėjų nėra daug. Vienas iš ekspertų akcentavo, kad rinkoje nemažą dalį klientų sudaro elektronikos prekių surinkimo paslaugas teikiančios įmonės, kurioms nėra svarbi techninė pagalba klientui. Visi apklausti ekspertai, vertindami Estijos rinkos potencialą, nurodė, kad rinka patraukli.

Respondentų nuomonės apie galimas plėtros grėsmes išsiskyrė. Dviejų respondentų manymu, viena iš pagrindinių problemų – rasti tinkamų darbuotojų. Vienas iš respondentų teigė, kad naujai, dar nežinomai įmonei gali būti sudėtinga įeiti į rinką, kurioje jau daugelį metų dirba globalūs platintojai,

turintys daugiau išteklių ir rinkoje patyrusias komandas. Ketvirtojo respondento nuomone, Estijoje dėl gana paprastos logistikos ir kultūrų artimumo gali papildomai veikti Skandinavijos šalių, ypač Suomijos, elektronikos komponentų tiekėjai.

Kalbos barjero problemos neįžvelgė nė vienas ekspertas. Estai gana gerai moka anglų kalbą. Taip pat neįžvelgiama didesnių tarpkultūrinės komunikacijos problemų, nes kultūros artimos.

Iš tyrime dalyvavusių respondentų atsakymų galima daryti išvadą, kad visi apklausti ekspertai tiek rinkos, tiek plėtros galimybes vertina panašiai ir neįžvelgia didesnių iššūkių šiai plėtrai vykdyti. Estijos elektronikos gamintojų ir surinkėjų (EMS) rinka pakankamai didelė. Čia jau yra globalių konkurentų, tačiau konkurencinė padėtis panaši kaip ir kitose rinkose.

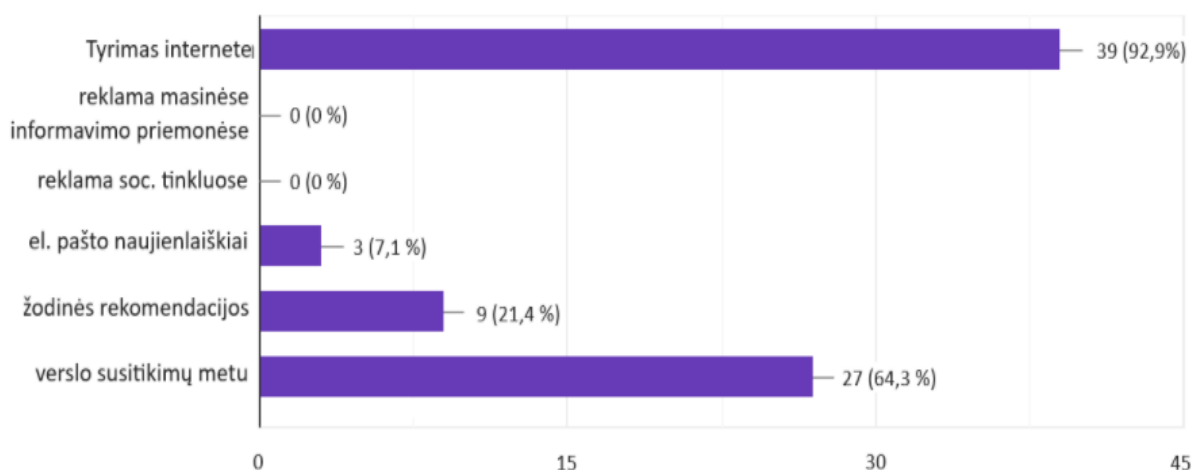
Kiekybinio tyrimo rezultatų apibendrinimas

Iš anketą užpildžiusių respondentų atsakymų galima išskirti šiuos pastebėjimus: daugiausia apklaustųjų (40 %) mano, kad tiriama rinka šiuo metu yra stabili, ji nei auga, nei traukiasi; 27 proc. mano, kad rinka šiuo metu traukiasi; 20 proc. mano, kad rinka auga. Galima manyti, kad nuomonių skirtumą lėmė tai, jog įmonės gamina skirtingą produkciją ir jų produktų rinkos šiek tiek skiriasi. Vis dėlto didžioji dalis respondentų teigia, kad rinka šiuo metu mažėja. Tai atitinka rinkos ekspertų išsakytą nuomonę.

Minėtina, kad net pusė respondentų tikisi, kad rinka artimiausiu 1–2 m. laikotarpiu turėtų augti. Tik 20 proc. mano, kad rinka gali pradėti trauktis. Taigi didžiosios dalies apklaustųjų nuomonė sutampa su rinkos ekspertų, numatančių rinkos augimą, nuomone. Galima tikėtis, kad rinka artimiausiu laikotarpiu išaugs.

Tik 7 proc. respondentų nurodė, kad yra linkę rinktis vietinius tiekėjus. Net 64 proc. produkciją linkę pirkti iš globalių tiekėjų. 29 proc. nurodė, kad tai jiems nėra svarbu.

Atsakant į klausimą, kaip klientai įprastai sužino apie naujus juos dominančius produktus, galima buvo rinktis iš kelių variantų (1 pav.). Net 93 proc. respondentų nurodė, kad informacijos jie ieško internete, 21 proc. respondentų remiasi kitų žmonių rekomendacijomis. 64 proc. apklaustųjų pažymėjo informacijos gaunantys verslo susitikimų metu. Nė vienas respondentas nenurodė reklamų socialiniuose tinkluose ar žiniasklaidoje, tik 7 proc. išskyrė elektroninius naujienlaiškus.



1 pav. Informacijos šaltiniai (anketinės apklausos rezultatai)

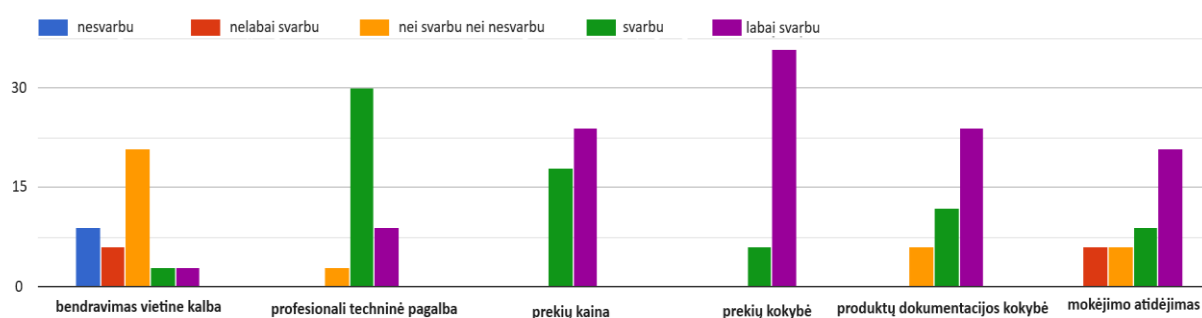
Neturintys problemų su dabartiniais tiekėjais nurodė penktadalis respondentų. 60 proc. teigė, kad problemų yra, bet jos nedidelės. Dar 20 proc. apklaustųjų rinkosi tarpinę poziciją tarp daugybės ir nesamų problemų.

Vertindami bendravimą vietine kalba, 15 proc. respondentų nurodė, kad tai svarbu arba labai svarbu. Pusė dalyvavusiųjų apklausoje mano, kad tai nei svarbu, nei nesvarbu. Likusi apklaustųjų dalis (35 %) rinkosi atsakyti, kad tai nesvarbu arba visai nesvarbu.

Net 71 proc. respondentų teigė, kad jiems svarbi profesionali techninė pagalba. 21 proc. mano, kad profesionali techninė pagalba labai svarbi. Tik 8 proc. dalyvavusiųjų apklausoje rinkosi atsakymą, kad profesionali techninė pagalba nei svarbi, nei nesvarbi. Nė vienas respondentas nemanė, kad minėta pagalba yra nesvarbi.

Visų respondentų nuomone, jiems svarbi arba labai svarbi produktų kokybė. Taip pat vertintina ir kaina. 57 proc. respondentų manymu, labai svarbi produktų dokumentacijos kokybė. 28 proc. apklaustųjų teigė, kad produktų dokumentacija svarbi, o 15 proc. laikėsi nuomonės, kad ji nei svarbi, nei nesvarbi.

Vertindami mokėjimo atidėjimo terminus, 50 proc. respondentų nurodė, kad tai labai svarbu, 21 proc. teigė, kad svarbu. Po 14 proc. apklaustųjų rinkosi atsakyti, kad tai nei svarbu, nei nesvarbu.



2 pav. Apklaustųjų nuomonė apie verslo veiksnius ir jų svarbą

Galimybę nusipirkti daugiau negu vieną produktą iš vieno tiekėjo svarbia laiko 73 proc. apklaustųjų. 23 proc. mano, kad tai teikia pridėtinę vertę, bet ne itin didelę. Tik 7 proc. apklaustųjų mano, kad tai nėra svarbu.

Atlikus kiekybinį ir kokybinį tyrimus, galima daryti išvadą, kad, kaip pastebėjo visi rinkos ekspertai, Estijos rinka šiuo metu yra sumažėjusi, tačiau artimoje ateityje ji turėtų augti. Tai iš dalies patvirtino ir apklausoje dalyvavusių respondentų nuomonė. Minėtina, kad pastarųjų respondentų nuomonės kiek išsiskyrė: penktadalis apklaustųjų mano, kad rinka šiuo metu auga, tik pusė respondentų mano, kad rinka augs ir ateityje.

Visi respondentai labai vertina profesionalią techninę pagalbą, kokybišką produktų dokumentaciją ir aukštą prekių kokybę. Dalyvavusieji apklausoje taip pat nurodė, kad jiems svarbu arba labai svarbu produktų kaina ir mokėjimų atidėjimo terminas.

IŠVADOS

Rinkos ekspertai, atsakydami į kokybinio tyrimo klausimus, vienbalsiai sutarė, kad Lietuvos įmonė pasirengusi plėtrai ir nelaukdama turi pradėti ją įgyvendinti. Estijos rinka tam puikiai tinka. Kiekybinio tyrimo metu gauti įmonės potencialių klientų Estijoje atsakymai atskleidžia, kad įmonei plėsti dabar tinkamas metas. 60 proc. respondentų mano, kad rinka šiuo metu yra stabili arba auga, 67 proc. laikosi nuomonės, kad rinka artimiausioje ateityje išliks stabili arba augs. Klientai nėra iki galo patenkinti esama tiekėjų situacija. Tik 14 proc. yra visiškai patenkinti dabartiniais savo tiekėjais, 36 proc. juos vertina neutraliai, 7 proc. yra nepatenkinti. Lietuvos įmonių konkurenciniai pranašumai, tokie kaip profesionali techninė pagalba, produktų ir jų dokumentacijos kokybė ir kt., klientų vertinami palankiai. Išskiriant informacijos sklaidą, minėtina, kad 64 proc. respondentų apie jiems reikiamus produktus sužino verslo susitikimų metu. Tai rodo, kad įmonei tikslinga turėti darbuotoją, atsakingą už įmonės plėtrą šalyje.

Literatūros sąrašas

Ditta, G. (2022). International business and economic growth: The dimensions and challenges of internationalization. In *Asian Conference on Business and Public Policy 2021* (p. 29–39). <https://doi.org/10.22492/issn.2189-1001.2022.4>

Hassan, H. G., & Shkak, J. (2020). Principles of marketing: Marketing environment [Power Point skaidrės]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12274.73929>

Isabelle, D., Horak, K., McKinnon, S., & Palumbo, C. (2020). Is Porter's five forces framework still relevant? A study of the capital/labour intensity continuum via mining and IT industries. *Technology Innovation Management Review*, 10(6), 28–41. <https://doi.org/10.22215/timreview/1366>

Jain, P. (2023). Profitability analysis of Tata Motors. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 5(2). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i02.1925>

Mistreanu, D. S. (2023). A comparative analysis of the business internationalization process: Romania and Moldova. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 27, 521–527. <https://doi.org/10.47743/jopafl-2023-27-41>

Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86, 78–93.

Rashid, C. A. (2021). The efficiency of financial ratios analysis to evaluate company's profitability. *Journal of Global Economics and Business*, 2(4), 119–132.

Shenkar, O., Luo, Y., & Chi, T. (2021). *International business (4th ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003034315>

Sinha, V. C., & Sinha, R. (2020). *Business economics*. SBPD Publications.

Siripipatthanakul, S. (2021). Advanced international business: A review article. SSRN. <http://doi.org/10.2139/ssrn.3907266>

Țău, N. (2017). Internationalization of economic activities and government's involvement in the market economy. In *Annals of Spiru Haret university. Economic Series*, 17(1), 37–45. <https://doi.org/10.26458/1713>

Teoli, D., Sanvictores, T., & An, J. (2023). *SWOT analysis*. StatPearls Publishing.

Гарматюк, О. О., Бакалюк, О. В., & Захарків, І. М. (2022). Internationalization as a modern impetus for the development of the organization. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, 11, 12–15. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.11.2>

SUMMARY**DEVELOPMENT TRENDS OF THE ESTONIAN ELECTRONIC COMPONENT MARKET**

Tomas Jarušaitis

Vilniaus kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
tomas.jarusaitis@stud.viko.lt

Consulted by dr. Viktor Kozlovskij

Vilniaus kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
v.kozlovskij@vvf.viko.lt

According to Rashid (2021, p. 1), “the main goal of a business is to make money. Profitability analysis helps understand the current operational success and the efficiency of the company.” Jain (2023) adds that “profit is the lifeblood of an organization. It is essential for survival, development, and growth.” Without generating profit, companies cannot successfully develop their operations and, after exhausting their capital, are forced to exit the market. Sooner or later, a company reaches the limits of its growth potential in the existing market. It is constrained by competition, internal resources, and other factors, and ultimately, by the size of the market. One way to increase sales and profit is to expand into foreign markets – globalization.

As Shenkar et al. (2021) states, “globalization has become one of the buzzwords of our time. People see its manifestations everywhere: from a Coca-Cola can in a small village shop in Africa to the golden arches of McDonald’s in a Chinese metropolis.” It is easier to capture a small share of a new market than to increase the company’s turnover in a market where all opportunities have already been exhausted. According to Siripipatthanakul (2021), “a network or alliance brings benefits to a company as a competitive advantage”. Besides increasing profit and turnover, expansion brings additional benefits to companies. Manufacturing companies can reduce production costs through economies of scale by increasing production volumes. As a company expands, its brand awareness grows, becoming visible in more countries and potentially opening access to neighboring markets. Expanding to other countries also helps diversify revenue, thus reducing dependence on a single country and mitigating risks arising from potential market fluctuations, changes in consumer needs, or possible political threats. Moreover, expansion often helps in the human resources sphere; with a new country, a larger pool of potential employees becomes available, and working for an international company may appear more attractive, aiding in attracting more qualified employees.

Research problem. Lithuanian companies have reached the limits of their market share, and further growth is unlikely. To achieve expansion, companies must explore other potential markets.

Research aim – to identify the key development trends in the Estonian electronic component market.

Research objectives:

- to identify business environment research methods;
- to describe the research methodology;
- to examine the business environment in the Estonian market.

Research methods: analysis of scientific literature, quantitative research (survey), qualitative research (interviews), and descriptive and comparative analysis of research results.

Market experts, responding to qualitative research questions, unanimously agree that the company is ready for expansion and should proceed with it immediately, and that the Estonian market is suitable for this purpose. The results of the quantitative survey among the company’s potential clients in Estonia reveal that now is a suitable time for the company’s expansion: 60% of respondents believe the market is currently stable or growing, and 67% also think that the market will remain stable or continue to grow in the near future. Clients are not fully satisfied with the current supplier situation; only 14% are completely satisfied with their current suppliers, 36% rate them neutrally, and 7% are dissatisfied with them. Lithuanian companies’ competitive advantages, such as professional technical support, the quality of products and their documentation, and others, are viewed favorably by clients. Additionally, 64% of respondents learn about the products they need during business meetings, which indicates that it would be beneficial to hire an employee for expansion in the country.

Jarušaitis, T., Kozlovskij, V. (2025). Estijos elektronikos komponentų rinkos plėtros tendencijos. *Youth in a Changing Society: 13th International Students’ Conference Proceeding*, p. 89-96, ISSN 2669-221X

KARINĖS TARNYBOS POVEIKIS JAUNAJAI KARTAI

Ieva Andruskevičiūtė

Vilniaus kolegija, Lietuva

ieva.andruskeviciute@sud.viko.lt

Konsultavo Valdas Dambra

Vilniaus kolegija, Lietuva

v.dambra@vuf.viko.lt

ĮVADAS

Atsižvelgiant į 2024 m. geopolitinį kontekstą, kai Europoje vyksta Rusijos karas su Ukraina, Izraelio konfliktas su „Hamas“, jaučiama įtampa Taivane, galima teigti, kad šiandien karo tema itin svarbi. Istorija, kaip žinoma, linkusi kartotis ir tai patvirtina nauji kariniai konfliktai, kurių kyla įvairiose pasaulio vietose. Kiekvienos valstybės tikslas – užtikrinti savo gyventojų saugumą, būti pasirengusiai atremti galimas grėsmes ir, svarbiausia, išsaugoti savo nepriklausomybę bei teritorinį vientisumą. Šiuolaikinėje visuomenėje, kai žmonės nuolat patiria nesaugumo jausmą ir įtampą dėl kai kurių valstybių agresyvių veiksmų, stiprinti karines pajėgas ir visuomenės pasirengimą kariauti daugeliui šalių tampa prioritetine užduotimi.

Vokietijoje, Serbijoje ir Kroatijoje jau kurį laiką diskutuojama dėl privalomosios karo tarnybos gražinimo. Tai rodo, kad valstybės suvokia karinio parengtumo svarbą ir siekia išlaikyti budrumą. Latvija jau 2024 m. pradžioje ėmėsi konkrečių veiksmų ir atkūrė privalomąją karo tarnybą. Lietuva, dėl savo geografinės padėties susidurianti su nuolatine Rusijos karine, kibernetine, ekonomine ir informacine grėsme, šiais metais priėmė svarbius sprendimus dėl karo prievolės šaukimo pertvarkos. Šie pakeitimai orientuoti įtraukti didesnę jaunų žmonių skaičių į karo tarnybą ir taip užtikrinti nacionalinį saugumą ir stipresnę karinę galią.

Didėjant karinės tarnybos aktualumui ir asmenų, atliekančių karo tarnybą, skaičiui, tikslinga panagrinėti, kaip karinė tarnyba veikia jauno žmogaus kūną ir moralę.

Problema. Kaip karinė tarnyba veikia jaunosios kartos psichologinę, fizinę ir socialinę raidą ir kokį poveikį ji turi jaunuolių vertybiniam pamatui, karjeros galimybėms ir gyvenimo kokybei šiandienos geopolitiškai nestabiliu laikotarpiu?

Tikslas – išanalizuoti ir įvertinti karinės tarnybos poveikį jaunajai kartai.

Uždaviniai:

- išnagrinėti karinės tarnybos poveikį jauno žmogaus psichologinei sveikatai (stresui, emociniam atsparumui);
- išanalizuoti, kaip karinė tarnyba veikia jauno žmogaus fizinę būklę;
- išsiaiškinti, kaip karinė tarnyba ugdo jauno žmogaus socialinius įgūdžius: gebėjimą dirbti komandinį darbą, spręsti konfliktus ir plėtoti tarpusavio santykius;
- aptarti karinės tarnybos įtaką jauno žmogaus karjeros galimybėms ir įgūdžiams;
- nustatyti, kaip karinė tarnyba formuoja jauno žmogaus vertybinį pamatą.

Metodai. Straipsnyje remiamasi tiek moksline literatūra, tiek empiriniais tyrimais, atskleidžiančiais karių patirtis (mokslinė literatūra ir tyrimai susiję su asmens psichologine ir fizine sveikata, karine tarnyba ir asmens socialine raida). Taip pat pateikiama anketinių apklausų teiginių ir atliktų tyrimų, apibendrinančių karo tarnybos poveikį kariams, rezultatų.

Mokslinės literatūros analizė

Kaip teigia Puzinavičius (2001, p. 5), „kariuomenė – Lietuvos valstybingumo ir Nepriklausomybės, tautos idealų ir siekių gynėja bei sergėtoja. Šias garbingas ir atsakingas pareigas gali atlikti tik turintys

tvirtus įsitikinimus, dorovingi ir kultūringi, išsilavinę, tinkamai fiziškai ir psichologiškai parengti, gebantys valdyti šiuolaikinius ginklus žmonės.“

„Lietuvoje nuolatinė privalomoji pradinė karo tarnyba (toliau – NPPKT) buvo gražinta 2015 m. po beveik aštuonerių metų pertraukos. Taip buvo reaguojama į iškilusias grėsmes Lietuvos saugumui po karinio Rusijos–Ukrainos konflikto. Šauktiniai kariai turėjo užpildyti Lietuvos kariuomenės (toliau – LK) karinius vienetus, kurie nebuvo reikiamai sukomplektuoti. Pats NPPKT gražinimo faktas visuomenėje buvo priimtas nevienareikšmiškai: buvo tiek gražinimą remiančių, tiek jam prieštaraujančių nuomonių“ (Pocienė, 2018).

NPPKT Lietuvoje savo noru gali atlikti vyrai ir moterys nuo 18 iki 38 m., tačiau didžioji dauguma asmenų NPPKT pasirenka atlikti savo noru arba yra pašaukti (vyrai) iš karto, vos baigę vidurinio ugdymo įstaigą arba tik įgiję aukštojo mokslo diplomą, todėl vidutinis NPPKT kario amžius yra 18–26 metų. „Jaunas žmogus – asmuo nuo 14 iki 29 metų (įskaitytinai)“ (Lietuvos Respublikos Jaunimo politikos pagrindų įstatymas, 2003).

NPPKT yra ne vienintelis būdas jaunam žmogui atlikti karinę tarnybą. Jaunuolis, išklausęs bazinį kario kursą, gali tapti kariu savanoriu Krašto apsaugos savanorių pajėgose (toliau – KASP), taip pat derinti aukštojo mokslo studijas bei savaitgalinę tarnybą ir baigti Jaunesniųjų karininkų vadų mokymus (toliau – JKVM), studijuoti Lietuvos karo akademijoje (toliau – LKA) arba pretenduoti į profesinę karo tarnybą (toliau – PKT) ir įsidarbinti kariuomenėje. „Perėjimas iš švietimo sistemos į darbo rinką yra vienas reikšmingiausių jauno žmogaus gyvenimo etapų, kuriame jis turi priimti svarbiausius gyvenimo perspektyvą lemiančius sprendimus, užtikrinančius sėkmingą integraciją į visuomenę. Jaunimas yra viena labiausiai pažeidžiamų socialinių grupių darbo rinkoje“ (Brazienė, 2017). Jauno žmogaus brendimas – itin svarbus procesas, apimantis fizinę, emocinę, socialinę ir kognityvinę raidą, o kiekvienas aspektas yra svarbus, norint užtikrinti harmoningą ir visapusišką žmogaus augimą, todėl itin reikšmingas veiksnys yra jauno žmogaus aplinka – „didelę reikšmę įgūdžiams formuoti turi aplinka, kurioje numanomai veiks karys“ (Eitutis, 2023). Aplinka – tai ne tik šeima ir artimieji, bet ir švietimo sistema, kultūrinė ir socialinė erdvė, bendraamžių grupė. Karinė tarnyba, kaip viena iš savirealizacijos ir karjeros galimybių, tampa reikšmingu pasirinkimu.

Karo tarnyba veikia ne tik jauno žmogaus socialinę raidą, bet ir fizinę bei psichologinę sveikatą. „Karyba pagrįstai priskiriama prie pačių sudėtingiausių veiklos rūšių. Kariams dažnai tenka veikti labai sunkiomis, gyvybei ir sveikatai pavojingomis sąlygomis, pakelti didelius fizinius krūvius, patirti įvairius psichologinius bei dvasinius sukrėtimus ir išbandymus. Jie turi būti pasirengę ramiai sutikti ir išverti kautynių baisumus, nesutrikti esant sudėtingoms ir pavojingoms aplinkybėms, turėti žinių apie psichologinius reiškinius, vykstančius kautynių ir kitų ekstremalių situacijų metu“ (Puzinavičius, 2001, p. 5). Atlikdami tarnybą, jaunuoliai susiduria su įvairiais išbandymais, kurių poveikį galima skirstyti į dvi pagrindines sritis: fizinius ir psichologinius aspektus.

„Karinė veikla yra viena iš tų, kurios pasižymi profesinėje aplinkoje dažnai patiriamu stresu, susijusiu su kasdien pasitaikančiomis sudėtingomis situacijomis ir gyvybiškai svarbių problemų sprendimu“ (Čikalova et al., 2013). Kaip ir bet kokiame kitame darbe, taip ir kariuomenėje veikia daug veiksnių, turinčių įtakos darbuotojo (kario) savijautai. Minėtinas atsakomybių svoris ir kiekis, priklausantys nuo darbuotojo (kario) užimamų pareigų, darbo (tarnybos) specifikos, turimos patirties, kompetencijų, karinio laipsnio ir kitų veiksnių. Didelė atsakomybė – tik viena karių patiriamo streso priežasčių. „M. Autukaitė bei G. Valickas nustatė, jog didžiausią įtampą NPPKT kariams kelia nuovargis ir laiko trūkumas, nesugebėjimas atsipalaiduoti, kasdienė rutina bei kylantys konfliktai. G. Bendoraitytės ir kt. atliktame tyrime atkreiptas dėmesys į tai, kad skirtinguose kariniuose daliniuose tarnaujančių karių patiriamo streso lygis yra skirtingas“ (Čikalova et al., 2013).

„Naujos technikos ir ginklų atsiradimas kariuomenėje reikalauja įvairiapusiško fizinio ir psichologinio karių pasirengimo. Visapusišką karių fizinio rengimo sėkmę lemia tinkamas jų fizinio rengimo organizavimas, gerai paruošta fizinio rengimo programa ir metodika. Todėl fizinis rengimas – viena iš pagrindinių kovinio rengimo kariuomenėje dalių“ (Plintauskas, 2011).

Radžiukynas ir kt. (2006), ištyrę NPPKT karių fizinių parengtumą jų tarnybos pradžioje ir pabaigoje, nustatė, kad karių fizinis parengtumas tarnybos pabaigoje pagerėjo. Tyrėjų teigimu, „fizinio rengimo programos veiksmingumą rodo smarkiai padidėjęs karių, pagerinusių fizinio parengtumo testų rezultatus, skaičius“.

Karinės tarnybos metu jaunuoliai turi galimybę įgyti daugelį įgūdžių, kurie naudingi ne tik tarnybai atlikti, bet gali praversti ir civiliniame gyvenime. Kaip nurodo Eitutis (2023), „kario įgūdžiai formuojami įvairių karinių disciplinų pratybų (fizinio, inžinerinio rengimo, maskuotės, pirmosios pagalbos teikimo, taktikos, šaudybos, karo topografijos, priešo ginklų sistemų, kovos technikos taktinių ir techninių savybių bei šaudmenų poveikio žinojimo ir kt.) metu“.

„Kariuomenės vertybės yra visa ko pagrindas ir pagrindiniai principai, kurie išlieka nepakitę kiekvienoje situacijoje, nes turi įtakos tam, ką karys daro ar ko nedaro“ (Baltutyte, 2019). Kariuomenė puoselėja ir skiepija tam tikras vertybes, kurios prisideda prie bręstančio jaunuolio formavimo, ugdo pilietiškumo jausmą ir padeda tapti atsakinga ir sąmoninga asmenybe. „Karo tarnyba kelia griežtus reikalavimus karininkų moralei, psichologiniam, intelektualiniam, fiziniam ir techniniam pasirengimui. Be to, karininkai yra jaunimo auklėtojai, mokytojai ir vadai, privalantys kariams skiepyti meilę Tėvynei, ugdyti pareigos jausmą, drąsą, pasišventimą, vyriškumą. Karininkų pareiga gražinti tėvams ir tautai jų sūnus geresnius, negu jie buvo iki kariuomenės“ (Puzinavičius, 2001, p. 5).

Karinės tarnybos poveikis jauno žmogaus psichologijai, fizinei būklei, socialiniams įgūdžiams, karjeros galimybėms ir vertybėms

Karinės tarnybos poveikis jauniems žmonėms nagrinėtas koncentruojantis į psichologinius, fizinius ir socialinius aspektus, kuriems karinė tarnyba gali daryti įtaką. Tai aktualu tiek kariuomenei, tiek visuomenei, nes karinė tarnyba – ne tik asmeninė patirtis, bet ir valstybės saugumo užtikrinimo dalis. Minėta tema dažnai analizuojama politiškai, tačiau šio straipsnio tikslas – atskleisti, kaip patirtis kariuomenėje gali paveikti jauno žmogaus raidą ir jo integraciją į visuomenę.

Karo tarnyba turi didelę reikšmę jauno žmogaus psichologinei raidai. Įvairūs tyrimai rodo, kad kariai, atlikdami tarnybą, susiduria su stresu, neigiamai veikiančiu psichologinę ir fizinę sveikatą. „Gauti rezultatai rodo, kad didžiausią stresą kariams sukelia kasdieniai įvykiai arba situacijos“ (Autukaitė & Valickas, 2004). Antra vertus, susidūrimas su įvairiais iššūkiais (nuo fizinių krūvių iki emocinių išbandymų) ugdo jaunuolio gebėjimą valdyti stresą ir stiprina pasitikėjimą savimi. Tarnybos metu formuojasi gebėjimas greitai reaguoti į netikėtas situacijas, spręsti problemas ir priimti atsakingus sprendimus. Galima teigti, kad tarnyba skatina emocinį atsparumą, nes reikia išmokti įveikti nuovargį, rutiną ir konfliktus, kurių kartais kyla bendraujant su kolegomis. Minėti įgūdžiai leidžia išlikti ramiam susiklosčius sudėtingoms gyvenimo aplinkybėms.

Karinė tarnyba gali reikšmingai pagerinti jauno žmogaus fizinę būklę. Atlikti tyrimai rodo, kad sistemingai atliekamos treniruotės ir aktyvus gyvenimo būdas padeda stiprinti raumenis, didina ištvermę ir, apskritai, gerina sveikatą. „Galima teigti, kad bazinio kario kurso fizinio rengimo programa, kurioje buvo suderintos pratybos su papildoma sportine veikla, yra efektyvi ir teigiamai veikia karių ir kariūnų fizinį parengtumą ir funkcinį pajėgumą. Atsižvelgiant į anketinės apklausos metu gautus atsakymus galima teigti, kad didžioji dalis karių mano, jog jų fizinis parengtumas bazinio kario kurso metu pagerėjo, o tai ir atspindi funkcinio parengtumo ir fizinio pajėgumo rezultatai. Kariai yra kompetentingi ir supranta fizinio pasirengimo svarbą jų profesinėje veikloje ir didžioji dalis karių teigia, kad fizinis rengimas stiprina jų sveikatą“ (Plintauskas, 2011). Treniruočių metu atliekami įvairūs pratimai ne tik lavina fizinius gebėjimus, bet ir ugdo discipliną bei valią siekti rezultatų. Fizinio lavinimo veikla gali tapti ne tik tarnybos dalimi, bet ir ilgalaikiu įpročiu, leisiančiu išlaikyti gerą fizinį parengtumą ateityje. Suprantama, negalima atmesti neigiamų patirčių, kai pratybų, misijų ar treniruočių metu kariai patiria traumų. Atliekant intensyvius fizinius pratimus (pavyzdžiui, bėgimas dėvint sunkią ekipuotę), įveikiant įvairių kliūčių ruožus ar imituojant kovinę situaciją, dažni sąnarių, raumenų ar sausgyslių sužalojimai. Kariams tenka nešti sunkią įrangą, kurios svoris gali

viršyti dešimtis kilogramų. Nuolatinė apkrova gali sukelti nugaros, kelių ar klubų skausmus, ypač jei nepakankamai dėmesio skiriama ergonomikai arba tinkamam pasiruošimui. Tarnybos metu tenka veikti ir esant sudėtingoms sąlygoms. Pavyzdžiui, nuolat dėvint šlapią aprangą gali kilti odos problemų, o ilgai būnant ekstremaliame karštyje ar šaltyje galimi nušalimai ar saulės smūgis.

Tarnyba kariuomenėje leidžia jauniems žmonėms įgyti vertingų socialinių įgūdžių. Bendra veikla ar net gyvenimas kareivinėse kartu su skirtingų socialinių sluoksnių atstovais, skirtingą požiūrį ir patirtis turinčiais jaunuoliais skatina toleranciją, gebėjimą išklaudyti ir suprasti kitus. Komandinis darbas tampa kasdienybės dalimi, o tai moko bendradarbiauti, dalytis atsakomybe ir siekti bendrų tikslų. Tarnyba taip pat ugdo gebėjimą spręsti konfliktus ir kurti stiprius, pasitikėjimu ir pagarba pagrįstus tarpusavio santykius.

Karinė tarnyba suteikia jaunam žmogui įvairiapusę patirtį, galinčią tapti tvirtu tolesnės karjeros pagrindu. Atliekant tarnybą, ne tik įgyjama lyderystės įgūdžių, ugdomas atsakomybės jausmas ir gebėjimas veikti esant psichologiniam spaudimui (visa tai vertinama darbo rinkoje), bet ir gaunama praktinių žinių. Kariai turi galimybę dalyvauti įvairiuose specialistų rengimo kursuose, kurių metu galima įgyti ir civiliniame gyvenime praversiančių žinių, pavyzdžiui, medicinos, ryšių ir informacinių technologijų, vairavimo, išgyvenimo, šaudymo, inžinerijos, verbavimo, vadybos, strateginio planavimo, logistikos. Be to, kariuomenėje jaunuoliai susipažįsta su įvairiomis technologijomis ir mokosi strateginio mąstymo. Šios savybės leidžia lengviau prisitaikyti prie darbo rinkos, įvairių profesinių iššūkių ir sukuria platesnes karjeros galimybes tiek kariuomenėje, tiek civiliniame gyvenime.

Tarnyba kariuomenėje yra unikali galimybė ugdyti asmenines vertybes. Formuojama atsakomybė, drausmė, pagarba kitiems, patriotiškumo, pareigos jausmas, pasiryžimas dirbti dėl bendro tikslo. Kariuomenės išpažįstamų vertybių tikslas – išugdyti sąmoningus, atsakingus ir pilietiškus asmenis, kurie dirbtų valstybės labui.

„Bendrovės „Spinter tyrimai“ spalį atliktos reprezentatyvios apklausos duomenimis, 67 proc. šalies gyventojų pritaria, kad asmeniniame ir profesiniame gyvenime jaunam žmogui padeda kariuomenėje įgytas disciplinuotumas, dienvakariškumas, laikymasis. 65 proc. išskiria fizinį pasirengimą, 55 proc. – gebėjimą orientuotis kritinėse situacijose, 38 proc. – karybos žinias, 34 proc. – pagerėjusius socialinio bendravimo įgūdžius“ (Lietuvos Respublikos krašto apsaugos ministerija, 2018).

Mokslinėje literatūroje aprašyti tyrimai atskleidžia karių kasdienio gyvenimo iššūkius. Vertinant psichologiškai, galima teigti, kad kariai tarnybos metu susiduria su stresu ir rutinos keliamu nuovargiu. Fiziniam lygmenyje išskirtinas bazinis fizinis pasirengimas ir intensyvios treniruotės, gerinančios fizinę ištvermę. Vertinant socialiniu aspektu, konstatuotina, kad tarnyba skatina toleranciją ir ugdo kurti stiprius tarpusavio santykius, ugdo vertybes ir suteikia įvairių profesinių įgūdžių.

IŠVADOS

Išanalizavus mokslinę literatūrą, galima teigti, kad karinė tarnyba turi reikšmingą poveikį jauno žmogaus psichologinei, fizinei ir socialinei raidai. Atliekant tarnybą, susiduriama su tam tikrais iššūkiais, tačiau šie iššūkiai vertintini kaip itin naudinga patirtis, padedanti formuoti jauno žmogaus asmenybę ir leidžianti jai visapusiškai tobulėti. Apibendrinant darytinos šios išvados:

Šiandien, kai nuolat auga geopolitinė įtampa, didėja nestabilumas ir kyla daugybė iššūkių, susijusių su mūsų visų saugumu, karo tematika itin svarbi. Krašto apsauga tiesiogiai priklauso nuo kariuomenės parengtumo, todėl jaunosios kartos įsitraukimas į karinį pasirengimą būtinas. Tampa tikslinga nagrinėti, kokią įtaką karo tarnyba daro jaunajai kartai. Analizuoti minėtą temą svarbu siekiant krašto apsaugos reformų, nacionalinius saugumo interesus derinant su jaunimo asmeninės gerovės poreikiais.

Tarnyba kariuomenėje kelia nemažai psichologinių iššūkių. Kariai susiduria su stresu, nuovargiu, rutina ir konfliktinėmis situacijomis, kurios gali neigiamai veikti psichologinę savijautą. Vis dėlto galima teigti, kad minėti išbandymai ugdo atsparumą stresui ir emocinį intelektą (stabilumą ir gebėjimą spręsti problemas sudėtingose situacijose). Kariuomenė taip pat formuoja pasitikėjimą savimi ir gebėjimą greitai reaguoti į netikėtas aplinkybes.

Karinė tarnyba reikšmingai prisideda prie fizinio parengtumo gerinimo. Sistemingas fizinis rengimas ir treniruotės padeda stiprinti raumenis, didina ištvėrmę ir bendrąją sveikatą. Tyrimai rodo, kad bazinio kario kurso metu karių fizinis parengtumas pastebimai pagerėja, o įgyti disciplinos ir rutinos įpročiai gali būti pritaikomi ir civiliniame gyvenime. Didelis fizinės veiklos intensyvumas gali lemti traumas ar kitas sveikatos problemas, tačiau tinkamas pasirengimas ir nuolatinė medicininė priežiūra leidžia sumažinti sveikatos sutrikdymų riziką.

Karo tarnyba ugdo svarbius socialinius įgūdžius: toleranciją, gebėjimą bendradarbiauti, spręsti konfliktus ir plėtoti stiprius tarpusavio santykius. Gyvenimas ir darbas kolektyve skatina atsakomybę siekiant bendrų tikslų ir formuoja stiprius komandinio darbo įgūdžius. Minėti gebėjimai naudingi ne tik atliekant tarnybą, bet ir civiliniame gyvenime.

Tarnybos metu įgyjama teorinių ir praktinių žinių (pavyzdžiui, medicinos, logistikos, strateginio planavimo, ryšių technologijų), kurios leidžia kariams lengviau prisitaikyti darbo rinkoje. Specializuoti kursai ir mokymai gali tapti tvirtu tolesnės karjeros pagrindu tiek kariuomenėje, tiek civiliniame gyvenime. Darbdaviai vertina lyderystės įgūdžius, discipliną ir atsakomybę.

Kariuomenėje ugdomos vertybės, tokios kaip patriotiškumas, atsakomybė ir pagarbos jausmas, reikšmingos formuojant sąmoningą ir pilietišką asmenybę. Tarnyba prisideda prie asmens dvasinio augimo, stiprina moralinius pagrindus ir skatina pasiryžimą dirbti valstybės labui.

Literatūros sąrašas

Autukaitė, M., & Valickas, G. (2004). Karių patiriamo streso ir jo įveikos ypatumai. *Psichologija*, 29, 31–46.

Baltutytė, G. (2019). Nuolatinės privalomosios pradinės karo tarnybos karių tarnybos motyvacija: subjektyvus dalyvių vertinimas. *Tiltai: socialiniai mokslai*, 82(1), 48–66.

Brazienė, R. (2017). Jaunimo perėjimas iš švietimo sistemos į darbo rinką. *Lietuvos socialinė raida. Darbo rinkos pokyčiai: problemos ir galimybės*, 6, 88–103.

Čikalova, O., Drungilienė, D., & Mockienė, V. (2013). Privalomosios pradinės ir profesionalios karo tarnybų karių patiriamo streso analizė. *Sveikatos mokslai*, 23(1), 83–90.

Eitutis, V. (2023). Kario individualių įgūdžių formavimo aspektai ir problematika. *Mūsų žinynas: karo mokslo, karinio rengimo ir auklėjimo žurnalas*, 38(8), 63–77. <https://doi.org/10.47459/mz.2023.38.8.6>

Lietuvos Respublikos Jaunimo politikos pagrindų įstatymas 2003 m. gruodžio 4 d. Nr. IX-1871. (2003). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.223790>

Lietuvos Respublikos krašto apsaugos ministerija (2024, lapkričio 26). *Disciplina, fizinis pasirengimas, atsparumas stresui – įvardijo, ko išmokstama karo tarnyboje.* <https://kam.lt/disciplina-fizinis-pasirengimas-atsparumas-stresui-ivardijo-ko-ismokstama-karo-tarnyboje/>

Plintauskas, N. (2011). *Profesinės karo tarnybos karių ir pirmo kurso kariūnų fizinio ir funkcinio parengtumo rezultatų kaita bazinio kario kurso rengimo periodu* [magistro darbas, Vytauto Didžiojo universitetas]. <https://www.vdu.lt/cris/entities/etd/3347dec8-6871-435a-9c03-e214d5925893>

Pocienė, A. (2018). Lietuvos jaunuolių pritraukimo į nuolatinę privalomąją pradinę karo tarnybą galimybės. *Lietuvos metinė strateginė apžvalga*, 16, 367–392.

Puzinavičius, B. (Sud.). (2001). *Bendrosios ir karo psichologijos pagrindai. I dalis.* Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademija.

Radžiukynas, D., Sakalys, V., & Godliauskas, M. (2006). Privalomosios karo tarnybos karių fizinio ugdymo ypatumai. *Sporto mokslas: Lietuvos sporto mokslo tarybos ir Lietuvos olimpinės akademijos žurnalas*, 2(2), 61–67.

SUMMARY

THE IMPACT OF MILITARY SERVICE ON THE YOUNG GENERATION

Ieva Andruškevičiūtė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

ieva.andruskeviciute@sud.viko.lt

Consulted by Valdas Dambra

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

v.dambra@vuf.viko.lt

The article explores the geopolitical context and its influence on the role of military service in a young person's life. It underscores how ongoing conflicts in Europe, the Middle East, and escalating tensions in Asia have prompted many nations to bolster their military capabilities. In response to regional threats, several European countries are revising or contemplating changes to their military conscription systems to attract more young adults into their armed forces.

The discussion examines how military service impacts young people physically, psychologically and socially. Physically, it enhances health and endurance, though it carries the risk of injuries. Psychologically, it fosters emotional resilience and stress management skills but can also impose significant mental strain due to the demanding regime. Socially, military service cultivates teamwork, tolerance, and conflict resolution abilities. Additionally, skills such as leadership, strategic thinking, and practical expertise gained during military service are highly valuable in both military and civilian careers. Beyond these individual benefits, the article emphasizes the civic values instilled by military service. It promotes discipline, responsibility, patriotism, and a strong sense of duty, contributing to the development of mature, conscientious individuals committed to societal and national well-being. These qualities help young people become active contributors to their communities while fostering a deeper sense of connection and purpose.

In conclusion, the article suggests that military service has far-reaching implications for personal growth and societal cohesion, making it a significant phase in the lives of many young people. While it comes with challenges, the skills, values, and experiences gained during this period often leave a lasting impact on their future.

Andriuškevičiūtė, I., Dambra, V. (2025). Karinės tarnybos poveikis jaunajai kartai. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 97-102, ISSN 2669-221X

JAUNIMO PSICHOLOGINIS ATSPARUMAS INFORMACINIO KARO AKIVAIZDOJE: KAIP IŠLIKTI EMOCIŠKAI STIPRIEMS, SUSIDŪRUS SU PROPAGANDA?

Jolita Beniušytė

Vilniaus kolegija, Lietuva

jolita.beniusyte@stud.viko.lt

Konsultavo Valdas Dambra

Vilniaus kolegija, Lietuva

v.dambra@vuf.viko.lt

ĮVADAS

Propaganda jau nuo senų laikų naudojama žmonių nuomonei ir elgesiui paveikti, manipuliuojant jausmais. „Žurnalistikos enciklopedijoje“ (1997) propaganda apibrėžiama kaip „pažiūrų, idėjų, teorijų, šūkių, programų skelbimas, siekiant jomis veikti žmonių pažiūras, skatinti tam tikrus veiksmus“. Šis apibrėžimas iš dalies tinka ir šiandien, tik šių dienų visuomenėje informacija sklinda ypač greitai, todėl apibrėžtyje tikslinga nurodyti propagandos vykdymo mastą ir formas. Martišius (2010), aptardamas informacinį karą, apžvelgia penkis skirtingus propagandos apibrėžimus ir daro išvadą, kad „propagandos apibrėžimai gali būti labai platūs ir nevienalyčiai“. Taigi propagandos sąvoka nėra lengvai apibrėžiama. Kaip teigia Denisenko (2021), „nors propaganda – mažai besikeičiantis reiškinys, pats gyvenimas kinta pernelyg greitai ir radikaliai, kad situacijai aprašyti galima būtų vartoti prieš šimtą metų atsiradusius terminus“.

Propaganda platinama įvairiais būdais, tokiais kaip žiniasklaidos kanalai, socialiniai tinklai, politiniai pranešimai, laikraščiai, radijas, įvairios reklamos ir net kinas. Vienas iš pavojingiausių būdų propagandai platinti yra socialiniai tinklai, suteikiantys galimybę dalytis informacija greitai ir efektyviai. Nepaisant didelių atstumų, socialiniais tinklais informacija galima dalytis ir su kitų šalių gyventojais. Visa tai leidžia laisvai skliti ir manipuliacijoms bei propagandai. Informacinis karas, kuriame kaip ginklas naudojama informacija, labiausiai veikia jaunus žmones (Lietuvoje jaunais žmonėmis laikomi 14–29 m. asmenys), nes jie aktyviausiai naudojami socialiniais tinklais, kuriuose gausu įvairios informacijos. Šių dienų jaunimo kasdienybė neatsiejama nuo socialinių tinklų, internetinėje erdvėje jauni žmonės praleidžia daug laiko. Atkreiptinas dėmesys, kad tai asmenys, kurie dar tik formuoja savo asmenybę, pasaulėžiūrą ir kritinį mąstymą. Propaganda ir manipuliacijos, sklindančios skaitmeninėse platformose, gali sukelti didelę neatkuriamą žalą jaunuolių psichologinei sveikatai, nes jiems ypač sunku pasirinkti teisingą informaciją. Sekant savo šalies ar viso pasaulio naujienas, svarbu gebėti kritiškai šias naujienas vertinti ir skirti faktus nuo melo. Svarbu suvokti, kad propagandos pavojus realus ir net fiziškai pavojingas. Būtina stiprinti jaunų žmonių psichologinį atsparumą informacinio karo akivaizdoje ir gebėti padėti jiems išlikti emociškai stipriems susidūrus su propaganda.

Problema. Kaip informacinio karo priemonės, tokios kaip propaganda, veikia jaunimo psichologiją? Kokie metodai gali padėti jaunuoliams atpažinti manipuliacijas ir išlikti psichologiškai atspariems susidūrus su propaganda?

Tikslas – išanalizuoti jaunimo psichologinio atsparumo ugdymo būdus informacinio karo akivaizdoje ir pateikti rekomendacijų, kaip išlaikyti emocinę stiprybę susidūrus su propaganda.

Uždaviniai:

- išnagrinėti informacinio karo poveikį jaunimo psichologinei sveikatai ir emocinei būklei;
- išanalizuoti metodus, leidžiančius ugdyti jaunimo psichologinį atsparumą propagandai;
- pateikti rekomendacijų, kaip jauniems žmonėms išlikti emociškai stipriems susidūrus su propaganda.

Metodai: mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

Informacinio karo poveikis jaunimui

Informacinis karas apima skirtingo pobūdžio naujas karų rūšis. Šio karo tikslas – paveikti visuomenės nuomonę, elgesį ir emocijas. „Prieš šimtą metų informacija buvo tapusi svarbia pagalbine priemone karo metu, dabar ji pavirto vienu iš esminių ginklų, o sumanus manipuliavimas ja gali būti kaip atskira karybos rūšis“ (Denisenko, 2021). Propaganda veikia per daugybę mechanizmų, tokių kaip emocijų sužadimas, stereotipų sustiprinimas ir socialinių tinklų panaudojimas. Kaip teigia Martišius (2013), propaganda dažnai pasitelkia „nutylėjimo“ strategiją, kai nepageidaujama informacija ignoruojama, o palanki dar labiau pabrėžiama ir išryškinama. Tai ypač pavojinga jaunimui, kuris dar tik formuojasi nuomonę apie tam tikrus dalykus. Minėtina, kad propaganda labai dažnai orientuojama į žmonių emocijas. „Socialinės medijos algoritmai skatina emocingą ir poliarizuotą turinį, kuris sustiprina jausmines reakcijas bei skatina dezinformacijos plitimą“ (O’Connor & Weatherall, 2019). Kuo emocija stipresnė, tuo propaganda plinta lengviau.

Kiekvienas yra susidūręs su vienokia ar kitokia manipuliacija. Galima teigti, kad tai neišvengiama. Vis dėlto vieni žmonės su propaganda susiduria dažniau negu kiti. Jauni žmonės, susidūrę su propaganda, pažeidžiami labiausiai. Šiuolaikinio jaunimo gyvenimas, kaip jau minėta, neatsiejamas nuo socialinių tinklų, kuriuose gausu informacijos. Manipuliuojant siekiama paveikti asmens mąstymą ir elgesį. „Kuo daugiau vietos informaciniai srautai užima mūsų kasdieniame gyvenime, tuo labiau mes tampame priklausomi nuo informacijos, o tai reiškia, jog per informaciją mums galima daryti ir didesnę poveikį“ (Denisenko, 2021). Daugelis jaunų žmonių, skaitydami pranešimus ar straipsnius internete, neabejoja informacijos tikrumu ir tik retas tikrina faktus. Galima manyti, kad įpratus gauti didelį informacijos srautą, mažai skiriama laiko šiai informacijai tikrinti.

„Rusijos „Internet Research Agency“ (IRA) veikla parodė, kaip propaganda gali būti orientuota į specifines auditorijas, siekiant suskaldyti visuomenę ir skatinti emocijų nestabilumą“ (O’Connor & Weatherall, 2019). Koncentravimasis į specifines auditorijas tampa ypač efektyvus renkantis jaunimą, kuris neretai remiasi žiniomis, gautomis iš socialinių tinklų, ir pasitiki draugų pateikta informacija. Jauni žmonės tampa propagandos skleidėjų taikiniu, nes dar tik pradeda domėtis pasaulio įvykiais ir yra linkę jautriau reaguoti į socialinius klausimus ar politiką. Jauni žmonės nėra nepastebi, kaip lengvai paveikiamas jų požiūris į tam tikrus dalykus. Kartais pakanka vieno pranešimo socialinėje erdvėje, kad jaunuoliai būtų įsitikinę pateiktos informacijos tikrumu. Kaip jau minėta, propaganda paliečia kiekvieną iš mūsų, tačiau turintieji kritinį mąstymą lengviau atskiria melą nuo tiesos. Jaunos besiformuojančios asmenybės, priklausomos nuo socialinių tinklų ir čia plintančių naujienų, tampa labiausiai pažeidžiamos. Vyresni žmonės dažniausiai jau yra susiformavę nuomonę ir požiūrį į tam tikrus dalykus, turi aiškias vertybes, kurios yra asmenybės dalis, taigi šių asmenų požiūrį ar įsitikinimus labai sunku pakeisti, dažnu atveju net neįmanoma. Propaganda lengviau gali manipuluoti jaunuolių emocijomis, skatindama ne tik gerus, bet ir blogus jausmus, tokius kaip baimė, pyktis, liūdesys ir neapykanta. Propagandos skleidėjai tai pasitelkia jau daugybę metų. Jaunam žmogui susidūrus su propaganda, dažnu atveju negebama demaskuoti netiesos, taigi tai gali daryti neigiamą įtaką jaunuolio pasaulėžiūrai, vertybėms ir net emociinei bei psichologinei būklei. Jaunimas nėra susiformavęs kritinio mąstymo įgūdžių ir tampa lengva manipuliacijų auka. Informacinio karo poveikis jaunimui detalčiau apžvelgiamas 1 lentelėje.

1 lentelė. Informacinio karo poveikis jaunimui

Poveikio aspektas	Aprašymas
Emocinis nestabilumas	Propaganda gali sukelti baimę, nerimą ar pyktį, ypač manipuliuojant jautriomis temomis.
Žmonių susigrupavimas	Propaganda skatina visuomenės susiskaldymą ir radikalias nuomones.
Neigiamas poveikis savivertei	Propaganda dažnai naudojasi priemonėmis, kurios mažina pasitikėjimą savimi ir savo aplinka.
Psichologinės sveikatos problemos	Sukeliama depresija, nerimas, stresas ir emocinis išsekimas.

Šaltinis: sudaryta remiantis (O’Connor & Weatherall, 2019)

Informacinio karo metu dažnai pasitelkiama manipuliacija emocijomis. Siekiama sukelti baimę, pyktį, nerimą ir kitus stiprius neigiamus jausmus. Socialiniuose tinkluose platinama įvairi informacija, pavyzdžiui, vaizdo įrašai, nuotraukos, iliustracijos ar net tekstai, kuriais siekiama paveikti žmonių emocijas. „Šiuolaikiniai psichologinio karo metodai veikia jaunimą per jų kasdien naudojamą technologijas – socialinius tinklus, reklamas ir kitus skaitmeninius įrankius“ (Newitz, 2024). Kai propaganda skleidžiama per socialines reklamas (pavyzdžiui, skatinančias sveiką gyvenseną ar pilietinį aktyvumą) ir akivaizdžiai siekiama teigiamo poveikio auditorijai, tai neturi neigiamo poveikio jauno žmogaus psichologinei būklei. Vis dėlto šiandien labai aktuali ir daugeliui žmonių jautri karo tematika yra itin tinkama informacinio karo ir propagandos skleidėjų priemonė manipuliacijoms ir dezinformacijai realizuoti, sukeliant neigiamas emocijas. Jaunimo emocinis jautrumas dar labiau išryškėja, kai propaganda orientuota į asmeniškai svarbias temas, tokias kaip karas ar žmonių teisės. Emocinis sukrėtimas gali sukelti stresą, nerimą ir net ilgalaikį emocinį nestabilumą. Jautriais įrašais karo tematika stengiamasi paveikti žmonių emocijas, tampa sunku kritiškai mąstyti, dauguma ima abejoti savimi ir nustoja pasitikėti valstybės institucijomis ar net savo artimaisiais, kurie turi kitokią nuomonę. Taip skatinamas visuomenės susiskaldymas.

Propagandos skleidėjai siekia supriešinti visuomenę. Stiprinama vienpusė informacija ir taip užkertamas kelias kritiniam mąstymui. Socialiniai tinklai leidžia minėtai informacijai laisvai plisti, nes neretai algoritmai jauniems žmonėms atrenka informaciją, atitinkančią jų interesus ar turimus įsitikinimus. Taip sukuriami iliuzija, kad visa aplinka mąsto vienodai ir ši nuomonė yra teisinga. Visuomenės susiskaldymas gali turėti ilgalaikių pasekmių jaunimo pasaulėžiūrai. Jauni žmonės tampa uždaresni, jų nuomonė radikalėja, bendrauti su kitais tampa vis sudėtingiau dėl skirtingų įsitikinimų. Susiskaldymas skatina pasyvumą, nes jauni žmonės ima manyti, kad jų nuomonė nesvarbi. Tai turi įtakos ne tik jaunimo, bet ir visos valstybės likimui, nes daugybė jaunų žmonių nedrįsta išsakyti savo požiūrį, todėl nebalsuoja per rinkimus ir nesistengia keisti gyvenimo. Baimė išsakyti nuomonę ir įsitikinimas, kad ši nuomonė nesvarbi, gali sukelti jauniems žmonėms didelių psichologinių problemų, tokių kaip nerimas, depresija ar net savižudybė.

Propaganda dažnai siekiama sumažinti pasitikėjimą ne tik savimi, bet ir aplinkiniais, įskaitant šeimą, draugus, mokytojus ir net valstybines institucijas. Informacinio karo priemonėmis, tokiomis kaip melagingos naujienos ar manipuliacijos, galima įtikinti jaunos žmones, kad tradicinės žiniasklaidos priemonės yra nepatikimos, o valstybinės institucijos korumpuotos ir nėra pakankamai veiksmingos. Pasitikėjimo valstybinėmis institucijomis mažėjimas sukelia rimtų pasekmių. Prireikus pagalbos, jaunuoliai nedrįsta kreiptis į atitinkamas institucijas, stengiasi atsiriboti nuo visuomeninio gyvenimo, mažiau dalyvauja ar net nedalyvauja demokratinėse veiklose, jaučiasi atskirti nuo valstybės ir tampa labiau pažeidžiami, net pradeda lengviau tikėti skleidžiamomis sąmokslų teorijomis. Užtuot pasirinkus savo šalies žiniasklaidą, pradeda pasitikėti nepatikimais ir nepatikimais šaltiniais.

Informacinio karo poveikis daro realią žalą jaunimo gyvenimui. „Per 2016 m. JAV prezidento rinkimus Rusijos propaganda buvo nukreipta į jaunimą, siekiant sumažinti jų rinkiminį aktyvumą“ (O'Connor & Weatherall, 2019). Socialiniuose tinkluose platinama propaganda dažnai paveikia jaunuolių politines pažiūras neigiamai. Propagandos skleidėjai, naudodamiesi socialiniais tinklais, skatina jaunuolių emocinį nestabilumą, mažina jų pasitikėjimą savimi, aplinkiniais ir valstybinėmis institucijomis. Šis poveikis gali turėti ilgalaikių pasekmių psichologinei būklei, pasaulėžiūrai bei socialiniam ir politiniam aktyvumui. Siekiant sumažinti informacinio karo sukeltą žalą, būtina ugdyti jaunimo kritinį mąstymą ir gebėjimą atpažinti dezinformaciją.

Psichologinio atsparumo ugdymo metodai

Psichologinis atsparumas reiškia gebėjimą efektyviai susitvarkyti su nepalankiomis situacijomis ir iš jų išeiti stipresniems ir labiau patyrusiems. Psichologinis atsparumas suteikia galimybę augti, mokytis, tobulėti ir prisitaikyti prie įvairių situacijų, taip pat leidžia lengviau susitvarkyti su tam tikromis rizikingomis situacijomis, jų pasekmėmis ir palengvina sunkių sprendimų priėmimą. Svarbu suprasti, kad psichologinis atsparumas neapsaugo nuo nesėkmių ar sudėtingų gyvenimo situacijų,

tačiau padeda atrasti vidinę stiprybę, kuri ateityje gali būti panaudota susiduriant su pasikartojančiomis problemomis ir sunkumais. Jaunimui, kuris nori išlikti emociškai stiprus informacinio karo akivaizdoje, svarbu ugdyti šiuos įgūdžius:

1. *Kritinio mąstymo ugdymas.* Kritinis mąstymas – pagrindinis įrankis, leidžiantis lengviau atpažinti manipuliacijas ir dezinformaciją. Gebėjimas suvokti informaciją, ją analizuoti, nustatyti jos šaltinio patikimumą ir atskirti faktus nuo nuomonių ar emocijų manipuliacijų yra viena iš svarbiausių demokratinės visuomenės vertybių. „Kritinio mąstymo ugdymas yra esminis psichologinio atsparumo komponentas“ (Rogers, 2015). Kai jauni žmonės neanalizuoja pateiktos informacijos, propaganda plinta efektyviausiai. Šiuolaikinei visuomenei, kai informacija sklinda labai greitai ir dažniausiai yra netikrinama, svarbu lavinti gebėjimą analizuoti informacijos šaltinius, atpažinti propagandos požymius ir gebėti kritiškai vertinti socialiniuose tinkluose pateiktus įrašus.

2. *Sąmoningas emocijų valdymas.* Propaganda dažnai remiasi emocijų provokavimu, todėl labai svarbu gebėti ugdyti savo emocinį intelektą, kuris leistų atpažinti, kai pateikta informacija siekiama išprovokuoti tam tikras emocijas. Gebėjimas suprasti ir valdyti savo emocijas mažina propagandos sukeltą psichologinį poveikį.

3. *Skaitmeninių medijų raštingumas.* Gebėjimas ieškoti informacijos, ją valdyti ir vertinti mažina pasitikėjimą tuo, kas matoma socialiniuose tinkluose. Visa tai leidžia atpažinti netikras naujienas ir net išvengti apgaulės internete. „Mokėjimas atskirti patikimus ir nepatikimus informacijos šaltinius yra esminis įrankis kovojant su dezinformacija“ (Holmes, 2005). Švietimo įstaigos turėtų įtraukti į mokyklų programas mokymą analizuoti medijų turinį, atpažinti propagandos strategijas ir suprasti, kaip veikia informacijos sklaida. Jauni žmonės turėtų būti mokomi naudotis faktų tikrinimo svetainėmis, tokiomis kaip „Snopes“ ar „FactCheck.org“, leidžiančiomis nustatyti, ar skleidžiama informacija apie pagrindines ir populiariausias pasaulio naujienas yra tikra.

4. *Bendruomenių stiprinimas.* Pasitelkiant propagandą ir informacinį karą, dažnai siekiama suskaldyti visuomenę, skatinami įvairūs konfliktai visuomenėje, turinčioje skirtingus įsitikinimus. „Masių valdymas per manipuliaciją yra pagrindinis propagandos principas“ (Bernays, 2021). Labai svarbu kurti atvirą ir informuotą visuomenę, kuri būtų atspari dezinformacijai ir manipuliacijoms. Reikėtų sukurti erdves, kuriose žmonės galėtų laisvai diskutuoti apie propagandos poveikį ir dalytis savo patirtimi. Tai padėtų suprasti, kaip propaganda veikia skirtingas visuomenės grupes. Kitų žmonių patirtis leistų jauniems žmonėms išvengti analogiškų klaidų.

5. *Istorinio sąmoningumo stiprinimas.* Viešųjų ryšių tėvu vadinamas Edwardas Bernaysas, siekdamas sukurti tam tikrą naratyvą, dažnai manipuliuojo simboliais ir istorijomis. Norint ugdyti psichologinį atsparumą informacinio karo akivaizdoje, svarbu suvokti istorinio manipuliavimo pavyzdžius ir gebėti analizuoti, kaip panašūs metodai naudojami šiandien.

6. *Tinkamas naudojimas technologijomis.* Technologijos gali būti naudojamos ne tik propagandai skleisti, bet ir psichologiniam atsparumui ugdyti. Dirbtinio intelekto pagrindu sukurti įrankiai gali analizuoti medijų turinį ir išpėti vartotojus apie galimą dezinformaciją. Ugdyti sąmoningumą galima ir pasitelkiant internetines platformas, kurios siūlo nemokamus kursus apie medijų raštingumą ir kritinį mąstymą.

7. *Algoritmų supratimas.* Reikia suvokti, kad socialiniai tinklai dažniausiai pateikia turinį, panašų į ieškotą anksčiau, t. y. orientuojamasi į tai, kuo asmuo domėjosi ar buvo pamėgęs. Dėmesys telkiamas į tam tikras auditorijas. Socialiniuose tinkluose mes galime matyti visai kitą informaciją negu mūsų artimieji. Propagandos skleidėjai taip pat daug dėmesio skiria auditorijai, kurią nori ir tikisi pasiekti. Reikia išlikti budriems ir socialiniuose tinkluose elgtis kiek įmanoma saugiau.

Psichologinio atsparumo ugdymas neapsiriboja tik individualiomis pastangomis. Visa tai tampa veiksminga, kai jaunas žmogus pats tuo domisi ir nenori būti paveiktas dezinformacijos. Akcentuotina, kad, siekdama kuo daugiau jaunų žmonių informuoti apie galimus propagandos

pavojus, švietimo sistema turėtų imtis tam tikrų veiksmų. Ugdymo įstaigos yra vienos iš pagrindinių institucijų, galinčių užtikrinti jaunimo psichologinį atsparumą informacinio karo akivaizdoje.

Švietimo sistema itin svarbi psichologiniam atsparumui lavinti informaciniame kare. Tai vienas iš efektyviausių būdų padėti jauniems žmonėms, susiduriantiems su propaganda, ugdyti(s) sąmoningumą. Mokyklose ir universitetuose tikslinga ne tik perduoti teorines žinias, bet ir lavinti praktinius gebėjimus, kurie leistų apsisaugoti nuo propagandos poveikio.

Rekomendacijos švietimo sistemai gerinti:

- Kritiškumo lavinimas. Į mokyklų programas turėtų būti įtraukti kursai, kurių metu būtų mokoma analizuoti tekstus, nustatyti jų tikslą ir identifikuoti propagandos požymius.
- Psichologijos pagrindai. Mokymai apie žmogaus psichologiją turėtų būti vykdomi ne tik aukštosiose, bet ir vidurinėse mokyklose. Įgytos žinios leistų jauniems žmonėms atpažinti, kaip propaganda siekiama paveikti jų emocijas ir elgesį, kaip šias emocijas tikslinga valdyti.
- Interaktyvūs mokymai. Įvairūs žaidimai, skatinantys jaunus žmones atpažinti propagandą, gali būti efektyvus būdas mokyti(s) sąmoningumo ir psichologinio atsparumo susiduriant su informaciniu karu.

Pritaikius šias rekomendacijas, didėtų jaunų žmonių sąmoningumas, būtų daug lengviau apsisaugoti nuo propagandos sukeltų psichologinių traumų.

Psichologinio atsparumo ugdymas būtinas kiekvienam, siekiančiam saugotis nuo propagandos poveikio informacinio karo akivaizdoje. Švietimo sistema turėtų padėti jauniems žmonėms tapti sąmoningesniems ir emociškai stipresniems. Vis dėlto akcentuotina, kad kiekvienas atsakingas už save ir turėtų prisiišti atsakomybę, kaip tinkamai reaguoti į tam tikras situacijas, nepriklausomai nuo kitų institucijų įsitraukimo.

IŠVADOS

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir kitus informacijos šaltinius galima teigti, kad propaganda, pasitelkdama manipuliacijas, turi reikšmingą įtaką jaunimo emocijoms, o šiuolaikinės technologijos leidžia propagandai plisti daug efektyviau negu prieš keletą metų. Propagandos skleidėjai formuoja jiems palankiausią viešąją nuomonę, skatindami visuomenės susiskaldymą ir didindami socialinę įtampą bei takoskyrą tarp žmonių ir valstybinių institucijų. Šių dienų propaganda tapo dar labiau nepastebima ir pavojingesnė negu anksčiau, nes naudojama duomenų analizė leidžia propagandai plisti efektyviau.

Jauni žmonės lengviau pažeidžiami, nes dar tik formuoja savo pasaulėžiūrą. Jaunimas daug laiko praleidžia naršydamas socialiniuose tinkluose, kuriuose gausu melagingos informacijos. Propaganda gali formuoti jaunų žmonių politines pažiūras, daryti ilgalaikį poveikį jų psichologinei sveikatai ir skatinti emociinį nestabilumą. Jauni žmonės dažnai neturi arba nėra pakankamai išlavinę kritinio mąstymo įgūdžių, todėl tampa lengvomis propagandos skleidėjų aukomis.

Informacinis karas daro neigiamą poveikį jaunimo emocinei būklei, skatindamas baimę, nepasitikėjimą ir net pyktį. Propaganda gali paveikti jaunimo savivertę, sukelti stresą, nerimą, depresiją ir kitas ilgalaikes psichologines problemas.

Psichologinis atsparumas leidžia jauniems žmonėms sumažinti propagandos keliamą žalą. Kritinio mąstymo ugdymas, skaitmeninių medijų raštingumo lavinimas ir kiti įgūdžiai padeda atpažinti manipuliacijas ir išlikti emociškai stabiliais.

Švietimo sistema turi ugdyti jaunimo psichologinį atsparumą propagandai. Kritinio mąstymo ir skaitmeninių medijų raštingumo kursai turėtų būti įtraukti į mokyklų programas. Laiku pradėjus lavinti minėtus gebėjimus, jauni žmonės būtų pasiruošę susidurti su informacinio karo keliamomis

pasekmėmis. Į mokyklų programas įtraukti interaktyvieji mokymai, kritinio mąstymo ir medijų raštingumo kursai leistų smarkiai sumažinti propagandos poveikį jaunuolių emocinei būklei.

Siekiant sumažinti propagandos poveikį jaunimui, būtina gebėti tinkamai informuoti visuomenę apie propagandos veikimo būdus ir jos keliamus pavojus. Jaunimo sąmoningumo ugdymas – esminis veiksnys, galintis sumažinti propagandos keliamą žalą jaunų žmonių psichologinei sveikatai.

Propaganda iki šiol yra viena iš didžiausių visuomenės problemų, galinčių sukelti ilgalaikes pasekmes tiek individualiai kiekvienam žmogui, tiek visai visuomenei. Taigi labai svarbu ugdyti jaunimo kritinį mąstymą, sąmoningą emocijų valdymą ir skaitmeninių medijų raštingumą. Švietimo sistema turėtų imtis veiksmų, kad šie įgūdžiai būtų tinkamai lavinami dar mokyklose. Tik sąmoninga ir informuota visuomenė gali atsilaikyti nuo informacinio karo keliamų grėsmių.

Literatūros sąrašas

- Bernays, E. (2021). *Propaganda*. Kitos knygos.
- Denisenko, V. (2021). *Propagandos apsupty*. Vilniaus universiteto leidykla.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. SAGE Publications.
- Martišius, M. (2010). *(Ne)akivaizdus karas: nagrinėjant informacinį karą*. Vilniaus universiteto leidykla.
- Martišius, M. (2013). Propagandos ir reklamos sąsajos, „Leo Lt“ atvejis. *Tiltai*, 4(65), 37–62.
- Newitz, A. (2024). A scientific way to control minds. *NewScientist*, 262(3491), 22.
- O'Connor, C., & Weatherall, J. O. (2019). The social media propaganda problem is worse than you think. *Issues in Science and Technology (Washington)*, 36(1), 30–32.
- Rogers, D. (2015). *Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations*. Kogan Page.
- Žurnalistikos enciklopedija*. (1997). Mokslo ir enciklopedijų leidykla.

SUMMARY

PSYCHOLOGICAL RESILIENCE OF YOUTH IN THE FACE OF INFORMATION WARFARE: HOW TO REMAIN EMOTIONALLY STRONG WHEN CONFRONTED WITH PROPAGANDA

Jolita Beniušytė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
jolita.beniusyte@stud.viko.lt

Consulted by Valdas Dambra

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
v.dambra@vuf.viko.lt

Propaganda has historically been used to influence people's opinions and behavior by manipulating emotions. In modern times, it has become even more pervasive due to technological advancements and the rapid dissemination of information through social media. This research addresses the psychological resilience of young people in the context of information warfare, particularly in the face of propaganda, which has a significant impact on their emotional well-being and psychological development. The topic is relevant as young people, aged 14 to 29, are the most vulnerable demographic due to their heavy reliance on social media, where propaganda is widespread. The novelty of the research lies in its focus on methods to build emotional resilience and critical thinking skills that can help mitigate the harmful effects of propaganda.

The research explores the extent of the psychological damage caused by propaganda on youth, including emotional instability, reduced self-esteem, and mental health issues such as stress, anxiety, and depression. It also examines the role of social media algorithms, which amplify emotional and

polarizing content, making propaganda more effective. The objectives of this study are to analyze the impact of information warfare on youth, identify methods for building psychological resilience, and provide recommendations for emotional stability when confronted with propaganda.

The research employs methods such as scientific literature analysis and comparative analysis. The findings indicate that propaganda primarily manipulates emotions to influence behavior, often targeting young individuals who lack fully developed critical thinking skills. Social media platforms serve as a key tool for propagandists, allowing for the rapid spread of disinformation tailored to specific audiences. This has led to societal polarization, emotional instability, and a decline in trust in institutions and interpersonal relationships.

To combat the effects of propaganda, the study highlights several strategies for fostering psychological resilience. These include developing critical thinking skills, promoting emotional intelligence, enhancing media literacy, and fostering a sense of community. Educational institutions play a crucial role in implementing these strategies. For example, schools should introduce courses on media analysis, propaganda detection, and the psychological mechanisms of manipulation. Interactive tools such as games can also help students practice identifying propaganda in real-world scenarios.

In conclusion, propaganda poses a serious threat to society, particularly to young people, who are more susceptible due to their reliance on social media and lack of critical thinking skills. Building psychological resilience through education, emotional intelligence, and media literacy is essential to mitigate the harmful effects of propaganda. Educators should prioritize these efforts to strengthen the emotional and psychological well-being of youth, ensuring they can critically evaluate information and resist manipulation.

Beniušytė, J., Dambava, V. (2025). Jaunimo psichologinis atsparumas informacinio karo akivaizdoje: kaip išlikti emociškai stipriems, susidūrus su propaganda? *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 103-109, ISSN 2669-221X

DIETETIKOS STUDIJŲ PROGRAMOS STUDENTŲ KOMPETENCIJŲ PRITAIKYMO PROFESINĖJE VEIKLOJE IŽVALGOS: ABSOLVENTŲ POŽIŪRIS

Gintarė Užkurienė

Klaipėdos valstybinė kolegija, Lietuva
gintare.uzkuriene@gmail.com

Konsultavo dr. Irma Spiriajeviene

Klaipėdos valstybinė kolegija, Lietuva
i.spiriajeviene@kvk.lt

ĮVADAS

Pastaraisiais dešimtmečiais visuomenės sveikatos srityje vis didėja mitybos svarba. Netinkama mityba gali pasireikšti nepakankamu maistinių medžiagų kiekiu, mikroelementų trūkumu ir su mityba susijusiomis neinfekcinėmis ligomis, galinčiomis sukelti sunkių lėtinių ligų ir lemti socialinę bei ekonominę naštą (Neufeld et al., 2023).

Sveika mityba labai svarbi siekiant užkirsti kelią ligoms ir skatinti gerą sveikatą. Vis dėlto spaudoje, socialinėse žiniasklaidos platformose dažni prieštaringi, neprofesionalūs patarimai apie sveiką mitybą, dietą, dietetiką. Kaip teigia tyrėjai (Zubrickienė & Adomaitienė, 2016), žmogui būdinga viena ar kita kompetencija tik tada, kai gebama ją taikyti veikloje praktiškai. Taigi kyla klausimas, kaip Dietetikos studijų programos absolventai taiko įgytas kompetencijas savo profesinėje veikloje.

Atsižvelgiant į dietetikos specialistų poreikį, dietetikos mokslo ir studijų reikšmingumas nuolat auga ir randa solidžią vietą aukštojo mokslo kontekste (Spiriajeviene, 2020). Lietuvoje Dietetikos studijų programą vykdo kelios aukštosios mokyklos. Tai Vilniaus ir Kauno kolegijos, taip pat dietetikos specialybės studentus Vakarų Lietuvoje rengia Klaipėdos valstybinė kolegija (toliau – KVK), kurioje ir buvo atliekamas šis mokslinis taikomasis kokybinis tyrimas.

Dietetikos studijų programos kokybė tampa esminiu veiksniu, siekiant užtikrinti dietisto profesijai reikalingų kompetencijų formavimą, suteikiant studentams ne tik teorinių žinių, bet ir praktinių įgūdžių, kurie būtini siekiant efektyviai dirbti sveikatos priežiūros, mitybos ir visuomenės sveikatos srityse.

Moksliniai tyrimai, kurių metu analizuotos sveikatos specialistų kompetencijos mitybos srityje, leidžia išskirti svarbiausias asmens mitybos priežiūros specialistų kompetencijas. Minėtinos svarbiausių mitybos sąvokų išmanymo, visuomenės mitybos, mitybos prevencijos per visą gyvenimo ciklą, mitybos būklės, ligos ir mitybos priežiūros proceso (Cardenas et al., 2022), pagrindinių mitybos srities žinių, vertinimo ir diagnozavimo, taip pat bendravimo įgūdžių ir bendrosios visuomenės sveikatos kompetencijos (Eisenberg et al., 2024). Absolventų kompetencijų atitiktį (pritaikymą) darbo rinkai tyrė Spiriajeviene ir bendraautorai, atlikę tikslinės (*focus*) grupės interviu su Visuomeninės geografijos magistrantūros (Spiriajeviene et al., 2021), *Burnos higienos, Gydytojo odontologo padėjėjo studijų programų* absolventais (Spiriajeviene & Rudžianskienė, 2021) ir darbdaviais (Spiriajeviene et al., 2019). Atliktas tyrimas ir su KVK, rengiančios dietetikos specialistus, Dietetikos studijų programos ekspertais (Spiriajeviene, 2020). Šio tyrimo metu dauguma respondentų (n = 17) nurodė, kad absolventų kompetencijos atliepia darbdavių lūkesčius ir darbo rinkos poreikius.

Dietetikos studijų programos absolventų kompetencijų pritaikymas profesinėje veikloje, apklausiant absolventus, iki šiol nenagrinėtas. Tai siekiama atskleisti šiuo moksliniu tyrimu.

Probleminiai klausimai. Kaip absolventai vertina Dietetikos studijų programos studentų įgytų kompetencijų pritaikymo galimybes profesinėje veikloje? Ar studijuojant įgytos kompetencijos užtikrina profesinį pasirengimą?

Remiantis Dietetikos studijų programos absolventų įžvalgomis, siekta nustatyti įgyjamus ir pritaikomus Dietetikos studijų programos veiksnius, turinčius įtakos specialistų profesiniam pasirengimui.

Tikslas – remiantis Dietetikos studijų programos absolventų apklausos rezultatais, išanalizuoti KVK Dietetikos studijų programos studentų kompetencijų pritaikomumą profesinėje veikloje.

Uždaviniai:

- išanalizuoti sveikos mitybos reikšmę, Dietetikos studijų programos studentų ugdymo kokybės svarbą ir KVK Dietetikos studijų programos ypatumus;
- atskleisti absolventų požiūrį į studijų metu įgytų kompetencijų pritaikymo profesinėje veikloje galimybes.

Tyrimo metodai. Duomenims rinkti taikyta mokslinės literatūros ir dokumentų analizė, taip pat tikslinės grupės interviu, duomenims analizuoti – kokybinė content analizė.

TYRIMO METODOLOGIJA, ORGANIZAVIMAS

Tikslinės grupės interviu – kokybinis duomenų rinkimas, organizuotas nedidelei, tikslingai atrinktų tyrimo dalyvių grupei, pokalbio-diskusijos metodas (Žydžiūnaitė & Sabaliauskas, 2017), sutelktas į konkrečią (kiek platesnę ar siauresnę) temą. Tai kokybinio interviu forma, nes diskusija vyksta taikant iš anksto sudarytą iš dalies struktūruotą atvirųjų klausimų klausimyną (Gaižauskaitė & Valavičienė, 2016). Tikslinės grupės interviu – veiksminga tyrimo strategija, nes vienu metu galima apklausti visus tyrimo dalyvius. Tikslinės grupės diskusijos tinka ir siekiant išskirti kolektyvinį požiūrį ar grupinę dinamiką tam tikra tema.

Vienas iš pagrindinių tikslinės grupės analizės siekių – diskusija tarp tyrimo dalyvių, kylanti iš tarpusavio sąveikos. Aktyvi tyrimo dalyvių sąveika diskusijos-interviu metu sudaro pridėtinę metodo vertę (Gaižauskaitė & Valavičienė, 2016). Į tikslinės grupės diskusiją susirenka to paties išsilavinimo ar panašią patirtį įgiję asmenys, siekiantys aptarti konkrečią dominančią temą. Tai kokybinis tyrimas, nes pateikiami klausimai apie respondentų požiūrį, įsitikinimus ar idėjas. Minėtina ir tai, kad tikslinių grupių diskusijų metu dalyviai, nenutoldami nuo tyrimo temos ir tikslo, gali laisvai diskutuoti su kitais grupės nariais. Įprastai tai grupinis interviu, kai nedidelė žmonių grupė, vadovaujama vedėjo (interviuotojo), struktūruotos diskusijos metu bendrauja tam tikra tema (Oranga & Matere, 2023).

Išstudijavus mokslinę literatūrą ir Dietetikos studijų programos dokumentus (*Studijų programos duomenys. Dietetika* (2021); *Dėl Lietuvos medicinos normos MN 32:2021 „Dietistas: teisės, pareigos kompetencija ir atsakomybė“ patvirtinimo* (2021)) nustatyta, kokių kompetencijų studentai turi įgyti. Remiantis gautais rezultatais, sukonstruotas tyrimo instrumentas – parengtas tikslinės grupės interviu klausimynas, t. y. suformuluoti teiginiai, kuriuos tiriamųjų prašyta pakomentuoti. Tai atvirieji klausimai-teiginiai, kuriuos prašyta įvertinti, pakomentuoti laisvai išsakant mintis:

1. Absolventas susipažinęs su sveikatingumo terminija, reikšme ir veiklomis.
2. Absolventas suvokia reikalavimų svarbą ir taiko juos darbe.
3. Absolventas suvokia kompleksinę ryšį tarp žmogaus, aplinkos ir maisto.
4. Absolventas geba tiksliai identifikuoti individualius klientų (pacientų) poreikius.
5. Absolventas geba atsakingai vykdyti pacientų (klientų) maitinimosi priežiūrą ir efektyviai užtikrinti tinkamą jų aprūpinimą maistu.
6. Absolventas geba efektyviai kontroliuoti žaliavų ir produkcijos kokybę.
7. Absolventas geba tinkamai ir atsakingai parinkti maisto gamybos technologiją.
8. Absolventas geba parengti mokslinių tyrimų rezultatais pagrįstą sveikatos stiprinimo programą ir profesionaliai teikti mokslo įrodymais pagrįstas mitybos korekcijos konsultacijas įvairių poreikių turintiems žmonėms.
9. Absolventas geba kritiškai analizuoti ir vertinti praktinę patirtį profesinėje veikloje.
10. Absolventas geba nuolat pats mokytis bei mokyti ir konsultuoti sveikatos priežiūros komandos dalyvius.

Tikslinės grupės apskritojo stalo diskusijoje-interviu dalyvavo KVK Dietetikos studijų programos absolventai. Jie diskutavo apie įgytų kompetencijų pritaikymą savo darbe.

Tyrimo dalyviai – keturi absolventai, baigę KVK Dietetikos studijų programą ir dirbantys pagal įgytą specialybę. Tai tiriamųjų atrankos kriterijai. Atliekant tyrimą, vadovautasi socialinio tyrimo etikos principais. Tyrimo dalyviai supažindinti su atliekamo tyrimo tikslu, informuoti apie tyrimo anonimiškumą ir apie tai, kad gauti rezultatai bus apdorojami ir pateikiami apibendrintai, neminint dalyvių vardų, pavardžių ir kitos asmeninės informacijos, taip užtikrinant konfidencialumą. Tyrimo metu laikytasi savanoriškumo ir laisvo apsisprendimo dalyvauti apklausoje etikos principo. Tiriamiesiems suteikti identifikaciniai kodai (AD1–AD4). Pateikta dešimt klausimų-teiginių, į kuriuos tyrimo dalyviai atsakinėjo diskusijos metu. Diskusija-interviu fiksuotas garso įrašymo technika. Tyrėjo ir informantų pokalbis įrašytas, vėliau transkribuotas (Žydžiūnaitė & Sabaliauskas, 2017). Galima teigti, kad tai patogiausias ir patikimiausias tokio tipo tyrimų duomenų rinkimo būdas (Gaižauskaitė & Valavičienė, 2017). Gautas dokumentas, įgijęs pirminio dokumento statusą ir vidinio validumo užtikrinimą (Spiriajevienė, 2020). Taikant kokybinę *content* analizę, transkribuotas duomenų masyvas struktūruotas į kategorijas (subkategorijas), kurioms priskirti atitinkami jas patvirtinantys diskusijos-interviu dalyvių teiginiai.

Bitino (2017) teigimu, tyrime dalyvavus keliems asmenims, galima apibendrinti kokybinio tyrimo rezultatus. Tyrėjams įrašius ir transkribavus duomenis, iš gauto dokumento atlikta rezultatų *content* analizė.

TYRIMO REZULTATAI

Pasaulio sveikatos organizacijos (2020) teigimu, sveika mityba padeda apsisaugoti nuo visų formų nepakankamos mitybos ir lėtinių ligų, įskaitant diabetą, širdies ligas, insultą ir vėžį. Nesveika, nesubalansuota mityba ir nepakankamas fizinis aktyvumas kelia didžiausią pavojų sveikatai visame pasaulyje.

Žinių apie dietas ir jų poveikį sveikatai visuma vadinama *dietetika* (Petkevičienė, 2018). Specialistai, padedantys visuomenei suvokti sveikatai palankių mitybos įpročių vertę ir juos taikyti kasdieniniame gyvenime, yra *dietistai*, *mitybos specialistai*. Tai, kas gyvybiškai susiję su žmogaus sveikata, gyvybe, su jo sveiku tinkamu funkcionavimu visuomenėje, turi būti tarp prioritetinių gyvenimo sričių. Taigi ypač svarbus tampa dietetikos specialistų rengimas. Kaip teigia Jovaiša (1993), ugdymo kokybė traktuojama kaip proceso (veiklos) ir rezultato kokybės vienovė. KVK Kokybės vadove (2022) nurodoma, kad vienas iš kokybės sistemos principų – orientacija į besimokantįjį. Minėtinas ir vienas iš KVK 2024–2026 m. strateginės veiklos prioritetų – kokybiškos, praktika, mokslo ir technologijų pažanga grįstos aukštojo mokslo studijos, darbo rinkos poreikius tenkinančių specialistų rengimas, į studentą orientuotas studijų vykdymas.

LR Lietuvos medicinos norma MN 32:2021 nurodo, kad dietisto profesinę kompetenciją sudaro žinios ir gebėjimai, kuriuos jis įgyja baigęs dietisto profesinę kvalifikaciją suteikiančias studijas bei nuolat tobulindamas įgytą profesinę kvalifikaciją ir domėdamasis medicinos mokslo ir dietetikos praktikos pažanga.

Neifacho teigimu (2006), ugdymo kokybė – sąlyginė sąvoka, kurios prasmė glaudžiai susijusi su tam tikrais visuomenės (pedagogų, švietimo vadybininkų, vietos valdžios atstovų, vyriausybės, aukštojo mokslo įstaigų ir pan.) ar konkretaus žmogaus poreikiais, reikalavimais ir lūkesčiais.

Taikant *content* analizės metodą, nustatyti absolventų ugdymo(si) poreikiai, išryškėję atliekant empirinį kokybinį tikslinės grupės intervius. Taip pat nustatytos ir ugdymo(si) struktūrinės dalys (Žydžiūnaitė & Sabaliauskas, 2017). Taikant kategorizavimo procedūrą, išskirtos dvi pagrindinės kategorijos: „Dietetikos specialistų profesinį pasirengimą lemia įgytos teorinės žinios, praktiniai įgūdžiai ir asmeninė motyvacija“ ir „Atskirų disciplinų mokymo kokybė, rengiant dietetikos specialistus, yra nevienodo kokybinio lygmens“.

Pirmoji kategorija sieja absolventų įgytus teorinius ir praktinius įgūdžius, įgytus paskaitų ir praktikų metu, ir asmeninę motyvaciją – veiksnius, lemiančius dietetikos specialistų pasirengimą dietisto profesijai. Kategoriją „Dietetikos specialistų profesinį pasirengimą lemia įgytos teorinės žinios, praktiniai įgūdžiai ir asmeninė motyvacija“ patvirtinantys teiginiai orientuoti į tris subkategorijas: „Teorijos mokymo prioritetinės sritys“ (4 teiginiai), „Praktinės kompetencijos ir praktikos organizavimo netolygumai“ (7 teiginiai), „Kai kurių studentų motyvacijos stoka ugdymo ir profesinės veiklos procese“ (2 teiginiai) (žr. 1 lentelę).

Subkategorijoje „Teorijos mokymo prioritetinės sritys“ iš absolventų teiginių išryškėjo, kad teoriniams dalykams reikėtų skirti daugiau (galimai studentų) dėmesio. Per paskaitas studentai daug ką „praleidžia pro akis“, todėl ne visa išdėstyta teorinė medžiaga įsisavinama, neįgyjama ir kai kurių kompetencijų, reikalingų profesinėje veikloje. Vis dėlto minėtina, kad išlieka galimybė iš dėstytojų pateiktos teorinių paskaitų medžiagos, įvairių konferencijų ir mokymų šiuos įgūdžius atkurti ir tobulinti.

1 lentelė. Kategoriją „Dietetikos specialistų profesinį pasirengimą lemia įgytos teorinės žinios, praktiniai įgūdžiai ir asmeninė motyvacija“ ir subkategorijas patvirtinantys teiginiai

I kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Dietetikos specialistų profesinį pasirengimą lemia įgytos teorinės žinios, praktiniai įgūdžiai ir asmeninė motyvacija (n = 13)	Teorijos mokymo prioritetinės sritys (n = 4)	<p><i>Kai kurios temos studijų metu buvo nepakankamai išanalizuotos. (AD3)</i></p> <p><i>Žinoti, kur eikvojama energija, priklausomai nuo žmogaus veiklos, kaip apskaičiuoti iš organizmo išskirtą šilumą, kas yra maisto medžiagų kaloringumas, kokia yra maisto medžiagų fiziologinė reikšmė, poreikis ir šaltinis, kuo skiriasi sudėtiniai angliavandeniai nuo paprastų, kas yra glikeminis indeksas, mineralinių medžiagų šaltiniai, kaip sumažinti NaCl kiekį maiste, kokių negalavimų sukelia maisto medžiagų trūkumas ar perteklius, kas yra alkis ir apetitas, kodėl nerekomenduojama valgyti 1–2 kartus per dieną. (AD4)</i></p> <p><i>Tada vėl turiu atsiversti knygas, nes paskaitų metu tai mano buvo praleista pro akis. (AD2)</i></p> <p><i>Žinoti apie maitinimosi būdus: visavalgis, vegetaras, veganas ir t. t. Kokių gali būti privalumų ir trūkumų. (AD4)</i></p>
	Praktinės kompetencijos ir praktikos organizavimo netolygumai (n = 7)	<p><i>Sudaryti savo dienos mitybos planą, analizuoti jį [siūlymas praktinėms kompetencijoms stiprinti praktikos vietose – aut.]. (AD4)</i></p> <p><i>Bet vėl – turėtų būti labiau kontroliuojama, kur yra atliekamos išorinės praktikos, kad nebūtų, jog įstaiga tiesiog pasirašo ir paleidžia. (AD2)</i></p> <p><i>Mokyti personalo vadybos, nes tenka dirbti su žmonėmis [siūlymas praktinėms kompetencijoms stiprinti praktikos vietose – aut.]. (AD4)</i></p> <p><i>Sudaryti savo vartojamų maisto produktų sąrašus, paskui analizuoti, ką valgo patys, namiškiai ir draugai [siūlymas praktinėms kompetencijoms stiprinti praktikos vietose – aut.]. (AD4)</i></p> <p><i>Pavyzdžiui, buvo praktiku, kur studentai dirbo gana primityvius darbus. (AD3)</i></p> <p><i>Turi mokėti atskirti maisto racioną nuo maisto davinio [siūlymas praktinėms kompetencijoms stiprinti praktikos vietose – aut.]. (AD4)</i></p> <p><i>Mokėti dirbti su kūno masės analizatoriumi [siūlymas praktinėms kompetencijoms stiprinti praktikos vietose – aut.]. (AD4)</i></p>
	Kai kurių studentų motyvacijos stoka ugdymo ir profesinės veiklos procese (n = 2)	<p><i>Jei jam tai patinka [profesija – aut.], tai jis ir pats domėsis, žengs koja kojon su naujovėmis. Motyvuoti žmonės visada nori tobulėti. (AD2)</i></p> <p><i>Visada yra noras mokytis ir, jei susiduri su situacija, kad nežinai, tai tu turi domėtis, kad sužinotum ir išmoktum. Taip ir tobulėji. (AD1)</i></p>

Absolventų nurodytos tobulintinos KVK sritys apima septynis subkategorijos „Praktinės kompetencijos ir praktikos organizavimo netolygumai“ teiginius. Dietetikos studijų programos absolventai nurodo, kad, atliekant praktiką, ne tik svarbu išmokti sudaryti valgiaraščius ar mitybos planus, bet ir reikėtų daugiau dėmesio skirti personalo vadybai, praktiniams įgūdžiams, kaip dirbti su kūno analizatoriais ir kitais prietaisais, kurių reikia dietisto profesinėje veikloje. Akcentuota ir atliekamos praktikos kokybė, praktikos metu pageidauta didesnės kontrolės.

Kaip nurodė absolventai, studijuojant Dietetikos specialybę KVK įgytos kompetencijos priklauso ir nuo studentų motyvacijos tapti studijuojamos srities kompetentingais specialistais. Jei pasirinkta profesija patinka, būsimasis specialistas studijų metu stengiasi kuo daugiau išmokti, sužinoti, tobulėti, kad įgytas žinias ir įgūdžius ateityje galėtų kryptingai pritaikyti profesinėje veikloje.

Antroji kategorija („Atskirų disciplinų mokymo kokybė, rengiant dietetikos specialistus, yra nevienodo kokybinio lygmens“), apimanti 13 teiginių, sudaryta iš 5 pozityvių ir 8 vidutinio pozityvumo teiginių (žr. 2 lentelę). Ši kategorija susijusi su Dietetikos studijų programą baigusiu studentų įgytų kompetencijų, orientuotų į programos dėstymo kokybę, pritaikymą profesinėje veikloje. Kaip rodo gauti rezultatai, dėstytojai stipriai parengia absolventus pagal maisto gamybos technologijos, maitinimosi priežiūros vykdymo ir pacientų (klientų) maitinimosi priežiūros mokymo programas.

2 lentelė. Kategoriją „Atskirų disciplinų mokymo kokybė, rengiant dietetikos specialistus, yra nevienodo kokybinio lygmens“ ir subkategorijas patvirtinantys teiginiai

II kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Atskirų disciplinų mokymo kokybė, rengiant dietetikos specialistus, yra nevienodo kokybinio lygmens (n = 13)	Disciplinos, kurių mokymo kokybė, informantų subjektyvia nuomone, gana aukšta (n = 4)	<i>Pavyzdžiui, aš maisto technologijos srityje jaučiuosi labai stipri <...>. (AD2)</i> <i>Taip, čia buvo vienas iš tų dalykų [maisto gamybos technologija – aut.], kur buvome stipriai ruošiami. (AD2)</i> <i>Tikrai buvome stipriai paruošti [maitinimosi priežiūros vykdymas – aut.]. (AD2)</i> <i>Taip, pritariu [pritaria tyrimo dalyvei AD2, kad absolventas geba atsakingai vykdyti pacientų (klientų) maitinimosi priežiūrą ir efektyviai užtikrinti tinkamą aprūpinimą maistu – aut.]. (AD3)</i>
	Disciplinos, kurių mokymo kokybė, informantų subjektyvia nuomone, vidutinė (n = 5)	<i>Taip pat studijuodama pasigedau praktikos su kūno masės analizatoriumi. (AD3)</i> <i>Bet yra spragų [rengiant būsimus specialistus – aut.]. <...> bet gydomosios mitybos srityje aš labai silpna. (AD2)</i> <i>Pritariu, tikrai yra spragų [pritaria tyrimo dalyvei AD2, kad yra trūkumų rengiant būsimus specialistus – aut.]. (AD1)</i> <i>Pritariu [pritaria tyrimo dalyvėms AD2 ir AD1, kad yra trūkumų rengiant būsimus specialistus – aut.]. (AD3)</i> <i>Dėstytoja-dietologė labai stipri, bet ne visada tenkino žinių perteikimas. Greitas skaitymas, kartais paskaitos sutrumpinimas nėra tinkamas žinių perdavimas. Manau, taip nebus įgyjama gebėjimų. (AD2)</i>
	Įvairiai informantų vertinama praktika turi įtakos profesinėms kompetencijoms (n = 4)	<i>Praktikos labai geras dalykas, nes kitaip nesuprasčiau, ką reiškia ši profesija. (AD2)</i> <i>Studentai suvokia, bet, man atrodo, nėra iki galo išaiškinta visa darbo svarba. Aš dirbu ir pati papildomai mokausi, nes daug ko nežinau, buvau tik mačiusi. (AD2)</i> <i>Dar trūksta praktinių įgūdžių. Nors čia gal mūsų begalinis smalsumas kaltas [juokiasi – aut.]. (AD2)</i> <i>Pritariu, buvo kalbėta šiuo klausimu [apie atliekamą praktiką – aut.], bet situacija dar nedaug pasikeitė. (AD1)</i>

Būsimų specialistų subjektyviu vertinimu, KVK įgyvendinant Dietetikos studijų programą yra disciplinų, kurių mokymo kokybė vidutinio lygio ir įgytos kompetencijos ne visai atitinka šių kompetencijų pritaikymą profesinėje veikloje (3 patvirtinantys teiginiai). Praktinių veiklų metu tikėtasi išmokti dirbti su kūno masės analizatoriumi, neįgyta, informantų nuomone, tinkamų gydymosi mitybos kompetencijų dėl nekokybiško informacijos perdavimo, greito skaitymo, paskaitų laiko trumpinimo, nors dėstomo dalyko dėstytojas-dietologas yra stiprus savo srities specialistas.

Studentų žinios, studijuojamos mokymo programos įsisavinimas ir įgyjamos kompetencijos nemaža dalimi priklauso nuo dėstytojų teorinių ir praktinių žinių perteikimo pobūdžio. Absolventai taip pat išskyrė praktikos svarbą ugdymo procese. Du teiginiai patvirtina praktikos svarbą profesinei kompetencijai, tačiau nurodomas dalinis praktinių įgūdžių nepakankamumas. Įstaigos, kuriose atliekama praktika, ne visada atsakingai žvelgia į studentų pasirinktos profesijos rengimą. Informantai suvokia praktinių įgūdžių svarbą, todėl ne tik dirba, bet ir papildomai mokosi, siekdami įgyti profesinėje veikloje reikalingų kompetencijų. Subkategorijoje „Įvairiai informantų vertinama praktika turi įtakos profesinėms kompetencijoms“ išryškėja ne tik praktikos metu suformuotų įgūdžių svarba, bet ir informantų smalsumas, motyvacija įgytas kompetencijas pritaikyti dietisto profesinėje veikloje.

Taigi galima teigti, kad, tyrime dalyvavusių absolventų požiūriu, Dietetikos studijų programos studentų pasirengimą profesinei veiklai gali užtikrinti tinkamas informacijos perdavimas, studento sudominimas ir jo gebėjimas įsisavinti profesinei veiklai reikiamą informaciją. Išryškėjo ir dėmesio teorinėms ir praktinėms žinioms svarba (ypač išorinės praktikos), taip pat studentų motyvacijos aktualumas. Tai pagrindiniai Dietetikos studijų programos studentų kompetencijas lemiantys veiksniai.

IŠVADOS

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir KVK Dietetikos studijų programą, nustatyta, kad dietisto profesinę kompetenciją sudaro žinios ir gebėjimai, kuriuos jis įgyja baigęs dietisto profesinę kvalifikaciją suteikiančias studijas.

Taikant kokybinę *content* analizę, tyrimo duomenų masyvas sustruktūruotas į kategorijas ir subkategorijas, kurioms priskirti atitinkami jas patvirtinantys diskusijos-interviu dalyvių teiginiai. Išanalizavus tyrimo duomenis, iš absolventų tikslinės grupės interviu duomenų išskirtos šios kategorijos: „Dietetikos specialistų profesinį pasirengimą lemia įgytos teorinės žinios, praktiniai įgūdžiai ir asmeninė motyvacija“ ir „Atskirų disciplinų mokymo kokybė, rengiant dietetikos specialistus, yra nevienodo kokybinio lygmens“. Šios kategorijos atskleidžia glaudžias žinių, praktinių gebėjimų ir motyvacijos sąsajas bei svarbą ugdyme(si). Iš tikslinės grupės interviu išskirtinos šios abiejų kategorijų pagrindinės subkategorijos: „Disciplinos, kurių mokymo kokybė, informantų subjektyvia nuomone, gana aukšta“, „Disciplinos, kurių mokymo kokybė, informantų subjektyvia nuomone, vidutinė“, „Teorijos mokymo prioritetinės sritys“, „Praktinės kompetencijos ir praktikos organizavimo netolygumai“, „Kai kurių studentų motyvacijos stoka ugdymo ir profesinės veiklos procese“. Subkategorijų turinio įvairovė rodo gana netolygų tyrimo dalyvių požiūrių pasiskirstymą ir absolventų išvalgų balansavimą. Tai orientuoja į tolesnius ateities tyrimus.

Literatūros sąrašas

Cardenas, D., Díaz, G., Fuchs-Tarlovsky, V., Cristina Gonzalez, M., Carrasco, F., Cano, A. M. P., Bermúdez, C., Maza, C., Ferraresi, E., Lipovestky, F., Villafana, H., Arenas-Márquez, H., Calvo, I., Cordova, L. R. A., Canicoba, M., Sánchez, P., Santana, S., Tihista, S., Adrianza de Baptista, G. M., Garcia, Y., & Correia, M. I. T. D. (2022). Nutrition competencies for undergraduate medical education: results of an international interdisciplinary consensus. *Journal of Parenteral and Enteral Nutrition*, 46(3), 635–645. <https://doi.org/10.1002/jpen.2203>

Dėl Lietuvos medicinos normos MN 32:2021 „Dietistas: teisės, pareigos kompetencija ir atsakomybė“ patvirtinimo“. (2021). Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2015 m. liepos 2 d. įsakymas Nr. V-825. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/26a61fd0299711e58a4198cd62929b7a>

Eisenberg, D. M., Cole, A., Maile, E. J., Salt, M., Armstrong, E., Broad Leib, E., Findley, T., Massa, J., Albin, J., Alston, M., Barkoukis, H., Buckhold, F., Danoff, R., Delichatsios, H., Devries, S., Dewar, S., Di Rocco, J., Duggan, C. P., Essel, K., Frates, B., & Edgar, L. (2024). Proposed nutrition competencies for medical students and physician trainees: a consensus statement. *JAMA Network Open*, 7(9), e2435425. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2024.35425>

Gaižauskaitė, I., & Valavičienė, N. (2017). *Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu*. Registrų centras.

Houghton, C., Murphy, K., Meehan, B., Thomas, J., Brooker, D., & Casey, D. (2017). From screening to synthesis: using nvivo to enhance transparency in qualitative evidence synthesis. *Journal of Clinical Nursing*, 26(5–6), 873–881. <https://doi.org/10.1111/jocn.13443>

Jovaiša, L. (1993). *Pedagogikos terminai*. Šviesa.

Kardelis, K. (2017). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.

Klaipėdos valstybinė kolegija (2022). *Klaipėdos valstybinės kolegijos kokybės vadovas*. <https://KVK-kokybes-vadovas-6-versija-2022-06-14-B.pdf>

Klaipėdos valstybinė kolegija (2024). *Klaipėdos valstybinės kolegijos 2024–2026 metų strateginis veiklos planas*. <https://KVK-strategija-2024-2026.pdf>

Neifachas, S. (2006). *Pedagoginio vadovavimo kompetencija. Ugdytojo strateginės veiklos gairės*. Ciklonas.

Neufeld, L. M., Ho, E., Obeid, R., Tzoulis, C., Green, M., Huber, L. G., Stout, M., & Griffiths, J. C. (2023). Advancing nutrition science to meet evolving global health needs. *European Journal of Nutrition*, 62(Suppl 1), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s00394-023-03276-9>

Oranga, J., & Matere, A. (2023). Qualitative research: essence, types and advantages. *Open Access Library Journal*, 10(12): 1–9. <https://doi.org/10.4236/oalib.1111001>

Petkevičienė, I. (2018). *Aiškinamasis dietologijos terminų žodynelis*. Homo liber.

Spiriajeviene, I. (2020). Dietetikos absolventų kompetencijų atitiktis darbo rinkai: ekspertų požiūris. *Mokslo taikomieji tyrimai Lietuvos kolegijose*, 16, 178–185. <http://ojs.kaunokolegija.lt/index.php/mttlk/index>

Spiriajeviene, I., Albrechtienė, K., & Andruškienė, J. (2019). Odontologinės priežiūros ir Burnos higienos studijų programų absolventų kompetencijų atitiktis darbo rinkos poreikiams. *Sveikatos mokslai*, 2(29), 107–114. <https://doi.org/10.5200/sm-hs.2019.028>

Spiriajeviene, I., Čepienė, E., & Spiriajevas, E. (2021). Visuomeninės geografijos magistrantūros studijų programos absolventų kompetencijų pritaikymas darbo rinkoje. *Geografija ir edukacija: mokslo almanachas*, 9, 20–48.

Spiriajeviene, I., & Rudžianskienė, A. (2020). Absolventų kompetencijų atitiktis darbo rinkai: absolventų interviu tyrimas. *Mokslo taikomieji tyrimai Lietuvos kolegijose*, 17(2), 94–101. <http://ojs.kaunokolegija.lt/index.php/mttlk/index>

Studijų programos duomenys. Dietetika. (2021). [Atviros konsultavimo ir orientavimo sistemos \(AIKOS\) internetinės svetainės aprašų standarto 4 priedas](#).

Žydzūnaitė, V., & Sabaliauskas, S. (2017). *Kokybiniai tyrimai: principai ir metodai*. Vaga.

SUMMARY

INSIGHT INTO THE APPLICATION OF DIETETICS STUDY PROGRAM STUDENTS' COMPETENCIES IN THEIR PROFESSION: THE PERSPECTIVE OF GRADUATES

Gintarė Užkurienė

Klaipėda State College, Lithuania

gintare.uzkuriene@gmail.com

Consulted by Dr. Irma Spiriajeviene

Klaipėda State College, Lithuania

i.spiriajeviene@kvk.lt

A literature review, analysis of Dietetics study program documents, and focus group interviews were performed to analyse the topic.

The aim is to examine the insights into the application of Dietetics study program students' competencies in their profession based on the perspectives of the graduates. This analysis provides an insight into the expectations of dietetics graduates, and the analysis results will be used to improve the Dietetics program, in cooperation with the program director and other relevant individuals. The Roundtable discussion-interview method was used to collect data. The data were structured and transcribed into a computer version. The participants were four dietetics graduates (dietitians working in personal health care). The data was analysed using qualitative content analysis.

Results. Data from the empirical study were analysed. The following categories were identified from the array of participants' discussion-interview data, with the recorded number of affirming statements: "The quality of separate disciplines teaching in preparing specialists of dietetics is of different qualitative level" – 13 statements, "The vocational preparation of dietetics specialists is determined by the acquired theoretical knowledge, practical skills, and personal motivation" – also 13 statements.

The categories have been used to form the main sub-categories (the number is fixed) where the statements in the categories are confirmed.

Užkurienė, G., Spiriajeviene, I. (2025). Dietetikos studijų programos studentų kompetencijų pritaikymo profesinėje veikloje įžvalgos: absolventų požiūris. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 110-117, ISSN 2669-221X

KLIENTŲ APTARNAVIMO KOKYBĖS TOBULINIMAS

Deividas Makuška

Vilniaus kolegija, Lietuva

deividas.makuska@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vuf.viko.lt

ĮVADAS

Straipsnyje, remiantis mokslinės literatūros analize, nagrinėjama klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo svarba ir šio aptarnavimo įtaka įmonės veiklai, analizuojamos priemonės ir metodai, kuriais tobulinamas klientų aptarnavimas. Kokybiškas klientų aptarnavimas šiandien yra pagrindinis įmonės konkurencinis pranašumas. Gerai mokantys dirbti, motyvuoti ir atsakingi aptarnavimo specialistai gali prisidėti prie įmonės augimo ir sėkmės. Geras aptarnavimas ne tik išsprendžia galimas problemas, bet ir suteikia klientams vertę bei pasitenkinimą, kuris motyvuoja juos grįžti ir rekomenduoti įmonę kitiems. Tobulinant klientų aptarnavimo kokybę, svarbu nuolat analizuoti klientų atsiliepimus, sekti naujausias tendencijas ir užtikrinti, kad kiekvienas sąlytis su klientu būtų teigiamas. Siekdamas nuolat tobulinti klientų aptarnavimą, įmonės turi naudoti įvairias priemones ir metodus, kurie leidžia įvertinti paslaugų kokybę, identifikuoti trūkumus ir imtis veiksmų jiems pašalinti. Atsižvelgiant į tai, kad klientų lūkesčiai ir rinkos sąlygos nuolat kinta, organizacijos turi būti pasirengusios keistis ir lanksčiai reaguoti į naujus iššūkius.

Straipsnyje taip pat aptariama klientų aptarnavimo kokybės svarba įmonių sėkmei ir konkurencingumui, pabrėžiama, kad aukštas aptarnavimo lygis tiesiogiai veikia klientų pasitenkinimą ir lojalumą, o tai didina įmonės pelningumą ir įvaizdį. Analizuojamos tokios priemonės ir metodai kaip SERVQUAL, ISO 9001 ir IKF, leidžiantys įvertinti paslaugų kokybę ir ją tobulinti. Aptariamasis SERVQUAL metodo taikymas UAB agrofirmonoje „Sėklos“. Nurodoma, kad kiekviena priemonė ir metodas turi savų privalumų ir trūkumų, tačiau, taikant šias priemones ir metodus, galima reikšmingai prisidėti prie klientų aptarnavimo kokybės gerinimo ir pasiekti didesnę klientų pasitenkinimą.

Problema – klientų aptarnavimo kokybės užtikrinimas, kylant besikeičiančių klientų poreikių, konkurencijos, efektyvaus procesų valdymo iššūkių.

Tikslas – išanalizuoti klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemones ir metodus bei jų naudą įmonėms.

Uždaviniai:

- remiantis moksline literatūra, išnagrinėti klientų aptarnavimo kokybės tobulinimą teoriniu požiūriu;
- nustatyti klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonių ir metodų naudą įmonėms.

Tyrimo metodas – mokslinės literatūros analizė.

Straipsnis parengtas remiantis moksline literatūra, kurioje buvo analizuojamos klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonės ir metodai. Tiriamasis objektas nagrinėjamas labiau teoriniu aspektu.

Klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo svarba įmonei

Kaip teigia Šimkienė ir kt. (2022, p. 108), „klientų aptarnavimo procese gera, priimtina kokybė yra kokybė, atitinkanti klientų lūkesčius. Jei paslaugos kokybė viršija kliento lūkesčius, ji vertinama kaip ideali, o jei lūkesčiai bent minimaliai netenkinami, gali būti vertinama kaip nepatenkinama. Iš aptarnaujančio personalo tikimasi teisingumo, greitos reakcijos į pastabas, mandagaus ir kultūringo bendravimo, paslaugų suteikimo laiku.“ Minėtina ir tai, kad „klientų aptarnavimo kokybės gerinimas

yra analitinė priemonė, galinti padėti įmonėms pagerinti verslo veiklą, pavyzdžiui, padidinti verslo pelną, pagerinti klientų pasitenkinimą, taip pat parinkti veiksmingas rinkodaros ir komunikacijos strategijas, tokias kaip klientų lojalumas ir kainų mažinimas“ (Afarjanc, 2019).

Karalienės (2020) teigimu, „produkto kokybė ir kaina gali būti vienodos, bet klientų aptarnavimas gali būti išskirtinis. Pagrindinės klientų aptarnavimo sritys yra patobulinti išankstiniai pardavimai, pardavimai ir aptarnavimas po pardavimo, efektyvus reagavimas ir garantijos. Klientų aptarnavimas yra cikliška paslauga, kur klientai aktyviai veikia, o sprendimų priėmėjai ir serviso darbuotojai turi atitinkamai reaguoti. Aptarnavimą būtina nuolat tobulinti, siekiant klientų susižavėjimo. Klientų aptarnavimas tiesiogiai lemia klientų pasitenkinimą, kuriuo, kaip galutiniu rezultatu, jau neapsiribojama, bet siekiama kliento susižavėjimo.“

Diržytė ir Patapas (2013) klientų aptarnavimą traktuoja kaip valdymo strategiją, orientuotą į klientų lūkesčių tenkinimą. Organizacija gali pasiekti savo tikslų tik efektyviai veikdama ir patenkindama kliento lūkesčius, todėl itin svarbią reikšmę teikiamos paslaugos procesui turi tiksliai išsiaiškinti kliento poreikiai. Kiekvienas klientas yra unikalus, tačiau lūkesčiai yra vienodi arba labai panašūs. Dažniausiai keliami reikalavimai komunikacijai, paslaugos teikimo nuoseklumui, spartai sprendžiant problemas, operatyviam reagavimui. Taigi aptarnavimo procesai ir tinkamas jų valdymas turi didelę reikšmę ir svarbą tiek paslaugos gavėjui, tiek paslaugos teikėjui. Abejingas, šurkštus aptarnavimas ne tik lemia kliento, su kuriuo buvo netinkamai pasielgta, blogą nuomonę apie paslaugas teikiančią subjektą, bet ilgai padaro gerokai daugiau žalos – kuriamas neigiamas paslaugos teikėjo įvaizdis. Be to, klientų lūkesčių ir poreikių žinojimas ir tenkinimas lemia ne tik labiau patenkintus klientus, bet ir efektyvesnę bei kokybiškesnę viešųjų paslaugų teikimą. Tai leidžia sutelkti dėmesį į svarbiausius paslaugos teikimo elementus ir lūkesčius, kokių paslaugų tikimasi (Poškuvienė, 2020).

Kaip teigia Hallencreutzas ir Parmleris (2019), įmonėms, siekiančioms klientų aptarnavimo kokybės, dažnai tenka susidurti su skirtingais iššūkiais, tokiais kaip lankstumas, besikeičiantys vartotojų poreikiai, vis didėjanti konkurencija ir pan., todėl užtikrinti kokybišką klientų aptarnavimą yra daugiausiai iššūkių kelianti problema. Mažų ir vidutinių įmonių pažanga neatsiejama nuo klientų logistinio aptarnavimo, leidžiančio sudaryti sąlygas visapusiškai plėtrai ir konkurenciniam pranašumui. Siekiant sėkmės versle, būtina palaikyti gerus santykius su klientais. Teigiama, kad didelis klientų pasitenkinimas lemia geresnį įmonės įvaizdį, didesnį klientų lojalumą, mažėjančius klientų skundus ir geresnius finansinius rezultatus. Taigi kokybiškas klientų aptarnavimo valdymas yra raktas į verslo sėkmę (Naruskaitė, 2023).

Klimavičienės ir Lingaitienės (2019) teigimu, „ryšių su klientais valdymo sąvoka apima klientų aptarnavimo kokybės didinimo strategiją organizacijose. Strategija siekiama padidinti organizacijos pelningumą. Ryšių su klientais valdymo strategijos tikslas yra surasti, pritraukti, užmegzti glaudų ryšį, išlaikyti bei ugdyti įmonei lojalius klientus. Ryšių su klientais stiprinimas padeda išsiaiškinti individualius kiekvieno kliento poreikius, o tai leidžia klientui pasijusti svarbia tos organizacijos veiklos dalimi ir jis noriai bendradarbiauja. Atkreipiamas dėmesys, kad negalima kliento pamiršti vos tik jis įsigijo (sumokėjo pinigus) prekę ar paslaugą. Norint turėti ilgalaikį ryšį, reikia įdėti daug pastangų ir į procesą po pardavimo, o teisingai vykdoma CRM strategija ir naudojama programinė sistema niekada neleidžia pamiršti savo kliento.“

Apibendrinant galima teigti, kad klientų aptarnavimo kokybės tobulinimas yra esminis veiksnys, lemiantis klientų pasitenkinimą, lojalumą ir organizacijos pelningumą. Kokybiškas aptarnavimas apima klientų lūkesčių tenkinimą, nuolatinį procesų tobulinimą ir dėmesį kiekvienam klientui, net suteikus paslaugą. Bloga aptarnavimo patirtis gali neigiamai veikti organizacijos įvaizdį, o aukšta aptarnavimo kokybė ne tik gerina santykius su klientais, bet ir didina konkurencinį pranašumą bei finansinius rezultatus.

Klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonių ir metodų taikymas bei jų privalumai ir trūkumai

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir įvertinus klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemones ir metodus, išskirta keletas priemonių ir metodų. Pirmiausia minėtina SERVQUAL metodika, atskleidžianti įmonėms, kaip klientai vertina teikiamas paslaugas ir kaip klientų patirtį galima pagerinti.

SERVQUAL metodika. Kaip nurodo Antanaitienė (2020), „SERVQUAL metodika, sukurta Zeithaml, Parasuraman ir Berry (1990) (pagal Gudžinskienę ir Gečienę (2018)), yra priemonė, padedanti verslo įmonėms įvertinti klientams teikiamų paslaugų kokybę. Ši metodika remiasi prielaida, kad paslaugų gavėjas paslaugos kokybę vertina lygindamas savo lūkesčius su patirtimi. Pirmojo taikymo metu paslaugos gavėjas įvertina, kiek konkretus paslaugos kokybės veiksnys jam yra svarbus, o vėliau, po paslaugos gavimo, jis vertina, kaip šis kriterijus buvo išpildytas. SERVQUAL metodika leidžia organizacijai suprasti, kokios paslaugų kokybės tikisi jų klientai ir kokią kokybę jie gauna, taip suteikdama vertingą informaciją apie veiklos tobulinimo galimybes. Šios metodikos struktūrą sudaro penkios pagrindinės dalys: apčiuopiamumas, patikimumas, atsakingumas, užtikrintumas ir jautrumas. Šios penkios sritys yra laikomos svarbiausiomis ir labiausiai vertinamomis paslaugų gavėjų, kadangi jos daro didžiausią įtaką paslaugų kokybei. Nors šis tyrimo metodas dažniausiai taikomas verslo sektoriuje, tinkamai adaptavus jį viešojo sektoriaus organizacijose, jis taip pat galėtų būti naudojamas siekiant gerinti viešųjų paslaugų kokybę.“

Grėbliauskienės (2020) teigimu, „SERVQUAL metodika, kaip teigė Kriauzaitė (2007), Šimkus ir Pilelienė (2010), yra veiksminga vertinant lūkesčių ir patirtos kokybės skirtumus, taip pat atskirų kriterijų, tokių kaip prieinamumas ir saugumas, nuokrypius. Ji taip pat leidžia apskaičiuoti paslaugos kokybės indeksą (SQI), kuris yra lūkesčių ir patirtos kokybės balų santykis. Metodika paremta dvigubu vartotojo nuomonės vertinimu – pirmiausia vertinami lūkesčiai prieš paslaugos gavimą, o po to įvertinamas pasitenkinimo lygis gavus paslaugą. Pirmame etape vartotojas nurodo konkrečius paslaugos elementus, kurie atitinka jo lūkesčius, o vėliau vertinama, kaip šie poreikiai buvo patenkinti ir ar jie atitiko pradinius lūkesčius. Šis metodas buvo pripažintas daugumos vadybos teoretikų, nes jis leidžia įvertinti paslaugos kokybę, kurios veiksniai yra apibrėžti pagal dešimt pagrindinių kriterijų.“

Kaip teigia Grėbliauskienė (2020), „nepaisant kritinių pastebėjimų, SERVQUAL laikomas patikimu paslaugų kokybės vertinimo įrankiu, nes skirtumo tarp lūkesčių ir suvoktos kokybės nustatymas sudaro pagrindą paslaugų kokybės gerinimui įvairiose srityse. Šis įrankis gali būti pritaikytas pagal konkrečios organizacijos tyrimo poreikius, veikiantis kaip „skeletas“, kurį galima adaptuoti. Tačiau kai kurie autoriai (Gudžinskienė ir Gečienė (2018); Žekevičienė (2009)), pažymi, kad šis metodas yra tinkamiausias paslaugų sektoriui, o ne prekių ar mišrios veiklos organizacijoms, nes paslaugų ir produktų vertinimo kriterijai skiriasi.“

Grėbliauskienės (2020) nuomone, „didžiausias SERVQUAL trūkumas yra tai, kad jis tiria tik paslaugos produktą, bet ne patį paslaugos teikimo procesą. Nepaisant to, metodika ir toliau yra vertinama kaip svarbi priemonė, padedanti organizacijoms įvertinti ir gerinti teikiamų paslaugų kokybę, atsižvelgiant į klientų lūkesčius ir patirtį.“

Petruševičius (2024), taikydamas SERVQUAL metodiką, atliko tyrimą UAB agrofirmonėje „Sėklos“. Siekta nustatyti šios įmonės parduotuvės klientų aptarnavimo kokybę. Remiantis SERVQUAL modelio kriterijais, sukurti anketos klausimai respondentams. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad parduotuvės darbuotojai turėtų labiau suprasti klientų poreikius, būti mandagesni, tvarkingesni ir greitesni, įmonė turėtų užtikrinti švarią darbo aplinką. Remiantis tyrimo rezultatais, įmonei, siekiančiai pagerinti klientų aptarnavimo kokybę parduotuvėje, rekomenduota organizuoti darbuotojams kvalifikacijos kėlimo kursus, parengti klientų aptarnavimo standartą, nors kartą per

metus organizuoti klientų nuomonės tyrimą. Šių rekomendacijų tikslas – pagerinti klientų aptarnavimo kokybę.

Kita minėtina priemonė – kokybės vadybos sistema ISO 9001, kuri leidžia organizacijoms geriau suprasti klientų poreikius ir šiuos poreikius patenkinti, sumažinti klaidų skaičių ir padidinti konkurencingumą.

Kokybės vadybos sistema ISO 9001. „Dažniausiai diegiamas kokybės vadybos sistemos ISO 9001 standartas, kaip modelis, suformuluoja reikalavimus, keliamus kokybės vadybos sistemai, kurių tikslas yra suteikti pasitikėjimą klientams, jog sertifikuotų įmonių produktai ir paslaugos pateisina kliento lūkesčius bei atitinka norimą kokybę. Standarto paskirtis yra, atsižvelgiant į vartotojo poreikius, Kokybės vadybos sistemos rezultatyvumo didinimas, o jo esmė – procesinio požiūrio taikymas visai organizacijai. Neretai organizacijai, siekiančiai plėtoti kokybės sistemą, standartas ISO 9001 tampa kaip pagrindas. Įdiegus kokybės vadybos sistemą, organizacija apsisprendžia pagerinti savo veiksmingumą ir gali tikėtis tokios naudos:

- gebėjimas nuolat tiekti produktus ar paslaugas, atitinkančius taikytinų įstatymų ir klientų reikalavimus;
- padidinti klientų pasitenkinimą dėl daugiau atsirandančių galimybių;
- atsižvelgimas į rizikas ir galimybes, susijusias su kontekstu ir tikslais;
- atitikties demonstravimas nustatytiems kokybės vadybos sistemos reikalavimams“ (Žuromskaja, 2020).

Kaip nurodo Žuromskaja (2020), „Serafinas (2018) teigė, kad efektyviai naudojant kokybės vadybos sistemą pagal ISO 9001 serijos standartą nauda skirta šioms suinteresuotosioms šalims:

- vadovams – kokybės vadybos sistema tampa efektyviu valdymo įrankiu, nes apima įmonės tikslus, procedūras bei struktūrą;
- darbuotojams – darbuotojų motyvaciją didina aiškūs darbo metodai ir tikslai, organizacijos reikalavimai bei valdymo struktūra;
- vartotojams – efektyviai veikianti ryšio su vartotojais sistema ir sumažėjęs klaidų skaičius leidžia nuolat kelti vartotojų pasitenkinimo lygį.“

Žuromskajos (2020) teigimu, „septyni pagrindiniai principai, kuriais remiasi kokybės vadybos sistema yra: lyderystė, faktais pagrįstų sprendimų priėmimas, orientavimasis į klientą, žmonių įtraukimas, santykių valdymas, gerinimas, procesinis požiūris. Pastarasis sudaro sąlygas kokybės vadybos sistemose nagrinėti procesus pridėtinės vertės požiūriu, suprasti ir nuolat tenkinti reikalavimus, gerinti procesus, remiantis duomenų ir informacijos vertinimu, bei pasiekti rezultatyvų procesų veiksmingumą.“

Klientų aptarnavimo kokybei tobulinti rekomenduotinas ir IKF metodas, leidžiantis identifikuoti klientams svarbiausias paslaugos savybes ir numatyti šių paslaugų gerinimo galimybes.

IKF metodas. Kaip nurodo Karalienė (2020, p. 21), „išplėstinės kokybės funkcijų (angl. *Quality function deployment*) metodo (toliau – IKF) paskirtis – procesas ir įrankių rinkinys, naudojamas klientų reikalavimams efektyviai apibrėžti ir užtikrinti, kad bus pasiūlytos ir teikiamos tokios paslaugos, kokių reikia vartotojams.

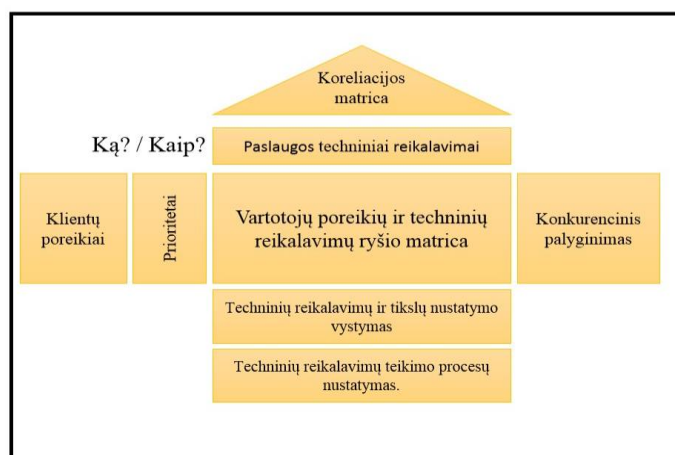
Kaziliūnas IKF metodikoje išskiria 5 pagrindinius etapus:

1. Nustatomi vartotojo poreikiai ir norai.
2. Reikalavimai vėliau paverčiami į technines specifikacijas arba reglamentus pasitelkiant atitinkamus specialistus.
3. Techninės specifikacijos paverčiamos galutinio produkto ar paslaugos specifikacijomis ir vadinamos kritinės dalies charakteristikomis.
4. Suplanuojamas produkto gamybos ar paslaugos teikimo procesas.

5. Suplanuojami veiksmai, kurie būtini atlikti, norit pateikti reikiamą kiekį produkcijos ar paslaugos.“

Karalienės (2020, p. 21) teigimu, „kiekviena organizacija turi klientų. Kai kurie turi tik vidinius klientus, kai kurie turi tik išorinius, o kai kurie turi abu. IKF modelio metodika yra skirta įsiklausyti į patį klientą ir tuomet reaguoti į jo poreikius ir lūkesčius.“

Pasalogų kokybės namas (žr. 1 pav.), sudarytas remiantis IKF, „padeda geriau suprasti klientų poreikius ir jais vadovautis priimant sprendimus dėl pasalogų teikimo proceso“ (Karalienė, 2020, p. 21).



1 pav. Pasalogų kokybės namas

Šaltinis: sudaryta remiantis (Karalienė, 2020)

Kaip nuorodo Karalienė (2020), klientų poreikius siekiama išsiaiškinti klausimynais, kuriuos pildydami klientai vertina savybes nuo 1 iki 5 balų. Taip pat naudojama ir lyginamoji analizė, kai klientas lygina pateiktas savybių poras ir nurodo, kuri savybė jam svarbesnė. „Kliento suvokimas padeda įvertinti, kiek organizacijos vertinamos pasalogų savybės skiriasi nuo konkurentų“ (Karalienė, 2020, p. 21).

Klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonių ir metodų (SERVQUAL, ISO 9001 ir IKF) apibendrinimas

1 lentelėje pateikiami klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonių ir metodų (SERVQUAL, ISO 9001 ir IKF) privalumai ir trūkumai (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonių ir metodų privalumai ir trūkumai

	Privalumai	Trūkumai
SERVQUAL	1. Tiksliai įvertinami klientų lūkesčiai, organizacijoms leidžiama tobulėti. 2. Tiek verslui, tiek viešajam sektoriui padedama gerinti pasalogų kokybę ir klientų patirtį.	Tinkamiausias pasalogų sektoriui, o ne organizacijoms, sietinoms su prekių pardavimu ar mišria veikla, nes pasalogų ir produktų vertinimo kriterijai skiriasi.
ISO 9001	1. Orientuotas į klientų poreikius, padeda užtikrinti nuolatinę pasalogų kokybę ir didinti klientų lojalumą. 2. Procesinis požiūris ir aiškiai apibrėžti darbo metodai, įtvirtinti ISO 9001 standarte, skatina darbuotojų motyvaciją ir gerina bendrą pasalogų kokybę.	1. ISO 9001 sistemos diegimas gali būti brangus ir ilgas procesas, ypač mažoms įmonėms, turinčioms ribotus išteklius. 2. Darbuotojų pasipriešinimas pokyčiams gali sulėtinti ISO 9001 sistemos diegimą ir laikinai sumažinti darbo efektyvumą.
IKF	Padeda teikti klientų lūkesčius atitinkančias pasalogas.	Dažnai klientams sudėtinga įvardyti, kokios pasalogos jie pageidautų arba kurios pasalogos savybės netenkina jų lūkesčių.

SERVQUAL metodika leidžia organizacijoms įvertinti paslaugų kokybę, lyginant klientų lūkesčius su jų patirtimi, ir yra ypač efektyvi paslaugų sektoriuje, tačiau tiria tik paslaugos produktą, o ne procesą. ISO 9001 standartas užtikrina nuolatinį produktų ir paslaugų kokybės gerinimą bei mažina klaidų skaičių, tačiau gali reikalauti didelių investicijų ir susidurti su darbuotojų pasipriešinimu. IKF metodas leidžia nustatyti klientų reikalavimus ir šiuos reikalavimus įgyvendinti, užtikrinant, kad paslaugos atitiktų klientų poreikius, tačiau klientams dažnai sunku tiksliai įvardyti savo pageidavimus ar nepasitenkinimo priežastis.

IŠVADOS

Išnagrinėjus klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo teorinius aspektus, nustatyta, kad klientų aptarnavimas yra svarbiausia verslo sėkmės dalis, tiesiogiai lemianti klientų pasitenkinimą, lojalumą ir įmonės pelningumą. Nuolatinis aptarnavimo tobulinimas ir efektyvi ryšių su klientais valdymo strategija padeda išlaikyti klientų lojalumą ir jį ugdyti, mažina kaštus ir didina pardavimą. Kokybiškas aptarnavimas, atitinkantis klientų lūkesčius, ne tik gerina įmonės įvaizdį, bet ir užtikrina ilgalaikį verslo augimą ir stabilumą.

Išanalizavus klientų aptarnavimo kokybės tobulinimo priemonių ir metodų trūkumus ir privalumus, darytina išvada, kad visi iš šių priemonių ir metodų yra naudingi. Pavyzdžiui, SERVQUAL įvertina klientų lūkesčius ir padeda organizacijoms tobulėti, ISO 9001 leidžia užtikrinti nuolatinę paslaugų kokybę ir didinti klientų lojalumą, o IKF padeda teikti klientų lūkesčius atitinkančias paslaugas.

Literatūros sąrašas

Afarjanc, E. (2019). *Elektroninių paslaugų tobulinimo proceso kokybės veiksnių modelis* [daktaro disertacija, Vilniaus universitetas]. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:35428085/>

Antanaitienė, I. (2020). *Socialinių paslaugų kokybės tobulinimas VŠĮ „Jurbarko socialinės paslaugos“* [daktaro disertacija, Kauno technologijos universitetas]. <https://epubl.ktu.edu/object/elaba:60560354/>

Diržytė, A., & Patapas, A. (2013). Vartotojų pasitenkinimo viešojo sektoriaus paslaugomis ypatumai. *Viešoji politika ir administravimas*, 12(4), 557–566.

Gečienė, J., & Gudžinskienė, V. (2018). Socialinės globos įstaigų, dirbančių su senyvo amžiaus asmenimis, teikiamų paslaugų kokybės vertinimas. *Socialinis ugdymas*, 2(49), 93–110. <https://repository.mruni.eu/handle/007/15687>

Grėbliauskienė, R. (2020). *Viešųjų paslaugų vartotojų pasitenkinimo vertinimo tobulinimas Lietuvoje* [daktaro disertacija, Kauno technologijos universitetas]. <https://epubl.ktu.edu/object/elaba:47531078/47531078.pdf>

Hallencreutz, J., & Parmler, J. (2019). Important drivers for customer satisfaction – from product focus to image and service quality. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32, 501–510. <https://doi.org/10.1080/14783363.2019.1594756>

Karalienė, V. (2020). *Klientų aptarnavimo kokybės valdymo modelis viešojo sektoriaus organizacijose* [daktaro disertacija, Vilniaus universitetas]. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:193291205/>

Klimavičienė, K., & Lingaitienė, O. (2019). Ryšių su klientais valdymo (angl. *Customer relationship management*) sistemų diegimo problematika Lietuvoje. In *22-oji Lietuvos jaunųjų mokslininkų konferencija „Mokslas – Lietuvos ateitis. Ekonomika ir vadyba (2019 m. vasario 13–14 d., Vilnius)* (p. 32–46). Technika. <http://jmk.vvf.vgtu.lt/index.php/Verslas/2019/paper/viewFile/380/153>

Kokybės vadybos sistemos. Reikalavimai (LST EN ISO 9001:2015). (n. d.). Lietuvos standartizacijos departamentas. <https://lsd.lrv.lt/uploads/lzd/documents/files/Biuletinis/2015/LSTbiuletinis201510.pdf>

Kriauzaitė, E. (2007). *Socialinių paslaugų kokybės vertinimo modelis*. Semantic Scholar. <https://www.semanticscholar.org/paper/Socialini%C5%B3-paslaug%C5%B3-kokyb%C4%97s-vertinimodelis-Kriauzait%C4%97/0d2b4a370dd98de029ee0c7d25961e6ec2125000>

Naruskaitė, D. (2023). Logistinio klientų aptarnavimo gerinimas mažose ir vidutinėse gamybos įmonėse. In *Jaunasis mokslininkas: studentų mokslinė konferencija (2023 m. kovo 29 d.)* (p. 95–100). <https://ejournals.vdu.lt/index.php/jm2022/article/view/4029>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.

Petruševičius, E. (2024). *Klientų aptarnavimo kokybės gerinimas prekybos tinklo „Žalia stotelė“ pavyzdžiu* [daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas]. <https://www.vdu.lt/cris/bitstreams/f854bdfb-7dbe-4703-adc7-961cf79b8f50/download>

Poškuvienė, L. (2020). *Klientų aptarnavimo kokybės tyrimas Lietuvos aviacijos antžeminio aptarnavimo srityje* [daktaro disertacija, Vilniaus Gedimino technikos universitetas]. <https://vb.vgtu.lt/object/elaba:48414398/>

Serafinas, D. (2018). *Kokybės vadybos teorijos praktinis taikymas XXI amžiaus organizacijose*. Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas. <http://www.kv.ef.vu.lt/wp-content/uploads/2010/10/Serafinas-2018-Kokybes-vadybos-teorijos-praktinis-taikymas-mokomoji-knyga-short-ver.pdf>

Šimkienė, I., Zuperkiene, E., & Paužuolienė, J. (2022). Verslo verslui klientų aptarnavimo kokybės priežiūros vertinimo modelio sudarymas. *Regional Formation and Development Studies*, 1(36), 105–113. <https://doi.org/10.15181/rfds.v36i1.2392>

Šimkus, A., & Pilelienė, L. (2010). Sporto paslaugų kokybės vertinimas: teorinis aspektas. *Regional Formation and Development Studies*, 1(6), 161–170. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/36124>

Žekevičienė, A. (2009). Aukštojo mokslo institucijų paslaugų kokybės tyrimai SERVQUAL metodu. *Economics & Management*, 14, 1107–1113. <https://research.ebsco.com/c/q3he5j/search/details/r2ugxt6k5n?db=bsu>

Žuromskaja, R. (2020). *Kokybės vadybos sistemos įtaka Nacionalinio kraujo centro paslaugų kokybei* [daktaro disertacija, Vilniaus universitetas]. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:193291441/>

SUMMARY

DEVELOPMENT OF CUSTOMER SERVICE QUALITY

Deividas Makuška

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
E-mail: deividas.makuska@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

Based on the analysis of scientific literature, the article examines the importance of improving the quality of customer service and its impact on the company's performance, and analyses the means and methods used to improve customer service. Customer service quality is not only important but also the main competitive advantage of a company today. Well-trained, motivated and responsible service professionals can contribute to the growth and success of a company. Good service not only solves problems, but also provides value and satisfaction to customers, which motivates them to return and recommend the company to others. Improving the quality of customer service is all about constantly analysing customer feedback, keeping up to date with the latest trends and ensuring that every contact with a customer is positive. In order to continuously improve customer service, companies need to use a variety of tools and techniques to assess service quality, identify weaknesses and take action to address them. Given that customer expectations and market conditions are constantly changing, organisations need to be prepared to change and respond flexibly to new challenges. The paper also discusses the importance of customer service quality for the success and competitiveness of companies, highlighting that high levels of service directly affect customer satisfaction and loyalty, which in turn increases a company's profitability and image. Tools and

techniques such as SERVQUAL, ISO 9001 and IKF are analysed as a means of measuring and improving service quality. The use of the SERVQUAL method in the company UAB “Agrofirma Sėklos” is presented. It is pointed out that each tool and method has its own advantages and disadvantages, but that their application can make a significant contribution to improving the quality of customer service and to achieving greater customer satisfaction.

The problem – ensuring the quality of customer service in the face of changing customer needs, competition and the challenges of efficient process management.

The aim – analyse the means and methods of improving customer service quality and their benefits for businesses.

Objectives:

- to examine customer service quality improvement from a theoretical point of view, using scientific literature;
- to identify the benefits of customer service quality improvement tools and techniques for businesses.

Research methods. Analysis of scientific literature.

The article was prepared using scientific literature, which analysed tools and methods for improving the quality of customer service. The phenomenon has been analysed more from a theoretical point of view.

Makuška, D., Rapkauskaitė, R. (2025). Klientų aptarnavimo kokybės tobulinimas. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 118-125, ISSN 2669-221X

SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ BIUDŽETINĖSE ĮSTAIGOSE

Orinta Diatloviene

Vilniaus kolegija, Lietuva

orinta.diatloviene@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vuf.viko.lt

ĮVADAS

Socialinės atsakomybės sąvoka per pastaruosius kelis dešimtmečius tapo viena plačiausiai aptariamų verslo, mokslo, visuomenės raidos kontekste (Meiškaitė & Patapas, 2022). Organizacijų socialinė atsakomybė šiandien tampa vis didesne organizacijų pridėtine verte. Didėja visuomenės susidomėjimas organizacijos socialine atsakomybe, kaip ši organizacija sprendžia aplinkosaugos ir socialines problemas. Vyriausybė, pilietinė ir verslo visuomenė atkreipia dėmesį į socialinės atsakomybės pokyčius Lietuvoje, naujus vertinimo kriterijus ir sistemos tobulinimo aspektus (Lučinskas, 2017). Dėl didėjančio visuomenės susirūpinimo globaliomis ekologinėmis ir socialinėmis problemomis šiuolaikinės įmonės keičia veiklą, siekdamos daryti kuo mažesnę žalą aplinkai, ir padeda spręsti visuomenės problemas. Vis daugiau įmonių, suvokdamos socialinės atsakomybės tikslų svarbą, juos įtraukia į savo komunikaciją (Šaltytė, 2024). Verslo įmonės, ypač tarptautinės, dažnai skelbiasi esančios socialiai atsakingos, tačiau viešasis sektorius šioje srityje dar smarkiai atsilieka (Meiškaitė & Patapas, 2022). Kai kurie tyrėjai akcentuoja viešajame sektoriuje augančią socialinę atsakomybę (Holjevac & Maskarin, 2007; Šimanskienė & Kutkaitis, 2009; Marčinskas & Seiliūtė, 2012), tačiau nėra aišku, kaip tai galima įvertinti, nes iki šiol nėra tinkamo įmonių socialinės atsakomybės vertinimo įrankio (Meiškaitė & Patapas, 2022). Augančią socialinės atsakomybės svarbą rodo jos įvardijimas įvairiuose valstybiniuose ar tarptautiniuose dokumentuose. Nėra įstatymų ar dokumentų, kurie įpareigotų verslus laikytis socialinės atsakomybės, tačiau organizacijos skatinamos į savo veiklą įtraukti socialiai atsakingas veiklas (Šaltytė, 2024).

Problema. Socialinės atsakomybės samprata vis plačiau aptariama tyrėjų darbuose, tačiau vis dar trūksta žinių, kaip socialinė atsakomybė veikia biudžetinių įstaigų veiklą.

Tikslas – įvertinti socialinę atsakomybę biudžetinėse įstaigose.

Uždaviniai:

- remiantis moksline literatūra, aptarti socialinės atsakomybės biudžetinėse įstaigose teorinius aspektus;
- išanalizuoti teisės aktus, reglamentuojančius socialinę atsakomybę;
- nustatyti socialinės atsakomybės naudą biudžetinėms įstaigoms.

Metodai. Siekiant atskleisti socialinės atsakomybės sampratą, taikyta mokslinės literatūros analizė. Teisės aktų analizė naudota siekiant išsiaiškinti biudžetinės įstaigos veiklos reglamentavimą, viešųjų pirkimų procesą, korupcijos prevenciją. Analizuoti šie teisės aktai: LR biudžetinių įstaigų įstatymas, LR korupcijos prevencijos įstatymas, LR viešųjų pirkimų įstatymas, LR darbo kodeksas.

Socialinės atsakomybės samprata

Socialinės atsakomybės reiškinys Lietuvoje, palyginti su kitomis šalimis, yra gana naujas (minėtina, kad socialinės atsakomybės užuomazgų pastebima po pasaulinės ekonominės krizės (1929–1933 m.)), todėl šią temą analizuojančių lietuvių tyrėjų mokslinių darbų nėra gausu. Vis dėlto vertų dėmesio pavyzdžių, kvestionuojamų problemų ir galimybių jau aptarta ne taip ir mažai (Lazdauskaitė & Juknaitė, 2013). Sąvoka *socialinė atsakomybė* nuolat kinta, atspindėdama konkretaus laikotarpio aktualijas, visuomenės rūpesčius ir lūkesčius organizacijų atžvilgiu (Meiškaitė & Patapas, 2022).

Organizacijų socialinės atsakomybės idėjos Lietuvoje moksliniuose tyrimuose kol kas mažai aktualizuotos (Česynienė et al., 2011).

1 lentelė. Socialinės atsakomybės samprata

Autoriai	Socialinės atsakomybės samprata
Gruževskis (2006)	Savanoriškos verslo įmonių pastangos įtraukti socialines ir aplinkos problemas į bendras veiklas ir ryšius su suinteresuotomis šalimis.
Kleinaitė (2007)	Praktinis darnaus vystymosi principų taikymas savo veikloje.
Grundey (2008)	Savanoriškas, įstatymų nenulemtas verslo organizacijų įsipareigojimas visose savo veiklos srityse atsižvelgti ir derinti savo interesus su vartotojų, darbuotojų, visų akcininkų, aplinkos, savo bendruomenės ir kitų susijusių asmenų interesais.
Bernatonytė (2009)	Socialiai atsakingas verslas – įmonės indėlis į darnų vystymąsi, t. y. į ekonomikos augimą, socialinį vystymąsi ir aplinkosaugą.

Europos Komisijos vertinimu, įmonių socialinės atsakomybės atskleidimu laikomas informacijos, susijusios su aplinkos apsaugos, žmogaus teisių, etikos, vartotojų lūkesčių ir bendradarbiavimo su suinteresuotomis šalimis, pateikimas ataskaitose (Lučinskas, 2017). Viešąjį sektorių traktuojant kaip organizacijas, dirbančias žmonių labui, šio sektoriaus socialinę atsakomybę tikslinga suvokti kaip veiklą, orientuotą į visuomenės gerovę (Meiškaitė & Patapas, 2022).

1 lentelėje pateiktos socialinės atsakomybės apibrėžtys gana skirtingos, tačiau yra ir bendrų požymių: darnus vystymasis, įsipareigojimas, atsakomybė. Apibendrinant pateiktas sampratas, socialinę atsakomybę galima traktuoti kaip elgseną, kai organizacijos į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosaugos klausimus, o plėtodamos santykius su visais suinteresuotais visuomenės, verslo ir valdžios atstovais vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei ir gamtai vertybiniais principais (Česynienė et al., 2011).

Organizacijos, veikdamos pagal socialinės atsakomybės principus, ne tik puoselėja pagarbą žmogui, visuomenei ir gamtai, bet ir laikosi nustatytų įstatymų, tarptautinių normų ir etikos standartų (Lazdauskaitė & Juknaitė, 2013), didina visuomenės gerovę.

Teisės aktai, reglamentuojantys biudžetinės įstaigos socialinę atsakomybę

Lietuvos Respublikos biudžetinių įstaigų įstatyme sąvoka *biudžetinė įstaiga* apibrėžiama kaip ribotos civilinės atsakomybės viešasis juridinis asmuo, išlaikomas iš valstybės ar savivaldybės biudžetų asignavimų, Valstybinio socialinio draudimo fondo, Privalomojo sveikatos draudimo fondo biudžetų ar (ir) kitų valstybės pinigų fondų lėšų ir vykdomas viešąjį administravimą, teikiantis viešąsias paslaugas, atliekantis kitas funkcijas, kurios priskiriamos prie valstybės politikos nustatytoje srityse formavimo, įgyvendinimo ar šios politikos formavimo, įgyvendinimo subjektų aptarnavimo (toliau – valstybės funkcijos), arba atliekantis Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatyme ir kituose įstatymuose nustatytas savivaldybių savarankiškasias ir valstybines (valstybės perduotas savivaldybėms) funkcijas.

Apibrėžtyje nurodomas pagrindinis įstaigos ir verslo įmonės skirtumas. Įstaigos veiklą vykdo ir kontroliuoja savivaldybės ar valstybė, todėl ši veikla griežčiau apibrėžiama įstatymais ir kitais teisės aktais, tvarkomis, kodeksais ir kt. Viešasis sektorius savo veiklomis siekia kurti ir palaikyti visuomeninę gerovę, atsižvelgdamas į visuomenės lūkesčius, poreikius ir interesus, o sėkmingos ir efektyvios viešojo sektoriaus veiklos rezultatas – didesnė visuomeninė gerovė (Marčinskas & Seiliūtė, 2012).

Vienas iš pagrindinių teisės aktų, nustatančių socialinę atsakomybę, yra ISO 26000 standartas. Pateikiami galimi būdai socialinei atsakomybei didinti valdant organizaciją, žmogaus teisių srityje, darbo praktikoje, aplinkosaugoje. Nustatomos sąžiningos veiklos praktikos, nagrinėjami vartotojų klausimai, nusakomos bendruomenės įtraukties galimybės.

ISO 26000 standarto rekomendacijose numatytos socialinę atsakomybę didinančios priemonės: saugių produktų ir paslaugų tiekimas, pakankamas saugos ir sveikatos įstatymų kiekis; skatinamas

bendradarbiavimas su bendruomenėmis, remiant jų kultūrinės veiklas, vertinant nusistovėjusias tradicijas; rodomas dėmesys pažeidžiamoms grupėms, siekiančioms įsidaibinti; nesudaroma sąjunga ar netęsiama santykių su partneriais, kurie, vykdydami savo veiklą, pažeidžia žmogaus teises; daug dėmesio skiriama darbuotojų nediskriminacijai, lyčių lygybei, tinkamoms darbo sąlygoms (darbo užmokestis, mokėjimas už viršvalandžius, tinkama darbo laiko apskaita, tinkamas poilsio režimas, kasmetinių atostogų suteikimas, darbo saugos, motinystės apsaugos bei šeimos ir darbo įsipareigojimų derinimas) užtikrinti, mokant vienodą atlygį už tokį patį darbą. Vienas iš esminių aspektų – korupcijos mažinimas, jos prevencija, didinant darbuotojų, vartotojų nepakantumą korupcijos apraiškoms.

Socialinę atsakomybę galima vertinti kaip etiškumo, tvarumo ir atsakingumo principų taikymą kasdienėje organizacijos veikloje. Etiškumas – tai vizija, tikslai, vertybės, organizacinė struktūra, elgesys ir kultūra (Bagdonienė & Paulavičienė, 2010). Taigi dar vienas iš socialinę atsakomybę reguliuojančių teisės aktų – Etikos kodeksas. Šį kodeksą ar etikos elgesio taisyklės privalo turėti kiekviena viešoji biudžetinė įstaiga. Tai lyg tam tikras moralės normų rinkinys, leidžiantis darbuotojui aiškiau suvokti, kaip elgtis tam tikrose pasirinkimo reikalaujančiose situacijose. Etikos kodeksų funkcija labiau prevencinė, aiškinamoji, nustatanti tinkamą elgesio pasirinkimą, tačiau kodeksas kartu numato ir atsakomybę už neetišką elgesį. Beveik visuose biudžetinių įstaigų etikos kodeksuose numatomos šios socialinės atsakomybės darbuotojams normos: gerbiamos darbuotojų pagrindinės teisės, pagarbus ir sąžiningas elgesys, sudaromos saugios darbo sąlygos, skatinamas geriausias darbuotojų gebėjimų panaudojimas ir šių gebėjimų plėtojimas, suteikiamos visiems lygios galimybės profesinėje srityje. Įstaigų etikos kodeksuose dažnas skyrius, skirtas korupcijos prevencijai, kurią įstaigoje reglamentuoja Korupcijos prevencijos įstatymas. *Korupcijos prevencija* – sisteminga veikla, kuria siekiama didinti viešojo ir privataus sektorių subjektų atsparumą korupcijai ir kuri apima korupcijos rizikos veiksnių nustatymą, įvertinimą, šalinimą ir (ar) mažinimą, sudarant bei įgyvendinant korupcijai atsparios aplinkos kūrimo priemonių sistemą (Lietuvos Respublikos korupcijos prevencijos įstatymas, 2002). Lietuvos Respublikos specialiųjų tyrimų tarnyba nurodo, kad viešojo sektoriaus subjektas, norėdamas sėkmingai kurti ir palaikyti antikorpacinę aplinką savo įstaigoje, turi užtikrinti tinkamą ir laiku korupcijai atsparios aplinkos kūrimo priemonių sistemos veikimą.

Vienas iš pagrindinių socialiai atsakingų įmonių tikslų – užtikrinti darbuotojų saugą ir sveikatą, socialinę ir fizinę gerovę. Įgyvendinant įmonės socialinės atsakomybės iniciatyvas, daug dėmesio skiriama darbuotojų interesams, todėl auga darbuotojų lojalumas, kvalifikacija, bendrasis įmonės efektyvumo rodiklis, pastebimas sumažėjęs darbuotojų kaitos rodiklis (Jonikas, 2015). Socialinės atsakomybės darbuotojams priemonės apibrėžiamos Lietuvos Respublikos Konstitucijoje, LR Darbo kodekse, Valstybės tarnybos įstatyme, LR biudžetinių įstaigų darbuotojų darbo apmokėjimo ir komisijos narių atlygio už darbą įstatyme bei įstaigos darbo apmokėjimo sistemoje, kuria įstaigoje nustatomos socialinės atsakomybės darbuotojams normos: teisinis apibrėžtumas, teisėtų lūkesčių apsauga, visokeriopa darbo santykių gynyba, darbo santykių stabilumas, teisingas mokėjimas už darbą, vienodas atlygis už tą patį ar lygiavertį darbą, vienodas atlygis už tą patį ir vienodos vertės darbą, darbuotojų lygybė, nepaisant jų lyties, rasės, tautybės, pilietybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos, sveikatos būklės, ketinimo turėti vaiką (vaikų), įvaikį (įvaikių), globotinį (globotinius), rūpintinį (rūpintinius), santuokinės ir šeimines padėties, priklausymo politinėms partijoms, profesinėms sąjungoms ir asociacijoms, skaidrumo ir viešumo principas.

Konkrečios praktikos, skatinančios socialinę viešojo sektoriaus institucijų atsakomybę, sietinos su dviem sritimis. Pirma sritis – viešieji pirkimai, kuriuose taikomi žaliųjų, socialinių, darniųjų pirkimų kriterijai, užtikrinantys viešųjų pirkimų skaidrumą. Antra sritis – valstybės institucijų rodomas pavyzdys, kaip taupiai naudoti išteklius ir efektyviai valdyti ūkį (Meiškaitė & Patapas, 2022).

Vienas iš būdų, kaip biudžetinės įstaigos gali paskatinti taikyti socialinius aspektus savo veikloje, yra socialiai atsakingi viešieji pirkimai (Drūteikaitė, 2016). Viešieji pirkimai – tai perkančiųjų organizacijų (valstybės ar savivaldybių įstaigų bei įmonių) atliekami prekių, paslaugų ar darbų pirkimai, kurių tikslas – sudaryti viešojo pirkimo sutartį.

2 lentelė. Viešųjų pirkimų rūšys

Rūšis	Samprata
Darnieji viešieji pirkimai	Perkančiosios organizacijos poreikius labiausiai atitinkantys pirkimai, kuriais aktyviais veiksmais siekiama užtikrinti ekonominę, socialinę ir aplinkosaugos pusiausvyrą (Drūteikaitė, 2016).
Socialiniai pirkimai („socialiai atsakingas viešasis pirkimas“)	Viešieji pirkimai, kurių metu atsižvelgiama į vieną ar kelis socialinius aspektus: užimtumo galimybes, padorų darbą, socialinių ir darbo teisių laikymąsi, socialinį dalyvavimą (įskaitant asmenis, turinčius negalią), vienodas galimybes, prieinamumą, pritaikymą visiems, dėmesį tvarumo kriterijams, įskaitant etiškos prekybos klausimus ir dažnesnį savanorišką įmonių socialinės atsakomybės reikalavimų laikymąsi (Drūteikaitė, 2016).
Žalieji pirkimai	Viešieji pirkimai, kai perkančioji organizacija įrašo bent minimalius aplinkos apsaugos kriterijus į viešojo pirkimo dokumentus, pasirinkdama prekes, paslaugas ir darbus ne tik pagal jų kainą ir kokybę, bet ir atsižvelgdama į daromą mažesnę poveikį aplinkai; naudojami atnaujinantys, ekologiški energijos ištekliai; produktas turi mažiau ar visiškai neturi pavojingų, toksinių ir aplinkos apsaugos požiūriu kenksmingų medžiagų, yra tvirtas, ilgaamžis, funkcionalus, neteršia aplinkos ir yra nepavojingas sveikatai, tinka naudoti daug kartų, o virtęs atlieka tinkamas perdirbti ar naudoti antrą kartą (Ekonominės konsultacijos ir tyrimai, 2012).

Vienas iš svarbiausių teisės aktų, reglamentuojančių viešuosius pirkimus, yra Viešųjų pirkimų įstatymas. Šiame įstatyme nurodoma, kad socialiai atsakingais pirkimais įgyvendinami socialiniai aspektai, tikintis pasiekti teigiamų socialinių rezultatų. Siekiama atkreipti dėmesį į prekių, darbų ir paslaugų, kuriuos įsigyja biudžetinė įstaiga, poveikį visuomenei.

Socialinės atsakomybės nauda biudžetinėms įstaigoms

Socialinė atsakomybė organizacijoms tampa vis svarbesnė. Ji diegiama į organizacijos strategiją ir laikoma viena iš darnaus vystymosi nuostatų. Biudžetinės įstaigos kaip viešojo sektoriaus organizacijos veikla orientuota į visuomenės gerovės didinimą. Socialinė atsakomybė viešajam sektoriui svarbi, nes atspindi pagrindines visuomenės, kurioje norime gyventi, vertybes (Lazdauskaitė & Juknaitė, 2013).

Biudžetinių įstaigų vykdoma socialinė atsakomybė gerina viešojo sektoriaus socialinį įvaizdį, didina organizacijų prestižą, formuoja organizacijos kaip patrauklaus darbdavio įvaizdį. Finansiniam teigiamam įvaizdžiui formuoti viešojo sektoriaus organizacija dažniausiai neturi galimybių, nes ekonominės veiklos nevykdo, o skirsto surinktą, suplanuotą biudžetą įvairioms sritims atitinkamomis dalimis (Valaitytė, 2024). Taigi ji gali gerinti įvaizdį vykdydama skaidrius viešuosius pirkimus, didindama darbuotojų atsparumą korupcijai. Prie įvaizdžio gerinimo prisideda ir visuomenės informavimo priemonės, viešindamos geruosius antikorpucinius pavyzdžius. Gerindama savo įvaizdį biudžetinė įstaiga didina ir pasitikėjimą ja. Biudžetinių įstaigų savininkė yra savivaldybė ar valstybė, todėl tai kartu gerina ir valdžios įvaizdį bei didina pasitikėjimą. Viešasis sektorius nekuria produktų ir jų neparduoda, tačiau dažniausiai atlieka viešąsias paslaugas, kurių kitoje privačioje organizacijoje atlikti neįmanoma, todėl, siekiant suformuoti teigiamą paslaugos įvaizdį, labiausiai turi stengtis ir būti motyvuoti paslaugą atliekantys asmenys (darbuotojai). Jiems reikia atitinkamai bendrauti su gyventojais ar kitomis asmenų grupėmis, teikti reikiamą pagalbą ir palikti gerą ar bent neutralų įspūdį, kuris leis formuoti įvaizdį (Valaitytė, 2024).

Socialiai atsakinga įstaiga gerina ir savo, kaip darbdavio, įvaizdį, leidžiantį rasti gerų specialistų ir juos išsaugoti, rasti kandidatų į laisvas darbo vietas, didinti darbuotojų motyvaciją ir jų saugumo

jausmą. Saugumą didina papildomos garantijos darbuotojams, turintiems nepilnamečių vaikų, vyresnio amžiaus darbuotojams ar darbuotojams, turintiems sveikatos problemų, ir įstaigoje taikoma lygių galimybių politika. Darbuotojų motyvacija dažnai sukuria teigiamą darbo atmosferą, didina darbuotojų pasitenkinimo jausmą ir lojalumą įstaigai.

Kaip jau minėta, vienas iš pagrindinių socialiai atsakingų įmonių tikslų – užtikrinti darbuotojų saugą ir sveikatą, socialinę ir fizinę gerovę. Socialinės atsakomybės tikslo laikymasis atspindi išipareigojimą darbuotojams sumažinti darbo aplinkoje patiriamą stresą, konfliktus ir patyčias organizacijos veikloje (Lučinskas, 2017). Darbuotojams, nepriklausomai nuo lyties, suteikiamos lygios galimybės, užtikrinamas teisingas ir sąžiningas atlygis, naikinamos mobingo apraiškos.

Viešoji įstaiga, būdama socialiai atsakinga, rodo tinkamą pavyzdį ne tik visuomenei, bet ir verslui.

IŠVADOS

Atlikus socialinės atsakomybės įstaigose teorinę analizę, galima teigti, kad visuomenės susidomėjimas organizacijos socialine atsakomybe, kaip ši organizacija sprendžia aplinkosaugos ir socialines problemas, auga. Vis dėlto mokslinių socialinės atsakomybės įstaigose tyrimų Lietuvoje nėra daug, ypač mažai analizuojama etinė organizacijos atsakomybė. Darytina išvada, kad socialinė atsakomybė Lietuvoje vis dar mažai tiriama.

Išanalizavus teisės aktus, konstatuotina, kad Lietuvoje priimta nemažai teisės aktų, kuriais biudžetinė įstaiga gali remtis vykdydama savo, kaip socialiai atsakingos viešosios įstaigos, veiklą.

Įvertinus socialinės atsakomybės naudą biudžetinėms įstaigoms, galima daryti išvadą, kad didžiausia nauda yra geras įstaigos įvaizdis: vykdomi skaidrūs viešieji pirkimai, išauga darbuotojų atsparumas korupcijai, didėja darbuotojų lojalumas ir motyvacija, įgyjamas „gero“ darbdavio statusas. Visuomenės pasitikėjimas viešosios įstaigos teikiamomis paslaugomis didina ir pasitikėjimą valstybe.

Literatūros sąrašas

Bagdonienė, D., & Paulavičienė, E. (2010). Socialinės atsakomybės ir organizacijos vadybos sistemos integravimas. *Ekonomika ir vadyba*, 15, 366–373.

Bernatonytė, D., Vilké, R., & Keizerienė, E. (2009). Ekonominės krizės poveikio Lietuvos smulkių ir vidutinių įmonių socialinei atsakomybei kryptys. *Ekonomika ir vadyba*, 14, 229–236.

Česynienė, R., Diskienė, D., & Česynaitė, E. (2011). Socialinė atsakomybė darbuotojų atžvilgiu: lyginamoji viešojo ir verslo sektorių analizė. *Viešasis administravimas*, 1, 19–26.

Drūteikaitė, L. (2016). *Įmonių socialinė atsakomybė viešuosiuose pirkimuose: reguliavimas Europos Sąjungos teisėje* [magistro darbas, Vilniaus universitetas]. eLABa. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:35470550/index.html>

Grundey, D. (2008). Marketing research: theory and practice. *Transformations in Business & Economics*.

Gruževskis, B., Vasiljevienė, N., Moskvina, J., & Kleinaitė, I. (2006). *Įmonių socialinė atsakomybė: aktualūs socialinės politikos klausimai*. Darbo ir socialinių tyrimų institutas.

Lazdauskaitė, J., & Juknaitė, G. (2013). *Socialinės atsakomybės valdymas: Baltijos šalių įmonių kontekstas* [magistro darbas, Šiaulių universitetas]. eLABa. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:1927714/index.html>

Lietuvos Respublikos biudžetinių įstaigų įstatymas 1995 m. gruodžio 5 d. Nr. I-1113. (1995). <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.3A756D83A99B/GWsYYafUwB>

Lietuvos Respublikos darbo kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas 2016 m. rugsėjo 14 d. Nr. XII-2603. (2016). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/10c6bfd07bd511e6a0f68fd135e6f40c/asr>

Lietuvos Respublikos korupcijos prevencijos įstatymas 2002 m. gegužės 28 d. Nr. IX-904. (2002). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.168154/asr>

Lietuvos Respublikos viešųjų pirkimų įstatymas 1996 m. rugpjūčio 13 d. Nr. I-1491. (1996). <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.C54AFFAA7622/asr>

Lučinskas, L. (2017). *Lietuvos socialinės atsakomybės vertinimas* [magistro darbas, Šiaulių universitetas]. eLABa. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:25444045/index.html>

Marčinskas, A., & Seiliūtė, J. (2012). Viešojo sektoriaus vaidmuo plėtojant socialinę atsakomybę: Lietuvos atvejis. *Viešasis administravimas*, 4, 35–45.

Meištaitytė, A., & Patapas, A. (2022). Socialinės atsakomybės vertinimas viešajame sektoriuje. *Ižvalgos*, 2, 32–37.

Šaltytė, M. (2024). *Socialinio advokatavimo komunikacijos vaidmuo kuriant organizacijos įvaizdį viešojoje erdvėje: „Tesonet“ dalyvavimo „Radarom“ iniciatyvoje atvejis* [bakalauro darbas, Vytauto Didžiojo universitetas]. VDU CRIS. <https://www.vdu.lt/cris/entities/etd/d931d17a-c228-4bfc-a576-6e62b6d301b6>

Valaitytė, V. (2024). Viešojo sektoriaus organizacijos įvaizdžio formavimas. *Jaunasis mokslininkas 2024: konferencijos straipsnių rinkinys*, 21, 304–308.

SUMMARY

SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUDGETARY INSTITUTIONS

Orinta Diatlovienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
orinta.diatloviene@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
r.rapkauskaite@vyf.viko.lt

Today, corporate social responsibility is becoming an increasingly important added value for organisations. There is a growing public interest in the social responsibility of an organisation and how it addresses environmental and social challenges.

The phenomenon of social responsibility (CSR) is relatively new in Lithuania compared to other countries (only the beginnings of social responsibility started to spread after the global economic crisis (1929–1933)). As a result, there are not many publications on the topic by Lithuanian scholars, although there are already many worthy examples, problems and opportunities.

A theoretical analysis of social responsibility in institutions, based on relevant scientific sources, has shown that although there is a growing public interest in the social responsibility of organisations, and in the way they deal with environmental and social problems, the number of scientific sources on the subject is comparatively small, especially on ethical responsibility. In conclusion, social responsibility is still a relatively under-researched area in Lithuania.

When analysing the legal acts regulating the social responsibility of organisations, it can be concluded that there are a number of legal acts on which an organisation relies in carrying out its activities as a socially responsible institution.

In assessing the benefits of social responsibility for organisations, it can be concluded that the most important benefits are a good image of the institution: transparent public procurement, employee resistance to corruption, employee loyalty and motivation, and the status of a “good” employer. Public confidence in the services provided by the public body, which in turn increases confidence in the State.

In summary, social responsibility can be seen as the behaviour of public bodies that voluntarily integrate social and environmental issues into their activities and are guided by the values of respect for people, society and nature in their dealings with all stakeholders in society, business and government.

Detloviene, O., Rapkauskaitė, R. (2025). Socialinė atsakomybė biudžetinėse įstaigose. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 126-131, ISSN 2669-221X

GENERATYVINIS DIRBTINIS INTELEKTAS KURIANT RINKODAROS KAMPANIJAS: KŪRYBINIAI SPRENDIMAI IR TURINYS

Jogilė Kvedaravičienė, Dainora Astrauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

jogile.audenyte@stud.viko.lt, dainora.astrauskaite@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vvf.viko.lt

IVADAS

Šiuolaikiniame pasaulyje, nuolat tobulėjant technologijoms, generatyvinis dirbtinis intelektas (toliau – DI) tampa vis svarbesniu įrankiu, prisidedančiu prie rinkodaros kampanijų kūrimo proceso kaitos, t. y. tobulėjimo. Generatyvinis DI geba kurti (generuoti) trijų tipų turinį: tekstinį, vaizdinį ir garsinį, taip automatizuodamas kūrybinius sprendimus ir personalizuodamas vartotojų patirtį (Soni, 2023). DI pritaikymas rinkodaroje ne tik plečia kūrybiškumo ribas, bet ir leidžia priimti visiškai personalizuotus sprendimus bei prisitaikyti prie vis spartėjančių rinkos pokyčių (Kaplan & Haenlein, 2019). Kietzmannas ir kt. (2018) pažymi, kad DI gali būti naudojamas kaip įrankis, skirtas vartotojų įsitraukimui stiprinti, nes rinkodaros specialistai, taikydami DI, turi galimybę kurti labiau personalizuotą turinį.

Kita vertus, nors DI teikia daug naudos, vis dar kyla sunkumų, susijusių su turinio kokybe, autoryste ir etika. Generatyvinis DI geba kurti ypač originaliai atrodančius tekstus, vaizdus ir garsus, tačiau tai kelia iššūkių nustatant, ar tai, kas matoma ar girdima, yra realu, svarstyti, kas yra tikrasis autorius, svarbus tampa etikos klausimas (Floridi & Chiriatti, 2020). Dar viena svarbi problema – turinio kokybė ir kokybės kontrolė. DI, nesant žmogaus įsikišimo, gali kurti klaidinančią ar net žalingą turinį, todėl generuojamas turinys reikalauja nuolatinės priežiūros (Li, 2024). Galima teigti, kad būtina išsamiau analizuoti, kaip generatyvinis DI prisideda prie kūrybingumo rinkodaros kampanijose ir kokių iššūkių bei etinių problemų kyla naudojantis šia technologija rinkodaros srityje.

Problema – kaip generatyvinis DI prisideda prie kūrybingumo ir turinio kūrimo rinkodaros kampanijose?

Tikslas – išanalizuoti generatyvinio DI įtaką kūrybiškumui ir turiniui kurti rinkodaros kampanijose, taip pat nustatyti pagrindines problemas, kurių gali kilti naudojantis DI rinkodaros srityje.

Uždaviniai:

- atlikti DI teorinių pagrindų analizę;
- remiantis teoriniais pagrindais, aptarti generatyvinio DI poveikį kūrybiniam sprendimams, turiniui kurti;
- remiantis teoriniais pagrindais, įvertinti pagrindinius iššūkius, susijusius su DI taikymu turiniui kurti, įskaitant etiką ir kokybės kontrolę;
- pateikti išvadas ir rekomendacijas, kaip efektyviai įveikti iššūkius, kurių kyla taikant DI.

Metodai. Straipsnyje taikoma mokslinės literatūros apžvalga ir analizė. Šis metodas leidžia nagrinėti įvairias teorines pozicijas ir procedūras, objektyviai ir metodiškai vertinti ankstesnių tyrimų rezultatus ir daryti patikimas išvadas. Siekiant sumažinti subjektyvumo ar individualių vertinimų įtaką, tai ypač svarbu (Grant & Booth, 2009).

Generatyvinio DI teoriniai pagrindai, modeliai

Generatyvinis DI apima labai pažangius algoritmus, galinčius kurti originalų turinį, pavyzdžiui, tekstus, vaizdinius ar garsus. Remiamasi mašininio mokymosi modeliais, kurie mokosi iš didžiulių duomenų rinkinių (Floridi & Chiriatti, 2020). GPT (angl. *Generative Pre-trained Transformer*)

modeliai naudojami tekstiniam turiniui, o GAN (angl. *Generative Adversarial Network*) – vaizdiniam ir garsiniam turiniui generuoti (Floridi & Chiriatti, 2020).

GAN modelį 2014 m. pasauliui pristatė Ianas Goodfellow kartu su bendraautoriais. Modelis pagrįstas generatoriaus ir diskriminatoriaus – dviejų neuroninių tinklų – sąveika. Generatoriaus paskirtis – kurti turinį, diskriminatoriaus – vertinti sukurto turinio kokybę, teikti pastabas ir pakartotinai generuoti turinį tol, kol jis taps tikroviškas ir originalus (Goodfellow et al., 2014). Pagrindinės sritys, kuriose naudojamas GAN modelis: vizualizacijos, medijos turinio kūrimas, 3D vaizdų kūrimas, nuotraukų redagavimas (Li, 2024).

Tekstiniam turiniui kurti naudojamas GPT modelis veikia informacijos rinkimo, kaupimo, analizavimo principu – imami milžiniški tekstinių duomenų rinkiniai, kuriuos naudojant siekiama kuo tiksliau atkurti žmogiškąją kalbą (Kaplan & Haenlein, 2020). Kaplanas ir Haenleinas (2020) teigia, kad GPT modeliai, tokie kaip GPT-3 ar GPT-4, jau šiuo metu generuoja ilgus, nuoseklius tekstus be gramatinių klaidų. Šiuos tekstus sudėtinga atskirti nuo įprastų, žmogaus parašytų tekstų. GPT modelis remiasi tik turiniu, pateiktu analizuoti prieš sukuriant tekstą, todėl reikėtų dažniau suabejoti GPT modelio pateikiamos informacijos tikslumu ir gebėjimu objektyviai vertinti gautą mokamąją medžiagą.

Minėtų technologijų pritaikymas leidžia automatizuoti kūrybinius procesus, taupant laiką ir išteklius (Kaplan & Haenlein, 2019), tačiau vis dar susiduriama su dideliais iššūkiais. Pagrindiniu iššūkiu įvardijama „juodosios dėžės“ problema – labai sunku tiksliai interpretuoti DI sugeneruotą turinį ir juo pasitikėti. Turinys nėra iki galo patikimas, specialistai juo naudotis nepataria (Samek et al., 2017). Ne mažiau svarbia laikoma ir šališkumo problema – jei DI pateikiama mokymo medžiaga melaginga, tai atsispindės ir generuojamame turinyje, nes GPT modelis negali šališkai įvertinti gautų duomenų (Binns, 2018). Šališkumo stoka atsispindi ir perimant stereotipus – gaudamas menkinantį turinį, perimdamas ir naudodamas jį savo generuojamam turiniui, GPT modelis gali sustiprinti lytinę diskriminaciją, socialinio sluoksnio skirtumus (Caliskan et al., 2017).

Nepaisant kylančių iššūkių, generatyvinis DI tobulėja, mokosi iš vis didesnių informacijos kiekių. Li (2024) teigimu, DI kuriamą turinį tampa vis sunkiau atskirti nuo žmogaus sukurto turinio, todėl jis pradedamas naudoti personalizuotoms rinkodaros kampanijoms kurti, kai, DI padedant, analizuojami surinkti duomenys apie vartotojų elgseną, pomėgius ir poreikius. Taip sukuriamas turinys atrodo lyg pritaikytas individualiai. Individualiai pritaikytas turinys, kuriamas apdorojant gaunamus išsamius duomenis apie vartotojus, leidžia didinti klientų įsitraukimą, mažinti išlaidas, skiriamas duomenims apdoroti, rinkodaros kampanijoms kurti, taip pat ir žmogiškiesiems ištekliams.

DI smarkiai tobulėja ir vaizdinės bei garsinės reklamos srityje. GAN modelis, naudojamas vaizdiniam ir garsiniam kurti, geba sukurti realistiškus ar animacinius vaizdus pagal rinkodaros kampanijos numatytus reikalavimus ir taip atveria įmonėms naujų galimybių (Goodfellow et al., 2014). Lu ir Panas (2021) teigia, kad tokie ištobulėję DI modeliai, kuriantys automatizuotus vaizdus, animacijas ir garsus, gali būti greitai ir lengvai pritaikomi skirtingoms rinkodaros kampanijoms, nes yra greitai tobulinami ir pergeneruojami pateikus naujų papildomų rinkodaros kampanijos detalių ar naujų gautų tyrimų duomenų.

Plečiant DI techninius gebėjimus, praplečiamos ir jo kūrybinės ribos, todėl jis tampa neatsiejama rinkodaros dalimi. Kuriant pažangesnius algoritmus, siekiama spręsti kylančias problemas ir taip atverti naujas galimybes DI panaudoti įvairiose srityse.

Generatyvinio DI poveikis kūrybiniams sprendimams

Kūrybiniai sprendimai dažniausiai priskiriami žmonėms. Dėl mąstymo galimybių ir barjerų eliminavimo žmogus gali sukurti begales įvairių kūrybinių sprendimų iškilusioms problemoms spręsti. Rinkoje pasirodžius DI, žmonės pradėjo jį vis dažniau naudoti kasdienėms darbo funkcijoms atlikti, taip pat pasitelkia sprendami problemas. Ilgainiui pastebėta, kad, žmogaus priežiūrą ir

koordinavimą derinant su generatyvinio DI kuriamais kūrybiniais sprendimais, gaunama finansiškai vertingesnių, aplinkai naudingesnių ir strategiškai perspektyvesnių sprendimų (Boussieux et al., 2024). Boussieux ir kt. (2024) atlikto tyrimo rezultatai atskleidžia, kad, bendradarbiaujant žmogui ir generatyviniam DI, gaunami kokybiškesni rezultatai, palyginti su tik žmogaus kuriamais sprendimais. Sujungtos žmogaus ir DI pastangos leidžia plačiau pažvelgti į pateiktą užduotį, sunaudoti mažiau fizinių sąnaudų ir, svarbiausia, laiko.

Žmogaus ir generatyvinio DI bendradarbiavimo sėkmė priklauso nuo užuominų strategijos. Ieškodamas kūrybinių sprendimų, žmogus DI gali pateikti įvairios informacijos, kad būtų galima susidaryti vaizdą, kokios srities ir kokio sprendimo ieškoma (Vidrih & Mayahi, 2023). Nustatyti du žmogaus ir DI bendradarbiavimo būdai. Pirmasis – nepriklausoma paieška, kai generatyvinis DI pateikia įvairių sprendimų, esant minimaliam žmogaus koordinavimui. Šiuo atveju informacijos ieškoma platesnėse duomenų bazėse, rasta informacija nebūtinai gali atitikti žmogaus lūkesčius dėl užduoties pateikties. Antrasis bendradarbiavimo būdas – diferencijuota paieška, kai žmogus interaktyviai skatina DI pateikti įvairių kūrybinių sprendimų. Suteikdamas pakankamai informacijos, žmogus užtikrina, kad generatyvinis DI analizuotų aktualias duomenų bazines, atsakytų į tinkamus klausimus ir generuotų įvairesnius problemų sprendimo būdus (Shaikh et al., 2023).

Nagrinėjant kūrybiškumo galimybes, taikant generatyvinį DI, pastebėtas ne tik gausesnis sprendimų pasirinkimas, bet ir didesnis finansų ir laiko našumas. Boussieux ir kt. (2024) tyrė sąnaudas, kurių reikia siekiant rasti tinkamiausią kūrybinį sprendimą. Lyginamieji objektai – generatyvinis DI ir žmogus. Atlikus analizę, nustatyta, kad žmogaus generuojamiems sprendimams reikėjo 2 555 JAV dolerių ir 2 520 valandų darbo, o DI – tik 27,01 JAV dolerių ir 5,5 valandų darbo. Generatyvinis DI yra keičiamo masto, ekonomiškai efektyvus metodas, kuriuo galima pagerinti ankstyvuosius inovacijų etapus. Dėl šio metodo kūrybiškesni problemų sprendimai įvairioms organizacijoms tampa vis labiau prieinami.

Žmogaus bendradarbiavimas su generatyviniu DI tampa vis aktualesnis. Ieškant kūrybinių sprendimų, DI leidžia peržvelgti daug didesnę informacijos kiekį ir taip padidina galimybę pasirinkti. Šis įrankis yra našesnis tiek laiko atžvilgiu, tiek finansiškai, tačiau žmogaus koordinavimas išlieka reikalingas, norint rasti aktualius sprendimus. DI įvairiais būdais gali skatinti kūrybiškumą, tačiau, nesant tikslinių klausimų ar situacijos apibūdinimo, jis gali nagrinėti užduoties neatitinkančias duomenų bazines ir klaidinti ne tik tiesiogiai su juo bendradarbiaujančius žmones, bet (vėlesniame etape) ir klientus.

Etinės problemos ir kokybės kontrolė

Generatyvinio DI technologijos suteikia įvairių turinio kūrimo galimybių, tačiau taip pat kelia ir didelių etinių bei kokybės kontrolės problemų. Pagrindiniai iššūkiai, su kuriais susiduria žmonės, bendradarbiaujantys su DI, yra privatumo politikos bei autorių teisių pažeidimai, dezinformacija, šališkumas ir informacijos klastotės (Al-kfairy et al., 2024).

Ieškomos problemų sprendimų, DI sistemos, nagrinėdamos įvairias duomenų bazines, gali pažeisti privatumą, panaudodamos asmeninius duomenis, nesant asmens sutikimo. DI kuriamas turinys taip pat gali susitapatinti su jau esamu šaltiniu ir taip pažeisti autorių teises (Al-kfairy et al., 2024). Tiek minėti pažeidimai, tiek kylančios abejonės dėl unikalios ar išskirtinio turinio smarkiai mažina sugeneruotos informacijos patikimumą. Siekiant tam užkirsti kelią, tikslinga diegti ir plėtoti teises sistemas, leidžiančias spręsti, ar DI sukurtas turinys yra originalus ir nepažeidžia kitų autorių teisių. Duomenims saugoti gali būti įdiegtos sistemos, užtikrinančios analizuojamų asmenų anonimiškumą ar šifravimą.

Naudojant generatyvinį DI, išskirtina ir dezinformacijos bei klastočių problema. Ši problema sietina su klastotėmis ir sintetinės žiniasklaidos priemonėmis. DI gali sukurti labai įtikinamas klastotes ir jas pagrįsti netikrais sugeneruotais šaltiniais, nepaisydamas patikimumo. Patikimumas yra vienas iš svarbiausių kriterijų, siekiant sukurti naudingą turinį ar rasti detalizuotą problemos sprendimą.

Klaidinga informacija gali pakenkti ne tik klientui, bet ir organizacijos įvaizdžiui, o greitai plintanti neteisinga informacija leidžia manipuliuoti visuomenės nuomone. Svarbu atidžiai patikrinti gautą informaciją ir ją patvirtinti, remiantis temą atitinkančiais šaltiniais (Mukherjee, 2024).

Generatyvinio DI metodai gali paskatinti kūrybinių sprendimų įvairovę organizacijose, tačiau jie taip pat gali būti ne tokie novatoriški, kaip tikimasi. DI modelius riboja turima mokymosi medžiaga, todėl kartais galima sulaukti ne radikalių, o laipsniškų proceso pakeitimų. Siekiant sulaukti drastiškų ar kitokių sprendimų, bendradarbiaujantis žmogus DI turi pateikti papildomų klausimų ar detaliau apibūdinti esamą situaciją, tačiau svarbu įvertinti, kad DI dėl šių priežasčių gali iškreipti informaciją (Boussieux et al., 2024).

Siekiant užtikrinti skaidrų ir socialiai atsakingą generatyvinio DI darbą įvairiose srityse, būtina apsvaistyti kokybės kontrolės sistemų diegimą ir tobulinimą. Kokybės ir autorystės sistemos gali apimti daugelį specifikų, tokių kaip autorystės teisių identifikavimas, anonimiškumo šifravimas ar originalaus turinio patvirtinimas. Minėtos sistemos taip pat galėtų tikrinti DI sukuriamo turinio patikimumą ir šališkumą. Kokybės ir kitų kriterijų užtikrinimas reikalautų diversifikuoto bendradarbiavimo su skirtingų sričių atstovais: teisininkais, informacinių technologijų specialistais, etikos specialistais ir visuomene. Taip būtų galima didinti DI kuriamo turinio efektyvumą ir plėsti informacijos pritaikymą ateityje.

IŠVADOS

Rinkodaros srityje generatyvinis DI atlieka svarbų vaidmenį kuriant novatoriškas idėjas. Rinkodaros specialistai gali optimizuoti strategijas, taupydami laiką ir biudžetą, nes DI geba automatizuoti kūrybinius procesus ir teikti personalizuotą turinį. Žmogaus ir DI bendradarbiavimas suteikia geresnių rezultatų ir strateginių inovatyvių sprendimų pranašumą. Klientų įsitraukimas ir lojalumas prekių ženklui didėja, kai, atsižvelgiant į vartotojų elgsenos analizę, kuriamas individualus turinys.

Minėtina, kad, naudojant generatyvinį DI, kyla nemažai etinių problemų. Šališkumas, privatumo apsauga ir autorių teisių pažeidimai vis dar yra dideli iššūkiai. Dėl šių priežasčių ypač svarbu užtikrinti, kad turinio generavimo metodai būtų morališkai ir etiškai skaidrūs, nes DI generuojamas turinys gali būti šališkas arba pažeisti intelektinės nuosavybės teises. Tikslinga sukurti teisinę sistemą, kuri užtikrintų duomenų privatumą ir autorių teisių apsaugą.

Naudojant generatyvinį DI, būtina kokybės kontrolė. Siekiant įvertinti turinio pagrindimą, patikimumą ir šališkumą, būtina taikyti nuolatinės kokybės kontrolės procedūras, nes, nesant žmogaus priežiūros, DI gali pateikti klaidingą ar klaidinančią informaciją. Siekiant įsitikinti, kad sukurta informacija atitinka etikos standartus, šios atsargumo priemonės galėtų apimti duomenų šifravimą, autorystės tikrinimą ir šališkumo vertinimą.

Pabrėžtinai ir generatyvinio DI ekonomiškumas. Palyginti su įprastais metodais, DI leidžia smarkiai sumažinti turinio kūrimo išlaidas ir darbo laiką. Dėl automatizuoto turinio kūrimo rinkodaros specialistai gali sutelkti dėmesį į strateginius sprendimus, o ne į kasdienes darbus. Nepaisant šių privalumų, žmonių dalyvavimas DI iniciatyvose vis dar būtinas, siekiant užtikrinti, kad sukurti sprendimai būtų tinkami, moralūs ir novatoriški.

Apibendrinant galima teigti, kad, norint veiksmingai taikyti generatyvinį DI rinkodaros iniciatyvose, būtina laikytis etinių reikalavimų, vykdyti kokybės kontrolę ir užtikrinti skaidrumą. Siekiant, kad minėta technologija būtų naudojama atsakingai ir veiksmingai, būtinas integruotas žmogaus ir DI bendradarbiavimas ir nuolatinis teisinės ir etinės aplinkos tobulinimas.

Literatūros sąrašas

Al-kfairy, M., Mustafa, D., Kshetri, N., Insiew, M., & Alfandi, O. (2024). Ethical challenges and solutions of generative AI: an interdisciplinary perspective. *Informatics*, 11(3), 58.

Binns, R. (2018). Fairness in machine learning: lessons from political philosophy. *Proceedings of Machine Learning Research*, 81, 149–159.

Boussioux, L., Lane, J. N., Zhang, M., Jacimovic, V., & Lakhani, K. R. (2024). The crowdless future? Generative AI and creative problem-solving. *Organization Science*, 35(5), 1571–1955.

Caliskan, A., Bryson, J. J., & Narayanan, A. (2017). Semantics derived automatically from language corpora contain human-like biases. *Science*, 356(6334), 183–186.

Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: its nature, scope, limits, and consequences. *Minds and Machines*, 30(4), 681–694.

Goodfellow, I., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., Courville, A., & Bengio, Y. (2014). Generative adversarial networks. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 3(11), 2672–2680.

Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108.

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15–25.

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2020). Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence. *Business Horizons*, 63(1), 37–50.

Kietzmann, J., Paschen, J., & Treen, E. R. (2018). Artificial intelligence in advertising: how marketers can leverage AI to improve customer engagement. *Journal of Advertising Research*, 58(3), 263–267.

Li, Y. (2024). Transforming digital marketing with generative AI. *Computers*, 13(7), 168.

Lu, W., & Pan, L. (2021). AI in advertising: current trends and challenges. *Journal of Digital Marketing Research*, 8(3), 45–60.

Mukherjee, A. (2024). Safeguarding marketing research: the generation, identification, and mitigation of AI-fabricated disinformation. *Cornell Legal Studies Research Paper Forthcoming*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4739488

Samek, W., Wiegand, T., & Müller, K. R. (2017). Explainable artificial intelligence: understanding, visualizing and interpreting deep learning models. *arXiv.org*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1708.08296>

Shaikh, S., Bendre, R., & Mhaske, S. (2023). The rise of creative machines: exploring the impact of generative AI. *arXiv.org*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2311.13262>

Soni, V. (2023). Adopting generative AI in digital marketing campaigns: an empirical study of drivers and barriers. *SSRAML SageScience*, 6(8), 1–15.

Vidrih, M., & Mayahi, S. (2023). Generative AI-driven storytelling: a new era for marketing. *arXiv.org*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.09048>

SUMMARY

GENERATIVE AI IN MARKETING CAMPAIGNS: CREATIVE SOLUTIONS AND CONTENT DEVELOPMENT

Jogilė Kvedaravičienė, Dainora Astrauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

jogile.audenyte@stud.viko.lt, dainora.astrauskaite@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

In the quickly evolving world of technology today, generative artificial intelligence (AI) is revolutionizing the planning and implementation of marketing initiatives. The increasing necessity for companies to automate creative processes, customize content, and maintain competitiveness in

ever-changing marketplaces makes this topic pertinent. The rising use of AI techniques like Generative Adversarial Networks (GAN) and Generative Pre-trained Transformer (GPT) models, which are capable of producing text, visual, and audio content with previously unheard-of accuracy and efficiency, is what makes this research novel.

The study looks at the theoretical underpinnings of generative AI, how it influences innovative solutions, and the difficulties in using it, especially with regard to quality assurance and ethical concerns. The main goals are to examine the ways in which generative AI fosters creativity and content production in marketing campaigns and to pinpoint the main obstacles, including issues with authorship, bias, content quality, and ethical considerations.

To accomplish its goal of comprehending the impact of generative AI on marketing innovation, the study uses a review of the literature and an analysis of current academic sources. The results show that AI fosters creativity by offering individualized and effective content production services. While saving time and money, combining human oversight with AI-generated outputs produces marketing solutions that are of higher quality and strategically advantageous.

However, there are substantial barriers due to ethical issues like bias, misrepresentation, copyright infringement, and privacy concerns. As a result, it is crucial to put strong quality control procedures and moral standards into place. Creating legislative frameworks to safeguard intellectual property, protecting data privacy, and encouraging cooperation between AI systems and human experts to optimize creative potential are some of the recommendations.

To sum up, generative AI has enormous potential to improve marketing efforts through automation and customisation, but in order to guarantee responsible use and the best outcomes, ethical and quality issues must be properly handled.

Kvedaravičienė, J., Astrauskaitė, D., Rapkauskaitė, R. (2025). Generatyvinis dirbtinis intelektas kuriant rinkodaros kampanijas: kūrybiniai sprendimai ir turinys. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 132-137, ISSN 2669-221X

INFORMACINIŲ TECHNOLOGIJŲ ĮTAKA DARBO REZULTATAMS LOGISTIKOS ĮMONĖJE

Lina Kuliešienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

lina.kuliesiene@stud.viko.lt

Konsultavo dr. Viktor Kozlovskij

Vilniaus kolegija, Lietuva

v.kozlovskij@vfv.viko.lt

ĮVADAS

Naujų informacinių technologijų taikymas tampa pagrindiniu verslo įmonių tikslu ir kartu dideliu iššūkiu. Tai veiksmingas įrankis logistiniams procesams tobulinti, suteikti įmonei konkurencinį pranašumą rinkoje ir gerinti darbo kokybę (Gotautienė & Klišytė, 2023). Siekiant patenkinti vis didėjančius klientų poreikius ir išlikti konkurencingam, inovacijų ir naujų logistikos sektoriui pritaikytų technologijų tobulinimas tampa būtinybe. Šiuolaikinės technologijos įmonėms suteikia platų spektrą įrankių, kuriais nuolat naudojantis galima padidinti veiklos efektyvumą, sumažinti resursus. Dabartinėmis permainų sąlygomis logistikos versle naudojamos technologijos yra būtinos, siekiant veiksmingai, ekonomiškai ir efektyviai valdyti savo verslą, o technologijų naudojimas ir nuolatinis tobulinimas turi būti vieni iš pagrindinių įmonės tikslų (Gubova, 2020). Technologijų tobulėjimo sparta verčia organizacijas greitai prisitaikyti prie inovacijų ir pasirūpinti, kad darbuotojai būtų pakankamai pasirengę šias technologijas priimti ir įgalinti kasdienėje veikloje.

Tyrimo problema – kokią reikšmę logistikos sektoriui turi informacinės technologijos?

Tyrimo tikslas – išsiaiškinti informacinių technologijų plėtros tendencijas logistikos sektoriuje ir šių technologijų įtaką darbo rezultatams.

Tyrimo uždaviniai:

- apžvelgti IT svarbą logistikos sektoriuje teoriniu aspektu;
- aprašyti tyrimo metodiką;
- ištirti darbuotojų nuomonę apie IT poveikį darbo aplinkai.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, kiekybinis tyrimas (anketinė apklausa), tyrimo rezultatų aprašomoji ir lyginamoji analizės.

IT svarba logistikos sektoriuje teoriniu aspektu

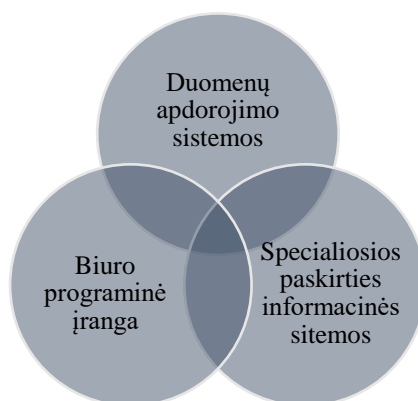
Kaip teigia Lagorio ir kt. (2022, p. 1046), „sąvokos „Pramonė 4.0“ apibrėžimas pateiktas 2011 m. tarptautinėje Hannoverio parodoje“. Tai naujos tendencijos gamybos pramonėje, sietinos su skaitmenizavimo ir ryšių integracija (Issaoui et al., 2021). „Pramonė 4.0 yra susijusi su skaitmenine transformacija“ (Winkelhaus & Grosse, 2019, p. 20).

Iš ketvirtosios pramonės revoliucijos apibrėžimo „Pramonė 4.0“ susiformavo sąvoka „Logistika 4.0“, apibūdinanti minėtos revoliucijos technologijų taikymą logistikos srityje (Lagorio et al., 2022). „Pramonė 4.0“ formuoja būsimas logistikos pramonės veiklas. Globalizacijos plėtra, elektroninės prekybos augimas, technologiniai pokyčiai ir pastaruoju metu COVID-19 pandemija reikšmingai paveikė XXI a. verslo metodus (Güler et al., 2021). Winkelhauso ir Grosse (2019, p. 21) teigimu, „logistika 4.0 yra logistinė sistema, kuri leidžia tvariai patenkinti individualizuotus klientų poreikius be sąnaudų padidėjimo ir palaiko šį vystymąsi pramonėje ir prekyboje naudodama skaitmenines technologijas“. „Logistika 4.0“ sąvoka dar gali būti apibūdinama kaip standartizacijos plėtra ir darbo jėgos taupymas tobulinant logistikos technologijas, nes technologiniai sprendimai logistikoje pakeičia žmogaus darbo procesus (Güler et al., 2021).

Logistikos verslas visada buvo pramonės inovacijų lyderis, o daugybė technologinių sprendimų išbandyta ir sėkmingai pritaikyta siekiant padidinti efektyvumą, sumažinti išlaidas arba pagerinti skirtingų logistikos dalyvių bendravimą (Gotautienė & Klišytė, 2023). Minėtina, kad „logistikos srityje diegiamos inovacijos padeda efektyviau valdyti krovinių judėjimą, sandėliavimą, automobilių parko priežiūrą, mokesčius ir visas kitas sritis“ (Jucys et al., 2022, p. 176). Inovacijos apima įvairias logistikos veiklas (nuo transportavimo iki teikiamų paslaugų), todėl galima išskirti keturias pagrindines inovacijų grupes: pagal paskirtį, pagal poreikius, pagal veiklą ir pagal objektą (Griškauskas, 2022).

Griškausko (2022) teigimu, „vis dažniau naudojamos transporto valdymo ir kontrolės sistemos, kurios leidžia valdyti visus procesus nuo užsakymo pateikimo iki prekių pristatymo vartotojui. Tokių technologijų integravimas logistikoje padeda tiksliau planuoti pervežimus, valdyti transportą, tiksliau apskaičiuojami atstumai ir sudaromi maršrutai, atsiranda galimybė stebėti transporto priemonę realiu laiku, galimybė planuoti vairuotojų darbo ir poilsio režimą. Logistikoje transportuojant prekes inovacijos taikomos vis plačiau, darbams atlikti reikia mažiau žmogiškųjų išteklių, darbai atliekami keletą kartų greičiau“ (p. 93).

Gotautienė ir Klišytė (2023) išskiria tris informacinių technologijų taikymo sritis logistikos veikloje (žr. 1 pav.).



1 pav. Informacinių technologijų taikymo sritys logistikos veikloje

Šaltinis: sudaryta remiantis (Gotautienė & Klišytė, 2023)

Duomenų apdorojimo sistemos apima verslo valdymo sistemas, statistikos ir analizės įrankius. Biuro programinė įranga – *Microsoft Windows*, *Microsoft Office* siūlomus produktus, komunikacines aplikacijas. Specialiosios paskirties informacinės sistemos – tai transporto valdymo sistemos, maršrutų skaičiuoklės, biržos, tiekimo grandinės stebėjimo platformos, personalo valdymo sistemos. Visos įmonėse naudojamos informacinės technologijos yra susijusios.

Griškauskas (2022) įmonėms siūlo įsidiesti transporto valdymo sistemą, kuria sujungus skaitmeninius įrankius būtų galima:

- 1) realiu laiku stebėti sunkvežimio borto kompiuterio duomenis, kurie vėliau padėtų kontroliuoti vairuotojo darbo ir poilsio režimą;
- 2) naudojantis programine įranga planuoti prekių pristatymo maršrutus ir analizuoti nuvažiuotus atstumus;
- 3) mobiliomis aplikacijomis pateikti vairuotojui užduotis ir kitus reikalingus duomenis bei iš jo iškart gauti reikalingus dokumentus.

„Tam, kad įmonė turėtų apčiuopiamą naudą, verslo valdymo sistemos turi apimti visus procesus, vykstančius įmonėje, turi būti įvedami ir apdorojami duomenys, naudojamos ataskaitos, analitikos įrankiai“ (Jucys et al., 2022, p. 177).

Minėtinas ir dirbtinio intelekto modelis „ChatGPT“. Tai dirbtinis intelektas, veikiantis kaip pokalbių įrankis, robotas (angl. *Chatbot*), apdorojantis ir formuojantis teksto turinį natūralia kalba, teikiantis panašius į žmogaus atsakymus į įvairius klausimus ir užklausas (Doshi et al., 2023). Logistikos srityje „ChatGPT“ gali būti pritaikytas įvairiais tikslais: rankinio darbo intensyviems procesams automatizuoti, dideliems duomenų kiekiams analizuoti priimant sprendimus, krovinių pristatymo laiko prognozėms rengti, klientų užklausoms ir skundams automatiškai tvarkyti, taip pat darbuotojams mokyti ir palaikyti (Lubinskis, 2023).

Mokslinėje literatūroje dominuoja du skirtingi požiūriai. Vieni tyrėjai teigia, kad įmonės žmogiškųjų išteklių valdymo sistema naudinga tiek darbdaviams, tiek darbuotojams (nauda traktuojama kaip „bendroji kapitalizacija“, „abipusė nauda“, „aukšto išipareigojimo“ arba „abipusės naudos perspektyva“), kitų tyrėjų manymu, įmonės žmogiškųjų išteklių valdymo sistema naudinga tik darbdaviams, bet ne darbuotojams (vadinamasis „kritinis požiūris“) (Ho & Kuvaas, 2020).

Personalo valdymo sistemos padeda vadovams priimti sprendimus, taupyti sąnaudas ir laiką, taip pat palengvinti organizacinius procesus, gerinti paslaugų kokybę, ugdyti organizacijos darbuotojų įgūdžius, didinti žmogiškųjų išteklių mobilumą įdarbinant arba persikirstant darbuotojus, o visos šios naudos teigiamai veikia konkurencinį pranašumą ir komunikaciją (Zeebaree et al., 2019).

Išanalizavus mokslinę literatūrą, galima išskirti informacinių technologijų teikiamą naudą (žr. 1 lentelę):

1 lentelė. Informacinių technologijų nauda

Transporto valdymo sistemos	Krovinių ir transporto biržos	Verslo valdymo programos	Statistikos ir analizės įrankiai	Personalo valdymo sistemos
Efektyvus maršrutų planavimas	Palengvina krovinių paieškos procesus	Automatizuotas duomenų tvarkymas	Rizikų suvaldymas	Darbuotojų įsitraukimas
Atvykimo laiko prognozės galimybės	Spartesnis krovinių aptarnavimas	Mažesnės darbo sąnaudos ir klaidų skaičius	Automatizuota, greita duomenų analizė	Mokymų galimybės
Transporto priemonių realus stebėjimas	Vežėjų ir krovinių įvairovė	Aukšto lygio integracija	Interaktyvios ataskaitos	Sklandesnis darbuotojų įdarbinimas
Apskaitos ir išlaidų kontrolė	Automatizuota paieška	Klientų aptarnavimo ir kokybės gerinimas	Vizualizacijų pateikimas	Konfliktų valdymas

Šaltinis: sudaryta remiantis (Liebuviene & Šileikienė, 2016; Mahapatro, 2021; Jucys et al., 2022; Gotautienė & Klišytė, 2023)

Kavaliauskaitės (2022, p. 107) teigimu, „išmanieji sprendimai suteikia galimybę efektyviai dalytis informacija apie prekių ir procesų būklę, vietą ir aplinką bet kuriuo metu ir bet kur, taip pat padeda gauti vertingos informacijos iš didžiulio duomenų kiekio, palengvina duomenimis pagrįstų sprendimų priėmimą, padidina skaidrumą, spartina operacijas, sumažina sąnaudas, patobulina paslaugų tinklą tiekimo grandinės valdyme“.

Tyrimo metodika

Siekiant iširti, ar technologijos leidžia darbuotojams pasiekti geresnių rezultatų ir ar darbuotojai teigiamai vertina darbdavio siūlomas naujas technologijas, pasirinktas tradicinis empirinis kiekybinis tyrimų metodas – apklausa. Atsižvelgta į šio metodo privalumus: paprastą administravimą, nesudėtingą duomenų analizę ir galimybę rasti skirtumų tarp įvairių tiriamųjų grupių. Be to, „apklausa leidžia kiekybiškai aprašyti požymių reikšmių pasiskirstymą tiriamoje populiacijoje“ (Gaižauskaitė & Mikėnė, 2014, p. 13).

Tyrimo organizavimas. Prieš atliekant tyrimą, sudaryta planuojamo tyrimo eigos schema. Nustatyti tyrimo eigos žingsniai, kad tyrimas būtų sėkmingas. Tyrimas pradėtas iškeliant problemą.

Tyrimo eiga. Tikslinė grupė – logistikos įmonės darbuotojai. Taikytas netikimybinis patogiosios (proginės) atrankos metodas. Tyrimas organizuotas nuo 2024 m. kovo 14 d. iki gegužės 8 d. Apklausoje anketa pateikta internetinėje svetainėje www.apklausa.lt.

Anketoje pateikta 18 įvairių tipų klausimų (atvirųjų, uždaryjū, plataus pasirinkimo, alternatyviųjų) ir skalių. Didžioji dalis anketos klausimų – alternatyvieji. Taip siekta nustatyti tikslią respondentų poziciją. Daugelyje klausimų palikta galimybė pasirinkti neutralų atsakymą arba įrašyti savo tekstą.

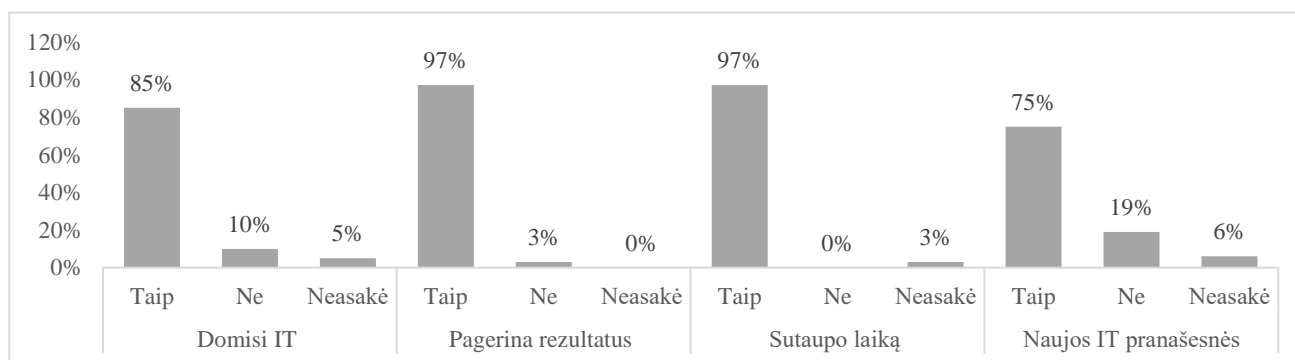
Tyrimo imtis. Imties dydis nustatytas taikant šiuos rodiklius: tikimybė – 95 proc., paklaida – 5, populiacija – 80. Imties dydis – 66 respondentai.

Dalyvavimas apklausoje buvo savanoriškas. Anketa pateikta laikantis visuotinių tyrėjo etikos kodekso normų. Dalyviams aiškiai iškomunikuota, kad anketa anoniminė ir jos duomenys bus panaudoti tik mokymosi tikslais ir statistiniam apdorojimui atlikti. Apklausoje duomenys analizuoti taikant aprašomąją metodiką. Tyrimo metu apklausti 62 respondentai.

Tyrimo rezultatų pristatymas

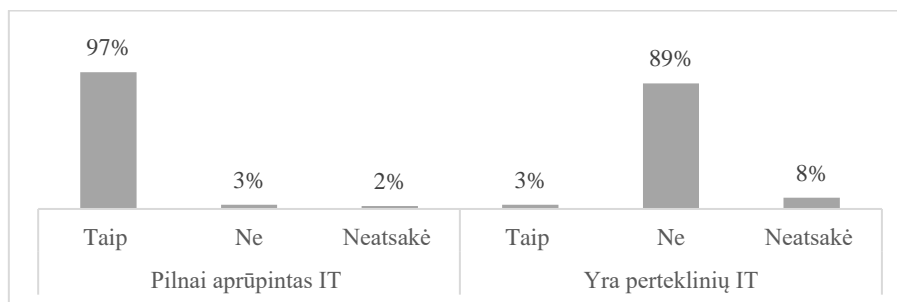
Atliekant įmonės darbuotojų apklausą, nustatyti svarbiausi respondentų rodikliai: lytis ir amžius. Apklausoje dalyvavo 66 proc. moterų ir 32 proc. vyrų. Didžiąją apklausoje dalyvių dalį (40 %) sudarė 26–35 m. respondentai, kiek mažiau apklausta 36–45 m. asmenų (31 %). Taigi galima teigti, kad pagrindiniai tiriamos populiacijos respondentai – 26–35 m. įmonės darbuotojai. Apklausoje daugiausia dalyvavo tiesiogiai su logistika susiję asmenys (24 proc.). Vadovaujamas pareigas einantys respondentai sudarė 21 proc. apklaustųjų.

Siekiant nustatyti bendrąjį darbuotojų požiūrį į naujas informacines technologijas, pateikti šie klausimai: „Ar domitės naujomis technologijomis, susijusiomis su jūsų darbu?“, „Ar technologijos pagerina darbo rezultatus?“, „Ar technologijos leidžia sutaupyti laiko?“, „Ar naujos technologijos yra pranašesnės už senąsias?“. Į šiuos klausimus didžioji dalis respondentų atsakė teigiamai. Tai leidžia daryti išvadą, kad apklausoje dalyvavę įmonės darbuotojai informacines technologijas vertina teigiamai ir traktuoja jas kaip įrankį darbo rezultatams pagerinti (žr. 2 pav.).



2 pav. Darbuotojų požiūris į informacines technologijas

Įmonės darbuotojai gerai aprūpinti darbui reikalingomis informacinėmis priemonėmis. 89 proc. respondentų nurodė, kad perteklinių priemonių įmonėje nėra taikoma (žr. 2 pav.).



3 pav. Aprūpinimas darbui reikalingomis technologijomis

Atlikus apklausą nustatyta, kad net 35 proc. darbuotojų nepakanka įmonėje organizuojamų mokymų apie kompiuterinį raštingumą ir naujas informacines technologijas. Į klausimą, ar respondentai lengvai prisitaiko prie naujų technologijų, net 90 proc. dalyvavusiųjų apklausoje atsakė teigiamai, tačiau nurodė, kad mokymų trūksta, reikia laiko išmokti dirbti, trūksta įgūdžių, tenka ne tik mokytis, bet ir keisti savo įpročius.

Apibendrinant galima teigti, kad daugelis apklausoje dalyvavusių asmenų buvo jaunesni negu 40 m. Didžioji dalis apklaustųjų – moterys. Dominavo darbuotojai, kurie domisi naujomis technologijomis. Daugelis respondentų buvo tiesiogiai susiję su logistika, todėl svarbiausiomis technologijomis įvardytos transporto valdymo sistemos. Iš gautų respondentų atsakymų akivaizdu, kad naujomis technologijomis domimasi, technologijos vertintinos kaip svarbios geriems įmonės rezultatams pasiekti, nes taupo laiką. Gauti rezultatai taip pat atskleidė, kad respondentai teigiamai vertina investicijų į technologijas svarbą. Tyrimo metu išryškėjo problema – darbuotojams trūksta mokymų apie informacines technologijas.

IŠVADOS

Informacinės technologijos suteikia galimybę optimizuoti transporto maršrutus, greičiau identifikuoti klaidas, panaikinti efektyvumo trūkumus. Taikant modernias informacines technologijas, logistika tampa lengviau valdoma, saugesnė ir efektyvesnė. Atsižvelgiant į pramonės raidą, galima teigti, kad naujos technologijos daro itin didelę įtaką darbo rezultatams gerinti. Procesų automatizavimas, skaitmenizacija, daiktų internetas, DIIF technologijos, blokų grandinės (angl. *blockchain*) technologija ir dirbtinis intelektas kelis kartus pagreitino procesus. Šių dienų verslo aplinka nuolat kinta, o naujos technologijos ir įrankiai tampa neatsiejama kasdienės veiklos dalimi. Svarbu, kad darbuotojai būtų įgudę ir pasirengę naudoti šias naujoves, įmonei siekiant išlikti produktyviai ir konkurencingai rinkoje. Investavimas į technologijas – esminis veiksnys, norint užtikrinti įmonės augimą ir sėkmę šiuolaikinėje verslo aplinkoje.

Įmonėje taikomos informacinės technologijos glaudžiai susijusios ir būtinos siekiant pagerinti įmonės darbo rezultatus ir lyderiauti stipriai konkuruojančioje rinkoje. Atliktas tyrimas atskleidė, kad logistikos verslas, siekdamas įgyvendinti reikiamus procesus, turi taikyti dirbtinio intelekto įrankius. Įmonės darbuotojai suvokia informacinių technologijų svarbą ir indėlį į įmonę. Darbuotojai gana lengvai prisitaiko prie technologinių naujovių, tačiau, kaip paaiškėjo atlikus tyrimą, jiems trūksta mokymų. Tikslinga įtraukti informacines technologijas į visus įmonės procesus ir nuolat mokyti darbuotojus, nes komanda yra įmonės verslo sėkmės paslaptis.

Literatūros sąrašas

Doshi, R. H., Bajaj, S. S., & Krumholz, H. M. (2023). ChatGPT: Temptations of progress. *The American Journal of Bioethics*, 23(4), 6–8.

Gaižauskaitė, I., & Mikėnė, S. (2014). *Socialinių tyrimų metodai: apklausa*. Mykolo Romerio universitetas.

Gotautienė, E., & Klišytė, S. (2023). *Logistinių procesų IT analizė teoriniu aspektu*. Alytaus kolegija.

Griškauskas, R. (2022). Inovacijų įtaka transportavimo procesams. In *Young scientist 2022: conference proceedings / Jaunasis mokslininkas 2022: konferencijos straipsnių rinkinys* (p. 91–94). Vytauto Didžiojo universitetas.

Gubová, K. (2020). Utilisation of technologies and innovations in logistics of automotive enterprises. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 10(2), 91–95.

Güler, M., Büyükköçkan, G., & Mukul, E. (2021). Assessment of logistics 4.0 technologies with a fuzzy MCDM methodology. In *International Academic Conference on Engineering, Transport, IT and Artificial Intelligence*. Viyana, Austria.

Ho, H., & Kuvaas, B. (2020). Human resource management systems, employee well-being, and firm performance from the mutual gains and critical perspectives: the well-being paradox. *Human Resource Management*, 59(3), 235–253.

Issaoui, Y., Khiat, A., Bahnasse, A., & Ouajji, H. (2021). Toward smart logistics: engineering insights and emerging trends. *Archives of Computational Methods in Engineering*, 28, 3183–3210.

Jucys, A., Budrys, T., & Kreišmonienė, J. (2022). Inovacijos logistikos versle. In *Verslas, technologijos, biomedicina: inovacijų įžvalgos 2022: straipsnių rinkinys*. Klaipėdos valstybinė kolegija.

Kavaliauskaitė, E. (2022). Sumaniųjų technologijų sprendimų taikymas logistikos įmonėse. In *Vytauto Didžiojo universitetas: 19-osios jaunųjų mokslininkų konferencijos straipsnių rinkinys*. Vytauto Didžiojo universitetas.

Lagorio, A., Zenezini, G., Mangano, G., & Pinto, R. (2022). A systematic literature review of innovative technologies adopted in logistics management. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 25(7), 1043–1066.

Liebuviienė, J., & Šileikienė, A. (2016). Intelektinių transporto sistemų taikymas versle ir mokymo(-si) procese. In *Aukštųjų mokyklų vaidmuo visuomenėje: iššūkiai, tendencijos ir perspektyvos*, 1(5), 127–134.

Lubinskis, R. (2023). Praktinis „ChatGPT“ taikymas logistikoje. *Trans.info*, 3, 5–11.

Mahapatro, B. (2021). *Human Resource Management*. New Age International (P) Ltd.

Winkelhaus, S., & Grosse, E. H. (2019). Logistics 4.0: a systematic review towards a new logistics system. *International Journal of Production Research*, 58(1), 18–43.

Zeebaree, S. R., Shukur, H. M., & Hussan, B. K. (2019). Human resource management systems for enterprise organizations: a review. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 7(2), 660–669.

SUMMARY

THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON WORK RESULTS IN A LOGISTICS COMPANY

Lina Kuliešienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
lina.kuliesiene@stud.viko.lt

Consulted by dr. Viktor Kozlovskij

Vilniaus kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
v.kozlovskij@vfv.viko.lt

Application of new information technologies becomes a primary goal and a significant challenge for business enterprises. Information technology is an effective tool for improving logistical processes, providing a company with a competitive advantage in the market, and enhancing work quality (Gotautienė & Klišytė, 2023). To meet the growing needs of customers and remain competitive, the development of innovations and new technologies adapted to the logistics sector has become essential. Modern technologies provide companies with a wide range of tools that, when used consistently, can increase operational efficiency and reduce the resources utilized. In the current

revolutionary conditions, the technologies used in the logistics business are essential for effectively, economically, and efficiently managing a business. The use of technology and its constant improvement should be among the primary goals of the company (Gubova, 2020). The rapid pace of technological advancement forces organizations to quickly adapt to innovations and ensure that employees are adequately prepared to accept and integrate these technologies into their daily activities.

Research problem. What is the significance of information technology for the logistics sector?

Research aim. To determine the development trends of information technologies in the logistics sector and their impact on work results.

Research objectives:

- present the importance of IT in the logistics sector from a theoretical perspective;
- describe the research methodology;
- investigate employees' opinions on the impact of IT on the work environment.

Research methods. Analysis of scientific literature, quantitative research (questionnaire survey), descriptive and comparative analysis of the research results.

Information technology enables the optimization of transport routes, faster identification of errors, and elimination of efficiency gaps. With the help of modern information technologies, logistics becomes easier to manage, safer, and more efficient. Observing industry development, it is evident that new technologies significantly improve work outcomes. The automation of processes, digitization, the Internet of Things (IoT), DIIF technologies, Blockchain technology, and artificial intelligence have clearly accelerated processes multiple times. Today's business environment is constantly changing, and new technologies and tools have become an integral part of daily operations. It is crucial for employees to be skilled and ready to use these innovations to remain productive and competitive in the market. Investing in technology is a critical factor in ensuring a company's growth and success in the modern business environment.

The information technologies applied in a company are closely related to and essential for improving work results and maintaining leadership in a highly competitive market. The research also showed that the logistics business must keep pace with artificial intelligence tools in its processes. Company employees understand the importance and contribution of information technologies to the organization. The research highlighted a problem: although employees easily adapt to technological innovations, they lack training in this area. It is imperative to include all employees in the processes and provide continuous training since business success is achieved through the workforce – the team is the secret to a company's success.

Kuliešienė, L., Kozlovskij, V. (2025). Informacinių technologijų įtaka darbo rezultatams logistikos įmonėje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 138-144, ISSN 2669-221X

NEKILNOJAMOJO TURTO RINKOS POKYČIAI EKONOMINIŲ ŠOKŲ KONTEKSTE: LIETUVOS ATVEJIS

Akvilė Sipavičiūtė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
akvsip@ktu.lt

Konsultavo dr. Vaida Pilinkienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
vaida.pilinkiene@ktu.lt

IVADAS

Per pastaruosius kelerius metus yra įvykę keli ekonominiai šokai, paveikę Lietuvos nekilnojamojo turto (toliau – NT) rinką: COVID-19 pandemija ir Rusijos karas su Ukraina. NT rinka yra svarbus elementas, prisidedantis prie šalies ekonomikos klestėjimo, nes pritraukia daug ne tik vietinių, bet ir užsienio investuotojų. NT rinka yra atvira visiems – nuo paprastų gyventojų iki aukščiausio lygio profesionalų. Sprendžiant, ar verta investuoti savo laiką ir pinigus į šią rinką, būtina atsakyti į daugybę svarbių klausimų: kur yra turtas, koks investicijos tikslas ir kokiomis sąlygomis tai galima įgyvendinti, todėl to ypatingą reikšmę įgyja NT rinkos aplinkos pažinimas. Nepaisant to, kad investicijos į NT gali būti itin pelningos, ši rinka yra jautri įvairiems ekonominiams šokams. Tokie pokyčiai, net ir nedideli, gali turėti reikšmingą poveikį tiek investuotojams, tiek turto savininkams. Kiekvienas rinkos svyravimas paveikia ne tik pavienius dalyvius, bet ir šimtus tūkstančių ar net milijonus žmonių. Šiame straipsnyje siekiama išanalizuoti, kokią įtaką ekonominiai šokai gali turėti Lietuvos NT rinkai, kokiais veiksniais galima stabilizuoti šią rinką ar kaip padaryti ją atsparesnę ekonominiams šokams.

Svarbu paminėti, kad jau atlikti keli tyrimai šia tema, tačiau juose išsamiai išnagrinėtos ne visos sritys. 2020 m. Kauno technologijos universiteto mokslininkai išleido mokslo studiją „Nekilnojamojo turto rinkos pokyčiai ekonomikos šoko kontekste: Lietuvos atvejis“. Šioje studijoje analizuojami rinkos pokyčiai COVID-19 pandemijos metu. Taip pat 2021 m. atliktas tyrimas apie Lietuvos NT rinkos perkaitimą COVID-19 pandemijos fone. Matomas išsamių analizių, susijusių su NT rinkos stabilizavimu ir atsparumu, atsižvelgiant į kitus geopolitinius įvykius, trūkumas. Šiame straipsnyje siekiama šią spragą užpildyti.

Problema. Šiuolaikiniame pasaulyje, kuris vystosi vis sparčiau, didėjanti globalizacija, tarptautinė prekyba ir technologijų pažanga lemia ne tik ekonomikos augimą, bet ir didesnę ekonominių šokų dažnį bei poveikį. Šokų gali kilti dėl staigių finansų rinkų svyravimų, geopolitinių įtampų, tiekimo grandinių trikdžių ar technologinių permainų. Nors šie procesai atveria naujų galimybių, jie taip pat sukuria sudėtingą ir rizikingą ekonominę aplinką, kurioje kiekvienas šokas gali turėti plačiai juntamų pasekmių tiek vietiniu, tiek globaliu mastu. NT rinka nuolat auga ir keičiasi, todėl ji tampa labai stipriai veikiamą ekonominių šokų, taigi būtina ieškoti atsakymų į klausimą, kaip ekonominiai šokai veikia Lietuvos NT rinką ir kokie yra galimi rinką stabilizuojantys veiksniai?

Tikslas – išanalizuoti, kaip Lietuvos NT rinka reaguoja į ekonominius šokus ir kokie veiksniai gali mažinti šių šokų poveikį.

Uždaviniai:

- išsiaiškinti, kaip NT rinka siejasi su ekonominiu šoku;
- išanalizuoti, kaip ekonominiai šokai gali paveikti NT rinkos situaciją Lietuvoje;
- išnagrinėti, kaip buvo paveikta NT rinka Lietuvoje COVID-19 pandemijos laikotarpiu;
- išsiaiškinti, kokie veiksniai daro stipriausią įtaką NT kainoms Lietuvoje;
- įvertinti, kokiais būdais galima stabilizuoti NT rinką ekonominių šokų metu.

Metodai: mokslinės literatūros lyginamoji analizė, statistinių duomenų analizė, grafinė analizė, koreliacinė analizė.

Literatūros apžvalga

Lietuva yra Šiaurės rytų Europos šalis. Tai didžiausia valstybė iš visų trijų Baltijos valstybių (Bater & Misiunas, 2024). Lietuva – viena iš 27 Europos Sąjungos narių, priklausančių ir Šengeno erdvei. Oficiali naudojama valiuta šalyje yra euras, tad Lietuva yra ir euro zonos dalis (European Union, 2024). Šios šalies ekonomiką, jos konkurencingumą tarptautinėje rinkoje kelia keli skirtingi veiksniai. Pirmasis – Lietuva yra geografinis tiltas tarp Vakarų ir Rytų Europos. Taigi yra labai daug galimybių verslo plėtrai. Antrasis – informacinių technologijų sektoriaus augimas. Lietuva pasižymi plačiai paplitusiu greituoju internetu ir lazeriais (Trup-Balaz, 2024). Dėl palankios ekonomikos atsiranda galimybė didesnei gyventojų paklausai, o tai didina NT paklausą. 2024 m. duomenimis, Lietuvoje gyvena apie 2,85 mln. gyventojų, tad NT rinkos klausimas tikrai yra svarbus (Worldometer, 2024).

NT yra turtas, kurį sudaro žemė ir ant tos žemės esančios konstrukcijos ar priedai (gyvenamieji namai, ūkiniai pastatai ir kt.) (Chen, 2024). NT gali turėti kelias skirtingas paskirtis: gyvenamosios, komercinės, pramoninės, žemės arba specialiosios paskirties (CFI, 2024). NT rinkos paklausa labai stipriai priklauso nuo gyventojų skaičiaus – kuo daugiau gyventojų, tuo daugiau yra reikalingo NT. Tai taip pat yra vienas iš svarbiausių investicijos kanalų, ypač pritraukiantis labai daug užsienio investicijų (Ngoc et al., 2022). Lietuvoje NT rinka sudaro gana didelę dalį visos šalies bendrojo vidaus produkto (BVP), tad labai svarbu suprasti, kokie veiksniai daro įtaką ir stabilizuoja šios rinkos pokyčius ekonominių šokų metu.

NT rinkos plėtra ypač svarbi, siekiant padidinti ekonominį atsparumą (Cournède et al., 2019). Plečiantis NT statybai ir didėjant poreikiui, daugėja ir darbo vietų, taip pat yra skatinamos investicijos, o tai stiprina šalies finansinį sektorių. NT rinka suteikia galimybę šaliai sumažinti savo priklausomybę nuo kitų sektorių, pavyzdžiui, eksporto ar gamybos. Tai suteikia daugiau stabilumo valstybei ir didina atsparumą. Labai svarbu pabrėžti, kad patraukli ir tinkamai reguliuojama NT rinka gali užtikrinti ekonominį stabilumą šokų metu. Jei ši rinka gerai išvystyta, ji išlaiko investicinį patrauklumą net esant sudėtingoms ekonominėms sąlygoms.

Reed (2023) ekonominius šokus apibūdina kaip nenuspėjamus (nenumatomus) įvykius, turinčius poveikį skirtingiems makroekonominiams rodikliams. Mokslininkė išskiria keturias pagrindines ekonominių šokų savybes: tai turi būti trumpalaikis (vienkartinis), didelio masto, netikėtas ir egzogeninis įvykis. Taip pat išskiriami ir keli skirtingi šokų tipai: pasiūlos, paklausos, finansiniai, politiniai ir technologiniai. Siekiant užtikrinti kuo mažesnę ekonominių šokų poveikį ekonomikai, galima imtis tokių veiksmų, kaip išteklių užtikrinimas, planavimas, resursų kontrolė, informacijos sklaida (Pilinkienė et al., 2020).

Ekonominiai šokai gali labai stipriai paveikti NT rinką Lietuvoje. Išskiriami šie pagrindiniai veiksniai: palūkanų normų, nedarbo lygio, valstybės politikos, vartotojų pasitikėjimo ir investavimo pokyčiai (GSquare, 2024). Dėl ekonominių šokų svyruoja NT kainos, atsiranda problemų, siekiant užpildyti nuomojamą NT (dėl kainų augimo). Tačiau krizių metu gali išaugti investicijos į NT rinką, nes ji yra gana stabili, palyginti su kitomis rinkomis (Perlman, 2020). Taigi, siekiant minimizuoti ir stabilizuoti rinkos pokyčius ekonominių šokų metu, išskiriami keturi pagrindiniai veiksniai: valstybės politika, bankų veikla, informacija investuotojams, tarptautinė parama.

Tyrimo metodologija

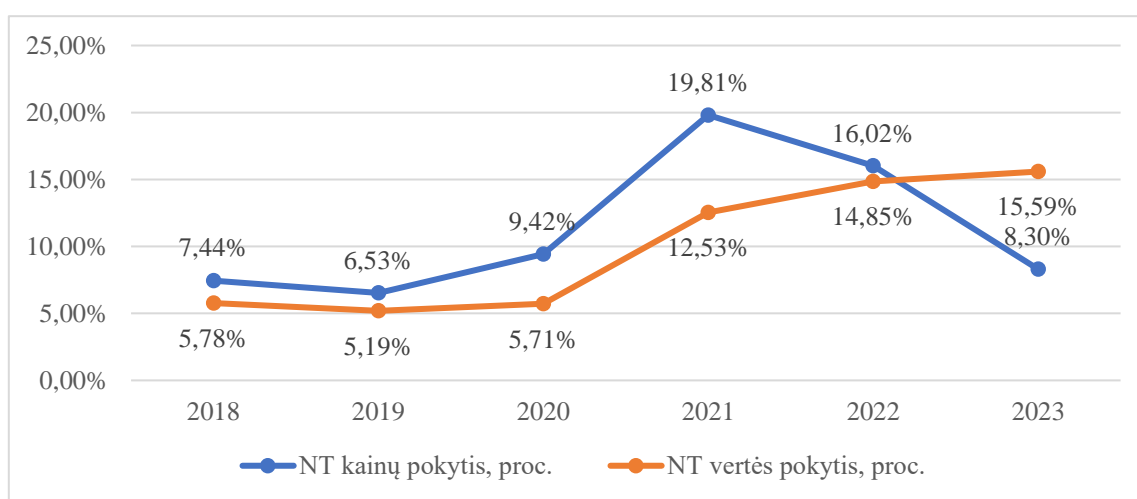
Sąsajai tarp ekonominių šokų ir NT rinkos ištirti pasirinkta analizuoti šiuos rodiklius: NT kainos, NT vertė, BVP, investicijos į kelių infrastruktūrą, palūkanų norma, paskolų būstui pokyčiai. Visi šie rodikliai svarbūs siekiant atskleisti NT rinkos jautrumą ekonominiams šokams. Tyrimui naudoti Lietuvos duomenys nuo 2018 m. iki 2023 m., t. y. prieš COVID-19 pandemiją, per šią pandemiją ir jai pasibaigus. Siekiant identifikuoti ekonominius šokus, pasirinkta remtis nedarbo lygio ir BVP rodiklių pokyčiais. Jie atrinkti remiantis mokslinės literatūros analize ir ekonominio šoko apibrėžimais. Tyrime analizuojamos NT rinkos tendencijos. Žvelgiama, kaip keitėsi NT rinkos vertė ir kainos. Taip pat siekiama išsiaiškinti, kaip kito paskolų apimtys (kiekis), atsižvelgiant

į infrastruktūros investicijas ir palūkanų normos pokyčius. Vertinant šių rodiklių tarpusavio sąsajas, siekiama identifikuoti veiksniai, kurie daugiausiai daro įtaką NT rinkos stabilumui.

Tyrimui atlikti naudota statistinė rodiklių analizė, siekiant palyginti situaciją Lietuvoje analizuojamu laikotarpiu, ir sukurta Pirsono koreliacija tarp analizuojamų kintamųjų. Koreliacija naudojama nustatyti, kiek stipriai ir kaip susiję analizuojami kintamieji. Šis metodas leidžia nustatyti tik ryšį tarp kintamųjų, o ne priežastingumą, todėl gautų rezultatų interpretacija papildyta statistine ir mokslinės literatūros analize. Duomenys parengti pagal šias duomenų bazines: *Bloomberg*, *Statista*, *OECD*, *World Bank*, *Trading Economics* ir *Lietuvos bankas* (2024). Tyrimas pagrįstas skirtingais duomenų šaltiniais, tai užtikrina išsamias ir patikimas išvagas.

Tyrimo rezultatai

Siekiant suprasti, kaip ekonominiai šokai veikia NT rinką, svarbu išnagrinėti, kaip kito šios rinkos situacija Lietuvoje. Svarbiausia apžvelgti kainos ir vertės pokyčius analizuojamu laikotarpiu (žr. 1 pav.).



1 pav. NT rinkos kainos ir vertės pokyčiai Lietuvoje analizuojamu laikotarpiu

Šaltinis: sudaryta remiantis „Bloomberg“ ir „Statista“ duomenimis (2024)

Iš 1 pav. matyti, kad NT kainos nuo 2018 m. iki 2020 m. kasmet išaugdavo iki 10 proc. Po COVID-19 pandemijos kainos išaugo beveik 20 proc., tačiau vėlesniu laikotarpiu vėl pastebimas mažesnis kainų augimas. Kainų augimą COVID-19 laikotarpiu galėjo lemti didesnė paklausa (dėl imigracijos), palūkanų norma ir sustojusi statyba dėl pandemijos laikotarpiu taikytų ribojimų. NT tapo ypač paklausus dėl nuotolinio darbo. Daugelis asmenų pradėjo dirbti iš namų, tad jie siekė įsigyti patogesnę gyvenamąją vietą dirbti. Tačiau toks staigus kainų augimas galėjo neigiamai paveikti NT rinką – ji galėjo tapti sunkiau prieinama gyventojams, kuriuos pandemija stipriai paveikė, tačiau jie vis tiek siekė įsigyti NT. Analizuojant Lietuvos NT vertės pokyčius, matyti, kad nuo 2018 m. iki 2020 m. vertė augo maždaug po 5 proc. Pandemijai pasibaigus, vertė pradėjo labai sparčiai didėti, o 2023 m., palyginti su 2022 m., jos augimas siekė beveik 16 proc. Taigi svarbu išsiaiškinti, kas turėjo įtakos kainų mažėjimams po pandemijos ir NT rinkos vertės augimui tuo pačiu laikotarpiu. Siekiant išsiaiškinti, kaip NT kainų augimas veikė Lietuvos gyventojus, reikia išanalizuoti, kokia buvo situacija, susijusi su nedarbo ir pajamų lygiais (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Nedarbo ir pajamų lygio pokyčiai Lietuvoje analizuojamu laikotarpiu

Metai	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nedarbo lygio pokytis, proc.	-9,99	7,21	43,54	-23,57	-6,13	20,93
Pajamų lygio pokytis, proc.	10,02	40,09	9,56	11,17	13,19	12,21

Šaltinis: sudaryta remiantis „Bloomberg“ ir „Statista“ duomenimis (2024)

Iš 1 lentelės matyti, kad 2020 m., kai įvyko ekonominis šokas, nedarbo lygis išaugo beveik 44 proc., palyginti su praėjusiais metais. Tai lėmė faktas, kad buvo uždaromi įvairūs verslai, sulėtėjo ekonomika. Tais pačiais metais vidutinis metinis pajamų lygis išaugo tik apie 10 proc. Faktą, kad pajamų lygis nemažėjo, lėmė įvairios valstybės suteiktos paramos priemonės. Žinoma, kad tais metais NT kainos išaugo daugiau negu praėjusiais laikotarpiais. Augimas siekė apie 10 proc., o kitais metais (2021) kainos išaugo beveik 20 proc. Galima teigti, kad pandemijos metais, kai stipriai išaugo bedarbių lygis ir nebuvo stebima vidutinių pajamų ženklus augimo, daugelis asmenų negalėjo sau leisti taupyti pinigų NT ar laisvai jį įsigyti. Todėl būtina ieškoti priemonių, padedančių tokioje situacijoje atsidūrusiems asmenims lengviau įsigyti NT. Suteikiant didesnę stabilumą gyventojams, galima prisidėti prie rinkos stabilizavimo.

NT vertei ir kainoms stabilizuoti įtakos turi vyriausybės politika ir bankų veikla. Vienas svarbiausių vyriausybės politikos uždavinių – investicijos į infrastruktūrą, o bankų – palūkanų normos reguliavimas. Kalbant apie investicijas į infrastruktūrą, svarbu paminėti, kad Lietuvos bendrasis vidaus produktas (BVP) kasmet augo. Analizuojamu laikotarpiu šis rodiklis išaugo nuo 48,23 iki 70,98 mlrd. Eur (World Bank, 2024). Kaip vieną iš svarbiausių investicijų į infrastruktūrą rūšių galima išskirti kelius – kuo geresnis privažiavimas prie NT, tuo jis tampa patrauklesnis. Lietuvoje investicijos į kelius svyravo kasmet nuo 325 iki 466 mln. Eur (OECD, 2024). Daugiausia lėšų buvo skirta 2020 m., taip buvo siekiama sukurti patrauklesnę rinką. Žinant šią informaciją, reikia išanalizuoti, kiek nuo Lietuvos BVP kasmet buvo skiriama investicijoms į infrastruktūrą, taip pat kokia buvo palūkanų normos situacija analizuojamu laikotarpiu (žr. 2 lentelę).

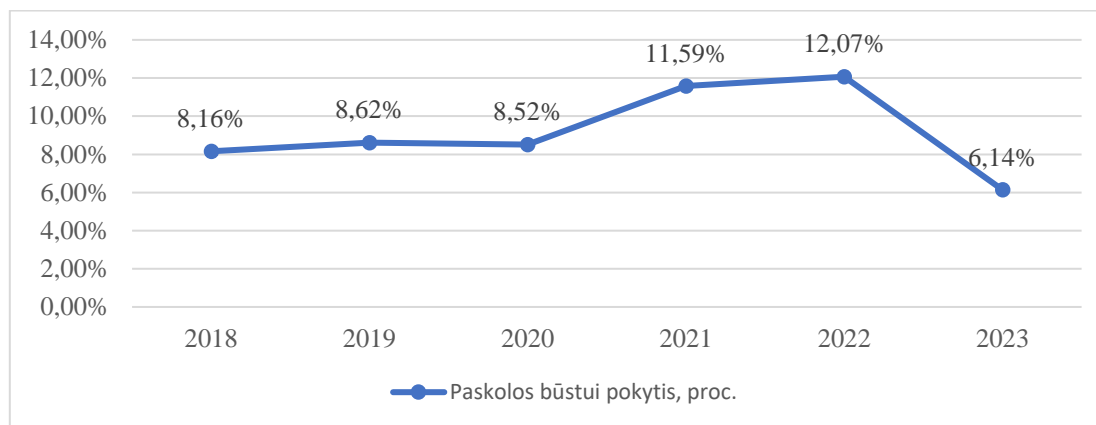
2 lentelė. Investicijos į infrastruktūrą ir palūkanų norma Lietuvoje analizuojamu laikotarpiu

Rodiklis / Metai	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nuo BVP skiriamas procentas investicijoms į infrastruktūrą, proc.	0,67	0,70	0,90	0,71	–	–
Palūkanų norma, proc.	0	0	0	0	2,50	4,50

Šaltinis: sudaryta remiantis „World Bank“, OECD ir „Trading Economics“ duomenimis (2024)

Kaip matyti iš 2 lentelės, Lietuva kasmet skiria apie 0,7 proc. viso savo BVP investicijoms į infrastruktūrą. Pandemijos metais (2020) pastebima, kad investicijos išaugo iki 0,9 proc. Tai galėjo lemti faktą, kad augo ir NT turto vertė. Kuo geresnė infrastruktūra, tuo patrauklesnė rinka. Toks valstybės sprendimas galėjo lemti stabilesnę rinkos situaciją. Žvelgiant į palūkanų normą, matyti, kad ji nuo 2018 m. iki 2021 m. buvo lygi 0 proc. Tokia palūkanų norma buvo siekiama užtikrinti finansinį stabilumą ir likvidumą pandemijos laikotarpiu – siekiama stabilizuoti ekonomiką. Toliau matyti, kad palūkanų norma augo – taip buvo siekiama reaguoti į didėjančią infliaciją euro zonoje. Didinant palūkanų normą, lėtėjo ir NT kainų augimas, nes galimai sumažėjo paklausa. Ateityje ir toliau didinant palūkanų normą, galimai kainos gali pradėti mažėti. Taigi galima teigti, kad ekonominės krizės laikotarpiu svarbu sumažinti palūkanų normas, siekiant sukurti didesnę rinkos paklausą ir padaryti ją labiau prieinamą gyventojams. Tokiu būdu galima stabilizuoti situaciją šalyje. Krizei pasibaigus, svarbu didinti palūkanų normą, siekiant sumažinti rinkos kainas.

Žinant, kad Lietuva skyrė pakankamai daug investicijoms į infrastruktūrą ir buvo gana palanki palūkanų normos situacija pandemijos laikotarpiu, reikia suprasti, kaip visa tai paveikė gyventojų įsigyjamą NT. Toliau pateikta informacija, kaip kito Lietuvoje imamos paskolos būstui įsigyti analizuojamu laikotarpiu (žr. 2 pav.).



2 pav. Paskolos būstui pokytis Lietuvoje analizuojamu laikotarpiu

Šaltinis: sudaryta remiantis Lietuvos banko duomenimis (2024)

Iš 2 pav. matyti, kad nuo 2018 m. iki 2020 m. imamų paskolų skaičius kasmet išaugdavo apie 8 proc. Nuo 2021 m. matyti didesnis augimas, kuris siekė 11,59 proc., o 2022 m. augimas padidėjo net 12,07 proc. Tai galėjo lemti faktas, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu išaugo į Lietuvą sugrįžtančių emigrantų skaičius. Taip pat tam labai didelę įtaką galėjo turėti vyriausybės politika ir jos teikiamos paramos. Pavyzdžiui, pandemijos laikotarpiu buvo teikiama parama jaunos šeimoms, siekiančioms įsigyti pirmąjį būstą. Buvo teikiamos valstybės kompensacijos, kurių dydis svyravo nuo 15 iki 30 proc. Taip siekta palengvinti jaunų šeimų situaciją ir padėti joms lengviau įsigyti NT po šio ekonominio šoko. Palyginus šią informaciją su lentelėje pateiktais duomenimis, matyti, kad valstybės taikoma taktika tikrai padėjo stabilizuoti NT rinką šoko metu. Pradėjus taikyti kompensacijas, smarkiai išaugo imamų paskolų skaičius. Kadangi šiomis kompensacijomis galimai naudojosi į Lietuvą sugrįžę emigrantai, tai tikrai paveikė šokų poveikį NT rinkai į gerąją pusę. Kitais metais vėl pastebimas mažesnis augimas paskoloms būstui, galimai dėl to fakto, kad sumažėjo imigrantų skaičius į Lietuvą. Taip pat buvo padidinta palūkanų norma, o tai sumažino šios rinkos paklausą.

Atlikus analizę ir siekiant pateikti galutines išvadas, svarbu nustatyti, ar straipsnyje išanalizuoti NT rinkos stabilizavimo veiksniai koreliuoja su NT rinkos kainomis. Kaip jau buvo nustatyta, didelę įtaką NT kainoms ir rinkos paklausai turi nuo BVP skiriama dalis investicijoms į infrastruktūrą, todėl svarbu nustatyti, ar egzistuoja ryšys tarp kainos ir BVP. Taip pat, kaip buvo matyti 2 pav., pandemijos laikotarpiu stipriai išaugo imamos paskolos būstui įsigyti. Siekiama nustatyti, ar egzistuoja ryšys tarp didesnių suteikiamų paskolų (paklausos didėjimo) ir NT rinkos kainų augimo. Siekiant gauti norimus atsakymus, sudaryta visų šių rodiklių koreliacija (žr. 3 lentelę).

3 lentelė. Pirsono koreliacija tarp NT kainų, BVP ir paskolos būstui

	NT kaina	BVP	Paskola būstui
NT kaina	1,000000	0,511928	0,846301
BVP	0,511928	1,000000	0,190220
Paskola būstui	0,846301	0,190220	1,000000

3 lentelėje matyti, kad egzistuoja stiprus teigiamas tiesinis ryšys tarp NT kainų ir paskolų būstui. Priklausomybė taip pat tiesioginė. Tai reiškia, kad didesnė paskolų paklausa lemia NT kainų augimą. Kuo didesnė rinkos paklausa, tuo aukštesnės NT kainos. Taigi, siekiant ekonominio šoko metu stabilizuoti rinką, svarbu sukurti palankias sąlygas NT įsigyti. Tam daug įtakos gali turėti palūkanų normų mažinimas ar įvairių paramų (subsidijų) teikimas. Su BVP pastebima vidutinė teigiama koreliacija. Tačiau vis tiek galima teigti, kad BVP augimas gali turėti įtakos NT kainų pokyčiams. Taigi, siekiant sukurti didesnę paklausą ekonominio šoko metu, svarbu investuoti į šalies ekonomikos augimą – BVP didinimą. Tai galima padaryti investuojant į infrastruktūrą arba sudarant kitas palankias sąlygas investicijoms į NT rinką.

IŠVADOS

Išanalizavus, kaip kito NT rinka COVID-19 pandemijos sukulto ekonominio šoko laikotarpiu, darytinos šios išvados:

NT rinka glaudžiai susijusi su ekonominiais šokais, nes jos stabilumas ir augimas padeda mažinti šių šokų poveikį. Gerai išvystyta ir tinkamai reguliuojama NT rinka gali užtikrinti ekonominę atsparumą, skatindama investicijas, kurdama darbo vietas ir stiprindama šalies finansinį stabilumą net esant sudėtingoms ekonominėms sąlygoms. Be to, NT rinka, kaip stabilesnis sektorius, gali tapti patikimu investavimo kanalu krizių metu, o diversifikuojant ekonomiką prisideda prie ilgalaikio stabilumo.

Įvykus ekonominiam šokui Lietuvoje, NT rinka gali būti paveikta keliais skirtingais būdais. Gali staigiai sumažėti arba padidėti paklausa, gali sumažėti rinkos pasiūla. Tai taip pat gali padidinti nedarbingumo lygį ar sumažinti pajamų augimą, o tai gali sukelti problemų NT rinkoje, nes mažiau asmenų bus pajėgūs įsigyti NT.

COVID-19 pandemijos laikotarpiu išaugo NT kainos, vertė ir paklausa – buvo imama daugiau paskolų, siekiant įsigyti būstą. Galima teigti, kad NT rinka Lietuvoje nebuvo stipriai neigiamai paveikta dėl įvairių veiksmų, kurių ėmėsi vyriausybė, bankai.

Labai stiprų ryšį su NT kainomis turi paskolos būstui. Kuo daugiau paskolų imama būstui įsigyti, tuo aukštesnės yra NT kainos. Kainos auga, nes didėja paklausa būstui įsigyti. Taip pat NT kainos turi vidutinį ryšį su BVP. Tad, gerėjant ekonominei situacijai Lietuvoje, gali išaugti ir kainos.

NT rinką svarbu stabilizuoti naudojant įvairias vyriausybės politikos priemones, pasitelkiant bankus ir gerinant šalies ekonominę situaciją. Svarbu sukurti palankias sąlygas asmenims įsigyti NT – tai galima padaryti įvairiomis subsidijomis, kompensacijomis, investavimu į infrastruktūrą. Taip pat pagal situaciją šalyje yra svarbu atitinkamai kontroliuoti palūkanų normą. Siekiant gerinti ekonominę situaciją, svarbu sudaryti palankias sąlygas investuotojams. Kuo daugiau asmenų ekonominių šokų metu investuos į NT, tuo rinka bus stabilesnė.

Literatūros sąrašas

Bater, J., & Misiunas, R. (2024). *Lithuania. Britannica*. <https://www.britannica.com/place/Lithuania/Labour-and-taxation>

CFI Team. (2024). *Real estate. CFI*. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/commercial-real-estate/real-estate/>

Chen, J. (2024). Real estate: definition, types, how to invest in it. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/r/realestate.asp>

Cournède, B., Sakha, S., & Ziemann, V. (2019). Empirical links between housing markets and economic resilience. *OECD. Economics Department Working Papers, 1562*. <https://doi.org/10.1787/aa029083-en>.

European Union. (2024). *Lithuania*. https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/lithuania_en

GSquare. (2024). *Economic factors influencing real estate investments*. <https://www.gsquarehousing.com/economic-factors-influencing-real-estate-investments/>

Ngoc, M. N., Hieu, M. V., & Nguyen, H. (2022). The relevance of factors affecting real estate investment decisions for post pandemic time. *International Journal of Business and Globalization, 1(1)*. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2022.10056378>

Perlman, E. (2020). Real estate. How an economic crisis can impact real estate investing. *Forbes*. <https://www.forbes.com/councils/forbesrealestatecouncil/2020/04/06/how-an-economic-crisis-can-impact-real-estate-investing/>

Pilinkienė, V., Stundžienė, A., Stankevičius, E., & Grybauskas, A. (2020). *Nekilnojamo turto rinkos pokyčiai pokyčiai ekonomikos šoko kontekste: Lietuvos atvejis*. KTU leidykla „Technologija“. <https://doi.org/10.5755/e01.9786090217146>

Reed, E. (2023). Economic shocks: definition and examples. *Smartasset*. <https://smartasset.com/financial-advisor/economic-shock>

Trup-Balazs, C. (2024). Lithuania's leading role in laser technology. *Emerging Europe*. <https://emerging-europe.com/made-in-emerging-europe/lithuanias-leading-role-in-laser-technology/>

SUMMARY

CHANGES IN THE REAL ESTATE MARKET IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SHOCKS: THE CASE OF LITHUANIA

Akvilė Sipavičiūtė

Kaunas University of Technology, Lithuania

akvsip@ktu.lt

Consulted by dr. Vaida Pilinkienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

vaida.pilinkiene@ktu.lt

The article investigates how the Lithuanian real estate market responds to various economic shocks such as the COVID-19 pandemic or Russia's war against Ukraine. It is extremely important to stabilize the real estate market during shocks, because the market contributes a lot to the overall economy state in Lithuania. Even though the real estate market is potential for significant returns, it is very sensitive to external economic influences. Shocks can affect all stakeholders and potentially disrupt the market's balance, which influences thousands to millions of people. The article contains the analysis of academic literature, statistical data analysis, graphical analysis, and correlation analysis. It examines indicators like real estate prices, value, GDP, infrastructure investments, interest rates, and housing loans in Lithuania. The findings show that economic shocks can really influence and change the real estate market in many ways. It can alter the demand, supply, income and employment conditions and these last two factors can ultimately affect people's ability to purchase property. Despite the challenges that were thrown during the pandemic, Lithuania's real estate market showed resilience. Real estate prices, values, and demand increased supported by government and banking measures. The key factors that help stabilize and control the market are government policy actions such as investments in infrastructure, compensations, and subsidies encouraging the uptake in housing loans. Other factors include economic incentives, and interest rate control. This promotes the real estate market environment conducive to both local and foreign investments, which stabilizes the market. Housing loans strongly correlate with real estate prices – increased borrowing pushes prices up to heightened demand. Real estate prices also show a moderate relationship with GDP, so prices can grow if the economic conditions improve. All in all, enhancing market stability during an economic downturn relies on encouraging people's investment in real estate. The more favourable the real estate environment, the higher the chances that it will be easier to stabilize during economic shocks.

Sipavičiūtė, A., Pilinkienė, V. (2025). Nekilnojamojo turto rinkos pokyčiai ekonominių šokų kontekste: Lietuvos atvejis. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 145-151, ISSN 2669-221X

LIETUVOS JAUNIMO POLITINIO ABEJINGUMO FENOMENAS: STRUKTŪRINIAI IR KULTŪRINIAI VEIKSNIAI

Gerda Juzvaitė, Viktorija Žuravlio, Indrė Nugarytė

Vilniaus kolegija, Lietuva

gerda.juzvaite@stud.viko.lt; viktorija.zuravlio@stud.viko.lt; indre.nugaryte@stud.viko.lt

Konsultavo Valdas Dambra

Vilniaus kolegija, Lietuva

v.dambra@vuf.viko.lt

IVADAS

Politinio abejingumo fenomenas – plačiai diskutuojama problema, su kuria susiduria vis daugiau valstybių. Šis reiškinys aktualus ir Lietuvoje, ypač kalbant apie jaunimą.

Jauni asmenys mūsų visuomenėje traktuojami kaip viena iš pažeidžiamiausių grupių (Šukvietienė & Šilalienė, 2023). Ši amžiaus grupė, turinti potencialo ne tik formuoti ateities politinę dinamiką, bet ir dalyvauti esamuose politiniuose pokyčiuose, dažnai atvejais susiduria su įvairiomis kliūtimis, kurios lemia nusivylimą ir pasyvumą. Jaunų asmenų politinės diskusijos, dalyvavimas rinkimuose ar pilietinės veiklos išlieka santykinai žemos, o politinis susidomėjimas nepaiso giluminių aspektų arba politika vertinama skeptiškai.

Nacionalinės jaunimo politikos 2023–2027 m. veiksmų plane nurodoma, kad jaunų asmenų neigiamas požiūris į politiką stiprėja, todėl jaunuoliai vis dažniau išreiškia savo abejingumą politiniam gyvenimui (Dėl Nacionalinės jaunimo politikos 2023–2027 metų veiksmų plano patvirtinimo, 2023).

Politinio abejingumo priežastys yra kompleksinės. Neretai jos susijusios su struktūriniais ir kultūriniais veiksniais. Struktūriniai veiksniai apima ekonominę ir socialinę padėtį, kartu ir švietimo sistemos trūkumus bei nepasitikėjimą institucijomis. Švietimo institucijos siekia ugdyti pilietinį sąmoningumą, tačiau dažnai atvejais nėra pakankamai akcentuojamas kritinis mąstymas ir aktyvus dalyvavimas demokratinuose procesuose (Šukvietienė & Šilalienė, 2023).

Ekonominė ir socialinė padėtis verčia jauną žmogų telkti dėmesį į asmenines ir profesines ambicijas, paliekant politinį gyvenimą kaip antraplanį. Vis dėlto politinis abejingumas neapsiriboja tik struktūriniais veiksniais. Didelę įtaką jaunų žmonių ideologijai turi kultūriniai veiksniai. Šie veiksniai, tokie kaip šeimos ir aplinkinių įtaka, socialinės medijos ir vertybių suvokimas, yra labai svarbūs jaunimo požiūriui į politiką formuoti (Diržinskaitė, 2018).

Šiuolaikinė jaunimo karta užaugo technologijų ir informacijos amžiuje, todėl linkusi rinktis greitą ir dažnai paviršutinišką informaciją ir jos šaltinius. Visa tai mažina pasitikėjimą tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis ir politikais. Sukuriama aplinka, kurioje vertę įgyja neformali informacija ir kitų nuomonės, o politinis aktyvumas tampa mažiau aktualus. Dėl šių veiksnių jaunimo nuomonė apie politiką formuojama veikiant ne tik struktūrinėms, bet ir kultūrinėms sąlygoms.

Taigi, suvokus minėtus struktūrinius ir kultūrinius veiksnius, galima plačiau suprasti jų poveikį jaunimo politiniam abejingumui.

Straipsnio problema – kokie struktūriniai ir kultūriniai veiksniai lemia Lietuvos jaunimo politinio abejingumo fenomeną?

Darbo tikslas – išanalizuoti, kokie struktūriniai ir kultūriniai veiksniai lemia Lietuvos jaunimo politinį abejingumą.

Darbo uždaviniai:

- atlikti mokslinės literatūros analizę, susijusią su nagrinėjama tema;
- išanalizuoti Lietuvos jaunimo politinio abejingumo struktūrinius ir kultūrinius veiksnius;

- įvertinti tyrimo dalyvių požiūrį į politinį abejingumą.

Metodai. Taikytas analitinis aprašomasis metodas. Atlikta mokslinės literatūros analizė nagrinėjama tema. Analizei atlikti taikytas kiekybinis tyrimų metodas ir statistinis metodas.

Lietuvos jaunimo politinis abejingumas

Lietuvos jaunimo politinis abejingumas – gili kultūrinė problema, atskleidžianti platesnį visuomenės moralinį kontekstą. Dažniausiai nėra dalyvaujama politiniame gyvenime ir nėra rodomas susidomėjimas svarbiais visuomenės klausimais (Maknisevičius, 2023). Politinio abejingumo ištakos siekia seniausius laikus, kai didieji mąstytojai ir filosofai pirmą kartą pradėjo kalbėti apie politikos ir pilietinės atsakomybės sampratą. Senovės graikų filosofas Aristotelis yra pasakęs, kad „žmogus yra pilietinis gyvūnas“. Tai reiškia, kad žmonės natūraliai kuria politines bendruomenes ir dalyvauja politiniame gyvenime (Duignan, 2018). Aristotelis taip pat pabrėžė ir vertino piliečių įsitraukimą kaip demokratinės valstybės būtinybę, akcentuodamas, kad politinė bendruomenė gali egzistuoti tik tada, kai žmonės yra įsitraukę į visuomenės veiklą ir prisiima atsakomybę už valstybės ateitį (Tsouni, 2019).

Taigi jau nuo senų laikų politinis dalyvavimas turėjo vertę kaip pagrindinis demokratijos komponentas. Bėgant amžiams, pilietinės atsakomybės ir politinio dalyvavimo svarba išliko, tačiau šis reiškinys tapo vis didesniu iššūkiu tiek piliečiams, tiek valstybėms. Kaip teigia Gudonytė (2023), „politinis dalyvavimas yra svarbi ir reikšminga užduotis valstybėse“ (p. 4). Demokratinis šalies valdymas neįmanomas be piliečių daugumos sprendimo politiniuose procesuose, todėl visų Lietuvos piliečių dalyvavimas ir įsitraukimas yra būtini ir neišvengiami aspektai, norint užtikrinti tinkamą demokratijos standartą (Maknisevičius, 2023).

Bėgant metams, Lietuvoje atsirado abejingumas valstybės santvarkai ir jaunų piliečių įsitraukimui. Daugelis žmonių, ypač jaunimas, atsiribojo nuo valstybės reikalų, referendumų ir kitų su politika susijusių procesų, nes tai jiems tapo svetima.

Viena iš fundamentalių priežasčių, skatinančių jaunimo politinį apolitiškumą Lietuvoje, yra giluminis nediskretiškumas vykdomajai valdžiai, ypač Seimui. Taip pat minėtinas menkas politikos svarbos pajautimas. Dažnai jaunimas jaučia, kad jų balsas lieka neišgirstas ir išmestas į politinį užribį. Toks nusivylimas atskleidžia politinės sistemos silpnąją pusę ir pilietinės dvasios krizę, kai žmogus savo valstybėje jaučiasi svetimas ir atsisako dalyvauti priimant svarbius sprendimus. Taigi jaunimas, kuriems politiniai procesai atrodo svetimi, nutolę ir mažai susiję su jų kasdieniu gyvenimu, išgyvena egzistencinę atskirtį nuo valstybės, jie nesijaučia nei matomi, nei girdimi, nelaiko savęs visaverčiais valstybės kūrėjais (Zdanytė, 2023).

Kaip teigia Vilniaus universiteto Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto politologė Ieva Petronytė-Urbonavičienė, „jaunimas sudaro ne pačią didžiausią, bet reikšmingą visuomenės dalį. Tačiau politikai mažai domisi jaunais žmonėmis, paprastai jie nėra laikomi potencialia rinkėjų grupe, į kurią yra taikoma jų strateginė komunikacija. Todėl gana dažnai jaunų žmonių interesai valstybėje lieka neatstovaujami“ (VU naujienos, 2024).

Taigi jaunimo politinį abejingumą galima analizuoti ne tik kaip pasyvumo vyksmą, bet kaip sudėtingą reiškinį, kuris atspindi Lietuvos jaunimo bendrąją sąmonės būseną ir šių individų moralinį kraštovaizdį.

Lietuvos jaunimo politinio abejingumo struktūriniai veiksniai

Jaunų asmenų elgesys ir pasaulėžiūra nėra homogeniški. Vieni jaunuoliai abejingi politiniams veiksams, kiti gali aktyviai dalyvauti visuomenės politinėje veikloje. Tai priklauso nuo įvairių struktūrinių veiksnių, lemiančių jaunų asmenų politinę elgseną politiniuose procesuose.

Jaunimo politinis abejingumas Lietuvoje glaudžiai susijęs su nesaugumo jausmu ir išgyvenimu dėl karjeros, švietimo sistemos ir finansinės padėties. Jauni asmenys, susidurdami su įvairiais iššūkiais, trukdančiais pasiekti asmeninių laimėjimų, vis labiau atsitraukia nuo politikos procesų.

Jaunimo politinio aktyvumo analizė atskleidžia įvairias tendencijas ir išvalgas. Viena iš jų – pasitikėjimas savimi. Gali atrodyti, kad šis veiksnys svarbus įvairiose gyvenimo srityse, tačiau jis neturi fundamentalios reikšmės politiniam aktyvumui. Jauniems žmonėms nepakanka vidinio pasitikėjimo, jiems reikia gilesnio ryšio su visuomene, taip pat įtakos, kurią gali jausti iš valstybės institucijų (Zdanytė, 2024).

Jauni asmenys, nepasitikėdami valdžia, skeptiškai vertina jos darbą ir demokratines vertybes. Politinių valdžios lyderių daugumai nesutariant dėl svarbių klausimų, kyla dar daugiau abejonių valdžios institucijomis. Vis dėlto jauni asmenys, kuriems svarbu politikų patikimumas, turi daug potencialo susidomėti politika. Tai reiškia, kad politikai, kurių veikla veikia sąžiningumo principais ir yra veiksminga, galėtų paskatinti jaunas žmones domėtis politika ir įsitraukti į politinį šalies gyvenimą (Diržinskaitė, 2018). Siekiant išvengti neigiamų pasekmių, svarbu suvokti, kad tik aktyvus visuomenės dalyvavimas gali padėti užtikrinti žmonių teises, teisingumą ir lygybę valstybėje (Juškaitė, 2021).

Jauno žmogaus įsitraukimui į politinį gyvenimą formuoti labai svarbi švietimo sistema. Laikas, leidžiamas formaliojoje švietimo aplinkoje, jauniems asmenims padeda ugdyti(s) gebėjimą kritiškai mąstyti ir suvokti politinius procesus bei tinkamai priimti sprendimus. Ilgesnės ir kokybiškesnės švietimo sistemų programos apie politiką didina jaunų žmonių aktyvumo sprendžiant politinius klausimus tikimybę ir demokratijos, pilietinių teisių ir atsakomybės už savo valstybę sampratą. Švietimas suteikia žinių formuoti pilietines vertybes, skatinančias jaunimą aktyviai dalyvauti politiniuose procesuose (Kitanov, 2020).

Jaunimas, gaunantis didesnes pajamas, labiau linkęs įsitraukti į politinius veiksmus. Dalyvauti politinėje veikloje labiau linkę ir jauni žmonės, kurių šeimos turi aukštesnį socioekonominį statusą. Turimi didesni ištekliai ir didesnės galimybės leidžia skirti daugiau laiko domėtis politika. Be to, didesnės pajamos ir geresnė ekonominė padėtis prisideda prie subjektyvios gerovės jausmo. Vis dėlto dirbantys žmonės, kurių ekonominė padėtis neleidžia jaustis visavertiškai, taip pat gali domėtis politika ir ieškoti palankių jiems politinių sprendimų, kurie suteiktų galimybę pagerinti gyvenimo sąlygas ir atkurti egzistencinę vertę (Diržinskaitė, 2018).

Šiuolaikinio jaunimo gyvenimo tempas labai intensyvus, todėl papildomas dalyvavimas bet kokioje kitoje visuomenės veikloje, pavyzdžiui, politikoje, reikalauja laiko resursų. Jauni asmenys dar nėra susitvarkę savo gyvenimo, nėra baigę studijų, nepasiekę karjeros, nesukūrę šeimos ir t. t. Tai taip pat lemia politinį pasyvumą (Maknisevičius, 2023).

Tiriant jaunų asmenų politinį abejingumą, svarbu atsižvelgti ir į rinkiminį aktyvumą. Tai gali atskleisti reikšmingus tendencijų pokyčius. 2024 m. Respublikos Prezidento rinkimai išsiskyrė rekordišku jaunimo balsų skaičiumi. Pirmame ture balsavo net 49,05 proc. jaunimo nuo 18 iki 29 m., o tai didžiausias rinkimų rezultatas, palyginus visus rinkimus nuo 2011 m. Šis rezultatas rodo augantį jaunimo įsitraukimą į politikos procesus ir susidomėjimą rinkimais (Marcinkevičiūtė, 2024). Vis dėlto 2024 m. Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų pirmojo turo rezultatai nuvylė, nes jaunimo aktyvumas siekė vos 35,69 proc. Šis dėsningumas liudija jaunimo politinio suvokimo pokytį – jauni žmonės daugiau dėmesio skiria tarptautiniams ir globaliems politikos iššūkiams, kuriuos įkūnija Prezidento vaidmuo. Vidaus politika, kurią vykdo Seimas, mažiau svarbi. Galima kelti prielaidą, kad jauni žmonės, kurdami ateitį, labiau linkę orientuotis į išorinius idealus ir atsiriboti nuo šių dienų Lietuvos aktualijų.

Taigi jaunimo politinio abejingumo fenomenas iš esmės susijęs su struktūriniais ir kultūriniais veiksniais, kuriems būdingas nesaugumas ir pasitikėjimo valdžios institucijomis stygius. Tai lemia jaunų žmonių atotrūkį nuo politinių procesų. Vis dėlto socialinė aplinka, švietimas ir tarptautiniai

politikos klausimai gali paskatinti jaunimą aktyviau įsitraukti į politinius sprendimų priėmimų procesus ir į politikos formavimą.

Lietuvos jaunimo politinio abejingumo kultūriniai veiksniai

Jauni žmonės politiką dažnai suvokia kaip demagogiją – nerealistišką pažadų, tuštybės, šalto racionalumo buveinę, kuri jokia būdu negali būti jauno individo dalimi. Šis požiūris neatsirado savaime. Tai ilgalaikė istorinių nusivylimų pasekmė. Politinį abejingumą formuoja daugybė gyvenimo veiksnių. Šiame kontekste svarbūs kultūriniai veiksniai, formuojantys jaunų žmonių politinio gyvenimo ideologiją.

Nagrinėjant jauno žmogaus mąstymą ir jo politinius sprendimus, tikslinga atkreipti dėmesį į veiksnius, kurie lemia minėtus procesus. Kai kurie veiksniai jauną žmogų gali skatinti politiškai mąstyti ir veikti, kiti – priešingai, ši entuziazmą slopina. Artima aplinka, t. y. įvairios diskusijos šeimoje ar su draugais, tampa informacine erdve, kurioje formuojama jauno žmogaus politinė samprata. Būtent čia atsiranda jauno žmogaus supratimas apie politiką ir sprendimus, kurie lemia jo veiksmus už artimos aplinkos ribų (Diržinskaitė, 2018).

Labai svarbi kultūrinė aplinka, kurioje jauni žmonės auga. Artima aplinka padeda jaunam žmogui formuoti savąjį tapatumą (Holbrook, 2020). Jei pokalbiai su šeima ir draugais yra daugiakrypčiai, jie teikia platesnį požiūrį į pasaulį ir jo suvokimą, pavyzdžiui, jaunimui ima rūpėti, kaip sprendžiami politikų svarstomi klausimai. Kitais atvejais, jei šeima ir draugai netinkamai suvokia politiką ir visi šalies politiniai sprendimai jiems atrodo klaidingi, jaunas žmogus politikos kraštovaizdį traktuoja kaip priešišką.

Didelę indoktrinaciją politiniams veiksams kultūriniame kontekste jaunimui turi savanorystė ir socialinės medijos. Kai kurie tyrėjai pabrėžia, kad jauni žmonės susvetimėja dėl demokratinio gyvenimo. Vis dėlto galima manyti, kad jauni asmenys dažnu atveju į politinius įvykius įsitraukia per kitas politinio dalyvavimo formas (Grassi et al., 2024).

Savanorystė, leidžianti aktyviai įsitraukti į spręstinus socialinius klausimus, skatina jaunus žmones daugiau domėtis politika. Minėta veikla formuoja platesnį požiūrį į pasaulį, leidžia empatiškai žvelgti į kitų žmonių problemas ir skatina priimti sprendimus visuomeniniais klausimais. Jaunų žmonių aktyvumas savanoriauti gali padėti jiems įsitraukti ir į politinių procesų veiklas. Tai tampa svarbu, nes galima prisidėti prie visuomenės gyvenimo gerinimo.

Šiandien galimybę tobulinti piliečių ir politikų santykius, kuriant interaktyvų komunikacijos modelį, teikia socialiniai tinklai. Vis dėlto jų efektyvumas priklauso nuo informacijos pateikimo. Svarbu ir tai, kaip piliečiai priima pateikiamą informaciją (Pivoriūtė, 2024).

Socialiniai tinklai suteikia jaunimui lengvesnę prieigą prie norimos informacijos, leidžiančios įsitraukti į politinį gyvenimą. Politinės partijos šiandien vis daugiau dėmesio skiria internetui kaip vienam iš pagrindinių informacijos šaltinių (Kwan, 2022). Socialinėse medijose jauni žmonės dažnai jungiasi į tam tikras grupes, kuriose atranda diskusijų, atitinkančių jų interesus. Šios diskusijos prisideda prie jaunimo politinės sampratos ir nuostatų formavimo, leidžia išskirti, kokios temos ar simboliai turi daugiau reikšmės politiniame gyvenime (Tautvydaitė, 2024).

Kiekvienas žmogus skirtingas, todėl tą pačią informaciją gali suvokti nevienodai. Vienas pateikiamą informaciją gali traktuoti kaip lygių galimybių akcentavimą, kitas – kaip užuominą į diskriminaciją. Svarbu ir tai, kaip informacija pateikiama, nes jaunų žmonių ryšys su politika labai priklauso nuo politikos kultūrinio konteksto, kuriame jaunuoliai veikia. Informacijos forma, jos pateikimo būdas ir daugelis kitų veiksnių gali smarkiai lemti jaunimo įtrauktį į politinį diskursą (Diržinskaitė, 2018).

Kaip teigia Bielinis (2020), „medijos geba silpninti pasitikėjimą politika bei politikais, sukuria abejingumo ir pasimetimo politinių procesų suvokime atmosferą“ (p. 88). Socialinėse medijose jauni

žmonės randa daug patrauklios ir aktualios informacijos, atitinkančios asmeninius interesus. Ši informacija dažniausiai nėra susijusi su valstybės politiniais klausimais.

Lietuvos jaunų žmonių politinis abejingumas glaudžiai susijęs su išsilavinimo lygiu, kuris dažniausiai formuoja platesnį ir gilesnį mąstymą apie įvairius gyvenimo aspektus. Mokymasis atveria jaunam žmogui platesnį pasaulį, kuris kviečia suvokti didesnius gyvenimo procesus. Jauni žmonės, turintys aukštesnį išsilavinimą, dažnu atveju politinius klausimus suvokia kaip labai svarbius. Mažesnį išsilavinimą turintys jauni asmenys dažnai būna nutolę nuo politikos, jiems minėti klausimai atrodo nereikšmingi. Šių valstybės piliečių ideologiją dažniausiai formuoja artima aplinka, kuri neleidžia susikurti platesnio politinio kraštovaizdžio (Diržinskaitė, 2018).

Lietuvos jaunimo politinį abejingumą vertinant remiantis kultūrine problematika, galima teigti, kad jaunų žmonių požiūris atspindi gilesnį ir platesnį vertybinį jaunosios kartos klimatą. Politiką jaunimas neretai suvokia kaip demagogiją. Jauni žmonės nesijaučia suinteresuoti realiais teigiamais pokyčiais, o vidinė šalies politika jiems atrodo svetima.

Taigi Lietuvos jaunimo politinis abejingumas atskleidžia kultūros ir vertybių klimatą, kurį veikia artima aplinka ir socialinės medijos.

Tyrimo metodų pasirinkimas ir taikymas

Tyrimo metodas. Siekiant suvokti Lietuvos jaunimo politinio abejingumo fenomeną, 2024 m. lapkričio 10–22 d. atliktas kiekybinis tyrimas jaunimo politinio aktyvumo tendencijoms ir veiksniams, lemiantiems abejingumą, įvertinti. Tyrimui atlikti taikyta anketinė apklausa. Ši apklausa laikoma viena iš tinkamiausių priemonių tikslinei auditorijai pasiekti. Duomenys rinkti elektroniniu būdu, naudojant anketą, kurią sudarė uždarojo tipo klausimai. Anketą sudarė demografiniai duomenys, politinio aktyvumo vertinimas ir galimos politinio abejingumo priežastys. Duomenų statistinei analizei atlikti taikyta „ManoApklausa.lt“ programinė įranga.

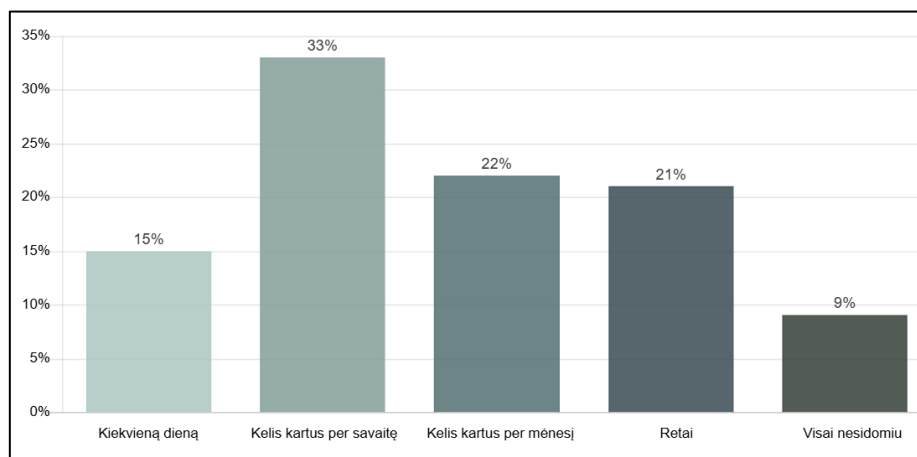
Tiriamųjų imtis. Tyrime dalyvavo 104 respondentai, kurių amžius – 18–29 metai. 40 proc. dalyvavusiųjų apklausoje priklausė 22–26 m. amžiaus grupei, 38 proc. sudarė 18–21 m. amžiaus grupės asmenys, mažiausia procentinė dalis (22 %) – 27–29 m. respondentai. Didžiosios dalies apklaustųjų gyvenamoji vieta – Vilnius (68 %), likusią procentinę dalį sudarė kituose miestuose gyvenantys asmenys.

Tyrimo etika. Prieš atliekant tyrimą, preciziškai apgalvoti etikos aspektai. Laikytasi laisvo apsisprendimo dalyvauti apklausoje. Tyrimo tikslui pasiekti užtikrintas respondentų anonimiškumas ir surinktų duomenų konfidencialumas.

Tyrimo rezultatai

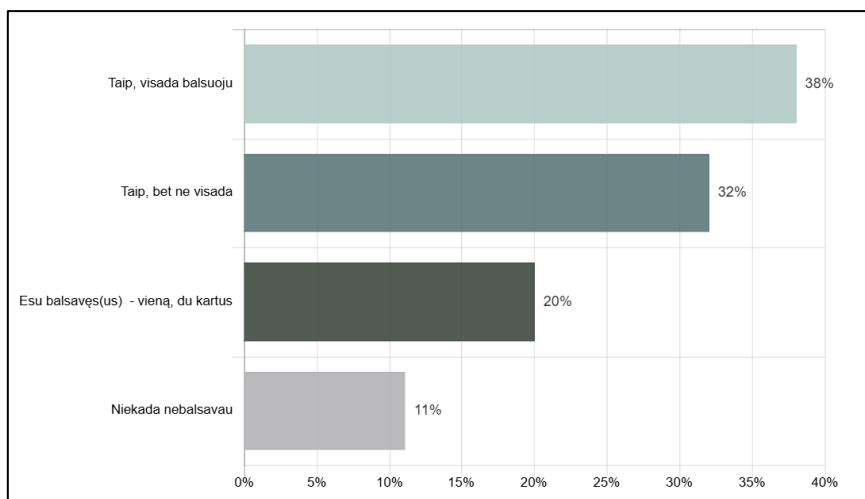
Atliekant tyrimą, nagrinėta, kiek dažnai Lietuvos jaunimas domisi Lietuvos ir pasaulio politinėmis naujienomis. Iš gautų rezultatų matyti (žr. 1 pav.), kad 33 proc. respondentų domisi politinėmis naujienomis kelis kartus per savaitę, 22 proc. – kelis kartus per mėnesį, 21 proc. – retai, 15 proc. – kiekvieną dieną, o 9 proc. politinėmis naujienomis nesidomi visai.

Gauti duomenys rodo, kad didelė dalis jaunų asmenų politinėmis aktualijomis domisi nereguliariai arba retai. Kiekvieną dieną politinėmis aktualijomis besidominčių jaunų asmenų procentinė dalis palyginti nėra didelė. Rezultatai leidžia teigti, kad Lietuvos jaunimo politinis ryšys su visuomenės reikalais silpnėja, kartu mažėja ir domėjimasis politinėmis aktualijomis. Politinės naujienos jauniems žmonėms tampa vis mažiau aktualios.



1 pav. Lietuvos jaunimo (18–29 m.) domėjimosi Lietuvos ir pasaulio politinėmis naujienomis dažnis; proc. (N = 104)

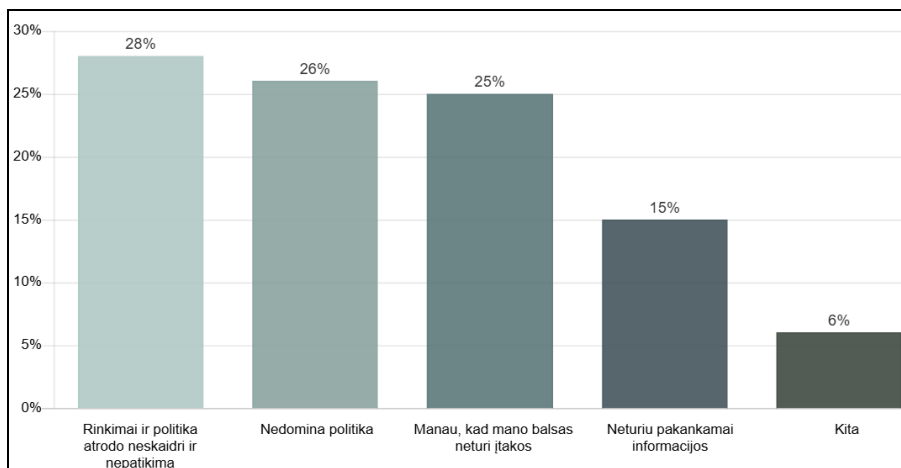
Respondentų prašyta atsakyti, ar jie yra balsavę vietos, Seimo, Prezidento ir Europos Parlamento rinkimuose. Gauti rezultatai atskleidžia (žr. 2 pav.), kad 38 proc. respondentų visada balsuoja visuose rinkimuose. Tai rodo gana didelį jaunimo politinį aktyvumą. 32 proc. respondentų balsuoja, bet ne visada. Pokyčius lemia įvairios aplinkybės. 20 proc. apklaustųjų atsakė, kad yra balsavę vieną ar du kartus. Galima manyti, kad tai respondentai, kurie neseniai įgijo teisę balsuoti rinkimuose arba mažiau aktyvūs politiniame gyvenime. Likusi jaunimo dalis (11 %) niekada nėra balsavę. Tai atspindi tam tikrą politinį pasyvumą politiniams procesams.



2 pav. Lietuvos jaunimo balsavimo rinkimuose įpročių pasiskirstymas; proc. (N = 104)

Gauti rezultatai rodo, kad politinis abejingumas nėra vienalytis. Skirtumai atskleidžia ne tik asmenines nuostatas, bet ir platesnį požiūrį į demokratiją ir jos ateitį. Vieni jauni žmonės balsuoja aktyviai, tačiau kiti lieka šališki, o tai liudija didėjančią politinę atskirtį. Galima teigti, kad bendrasis įsitraukimas priklauso nuo asmeninių motyvų ir aplinkybių, kurios apima tiek struktūrinius, tiek kultūrinius veiksnius.

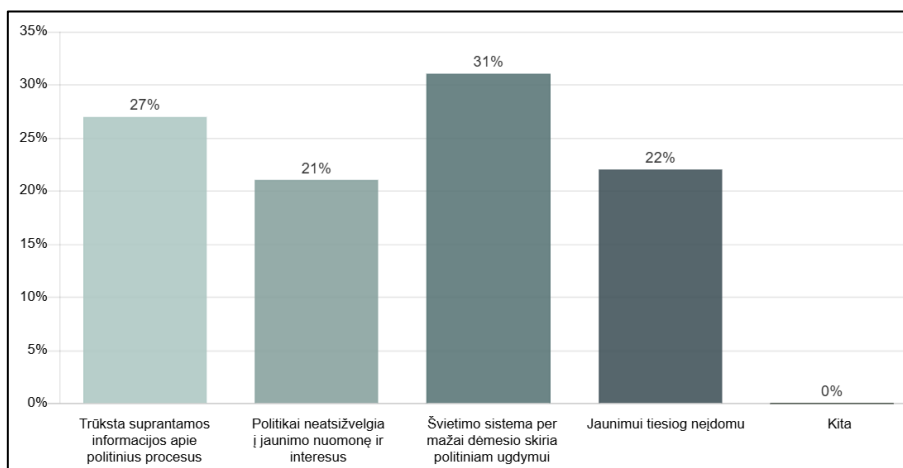
Atliekant tyrimą, analizuota, kodėl jauni žmonės nebalsuoja (žr. 3 pav.). 28 proc. tiriamųjų atsakė, kad rinkimai ir politika jiems atrodo neskaidru ir nepatikima, 26 proc. respondentų politika nedomina, 25 proc. mano, kad jų balsas neturi įtakos, 15 proc. neturi pakankamai informacijos. Likusi apklausoje dalyvavusiųjų dalis (6 %) nurodė kitas priežastis. Viena iš jų – „šiais metais nebuvo ką rinkti, todėl nebalsavau“.



3 pav. Priežastys, lemiančios Lietuvos jaunimo pasyvumą rinkimuose; proc. (N = 104)

Išskirtos priežastys leidžia teigti, kad jaunų asmenų politinis abejingumas yra sudėtingas reiškinys, apimantis tiek asmeninius įsitikinimus, tiek plačiau suprantamas sistemos problemas. Jaunimui politika neatrodo kaip priemonė, veiksminga permainoms, o nepasitikėjimas politinėmis institucijomis suaktyvina nusivylimą ir indiferenciją. Minėtina ir tai, kad kai kurie jauni Lietuvos žmonės gali jaustis ignoruojami ar neįvertinti, nes, kaip teigta apklausoje, jų balsas yra bevertis ir nereikšmingas. Taigi politinį abejingumą skatina nepasitikėjimas sistema ir jausmas, kad jauno žmogaus balsas neturi įtakos pokyčiams.

Atliekant tyrimą, siekta išskirti pagrindines priežastis, lemiančias jaunimo politinį abejingumą. Kaip rodo apklausos rezultatai (žr. 4 pav.), 31 proc. dalyvavusiųjų apklausoje mano, kad švietimo sistema per mažai dėmesio skiria politiniam ugdymui, 27 proc. nurodė, jog trūksta suprantamos informacijos apie politinius procesus. 21 proc. respondentų mano, kad politikai neatsižvelgia į jaunimo nuomonę ir interesus, 22 proc. apklaustųjų nuomone, jaunimui tiesiog neįdomu.

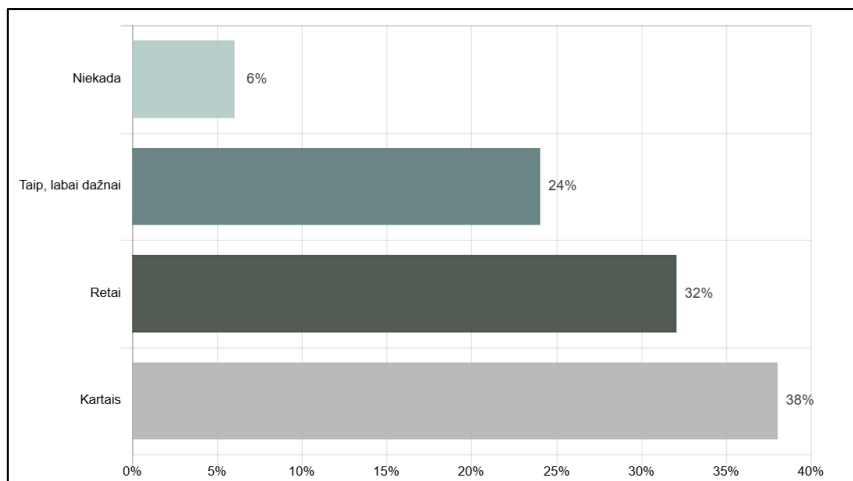


4 pav. Priežastys, lemiančios jaunimo politinį abejingumą; proc. (N = 104)

Apklausos duomenys atskleidžia jaunų žmonių politinio abejingumo priežasčių įvairovę. Minėtos priežastys glaudžiai susijusios su švietimo sistema ir nepasitikėjimu politinėmis institucijomis. Politinio ugdymo trūkumas švietimo sistemoje tampa viena iš pagrindinių kliūčių formuojant jaunimo politinę ideologiją. Kaip teigė Ruzveltas, „tikrasis demokratijos užtikrinimas yra švietimas. Parengti kiekvieną pilietį išmintingai rinktis ir suteikti jam galimybę laisvai rinktis – tai svarbiausios mokyklos funkcijos demokratinėje valstybėje“ (Roosevelt Institute, n. d.).

Taigi galima teigti, kad švietimo reikšmė yra labai svarbi, siekiant kovoti su jaunų individų politiniu abejingumu ir formuojant sąmoningą pilietinę visuomenę.

Svarbu ir tai, kiek dažnai apie politiką kalbama artimoje aplinkoje. Tyrimo rezultatai atskleidė (žr. 5 pav.), kad artimoje aplinkoje apie politiką kalba 38 proc. respondentų. Galima daryti prielaidą, kad Lietuvoje politinės aktualijos nėra nuolatinė pokalbių tema, tačiau ši tema šeimose ar draugų rate kartais plėtojama. 32 proc. dalyvavusiųjų apklausoje retai savo aplinkoje girdi diskusijų apie politiką. Vadinasi, politika domimasi silpniau arba vengiama apie ją kalbėti. 24 proc. dalyvių atsakė, kad politikos temomis kalbama labai dažnai. Tai rodo aukštą domėjimosi politika lygį. 6 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų nurodė, kad pokalbių apie politiką jų artimoje aplinkoje nėra. Vadinasi, šių asmenų artima aplinka politiškai abejinga.



5 pav. Politikos aptarimo artimoje aplinkoje dažnis; proc. (N = 104)

Tyrimo duomenys atskleidžia, kad polinkis kalbėti apie politiką kasdienybėje yra retas reiškinys, bendraujant su draugais ar šeima. Visa tai gali atspindėti tam tikrą kultūrinį aspektą, susijusį su šiuo reiškiniu. Mažas politinių diskusijų dažnis rodo, kad politinis švietimas ir pilietinė atsakomybė neretai lieka nepakankamai akcentuota kasdieniame gyvenime. Tai atsispindi ir šeimos bei draugų vertybėse, tradicijose. Galima manyti, kad minėtą fenomeną gali formuoti šeimos narių ar draugų politinio išsilavinimo lygis.

Apibendrinant galima teigti, kad apklausoje dalyvavusių respondentų politinis abejingumas susijęs su švietimo sistemos trūkumais, retomis diskusijomis apie politiką artimoje aplinkoje ir su politinių sprendimų neaiškumu.

IŠVADOS

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir kitus šaltinius galima teigti, kad jaunimo politinis abejingumas yra kompleksiškas reiškinys, glaudžiai susijęs su struktūriniais ir kultūriniais veiksniais.

Atlikta analizė parodė, kad struktūriniai veiksniai, tokie kaip švietimo sistemos kokybė ir nepasitikėjimas politinėmis institucijomis, stiprina jaunų žmonių atotrūkį nuo politikos, tačiau tinkamos ekonominės ir socialinės aplinkybės gali padėti įsitraukti į politinius procesus. Kita vertus, kultūriniai veiksniai, pavyzdžiui, socialinės medijos, artima aplinka ir šeimos nariai, savanorystė ir tarptautiniai politikos klausimai, gali praplėsti jauno žmogaus pasaulėžiūrą ir paskatinti dalyvauti politiniuose procesuose. Svarbu suvokti, kad šie kultūriniai veiksniai taip pat gali sužadinti jauno žmogaus emocinį ir intelektualinį neatsakingumą.

Remiantis atlikto tyrimo rezultatais galima konstatuoti, kad jaunimo politinio abejingumo priežastys yra ne tik objektyvios, bet ir subjektyvios. Dauguma respondentų atskleidė, kad politinę sritį priima kaip neaktualią ir nutolusią nuo jų kasdienių poreikių. Atsakymai išryškino esmines politinio abejingumo priežastis, kurios susijusios su politikų nepatikimumu. Minėtina ir tai, kad jaunų žmonių interesai ignoruojami, o jų balsas nėra reikšmingas. Dauguma respondentų nurodė ir tai, kad jiems trūksta informacijos apie politinius procesus, o švietimo sistema nesudaro sąlygų geriau suvokti politines vertybes. Apklausoje dalyvių nuomonė atskleidė ne tik struktūrinių ir kultūrinių veiksnių

poveikį, bet ir sistemine problemą, kuri reikalauja išsamesnės analizės, siekiant aktyviau įtraukti jaunus žmones į politinių veiksmų procesus.

Literatūros sąrašas

Bielinis, L. (2020). *Hibridinė komunikacija politikoje*. Vytauto Didžiojo universitetas.

Dėl Nacionalinės jaunimo politikos 2023–2027 metų veiksmų plano patvirtinimo. (2023). Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro 2023 m. liepos 17 d. įsakymas Nr. A1-469. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/50839d5024d911eea0b6cad9848a9596/asr>

Diržinskaitė, A. (2018). Apolitiška karta: kodėl jauniems Lietuvos žmonėms neįdomi politika. *Politologija*, 92(4), 3–28. <https://doi.org/10.15388/Polit.2018.92.1>

Duignan, B. (2018, vasario 14). *Plato and Aristotle: how do they differ?* Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/story/plato-and-aristotle-how-do-they-differ>

Fernández Guzmán Grassi, E., Portos, M., & Felicetti, A. (2024). Young people's attitudes towards democracy and political participation: evidence from a cross-european study. *Government & Opposition*, 59(2), 582–604. <https://doi.org/10.1017/gov.2023.16>

Gudonytė, R. (2023). *Pilietinės visuomenės dalyvavimo valdyme skatinimas* [daktaro disertacija, Mykolo Romerio universitetas]. eLABa. <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:168848540/datastreams/MAIN/content>

Holbrook, K. (2020, spalio 30). *How family and religion influence young adult political views*. BYU Daily Universe. <https://universe.byu.edu/2020/10/30/how-family-and-religion-influence-young-adult-political-views/>

Juškaitė, G. (2021). *Piliečių dalyvavimo, įgyvendinant jaunimo politiką Šilalės rajono savivaldybėje, skatinimas* [magistro darbas, Kauno technologijos universitetas]. <https://epubl.ktu.edu/object/elaba:95882462/>

Kitanova, M. (2019). Youth political participation in the EU: evidence from a cross-national analysis. *Journal of Youth Studies*, 23(7), 819–836. <https://doi.org/10.1080/13676261.2019.1636951>

Kwan, J. Y. (2022). Democracy and active citizenship are not just about the elections: youth civic and political participation during and beyond Singapore's nine-day pandemic election (GE2020). *YOUNG*, 30(3), 247–264. <https://doi.org/10.1177/11033088211059595>

Maknisevičius, P. (2023). *Politinė komunikacija socialiniame tinkle „TikTok“: politikų ir piliečių sąveika* [daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas]. <https://portalcris.vdu.lt/server/api/core/bitstreams/0cdb66ae-6740-4b20-94ba-13fdab36f2de/content>

Marcinkevičiūtė, V. (2024, birželio 8). *Nuo 17 iki 49 procentų: koks jaunimo aktyvumas buvo pastaruosius 13 metų*. Zinukarenu.lt. <https://zinukarenu.lt/blog/39-nuo-17-iki-49-procentu-koks-jaunimo-aktyvumas-buvo-pastaruosius-13-metu>

Marčiulaitytė, D. (2024, spalio 16). *Seimo rinkimų I ture balsavo vos 35,69 % jaunimo: visuomenininkė stojo į jų pusę ir išsakė aštrią nuomonę*. Delfi.lt. <https://www.delfi.lt/kartu/ka-manai/seimo-rinkimu-i-ture-balsavo-vos-35-69-jaunimo-visuomenininke-stojo-i-ju-puse-ir-issake-astria-nuomone-120057391>

Pivoriūtė, M. (2024). *How do I find myself, become successful, financially independent and experience the joys of youth? Experiences of quarter-life crisis among Lithuanian students* [daktaro darbo santrauka, Vilniaus universitetas.]. <https://epublications.vu.lt/object/elaba:195471406/>

Škvietienė, A., & Šilalienė, I. (2023). Analysis of youth empowerment in municipalities of Lithuania. *Socialiniai tyrimai*, 46(1), 53–67. <https://doi.org/10.15388/Soctyr.2022.46.1.3>

Tautvydaitė, G. (2024). *Lietuvos jaunimo požiūris į etnines mažumas Lietuvoje ir jo raiška socialinėse medijose* [bakalauro darbas, Vytauto Didžiojo universitetas]. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/266423>

The Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum. (n. d.). *Roosevelt Institute*. <https://rooseveltinstitute.org/fdr-library/>

Tsoumi, G. (2019). Wise citizens and other arguments for the defense of democracy in Aristotle's politics. *CHS Research Bulletin*, 7. https://research-bulletin.chs.harvard.edu/2019/08/06/report-defense-of-democracy/#_ftn6

VU naujienos. (2024, spalio 2). *Kodėl svarbu, kad jaunimo interesai būtų įtraukti į politikų dienotvarkes?* <https://naujienos.vu.lt/kodel-svarbu-kad-jaunimo-interesai-butu-itraukti-i-politiku-dienotvarkes/>

Zdanytė, G. (2023, lapkričio 29). *Paašškino, kodėl Lietuvoje politikais nusivylę ir jauni žmonės.* Delfi.lt. <https://www.delfi.lt/multimedija/mano-poveikis/paaiskino-kodel-lietuvoje-politikais-nusivyle-ir-jauni-zmones-95214415>

Zdanytė, G. (2024, vasario 2). *This generation is the future of Lithuania, but the degree of its political engagement brings disappointment.* Delfi.lt. <https://www.delfi.lt/en/my-impact/this-generation-is-the-future-of-lithuania-but-the-degree-of-its-political-engagement-brings-disappointment-95847015>

SUMMARY

THE PHENOMENON OF POLITICAL INDIFFERENCE AMONG LITHUANIAN YOUTH: STRUCTURAL, CULTURAL FACTORS

Gerda Juzvaitė, Viktorija Žuravliova, Indrė Nugarytė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

gerda.juzvaite@stud.viko.lt; viktorija.zuravliova@stud.viko.lt; indre.nugaryte@stud.viko.lt

Consulted by Valdas Dambra

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

v.dambra@vfv.viko.lt

This article addresses the widespread issue of political apathy among young people, with a specific focus on Lithuanian youth society. The phenomenon of political indifference is prevalent in many countries, including Lithuania, where a significant portion of the youth demonstrates disengagement from political processes.

The problem of the article is what structural and cultural factors determine the phenomenon of political indifference among Lithuanian youth?

The aim of the article is to analyse which structural and cultural factors determine the phenomenon of political indifference among Lithuanian youth.

The objectives of the article to analyse the scientific literature related to the chosen topic; to analyse the structural and cultural factors of political indifference among Lithuanian youth; to find out the attitudes of the research participants towards political indifference.

Used methods analytical descriptive method. Analysis of scientific literature on the topic. Quantitative research method. Questionnaire survey method was applied. In order to find out the phenomenon of political indifference among young people, Lithuanian youth (18–30 years old) was surveyed. The questionnaire was designed to analyse which structural and cultural factors determine political indifference among young people living in Lithuania. The statistical analysis method used to process the data collected during the research was descriptive statistics and percentage distribution. The statistical analysis of the data was carried out using ManoApklausa.lt software.

By analysing survey data and secondary research, the paper concludes by highlighting the problem of political apathy in contemporary society.

Juzvaitė, G., Žuravliova, V., Nugarytė, I., Dambra, V. (2025). Lietuvos jaunimo politinio abejingumo fenomenas: struktūriniai ir kultūriniai veiksniai. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 152-161, ISSN 2669-221X

DARBO UŽMOKESČIO IR DARBO NAŠUMO TENDENCIJOS LIETUVOJE

Toma Butėnaitė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
toma.butenaite@ktu.edu

Konsultavo dr. Irena Pekarskienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

ĮVADAS

Darbo ištekliai yra vieni iš pagrindinių ekonomikos elementų, turintys tiesioginę įtaką šalies ekonominiam augimui, socialinei gerovei ir konkurencingumui. Darbo užmokestis yra atlygis darbuotojui už jo paslaugas, darbą. Tai svarbus socialinis veiksnys, darantis įtaką darbuotojo gyvenimo kokybei. Darbo našumas atspindi darbo išteklių panaudojimo efektyvumą. Mokslinėje literatūroje pabrėžiamas darbo užmokesčio ir darbo našumo tarpusavio ryšys, kuris itin svarbus vertinant situaciją iš šių rodiklių kitimo perspektyvos. Taip pat svarbu analizuoti, kaip Lietuvos darbo išteklių rodikliai ir jų kitimo tendencijos atrodo Europos Sąjungos kontekste. Tai leidžia įvertinti, kaip Lietuva atrodo tarptautiniame kontekste, identifikuoti šalies stiprybes ir silpnybes.

Problema – darbo užmokesčiui didėjant greičiau negu darbo našumui, esama padėtis gali neigiamai atsiliiepti verslų ar šalies konkurencingumui. Tikslinga išsiaiškinti, ar Lietuvoje darbo užmokesčio augimo tendencijos atitinka darbo našumo augimo tendencijas.

Tyrimo objektas – darbo užmokestis, darbo našumas.

Tikslas – įvertinti darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijas Lietuvoje, palyginti jas su ES tendencijomis, taip pat atlikti atskirų ekonominių sektorių lyginamąją analizę.

Uždaviniai:

- atskleisti darbo užmokesčio ir darbo našumo teorines sąsajas;
- įvertinti Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijas, jas lyginant su Europos Sąjungos rodiklių vidutinėmis tendencijomis;
- išryškinti darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijas atskiruose Lietuvos ekonominiuose sektoriuose (ekonominėse veiklose).

Metodai. Mokslinės literatūros lyginamoji analizė ir apibendrinimas, statistinių duomenų analizė, grafinis interpretavimas ir išvadų generavimas.

Darbo užmokesčio ir darbo našumo sąsajų pagrindimas

Darbo našumas – rodiklis, kuris parodo, kiek produkcijos arba paslaugų (natūrine ar vertine forma) galima sukurti per tam tikrą laikotarpį, naudojant tam tikrą išteklių kiekį. Našumas orientuotas į rezultatų kokybę ir rodo visos įmonės, komandos rezultata (Schreyer & Pilat, 2003). Darbo našumas leidžia įmonėms išlikti konkurencingoms savo rinkoje.

Darbo užmokestis – pagrindinis pajamų šaltinis, atlygis, mokamas darbuotojui už jo atliktą darbą ir paslaugas pagal darbo sutartį. Lietuvos Respublikos darbo kodekse numatoma, kad darbo užmokestis privalo būti mokamas pinigais ir išmokamas ne rečiau kaip du kartus per mėnesį (Lietuvos Respublikos darbo kodeksas, 2016).

Mokslinėje literatūroje nurodoma daugybė darbo našumą lemiančių veiksnių. Vienas iš jų yra ilgos darbo valandos ir iš jų kylantis darbuotojų nuovargis. Collewet ir Sauermannas (2017) tyrė, kokią įtaką darbo našumui turi padidintas darbo laikas. Tyrimu nustatyta, kad darbuotojui, kuris dirba skambučių centre ir atsiliepia į skambučius, padidinus efektyvaus darbo laiką vienu procentu, jo darbo našumas padidėja tik apie 0,9 proc. Tai reiškia, kad 0,1 proc. darbo našumas nėra išnaudojamas dėl darbuotojo nuovargio.

Darbo našumui įtakos turi gamyboje naudojamos technologijos. Domsas ir kt. (1997) nurodė, kad įmonėse darbo produktyvumas skiriasi, priklausomai nuo gamybos automatizavimo technologijų. Nustatyta, kad įmonėse, kuriose naudojama daugiau technologijų, santykinai dirba daugiau išsilavinusių darbuotojų, profesionalų, jiems mokamas didesnis darbo užmokestis. Taigi nauji ar esami įgūdžiai, išsilavinimas turi sąsają su darbo užmokesčiu, nes turimi įgūdžiai leidžia juos pritaikyti ir naudoti mažesnes darbo sąnaudas, didinant darbo našumą.

Campbello (1994) nagrinėtame realaus verslo modelyje nuolatinis našumo augimo tempo mažėjimas sukėlė priešingą atsaką ir padidino užimtumo ir gamybos apimtį. Nedarbo lygis buvo vidutiniškai žemas spartaus produktyvumo augimo laikotarpiams, o aukštas – mažo produktyvumo laikotarpiams.

Attaro ir kt. (2012), atlikę apklausą statybų sektoriuje, nustatė, kad darbo našumui įtakos turi 15 skirtingų veiksnių: projektavimo; vykdymo plano; darbo; darbo laiko; finansiniai; organizaciniai ir kt. veiksniai. Siekiant, kad šie veiksniai prisidėtų prie darbo našumo didinimo, tyrėjai pasiūlė keletą priemonių: tinkamai išmokyti darbininkus, kad jie turėtų reikiamas kvalifikacijas; darbuotojai turi būti motyvuoti ir siekti užbaigti projektą; suteikti reikiamas priemones darbininkams; maksimaliai išnaudoti automatikos sistemas ir laiku atsiskaityti darbuotojams už atliktą darbą.

Darbo užmokestis ir darbo našumas glaudžiai susiję – kai darbuotojų darbo našumas didėja, įmonei sukuriama didesnė vertė. Siekdamas paskatinti darbuotojus siekti aukštesnių rezultatų, įmonės dažnai diegia įvairias atlygio sistemas. Organizacijos turi nuolat motyvuoti savo darbuotojus, o finansinės paskatos yra vienas iš būdų padidinti individualią motyvaciją ir gerinti darbuotojo veiklos rezultatus (Garbers, 2013).

Ozturkas ir kt. (2019) atliko tyrimą, kuriuo empiriškai tyrė darbo užmokesčio, darbo našumo ir nedarbo sąsajas Naujosios Zelandijos statybų sektoriuje 1983–2017 m. laikotarpiu. Tyrimui atlikti naudotas Johansen kointegracijos testas, leidęs ilgalaikėje perspektyvoje nustatyti priklausomybes tarp dviejų kintamųjų. Atliktas tyrimas parodė, kad darbo našumo ir darbo užmokesčio kintamieji yra kointegruoti. Kuo didesnis atlyginimas mokamas darbuotojui, tuo produktyviau atliekamas darbas. Taigi darbo užmokestis teigiamai veikia darbo našumo indeksą, o nedarbo rodiklio įtaka darbo našumui neigiama. Tyrėjai pateikė išvadą, kad nedarbo lygio padidėjimas gali neigiamai veikti darbo našumą, nes darbuotojai gali prarasti produktyvumą dėl baimės netekti darbo vietas. Nedarbo lygio padidėjimas taip pat didina norinčiųjų dirbti už mažesnę atlyginimą skaičių ir tai gali neigiamai veikti darbo užmokesčių.

Zhao ir Suno (2021) atliktame tyrime nurodoma, kad didesnis minimalus darbo užmokestis didina darbuotojų pastangas darbe ir mažina įdarbinimo ir atleidimo rodiklius. Įžvelgiama ir problema, nes, įdarbinimo procentui sumažėjus daugiau negu atleidimų procentui, didėja nedarbo lygis ir mažėja bendroji produkcija. Taigi minimalus darbo užmokestis turi įtakos darbo našumui.

Besteris ir Petrakis (2003) teigia, kad pramonės produktyvumo augimą ilgainiui lemia darbo užmokesčio augimo tempas. Didesnės darbo jėgos sąnaudos skatina procesų inovacijas, kurios didina darbo našumą.

Tridico ir Pariboni (2017), nagrinėdami darbo našumo sulėtėjimą stiprios ekonomikos šalyse, tvirtina, kad lėtėjantis BVP augimas ir jame mažėjanti darbo užmokesčio dalis šalies mastu prisideda prie darbo našumo augimo sulėtėjimo.

Rolim ir kt. (2023) sukūrė naujais veiksniais pagrįstą makroekonominį modelį, kuriuo ištirtas darbo našumo augimo, darbuotojų derybinės galios ir minimalaus darbo užmokesčio poveikis pajamų paskirstymui. Tyrime teigiama, kad jei padidės darbuotojų derybinė galia arba ekonomikos skatinimo šaltinis bus šalyje didėjantis minimalus darbo užmokestis, įmonės bus įpareigosos pasidalyti produktyvumo augimo nauda su darbuotojais ir padidinti darbo užmokesčių. Taip didėjantis gamybos lygis bus susijęs su didesniu darbo našumu ir didesniu darbo užmokesčiu.

Herman (2020) analizavo Rumunijos pramonės sektorių 2008–2016 m. laikotarpiu. Gauti tyrimo rezultatai parodė, kad darbo našumo lygis turėjo teigiamą įtaką darbo užmokesčiui Rumunijos gamybos sektoriuje.

Nikulin (2015) tyrė darbo užmokesčio, darbo našumo ir nedarbo lygio ryšį Europos Sąjungos valstybėse: Lenkijoje, Estijoje, Vengrijoje, Slovakijoje, Čekijoje ir Slovėnijoje, 2002–2013 m. laikotarpiu. Autorė pažymi, kad Lenkijoje darbo užmokesčio pokyčiai buvo stipriai susiję su darbo našumo pokyčiais, atitinkamai, didėjant darbo našumui, auga ir darbo užmokestis. Tačiau kitose šalyse, tokiose kaip Vengrija ir Estija, darbo užmokesčio augimas viršijo darbo našumo augimą, o tai gali reikšti, kad darbo užmokesčio augimą gali veikti ne tik darbo našumas.

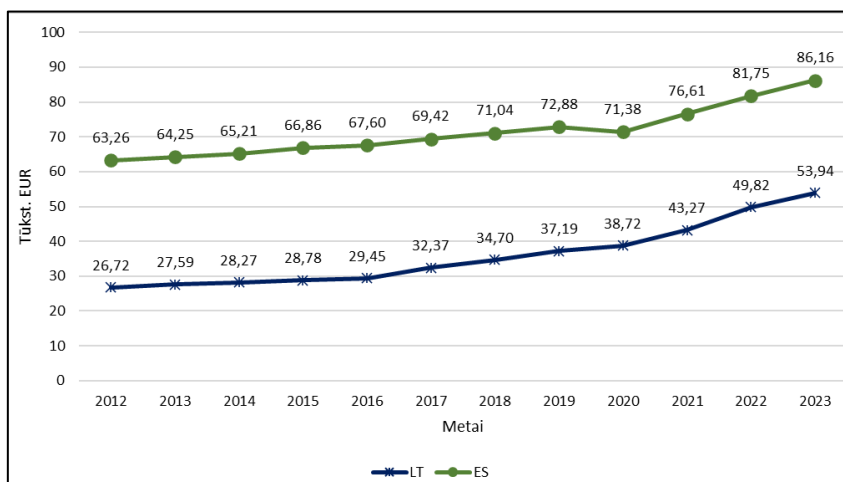
Taigi mokslinėse diskusijose nėra bendros nuomonės, vertinat darbo užmokesčio ir darbo našumo tarpusavio sąsajas. Vieni autoriai teigia, kad darbo našumą veikia daugybė veiksnių, tarp jų ir darbo užmokestis, kuris gali skatinti našumo augimą. Kiti autoriai teigia, kad darbo našumas skatina darbo užmokesčio didėjimą. Šis ryšys abipusis, todėl sunku nustatyti, kuris veiksny (darbo našumas ar darbo užmokestis) yra priežastis, o kuris – pasekmė. Taigi tikslinga analizuoti darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijas ir suprasti jų tarpusavio sąsajas, kurios gali kisti skirtingose šalyse ar skirtingu laikotarpiu.

Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo tendencijų vertinimas

Tyrimo metodika. Tyrimas apima dvi dalis. Pirmoje dalyje analizuojamos ir vertinamos Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijos, palyginti su Europos Sąjungos vidutinėmis šių rodiklių tendencijomis. Antroje dalyje analizuojamos ir vertinamos darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijos atskiruose Lietuvos ekonominiuose sektoriuose. Siekiant nustatyti darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijas ir jas palyginti, atlikta grafinė analizė. Pasirinktas tyrimo laikotarpis – 2008–2023 m., tyrimui naudojami statistiniai duomenys iš Europos duomenų bazės „Eurostat“ (2024) ir Lietuvos valstybės duomenų agentūros rodikliai (2024). Lyginant darbo našumo ir darbo užmokesčio tendencijas su Europos Sąjunga, skaičiavimams naudotas EU-27 rodiklis, kuriame yra įtrauktos 27 Europos Sąjungos šalys.

Tyrimo skaičiavimai ir apribojimai. Pirmoje tyrimo dalyje pagal „Eurostat“ duomenis apskaičiuotos Europos Sąjungos ir Lietuvos darbo našumo absoliutinės reikšmės, darbo našumo ir darbo užmokesčio indeksai. Darbo našumo absoliutinės reikšmės apskaičiuotos kaip BVP ir užimtųjų skaičiaus santykis, naudojant EU-27 minėtų rodiklių vidutines reikšmes. Indeksai apskaičiuojami kaip einamųjų ir praėjusių metų santykis. BVP duomenys „Eurostat“ (2024) duomenų bazėje EU-27 pateikiami nuo 2012 m., todėl tyrime darbo našumo absoliutinės reikšmės pateikiamos 2012–2023 m. laikotarpiu, o darbo našumo indeksas – 2013–2023 m. laikotarpiu. Darbo užmokesčio absoliutinės reikšmės „Eurostat“ (2024) duomenų bazėje EU-27 pateikiamos 2013–2023 m. laikotarpiu, todėl indeksas skaičiuojamas 2014–2023 m. laikotarpiu. Antroje tyrimo dalyje buvo skaičiuojami Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo indeksai – einamųjų ir praėjusių metų santykiu, remiantis Lietuvos valstybės duomenų agentūros duomenimis. Pateikiami 2009–2023 m. duomenys.

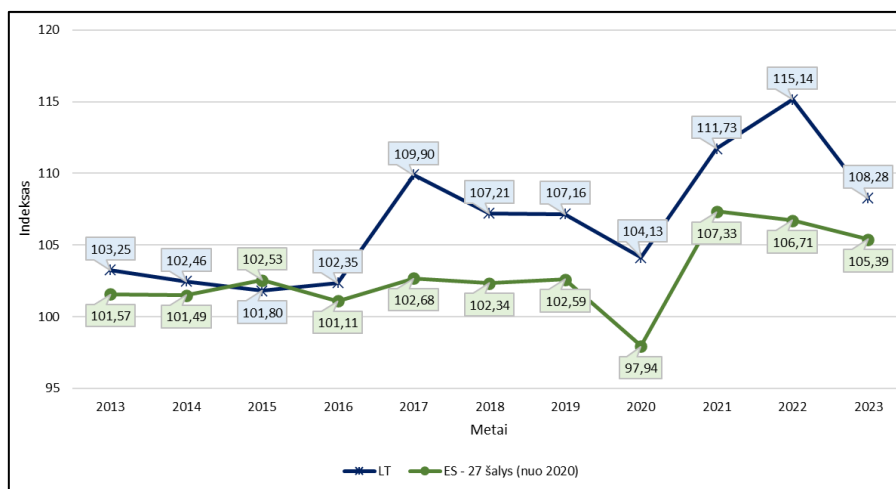
Tyrimo rezultatai. Pirmoje tyrimo dalyje, lyginant Lietuvą su Europos Sąjunga, nustatyta, kad analizuojamu 2012–2023 m. laikotarpiu Lietuvos darbo našumas absoliutine reikšme turi augimo tendenciją, panašią į Europos Sąjungos (žr. 1 pav.).



3 pav. Lietuvos ir Europos Sąjungos darbo našumas, tūkst. EUR

Šaltinis: sudaryta remiantis „Eurostat“ (2024)

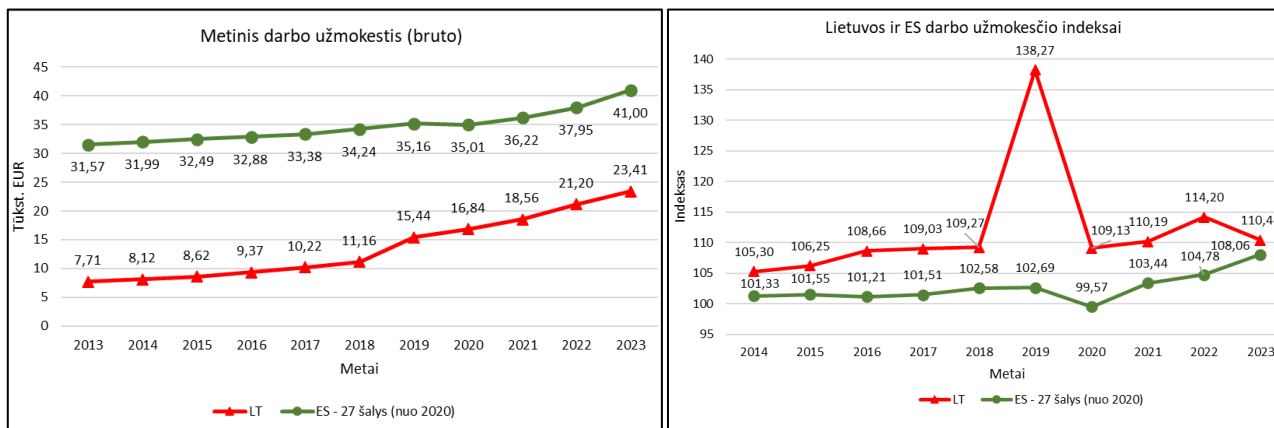
Lyginant Europos Sąjungos ir Lietuvos darbo našumo indeksų pokyčius, nustatyta, kad Lietuvos darbo našumas augo sparčiau negu Europos Sąjungos vidurkis. Reikšmingas darbo našumo augimas Lietuvoje užfiksuotas 2017 m. ir 2021 m. Pastebėta, kad Europos Sąjungos darbo našumo indeksas buvo aukštesnis už Lietuvos tik 2014 m. Taip pat pastebėta, kad Europos Sąjungos darbo našumo indeksas iki 2020 m. buvo stabilesnis ir mažiau kintantis, palyginti su Lietuvos darbo našumo indeksu. 2020 m. pastebimas reikšmingas darbo našumo indeksų nuosmukis Lietuvoje ir Europos Sąjungoje, šis reiškinys siejamas su COVID-19 pandemijos poveikiu ekonomikai (žr. 2 pav.).



4 pav. Lietuvos ir Europos Sąjungos darbo našumo indeksai

Šaltinis: sudaryta remiantis „Eurostat“ (2024)

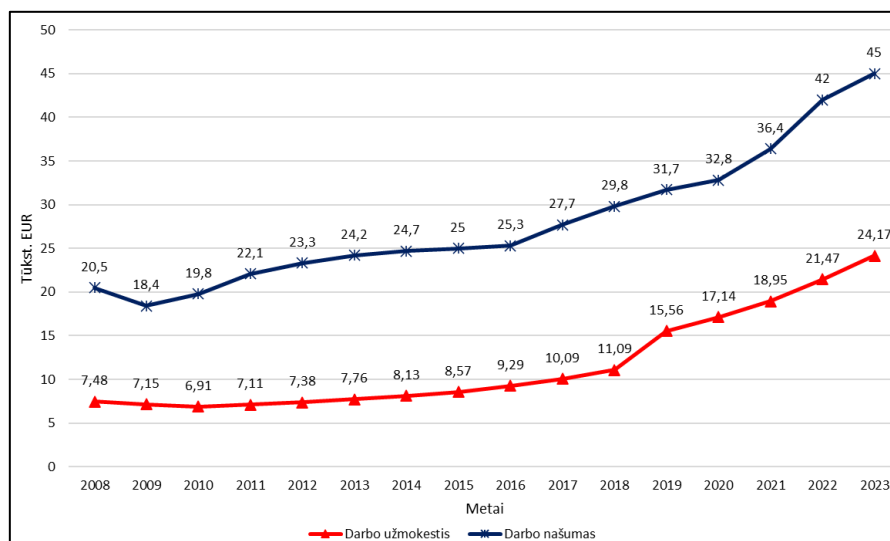
Analizuojant darbo užmokesčio kitimo tendencijas, nustatyta, kad metinis bruto darbo užmokestis absoliutine reikšme Lietuvoje ir Europos Sąjungoje turi augimo tendenciją, panašią į prieš tai aptartą darbo našumo augimo tendenciją. Europos Sąjungos vidutinis darbo užmokestis 2013–2023 m. laikotarpiu padidėjo 9,43 tūkst. Eur, o Lietuvos darbo užmokestis per tą patį laikotarpį išaugo 15,7 tūkst. Eur. Vis dėlto šis rezultatas nėra tikslus dėl 2019 m. Lietuvoje pasikeitusio atlyginimų skaičiavimo, kai darbdavio mokesčiai buvo perkelti darbuotojui. Darbo užmokesčio augimo tendencijos Lietuvoje ir Europos Sąjungoje panašios, tačiau Lietuvos darbo užmokestis absoliutine reikšme atsilieka nuo Europos Sąjungos vidurkio. Vertinant darbo užmokesčio indeksų pokyčius, pastebima ryški Lietuvos indekso išskirtis 2019 m., susijusi su minėtu atlygio skaičiavimo pakeitimu. Bendrosios tendencijos rodo, kad darbo užmokestis Lietuvoje pamažu auga (žr. 3 pav.).



5 pav. Lietuvos ir Europos Sąjungos metinis bruto darbo užmokestis, tūkst. Eur ir darbo užmokesčio indeksai

Šaltinis: sudaryta remiantis „Eurostat“ (2024)

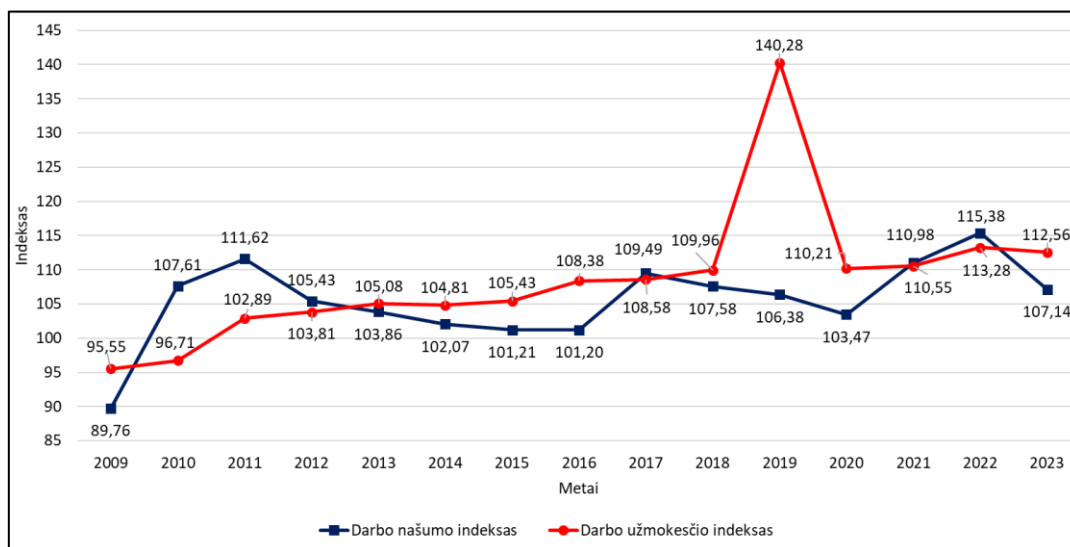
Antroje tyrimo dalyje analizuojamos darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijos Lietuvoje pagal visas ekonomines veiklas. 2008 m. darbo našumas Lietuvoje absoliutine reikšme sudarė 20,5 tūkst. Eur, o 2023 m. pasiekė 45 tūkst. Eur. Per 15 m. laikotarpį darbo našumas išaugo daugiau negu 2,19 karto. Šis rodiklis Lietuvoje augo kiekvienais metais, išskyrus 2009 m. Analizuojant darbo užmokesčio kitimo tendencijas, pastebėta, kad 2008–2010 m. laikotarpiu darbo užmokestis mažėjo, tačiau nuo 2011 m. pastebimas nuoseklus augimas (žr. 4 pav.).



6 pav. Lietuvos darbo užmokestis ir darbo našumas pagal visas ekonomines veiklas, tūkst. EUR

Šaltinis: sudaryta remiantis Valstybės duomenų agentūra (2024)

Analizuojant darbo užmokesčio ir darbo našumo indeksus Lietuvoje pagal visas ekonomines veiklas, palyginti su praėjusiais metais, nustatyta, kad 2010–2012 m. darbo našumo augimas buvo didesnis už darbo užmokesčio didėjimą. Tačiau nuo 2013 m. pastebima atvirkštinė tendencija – darbo užmokestis augo sparčiau negu darbo našumas. 2017 m. darbo našumo indeksas buvo 0,91 procentinio punkto didesnis už darbo užmokesčio indeksą, tačiau 2018–2020 m. laikotarpiu darbo užmokestis pralenkė darbo našumą. Ryškus darbo užmokesčio šuolis pastebimas 2019 m., jis susijęs su darbo užmokesčio skaičiavimo pokyčiais Lietuvoje, kai darbdavio mokesčiai buvo perkelti darbuotojui. 2021–2022 m. laikotarpiu darbo našumo augimas vėl lenkė darbo užmokesčio indeksą, tačiau 2023 m. darbo našumo indeksas sumažėjo ir tapo žemesnis už darbo užmokesčio indeksą. Ilgalaikeje perspektyvoje pastebima, kad darbo našumo ir darbo užmokesčio rodikliai dažnai juda ta pačia kryptimi, pavyzdžiui, 2009–2012 m. laikotarpiu, kai augo darbo našumas, tuo pat metu didėjo ir darbo užmokestis. Panaši tendencija pastebima 2023 m., kai darbo našumo sumažėjimas sutapo su darbo užmokesčio sumažėjimu (žr. 5 pav.).



7 pav. Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo indeksai pagal visas ekonomines veiklas

Šaltinis: sudaryta remiantis Valstybės duomenų agentūra (2024)

Analizuojant darbo užmokesčio ir darbo našumo kitimo tendencijas pagal ekonominius sektorius, buvo nagrinėjami 20 pagrindinių sektorių. Analizės metu identifikuoti ekonominiai sektoriai, kuriuose užfiksuotos mažiausios ir didžiausios darbo užmokesčio bei darbo našumo absoliutinės reikšmės 2008–2023 m. laikotarpiu (žr. 1 lentelę). Mažiausias bruto darbo užmokestis visą tiriamąjį laikotarpį buvo apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sektoriuje. Didžiausias darbo užmokestis išryškėja dviejuose sektoriuose: 2008–2017 m. – finansų ir draudimo sektoriuje, o nuo 2018 m. – informacijos ir ryšių sektoriuje, o mažiausias darbo užmokestis visu tiriamuoju laikotarpiu buvo apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sektoriuje. Tiriamuoju laikotarpiu mažiausias darbo našumas buvo užfiksuotas kitos aptarnavimo veiklos sektoriuje bei 5 metus (ne iš eilės) – žemės ūkio, miškininkystės ir žuvininkystės sektoriuose. Didžiausias darbo našumas buvo nekilnojamojo turto operacijų, elektros, dujų, garo tiekimo ir oro kondicionavimo sektoriuose bei finansų ir draudimo sektoriuose.

1 lentelė. Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo didžiausios ir mažiausios absoliutinės reikšmės lyginant visus sektorius

Metai	DARBO UŽMOKESTIS (Tūkst. EUR)				DARBO NAŠUMAS (Tūkst. EUR)					
	Iš viso pagal ekonomines veiklos rūšis	Didžiausias darbo užmokestis	Sektorius	Mažiausias darbo užmokestis	Sektorius	Iš viso pagal ekonomines veiklos rūšis	Didžiausias darbo našumas	Sektorius	Mažiausias darbo našumas	Sektorius
2008	7,48	14,36	K - Finansinė ir draudimo veikla	4,32	I - Apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla	20,5	72,5	L - Nekilnojamojo turto operacijos	8,3	S - Kita aptarnavimo veikla
2009	7,15	13,90		4,01		18,4	61,4	D - Elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas	5,8	A - Žemės ūkis, miškininkystė ir žuvininkystė
2010	6,91	13,13		3,86		19,8	55,7		7,7	S - Kita aptarnavimo veikla
2011	7,11	13,53		3,96		2011	22,1	58,5	8,3	
2012	7,38	14,29		4,10		2012	23,3	63,9	9,5	
2013	7,76	14,69		4,68		2013	24,2	74	10,5	R - Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla
2014	8,13	15,24		5,00		2014	24,7	70,9	10,4	A - Žemės ūkis, miškininkystė ir žuvininkystė
2015	8,57	16,10		5,44		2015	25	62,5	10,6	
2016	9,29	17,09		6,27		2016	25,3	68,3	11,2	
2017	10,09	18,53		6,76		2017	27,7	69,9	12,4	P - Švietimas
2018	11,09	19,82	7,74	2018	29,8	78,8	12,7	S - Kita aptarnavimo veikla		
2019	15,56	28,08	10,86	2019	31,7	80,8	12,7			
2020	17,14	30,78	10,68	2020	32,8	99,8	12,5			
2021	18,95	34,31	12,03	2021	36,4	83,4	14,3			
2022	21,47	40,16	14,41	2022	42	111,9	13,9			
2023	24,17	44,16	16,39	2023	45	129,5	15,9			

Šaltinis: sudaryta remiantis (Valstybės duomenų agentūra, 2024)

Tyrimo rezultatai rodo, kad 2012–2023 m. laikotarpiu Lietuvoje darbo našumas augo sparčiau negu Europos Sąjungoje, tačiau darbo užmokestis atsiliko nuo Europos Sąjungos vidurkio. Ekonominių sektorių analizė parodė, kad aukščiausi darbo užmokesčiai buvo finansų ir draudimo veiklos bei informacijos ir ryšių sektoriuje, o žemiausi – apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sektoriuje. Darbo našumo didžiausi rodikliai nustatyti nekilnojamojo turto, energetikos ir finansų sektoriuose, mažiausi – žemės ūkyje ir kitose paslaugų veiklose.

IŠVADOS

Darbo našumą lemia daugybė veiksnių, tarp kurių svarbų vaidmenį atlieka darbo užmokestis, kuris gali skatinti darbo našumo augimą. Mokslinėje literatūroje vyrauja nuomonė, kad darbo našumas gali turėti įtakos darbo užmokesčio didėjimui. Šis ryšys abipusis, todėl sunku tiksliai nustatyti, kuris iš šių veiksnių yra priežastis, o kuris – pasekmė.

Lietuvoje darbo našumo kitimo tendencijos panašios į ES vidutines šių rodiklių kitimo tendencijas, tačiau reikia pastebėti, kad Lietuvoje darbo našumo augimo tempai spartesni negu Europos Sąjungos vidurkis. Reikšmingas darbo našumo augimas Lietuvoje užfiksuotas 2017 m. ir 2021 m. Minėtina, kad 2020 m. pastebimas didelis darbo našumo indeksų nuosmukis Lietuvoje ir Europos Sąjungoje, šis reiškinys siejamas su COVID-19 pandemijos poveikiu ekonomikai.

Darbo užmokesčio augimo tendencijos Lietuvoje ir Europos Sąjungoje panašios, tačiau Lietuvos darbo užmokestis absoliutine reikšme atsilieka nuo Europos Sąjungos vidurkio. 2014 m. šis skirtumas buvo 4,09 karto (23,86 tūkst. Eur), 2023 m. – 1,75 karto (17,59 tūkst. Eur). Vertinant darbo užmokesčio indeksų pokyčius, ryški Lietuvos indekso išskirtis pastebima 2019 m., ji susijusi su Lietuvoje pasikeitusiu atlyginimų skaičiavimo metodu, kai darbdavio mokesčiai buvo perkelti darbuotojui.

Išanalizavus Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo tendencijas pagal visas ekonomines veiklas, nustatyta, kad darbo užmokestis auga nuosekliai, išskyrus 2023 m., kai darbo užmokesčio augimas buvo neigiamas (–0,72 procentinio punkto). Darbo našumo augimo tempai kinta netolygiai: 2009–2012 m., 2017 m. ir 2021–2022 m. laikotarpiu darbo našumo augimo tempai pralenkia darbo užmokesčio augimo tempus, o 2013–2016 m., 2018–2020 m. ir 2023 m. darbo užmokesčio augimas viršijo darbo našumo augimo tempą.

Išanalizavus Lietuvos darbo užmokesčio ir darbo našumo absoliutines reikšmes atskiruose ekonominiuose sektoriuose, nustatyta, kad didžiausias darbo užmokestis išryškėja finansų ir draudimo bei informacijos ir ryšių sektoriuose. Mažiausias darbo našumas užfiksuotas kitos aptarnavimo veiklos, žemės ūkio, miškininkystės ir žuvininkystės sektoriuose. Didžiausias darbo našumas – nekilnojamojo turto operacijų, elektros, dujų, garo tiekimo ir oro kondicionavimo sektoriuose bei finansų ir draudimo sektoriuose.

Literatūros sąrašas

Attar, A. A., Gupta, A. K., & Desai, D. B. (2012). A study of various factors affecting labour productivity and methods to improve it. *Journal of Mechanical and Civil Engineering*, 1(3), 11–14 [https://www.iosrjournals.org/iosr-jmce/papers/sicete\(civil\)-volume1/3.pdf](https://www.iosrjournals.org/iosr-jmce/papers/sicete(civil)-volume1/3.pdf)

Bester, H., & Petrakis, E. (2003). Wages and productivity growth in a competitive industry. *Journal of Economic Theory*, 109(1), 52–69. [https://doi.org/10.1016/S0022-0531\(02\)00037-6](https://doi.org/10.1016/S0022-0531(02)00037-6)

Campbell, J. Y. (1994). Inspecting the mechanism: an analytical approach to the stochastic growth model. *Journal of Monetary Economics*, 33(3), 463–506. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(94\)90040-X](https://doi.org/10.1016/0304-3932(94)90040-X)

Collewet, M., & Sauermann, J. (2017). Working hours and productivity. *Labour Economics*, 47, 96–106. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2017.03.006>

Doms, M., Dunne, T., & Troske, K. R. (1997). Workers, Wages, and Technology. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(1), 253–290. <https://doi.org/10.1162/003355397555181>

Eurostat. (2024). *Database*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>

Garbers, Y. (2013). The effect of financial incentives on performance: a quantitative review of individual and team-based financial incentives. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 87(1), 102–137. <https://doi.org/10.1111/joop.12039>

Herman, E. (2020). Labour productivity and wages in the Romanian manufacturing sector. *Procedia Manufacturing*, 46, 313–321. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.03.046>

Lietuvos Respublikos darbo kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas. (2016). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/10c6bfd07bd511e6a0f68fd135e6f40c/asr>

Lietuvos Respublikos valstybinio socialinio draudimo įstatymo Nr. I-1336 2, 4, 7, 8, 10, 23, 25 ir 32 straipsnių pakeitimo įstatymas. (2018). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/a62b6f427b7311e89188e16a6495e98c>

Lietuvos valstybės duomenų agentūra. (2024). *Duomenų bazė*. <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>

Nikulin, D. (2015). Relationship between wages, labour productivity and unemployment rate in new EU member countries. *Journal of International Studies*, 8(1), 31–40. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2015/8-1/3>

Ozturk, M., Durdyev, S., Aras, O. S., & Banaitienė, N. (2020). How effective are labor wages on labor productivity?: an empirical investigation on the construction industry of New Zealand. *Technological and Economic Development of Economy*, 26(1), 258–270. <https://doi.org/10.3846/tede.2020.11917>

Rolim, L. N., Baltar, C. T., & Lima, G. T. (2023). Income distribution, productivity growth, and workers' bargaining power in an agent-based macroeconomic model. *Journal of Evolutionary Economics*, 33, 473–516. <https://doi.org/10.1007/s00191-022-00805-3>

Schreyer, P., & Pilat, D. (2003). Measuring productivity. *OECD Economic Studies*, 2, 13. https://doi.org/10.1787/eco_studies-v2001-art13-en

Tridico, P., & Pariboni, R. (2017). Inequality, financialization, and economic decline. *Journal of Post Keynesian Economics*, 41(2), 236–259. <https://doi.org/10.1080/01603477.2017.1338966>

Zhao, N., & Sun, M. (2021). Effects of minimum wage on workers' on-the-job effort and labor market outcomes. *Economic Modelling*, 95, 453–461. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2020.03.012>

SUMMARY

WAGES AND LABOR PRODUCTIVITY TRENDS IN LITHUANIA

Toma Butėnaitė

Kaunas University of Technology, Lithuania

toma.butenaite@ktu.edu

Consulted by dr. Irena Pekarskienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

This research examines labor productivity and wages trends in Lithuania from 2012 to 2023, comparing the trends with those in the European Union (EU). The relevance of the topic lies in the fact that when wages increase faster than labor productivity, it can negatively affect the competitiveness of businesses and the country. Therefore, it is crucial to analyze whether wage growth trends align with labor productivity growth trends. The research aims to analyze the growth of labor productivity and wages in Lithuania and compare these trends with those in the European Union. In the literature, labor productivity is influenced by many factors including wages, which can drive productivity growth. At the same time, others argue that productivity increases lead to higher wages. This relationship is mutual, making it difficult to determine which factor is the cause and which is the effect. Therefore, it is important to analyze the trends in wage and productivity changes and understand their interrelationships. The research consists of two parts. The first part analyzes and

evaluates the trends in labor productivity and wages in Lithuania comparing them to trends in the European Union. The second part analyzes and evaluates the trends in labor productivity and wages in various economic sectors of Lithuania. To identify and compare trends in labor productivity and wages, labor productivity and wage indices were calculated based on official statistical data, followed by a comparison over the period under graphical and review analysis. The findings indicate that Lithuania's labor productivity grew faster than the EU average, particularly in 2017 and 2021. However, while wages also increased, they lagged behind productivity growth, especially before 2019. A notable anomaly occurred in 2019 due to changes in the wage calculation method. Sector analysis revealed that the highest wages are observed in the financial and insurance sector, as well as in the information and communication sector. The lowest wages are found in the accommodation and food services sector. Regarding labor productivity, the lowest levels are seen in the other service activities sector and in the agriculture, forestry, and fishing sector. On the other hand, the highest labor productivity is recorded in real estate activities, electricity, gas, steam supply, air conditioning, and financial and insurance sectors.

Butėnaitė, T., Pekarskienė, I. (2025). Darbo užmokesčio ir darbo našumo tendencijos Lietuvoje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 162-170, ISSN 2669-221X

PARDAVIMO SKATINIMO BŪDAI VARTOTOJŲ ATŽVILGIU

Dominykas Vilkelis

Vilniaus kolegija, Lietuva

dominykas.vilkelis@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

ĮVADAS

Kuriantis ir plečiantis verslams, galima pastebėti vis didesnę prekių ir paslaugų pasiūlą. Didelė konkurencija leidžia vartotojui, norinčiam patenkinti savo poreikius, rinktis iš kelių galimų alternatyvų. Nemaža dalis žmonijos gyvena aukščiau skurdo ribos – tai leidžia patenkinti ne tik pagrindinius poreikius, tokius kaip maistas, būstas ar vanduo, bet ir kitus, kurie nėra gyvybiškai būtini. Dabartiniam žmogui lengva nusipirkti maisto ar kokį nors reikalingą prietaisą. Antra vertus, nors paklausa didelė, prekybininkų konkurencija taip pat didžiulė. Norėdami nusipirkti reikalingą daiktą, visų pirma, žiūrime į kainą, stengiamės lyginti, kuris prekybininkas siūlo paslaugą pigiau. Kai kainos sutampa, žvelgiame plačiau – ar prekybininkas gali ką nors pasiūlyti papildomai, ar prekybininkai socialiai atsakingi, ar prekybininkui rūpi, ką ir kaip jis parduoda. Neretai matome to paties sektoriaus įmonių reklamas, kurios skelbiasi esančios viena už kitą pranašesnės įvairiais atžvilgiais. Taigi kyla klausimas, kokios priemonės ir metodai skatina pirkėją rinktis vieną ar kitą įmonę?

Problema – kokie pardavimo skatinimo būdai taikomi įmonėse, kad vartotojai pirktų šių įmonių prekes?

Darbo objektas – pardavimo skatinimo būdai.

Tikslas – nustatyti, kurie pardavimo skatinimo būdai yra efektyviausi, siekiant pritraukti klientų.

Uždaviniai:

- išanalizuoti mokslinę literatūrą, susijusią su pardavimo skatinimo būdais;
- apžvelgti pardavimo skatinimo privalumus ir trūkumus;
- pateikti išvadas ir rekomendacijas.

Tyrimo metodas – mokslinės literatūros analizė.

Pardavimo skatinimo būdai

Pardavimo skatinimo būdai – kiekvieno verslininko, norinčio, kad jo įmonė klestėtų ir gerintų savo rezultatus, pagrindinis uždavinys. Kaip teigia Cardone (2020), pardavimas yra veiksmas, kuriuo stengiamasi padaryti įtaką kitam žmogui, siekiant, kad jis atliktų tam tikrą veiksmą ar priimtų informaciją. Parduodant prekę svarbu nustatyti kainą. Tuten (2024) teigimu, kaina yra mainų vertė, kai pirkėjas siūlo tam tikrą pinigų kiekį, norėdamas gauti tai, ką siūlo pardavėjas. Kiekvieno parduodamo produkto kaina turi būti kruopščiai apskaičiuota, nes, parduodant produkciją už savikainą ar dar mažiau, galimas finansinis minusas ar net bankrotas. Kaip nurodo Wallcace (2020), lengviau gauti pelną iš esamų klientų negu iš naujų.

Siekdamos išvengti neigiamų pajamų, įmonės turi susitelkti į savo veiklas ir stengtis jas kuo labiau plėtoti. Pardavimo skatinimas labai svarbus įmonei, siekiančiai pelno. Nors kiekvienas žmogus yra unikalus, o poreikiai skirtingi, įmonės, norėdamos pritraukti daugiau klientų, naudoja panašias pardavimo skatinimo priemones. Kiekvienas pardavėjas siekia išsiaiškinti, ko jo klientas nori, ką galima pasiūlyti už geriausią kainą tiek pirkėjui, tiek pardavėjui. Šiandien parduodama daugelis dalykų. Gali būti parduodama tiek prekė, tiek paslauga. Jei prireikė kokio nors prietaiso, jį galima ne tik pirkti, bet ir išsinuomot. Produkto pardavimo skatinimą galima sieti ir su poveikiu klientui. Kaip

teigia Lundströmas (2020), skirtingi penki žingsniai, kuriuos reikia apsvarstyti prieš parduodant prekę ar produktą (žr. 1 pav.).



1 pav. Pardavimo skatinimo būdai

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lundström, 2020)

Išskirti penki žingsniai leidžia suvokti, kaip klientui įsiūlyti prekę, kad jis ją pirktų. Pradedama nuo sąmoningumo. Klientas pats sąmoningai turi priimti sprendimą pirkti, o tai lemia tokie veiksniai kaip žinomumas, nauda ir kokybė. Pristačius klientui prekę, jis gali ja susidomėti. Tai lemia svarstymą pirkti prekę ar jos nepirkti. Kaip teigia Tracy (2022), aplinkos veiksniai, sukeliantys tam tikras mintis, gali stipriai paveikti žmogų. Ypač akcentuoti žmogiškieji dalykai. Dėl šios priežasties, pristatant prekę, svarbu įrodyti, kad ji pravers ir bus naudinga.

Svarstydamas apie prekės naudą, klientas nori būti tikras, kad įsigyti ją tikslinga, kad jis ras, kur ir kaip šią prekę panaudoti. Hallo (2022) teigimu, žmonės, įtraukti į pirkimų procesą, ieško informacijos apie prekę ir pardavėjų, kurie galėtų suteikti jų turimoms problemoms sprendimus. Jei turime daugiafunkčę prekę, svarbu šias funkcijas pademonstruoti klientui. Svarbu atskleisti, kad prekę galima panaudoti ir taip, kaip klientas nė neįsivaizdavo.

Galiausiai, įrodžius klientui, kad prekė jam pravers, pereinama prie paskutinio žingsnio, t. y. kliento sprendimo pirkti arba nepirkti.

Visi minėti komponentai, siekiant parduoti turimą produktą, turi būti įgyvendinti iš eilės. Įtikinus klientą pirkti ir klientui įtikėjus prekės nauda, jis gali ją pasiūlyti tiek savo artimiesiems, tiek pažįstamiems. Tai galėtų lemti gausesnį prekės pardavimą. „Pardavimų skatinimas apima į vieną veiksmų sistemą sujungtas priemones, parinktas ne tik iš rėmimo, bet ir iš kitų rinkodaros komplekso elementų“ (Išoraitė, 2013, p. 121). Taigi, siekiant parduoti prekę, reikia įgyvendinti daugelį komponentų. Tik tada, kai šiuos komponentus traktuojame kompleksiskai, galime sėkmingai parduoti prekę tikslinei rinkai.

Norėdamas pasiekti tikslinį klientą, verslas stengiasi kuo labiau supaprastinti apsipirkimą, padaryti jį kiek įmanoma patogesnį. Galima pastebėti, kad prekybos centrai įkuriami arčiau gyvenamųjų vietų, plačiai apie šiuos centrus ir jų veiklas skelbiama žiniasklaidos priemonėse. Vasarą prekybos tinklų darbo laikas ilginamas, šaltuoju sezonu – trumpinamas. Kaip teigia Tiffany (2021), jei nepažinsime savo kliento, bus sunku atskleisti savą organizaciją, produktą ar paslaugą. Pažįstant klientą ir jo poreikius, galima daug lengviau jam pasiūlyti savo produkciją – skatinti pirkti. Lundströmas (2020) išskiria devynis būdus, aktualiausius pardavėjui, siekiančiam parduoti prekes (žr. 2 pav.).

Šie devyni pardavimo skatinimo būdai yra kertiniai, norint pritraukti tikslinį klientą pirkti produkciją. Kaip nurodo Brownas ir Thompsonas (2023), produktas yra daiktas arba maisto prekė, kurią galima pirkti ar parduoti.

Išvardytus pardavimo skatinimo būdus esame ne kartą pastebėję. Ypač patrauklus būdas parduoti dvi prekes už vienos kainą. Apsilankę prekybos centruose, kiekvieną savaitę matome produktų, kuriems suteikiama nuolaida. Minėtinas prekybos centras „Promo Cash&Carry“, kuriame galime rasti parašytą kiekvieno produkto vienetą kainą ir kainą, jei būtų perkami du ar daugiau tos pačios produkcijos vienetų.



2 pav. Pardavimo skatinimo būdai

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lundström, 2020).

Neretai prekybos centruose, perkant už tam tikrą sumą, galima gauti dovaną – papildomą prekę, už kurią mokėti nereikia. Išoraitės (2013) teigimu, dažnai už surinktą pakankamą žaisliukų kiekį pirkėjai apdovanojami tokia pačia produkcija ar net brangesne. Renkantis šį pardavimo skatinimo būdą, svarbu nustatyti sumą, kad dovaną galėtų gauti ne tik pasiturintys, bet ir sunkiau gyvenantys asmenys. Nesvarbu, ar pirkėjas turtingas, ar gyvena sunkiau, kiekvienas klientas yra svarbus.

Kiek rečiau naudojamas būdas paskatinti pirkėją pirkti yra prizai. Dalyvavimas loterijoje žmonėms yra labai patrauklus. Galimybė visiems kartu susirinkti ir patirti azartą labai imponuoja, tačiau būtina griežtai nustatyti taisykles ir numatyti sąlygas, kaip prizą laimėti, kad neliktų nepatenkintų dalyvių. Minėtinas loterijos pavyzdys – įmonės „Agrokonzerno technika“ paskelbtas konkursas, kai ūkininkai, pirkdami už 50 000 Eur ir daugiau, galėjo laimėti visiškai naują padargą (Agrokonzerno grupė, 2022). Galimybė gauti padargą, kurio vertė penkiaženklė, patraukli kiekvienam, nes tokios vertės produktų loterijos nėra dažnos.

Bene svarbiausias būdas padidinti parduodamos produkcijos kiekį yra akcijos. Jų galia labai didelė. Akcijos priverčia klientus atvykti į pardavimo vietą ir pirkti. Maisto prekių parduotuvės kiekvieną savaitę išleidžia po naują leidinį, kuriame taikomos nuolaidos kaskart skirtingai produkcijai. Svarbu atrasti tikslią akcijos procentinę išraišką, kad pirkėjas norėtų ateiti pirkti, o pardavėjas iš to uždirbtų. Pernelyg sumažinus kainą, galimas finansinis nuostolis. To įmonės stengiasi išvengti. Armstrongo ir kt. (2023) teigimu, kainos mažinimas nebūtinu atveju gali priversti pelno praradimo.

Kartu su akcijomis gali būti taikomas ir dažno pirkėjo metodas, kai lojalus klientas, kuris labai dažnai perka įmonės produkciją, apdovanojamas papildomomis naudomis, tokiomis kaip papildoma nemokama prekė ar papildomos nuolaidos. Šis pardavimo skatinimo būdas skirtas ne klientui pritraukti – orientuojamasi į jau konkretų klientą ir įvertinamas jo lojalumas įmonei. Minėtas būdas leidžia išlaikyti klientų lojalumą, skatinant juos vis dažniau lankytis toje pačioje pardavimo vietoje.

Prieš parduodant naują prekę ar paslaugą, reikia išsiaiškinti, ar šios prekės ar paslaugos paklausa rinkoje ganėtinai didelė. Jei taip, naują prekę ar produktą galima išleisti į rinką. Vis dėlto kyla klausimas, kaip parodyti klientui, kad prekę verta pirkti. Vienas iš būdų tai padaryti – nemokami pavyzdžiai. Kaip teigia Shanthi ir kt. (2023), siūlydamas nemokamų pavyzdžių, verslas gali paskatinti savo pirkėjus susisiekti su jo produktais ar paslaugomis. Nemokami pavyzdžiai dažnai dalijami prekybos centruose, kai į rinką išleidžiamas naujas maisto produktas ir siekiama klientui pristatyti jo skonines savybes. Paragavęs nemokamo pavyzdžio klientas gali labai greitai apsispręsti pirkti produktą ar jo nepirkti, siūlyti jį pažįstamiems ar nesiūlyti. Svarbu užtikrinti, kad nemokamų pavyzdžių būtų pakankamai ir jų nepitrūktų. Jei parduotuvėje gausu klientų, būtina numatyti, kad juos visus gali sudominti nemokami pavyzdžiai, todėl reikia reguliariai papildyti nemokamų pavyzdžių atsargas, kad kuo daugiau naujų klientų galėtų įvertinti pristatomą produkciją.

Nemokami prekių pavyzdžiai artimai susiję su demonstracija. Jei pirkėjams pristatomas naujas maisto produktas, labiausiai tinka nemokamai dalijami produkto pavyzdžiai, tačiau jeigu įmonė parduoda techniką, įrangą tikslingiau demonstruoti. „Natūralus produktų demonstravimas žymiai palankiau vertinamas žiūrovų ir reklamos užsakovui galimai suteikia didesnę grąžą“ (Najulytė, 2020, p. 9). Į demonstraciją svarbu pakviesti kuo daugiau potencialių pirkėjų, kuriuos prietaisas gali sudominti, ir jiems parodyti, kaip prietaisas veikia, kokia jo nauda, specifikacija. Demonstracijos metu pirkėjas gali gauti atsakymus į jam rūpimus klausimus, taip pat gali pats išbandyti prietaisą ir įsitikinti, ar tikrai šio daikto jam reikia. Juk prieš pirkdami produktą norime viską išsiaiškinti, pamatyti, kaip jis veikia, ir tik tada priimti galutinį sprendimą. Svarbu, kad demonstracijoje dalyvautų produktą pristatantis asmuo, gerai išmanantis apie kalbamąjį produktą, ir asmuo, kuris šį produktą pardavinės. Pristatant prekę, tikslinga kuo išsamiau apie ją papasakoti, o klientui panorus prekę įsigyti, detaliam nurodyti mokėjimo sąlygas (kai parduodami brangūs daiktai).

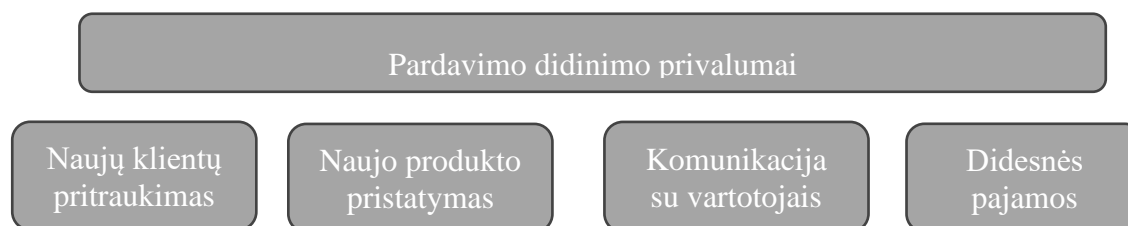
Siekiant padidinti pardavimo skaičių, galima sudaryti sąlygas klientui pasijusti nugalėtoju. Geriausias būdas priversti klientą taip jaustis yra konkursas. Kaip teigia Shanthi ir kt. (2023), konkursas kaip pardavimo skatinimas gali padėti didinti žinomumą tarp potencialių pirkėjų. Konkurse žmonės varžosi ir tikisi laimėti jiems siūlomą prizą. Pastebėta, kad kiekvienais metais socialiniuose tinkluose vyksta konkursas, kurio metu dalyvių prašoma atspėti nacionalinės vyrų krepšinio rinktinės rezultata ar tai, kuris žaidėjas bus rezultatyviausias. Tokiame konkurse dalyvauja ne dešimtys, bet keli šimtai ar net keli tūkstančiai žmonių. Minėtas būdas pritraukti papildomų klientų itin aktualus.

Į konkursą panašus pardavimo skatinimo būdas yra kuponai. Kuponai svarbūs ir siekiant kuo daugiau parduoti. Skirtini dviejų rūšių kuponai: vienu gauname iš pardavėjo, kad sugrįžtume dar kartą, kitus kaip dovaną mums gali nupirkti artimieji ar draugai, norėdami, kad mes apsilankytume tam tikrose vietose. Įmonės, turinčios galimybę parduoti dovanų kuponą, visada gauna naudos. Norėdami nupirkti draugams ar artimiesiems dovaną, neretai žinome, kur jie norėtų apsilankyti. Kuponas – puiki dovana, leidžianti žmogui apsilankyti norimoje vietoje nemokamai. Parduodant kuponus svarbu būti lankstiems, t. y. sudaryti sąlygas įsigyti kuponą vietoje arba atsiųsti jį elektroniniu paštu. Lankstumas leidžia pirkėjui valdyti padėtį ir tenkinti pageidavimus. Minėtini ir iš pardavėjo gaunami kuponai, kai surinkus atitinkamą jų kiekį gaunama nemokama prekė ar ją galima įsigyti pritaikius labai didelę nuolaidą. Kaip teigia Ustinavičius (2009), apsipirkdamas pirkėjas duoda kuponą pardavėjui ir už tai gauna lengvatą. Tai kartu skatina ir pirkėjo lojalumą, nes pirkėjas lankysis pardavimo vietoje ne kartą.

Visos aptartos pardavimo skatinimo priemonės yra svarbios. Būtina tik pasirinkti, kurias iš jų tikslinga naudoti, ir pasirinkti, kur ir kuriuo laiku jos taikytinos. Minėtais metodais rekomenduotina naudotis siekiant padidinti pardavimą. Svarbu labai dažnai nekartoti tų pačių metodų, nes tai vartotojui gali pabosti ir tapti reguliarium dalyku.

Pardavimo skatinimo privalumai

Dirbant pardavimo srityje, žinoma, kad nesėkmingas pardavimas gali priversti įmonę prie neigiamojo pelno arba dar blogiau – prie bankroto. Kiekvienas verslas stengiasi išvengti nesėkmių ir stengiasi didinti pardavimą. Internetiniame puslapyje *ikiwi* (2023) nurodomi keturi pardavimo skatinimo privalumai (*žr. 3 pav.*).



3 pav. Pardavimo didinimo privalumai

Šaltinis: sudaryta remiantis (*ikiwi*, 2023).

Itin svarbus pardavimo didinimo privalumas yra naujų klientų pritraukimas. Kai didiname pardavimą, plečiasi ir klientų spektras. Pardavimo smarkiai nepadidinsime, jei neturėsime naujų klientų. Jei klientų skaičius auga, įmonė gauna didesnę pelną ir gali plėstis.

Antras minėtinas privalumas – naujo produkto pristatymas. Kai klientų skaičius didėja, verslas gauna daugiau pajamų, o kai gaunama daugiau pajamų, galima ir plėstis ir investuoti į naujo produkto sukūrimą. Gauto pelno investicija į naują produktą turi būti gerai apskaičiuota, bet jeigu investicija pasiteisina, verslas gali turėti galimybę pristatyti naują produktą ir dar labiau didinti pajamas.

Kitas privalumas, padidinus pardavimą, – komunikacija su vartotojais. Komunikacija su klientais glaudžiai susijusi su naujo produkto pristatymu. Kai pristatomas naujas produktas ir matoma, kad tai paklausi prekė, bendraujama su klientais tiek prieš parduodant prekę, tiek jos pardavimo metu, tiek ir ją pardavus. Kaip teigia Amlinas (2016), pardavėjui labai aktualu atpažinti santykių kūrimo su klientu ir jo pažinimo vertę. Jei pasirodysime gerai, jei klientas pirks naują produktą, įmonė gaus tikrai gerų rekomendacijų ir atsiliepimų. Patenkintas klientas siūlomą produktą ar prekę gali rekomenduoti savo pažįstamiems ir taip bus suformuota didelė klientų bazė.

Minėtinos ir didesnės pajamos. Padidinę pardavimą, gausime didesnes pajamas. Jas galima koncentruoti į investiciją, kuri gali atnešti dar didesnę pelną.

Apibendrinant galima teigti, kad pardavimo didinimas gali būti teigiamas. Išvardyti pardavimo skatinimo privalumai kartu orientuoja į dar didesnę pelną. Žengiant po žingsnį, atsiradus naujų klientų, investavimas į naują produktą, klientui suformavus teigiamą požiūrį, gali smarkiai padidinti turimą pelną.

Pardavimo skatinimo trūkumai

Verslo atstovų pagrindinis siekis – gauti kuo didesnę pelną, uždirbti kuo daugiau pinigų. Pagrindinis būdas tai pasiekti – skatinti turimos produkcijos ar paslaugos pardavimą. Gali atrodyti, kad pardavimo skatinimas visada vertintinas teigiamai, kartais per didelė ambicija parduoti numatytą produkcijos ar paslaugų kiekį gali lemti ir neigiamas pasekmes. Internetiniame puslapyje *delfi.lt* (2022) nurodomi šeši trūkumai, jei pardavimo skaičius didinamas neapgalvotai (žr. 4 pav.).



4 pav. Pardavimo skatinimo trūkumai

Šaltinis: sudaryta remiantis (delfi, 2022). Adaptuota autoriaus

Taigi, norint parduoti prekę, reikia pagalvoti apie turimų žaliavų kiekį. Nutarus didinti parduodamos produkcijos kiekį ir neįvertinus žaliavų atsargų, galima sugadinti įmonės reputaciją. Žaliavų kiekio apskaičiavimas – pirmas žingsnis prieš išsikeliant ambicingus tikslus parduoti kuo daugiau produkcijos.

Kitas svarbus dalykas, kurį būtina apsvarstyti, yra darbuotojai. Svarbu užtikrinti, kad, užsibrėžus padidinti pardavimo skaičių, esami darbuotojai tikrai spės tiek gaminti, tiek ir parduoti. Jei darbuotojas patirs per didelį krūvį, jis gali tapti neproduktyvus arba net nuspręsti pakeisti darbo vietą. Taigi svarbu įsitikinti darbuotojų pajėgumu.

Trečias punktas – laiku neįvykdomi užsakymai – glaudžiai susijęs su jau minėtais punktais. Jei neįvertinsime žaliavų atsargų ir neįsitikinsime, kad mūsų darbuotojai geba dirbti sparčiau negu anksčiau, tai lems neįvykdytus užsakymus. Neįvykdžius užsakymų, klientai teikia skundus, palieka blogus atsiliepimus, o tai kenkia įmonės reputacijai.

Užsibrėžus tikslą smarkiai didinti pardavimo kiekį, reikia žinoti ne tik tai, ar darbuotojai spės gaminti produkciją. Svarbu užsitikinti, kad, sparčiau ir intensyviau dirbdami, darbuotojai gamins tokius pat produktus, kaip ir anksčiau. Kokybės stoka vertintina kaip neigiama reklama, kuri gali smukdyti verslą.

Minėtina ir trūkinėjanti gamybos grandinė. Kai parduodamas produktas susideda iš kelių komponentų, svarbu, kad visi komponentai būtų pateikti laiku, kad prekės surinkimas neužtruktų. Neapgalvotai nutarus padidinti pardavimą, galima prieiti prie trūkinėjančios gamybos grandinės. Tai lemtų laiku neįvykdomus užsakymus.

Galiausiai, užsibrėžus didinti pardavimą, svarbu išsiaiškinti, ar darbuotojai pakankamai kvalifikuoti atlaikyti padidėjusį darbo krūvį. Jei nutarus padidinti pardavimą paaiškėja, kad darbuotojai nėra pakankamai kvalifikuoti atlaikyti pasunkėjusias darbo sąlygas, galima pasekmė – darbuotojo netekimas arba nekokybiškos paslaugos atlikimas. Abi šios pasekmės gali stipriai paveikti verslą, tad, siekiant to išvengti, svarbu išanalizuoti visus minėtus trūkumus ir užsitikinti, kad šių trūkumų bus išvengta.

Rekomendacijos

1. Siekiant padidinti pardavimą, pirmiausia reikia sąmoningai paveikti klientą, atskleidžiant jam prekės privalumus. Klientas susidomės, apsvarstys galimybę pirkti, galiausiai jam bus nurodytas tikslas, kodėl reikia pirkti, ir tai lems jo sprendimą įsigyti prekę.
2. Pardavimo skatinimo būdai labai įvairūs. Parduodant prekę svarbu išsiaiškinti, kuris būdas efektyviausias ir skatina klientą pirkti. Reikia nepamiršti, kad ne visi pardavimo skatinimo būdai tinkami visais atvejais. Galiausiai, patartina išsiaiškinti, kada tinkamiausias laikas naudoti vieną ar kitą pardavimo skatinimo būdą.
3. Reikia gerai įvertinti, ar produkto akcija vienu ar kitu metu tikrai yra tikslinga ir ar ji nelems neigiamojo pelno.

IŠVADOS

Apžvelgus mokslinėje literatūroje aptartus pagrindinius pardavimo skatinimo būdus, matyti, kad jų gana daug. Dažniausiai Lietuvoje naudojami šie pardavimo skatinimo būdai: 2 už 1 kainą, kuponai, dovanos, prizai, akcijos pirkimo vietose, lojalumo programos, demonstracijos, konkursai ir nemokami pavyzdžiai.

Įvertinus pagrindinius pardavimo skatinimo privalumus ir trūkumus, galima teigti, kad pardavimo skatinimo privalumai: naujų klientų pritraukimas, naujo produkto pristatymas, komunikacija su vartotojais ir didesnės pajamos. Pardavimo skatinimo trūkumai: žaliavų trūkumas, per didelis krūvis,

laiku neįvykdomi užsakymai, kokybės neužtikrinimas, trūkinėjančios gamybos grandinės ir darbuotojų kvalifikacijos stoka.

Darytina išvada, kad, norint parduoti prekę ar produktą, dažniausiai taikytinas pardavimo skatinimo būdas yra akcija – kainos sumažinimas. Taikant šį būdą, klientai ateina įsigyti vis naujų prekių. Be to, klientas, turėdamas platų pasirinkimą, gali būti motyvuotas pirkti daugiau.

Literatūros sąrašas

Agrokoncerno grupė. (2022, gruodžio 7). *Akcijos-loterijos „Iš Agrokoncerno perki – BEDNAR techniką laimi!“ pagrindinis prizas jau pasiekė laimėtojo ūkį.* <https://www.agrokoncernas.lt/cgblog/572/305/akcijos-loterijos-is-agrokoncerno-perki-bednar-technika-laimi-pagrindinis-prizas-jau-pasieke-laimetojo-uki/>

Amlin, J. P. (2016). *B2B professional sales: theory, process, application, tools*. Independently published.

Armstrong, G. M., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing: an introduction*. Pearson.

Brown, D. M., & Thompson, A. (2023). *Essentials of marketing: theory and practice for a marketing career*. Routledge.

Cardone, G. (2020). *Parduok arba parduos tave: kaip versle ir gyvenime pasiekti, ko norite*. Sėkmės medžiotojai.

Delfi. (2022, liepos 8). *Kada pardavimų didinimas gali sugriauti vidinius įmonės mechanizmus?* <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/kada-pardavimu-didinimas-gali-sugriauti-vidinius-imonės-mechanizmus-90685445>

Hall, S. (2022). *Innovative B2B marketing: new models, processes and theory*. Kogan Page.

Ikiwadmin. (2023, vasario 1). *Pardavimų skatinimas, kuris padės pritraukti klientus.* <https://ikiwi.lt/pardavimu-skatinimas/>

Išoraitė, M. (2013). *Pardavimų skatinimo tyrimas prekybos centruose.* *Business Systems & Economics*, 1, 119–133. <https://cris.mruni.eu/server/api/core/bitstreams/d44e536d-c8ba-42c2-b204-fd43a322a9f2/content>

Lundström, A. (2020). *Sales promotion in retail in the 2020's.* https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/339824/Lundstro%CC%88m_Alf.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Najulytė, E. (2020.). *Produkto demonstravimo filmuose įtaka vartotojų elgsenai.* <https://portalcris.vdu.lt/server/api/core/bitstreams/7903242a-c0eb-48c0-aafd-12ad21c07707/content>

Shanthi, N. S., Sivasubramani, K., & Vijyalakshmi, T. (2023). *A study on sales promotion tools with special reference to it industry.* *Journal of Survey in Fisheries Sciences.* <https://sifisheriessciences.com/index.php/journal/article/download/1121/532/1243>

Tiffany, J. (2021). *Marketing strategy: overcome common pitfalls and create effective marketing*. Kogan Page.

Tracy, B. (2022). *Pardavimų psichologija: padidinkite pardavimus greičiau ir lengviau, negu kada nors manėte, jog tai įmanoma*. Tobulėjimo projektai.

Tuten, T. L. (2024). *Principles of marketing for a digital age*. SAGE.

Ustinavičius, T. (2014). *Pardavimo skatinimo sprendimai mažmeninėje prekyboje.* <https://epublications.vu.lt/object/elaba:2147560/>

Wallace, D. P. (2020). *The sales executive handbook: 8 essential elements of sales management*. Wallace Management Group LLC.

SUMMARY

SALES MANAGING TOOLS TOWARDS CONSUMERS

Dominykas Vilkelis

Vilniaus kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
dominykas.vilkelis@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
r.rapkauskaite@vvf.viko.lt

As businesses grow and expand, we see an increasing variety of goods and services. High competition gives consumers many options to meet their needs. A large part of the global population now lives above the poverty line, allowing them to satisfy not only basic needs like food, housing, and water but also other wants that are not essential for survival. Today, it is fairly easy for people to buy food or gadgets. However, while demand is high, competition between sellers is just as strong. When deciding what to buy, we usually look at price first, comparing options to find the cheapest one. If prices are the same, we often think about other factors whether the seller offers something extra, shows social responsibility, or cares about the quality and ethics of their products. It's common to see ads from businesses in the same industry, each claiming to be better than the others in some way. This brings up the question: what tools and methods can businesses use to convince customers to choose them instead of their competitors?

The problem – what sales promoting tools are being used by companies to increase sales?

Research object – sales managing tools.

The goal – is to determine what sales promoting tools are most effective to attract consumers.

Tasks:

- to analyze the scientific literature about sales managing tools;
- to identify positive and negative aspects about sales managing tools;
- to present conclusions and recommendations.

Research methods: scientific literature analyses.

So in conclusion we analysed scientific literature and find out that there is a lot of tools to improve sales, but most used are 2 for 1 price, coupons, gifts, prizes, discounts, loyalty programs, demonstrations, contest and free samples. We also presented best and most used sales increasing tool – discounts, this tool helps business to give consumers a big variety of products with reduced price.

Vikelis, D., Rapkauskaitė, R. (2025). Pardavimo skatinimo būdai vartotojų atžvilgiu. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 171-178, ISSN 2669-221X

ASMENINIAI FINANSAI IR EMOCINĖ GEROVĖ: ATSPARUMO KŪRIMAS PER FINANSINĮ STABILUMĄ

Viktorija Vaitkutė, Akvilė Volbergaitė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

viktorija.vaitkute@ktu.edu, akvile.volbergaitė@ktu.edu

Konsultavo dr. Aušrinė Lakštutienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

ausrine.lakstutiene@ktu.lt

IVADAS

Pasaulyje sparčiai augant ekonominiams ir finansiniams iššūkiams, kurie neretai apibūdinami kaip neapibrėžtumas, tampa vis svarbiau suprasti, kaip finansinis raštingumas gali padėti užtikrinti finansinį stabilumą ir kartu prisidėti prie asmens emocinės gerovės. Šiais laikais didelis prieinamos informacijos kiekis ne visada sumažina finansinį neapibrėžtumą ir riziką, o priešingai – juos dar labiau padidina (Shabir et al., 2023), todėl visuomenė turi būti suinteresuota pati sau padėti ir tapti finansiškai raštingesnė, bet taip pat ir finansiškai stabilesnė. Tai ypač aktualu Lietuvoje, kur, remiantis OECD (2023) ir Lietuvos banko (2024) duomenimis, finansinio raštingumo lygis palyginti žemas, o tai gali trukdyti gyventojams pasiekti norimą finansinį stabilumą ir trokštamą emocinę gerovę. Tuo pat metu, augant psichologiniams iššūkiams, ypač tarp jaunų žmonių, kurie naudodamiesi socialiniais tinklais ir interneto portalais susiduria su socialinio lyginimosi, materializmo ir finansinės įtampos problemomis, svarbu suprasti, kaip finansinis stabilumas gali padėti stiprinti emocinį atsparumą ir įveikti kitas emocines negandas, tokias kaip nerimas ar depresija.

Siekiant įvertinti egzistuojančius ryšius, atlikta OECD ataskaitų analizė, gauti duomenys palyginti su kitų OECD šalių narių 2023 m. duomenimis. Taip pat, naudojant koreliacinę analizę, tirti 2024 m. „Pasaulio laimės ataskaitos“ (*World Happiness Report 2024*) duomenys, kur kaip priklausomas kintamasis pasirinktas emocinės gerovės rodiklis. Nagrinėjama šio rodiklio statistinė priklausomybė nuo tokių veiksnių, kaip valstybių BVP vienam gyventojui, finansinis stabilumas, laimės rodiklis ir gyvenimo lūkesčiai.

Problema – kaip finansinis raštingumas padeda ugdyti finansinį stabilumą ir kaip finansinis stabilumas susijęs su žmogaus emocine gerove.

Tikslas – atlikti finansinio stabilumo ir emocinės gerovės vertinimą.

Uždaviniai:

- atskleisti finansinio raštingumo svarbą, siekiant finansinio stabilumo, ir nustatyti, kaip šalys ar asmenys gali tai pasiekti;
- nustatyti ryšį tarp finansinio stabilumo ir emocinės stiprybės, įvertinti, kaip finansinis stabilumas gali prisidėti prie asmens emocinės gerovės kūrimo.

Metodai: mokslinės literatūros ir statistinių duomenų analizė, koreliacinės matricos ekonometrinė analizė.

Asmeninių finansų valdymo svarba, siekiant emocinės gerovės

Finansinis raštingumas apibūdina asmenų turimas ekonomines žinias ir jų gebėjimą šias žinias panaudoti, priimant įvairius finansinius sprendimus (Lusardi & Mitchell, 2023). Finansų rinka yra vienas iš labiausiai besiplečiančių sektorių, todėl labai svarbu suprasti, kaip ji veikia ir kokias paslaugas teikia. Nepaisant to, šiomis dienomis smarkiai paplitus skaitmeniniams finansams, poreikis suprasti sąsajas tarp įvairių subjektų yra kaip niekada svarbus. Nors daugelis neturi tam pakankamai žinių, rekomenduojama išsiaiškinti, kaip skaičiuojamos palūkanos, kaip veikia infliacija ir kaip galima diversifikuoti kylančią riziką (Lyons & Kass-Hanna, 2021). Šios žinios leidžia efektyviau

valdyti asmeninius finansus, planuoti išlaidas ir kartu padidinti savo finansinį stabilumą ar finansinę gerovę, pavyzdžiui, investuojant turimas lėšas (Dewi et al., 2020). Bet kokių atveju, finansinis raštingumas prisideda prie finansinio saugumo, kuris lemia ne tik bendrą ekonomikos augimą, bet ir socialinę šalies gerovę.

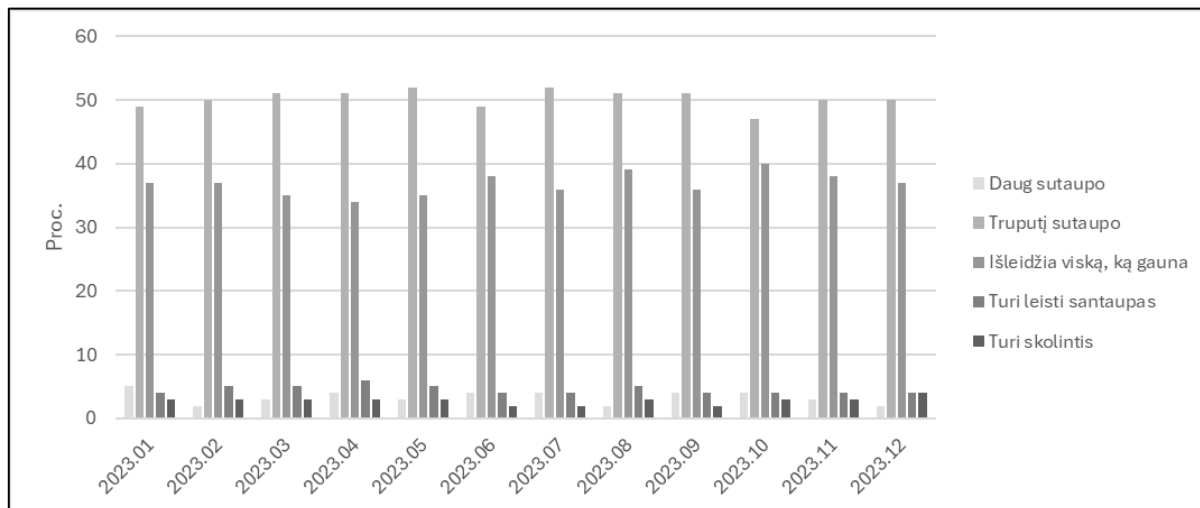
Kalbant apie emocinę gerovę, šiais laikais, kai medijos, internetas ir socialiniai tinklai yra užvaldę didžiosios dalies jaunų žmonių gyvenimus, vis dažniau susiduriama su psichologiniais iššūkiais. Savęs lyginimas su kitais, nevisavertiškumo jausmas, nerimas ar tam tikrais atvejais depresija – tai tik keletas emocinių pasekmių, kurias atneša naujųjų technologijų taikymas socialiniame gyvenime. Per pastarąjį dešimtmetį taip pat itin išaugo materializmo ir „pinigų uždirbimo“ kultai. Socialiniuose tinkluose uždirbti siūloma iš kriptovaliutų, įvairių investavimo platformų, siūloma „nešvaistyti laiko ir pradėti dabar“, uždirbti siūlo šokėjos ir sportininkai, todėl nenuostabu, kad jaunas žmogus gali negebėti tinkamai atsirinkti informacijos ir pradėti jausti stygių ar dar blogiau – pradėti abejoti savimi ir jaustis nevisavertis. Todėl natūraliai kyla klausimas – kas šiais laikais labiausiai lemia asmens emocinę gerovę ir kaip išsiugdyti tvirtą stuburą bei nepasiduoti informacijos pertekliaus neigiamai įtakai?

„Eurostat“ (2023) pateikia pagrindinius veiksnius, kurie statistiškai labiausiai lemia asmens gerovę. Tai materialinės gyvenimo sąlygos, darbas ar veikla, sveikatos būklė, išsilavinimas, socialinė interakcija, ekonominis ir fizinis saugumas, prigimtinių teisių turėjimas, aplinka ir bendra gyvenimo patirtis. Visi šie veiksniai turi reikšmingą įtaką asmens gerovei. Neatsitiktinai materialinės gyvenimo sąlygos minimos pirmos. Šis kriterijus turi esminės svarbos kitiems kriterijams, todėl būtina skirti jam pakankamai dėmesio. Tai patvirtina Fabris ir Luburic (2023), teigdamos, kad vienas iš svarbiausių veiksnių, lemiančių emocinę gerovę, yra finansinis ir materialinis stabilumas. Šį teiginį geriausiai patvirtina priešingas teiginys, kad finansinio stabilumo vertė suprantama tik patyrus finansinį nestabilumą. Puikus to pavyzdys – COVID-19 pandemija. Nepaisant izoliacijos ir apriboto socialinio gyvenimo, daugelį pasaulio gyventojų kaustė baimė, kaip išgyventi, kai visos pajamos tiesiog dingo, ir buvo neaišku, kada vėl jų atsiras. Asmenys, kurie turėjo sukaupe finansinę pagalbę ir kurių finansinė padėtis buvo geresnė, šio galvosūkio išvengė. Šiame straipsnyje bus nagrinėjamas finansinio stabilumo ir asmens emocinės gerovės ryšys, įvertinus kitus susijusius veiksnius.

Finansinio raštingumo svarbos, siekiant visuomenės finansinio stabilumo, analizė

Nepaisant finansinio raštingumo svarbos, daugelyje šalių finansinio raštingumo rodiklis palyginti mažas. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (angl. OECD) periodiškai vykdo suaugusiųjų finansinio raštingumo tyrimus, todėl toliau bus pateiktos išvados, padarytos remiantis šio tyrimo rezultatais. Siekiant geriau suprasti tyrimo išvadas, svarbu pabrėžti, kad bendrą finansinio raštingumo balą sudaro trys dedamosios: žinios apie finansus, finansinis elgesys ir požiūris į finansus (OECD, 2023). Kiekvienos dedamosios maksimalus galimas balų skaičius yra 35, 45 ir 20, o bendras maksimalus balas – 100. Bendras visų tyrimo dalyvių finansinio raštingumo vidurkis siekia vos 63 balus iš 100. Tai rodo, kad vidutinis finansinis raštingumas yra šiek tiek didesnis negu pusė galimo maksimalaus balo. Aukščiausi finansinio raštingumo balai nustatyti Vokietijoje (76 balai), Tailande (71 balas), Kinijos Honkonge ir Airijoje (po 70 balų). Mažiausius finansinio raštingumo balus surinko Jemenas (42 balai) ir Kambodža (49 balai). Kalbant apie Lietuvos finansinio raštingumo rezultatus, minėtina, kad mūsų šalis surinko 56 balus – šis rodiklis yra mažiausias, palyginti su kitomis Baltijos šalimis (Latvijos – 57, Estijos – 67). Lietuvos banko (2024) interneto svetainėje teigiama, kad 2015 m. finansinio raštingumo balas siekė 62. Tai rodo, kad finansinio raštingumo žinios ir atitinkamai finansinis stabilumas Lietuvoje mažėja. Asmenys, norintys įsivertinti savo finansinio raštingumo indeksą, turi galimybę Lietuvos banko interneto svetainėje atlikti trumpą testą. Siekiant šio darbo metu įvertinti, kaip gyventojai vertina savo finansinę padėtį, pasinaudota statistiniais duomenimis (žr. 1 pav.). Svarbu pabrėžti, kad socialinė padėtis nebuvo vertinama, siekiant išvadų paprastumo. Taigi iš 1 pav. matyti, kad per 2023 m. maždaug 53 proc. apklaustųjų galėjo sutaupyti truputį ar daug savo uždirbtų lėšų. Tai reiškia, kad tik pusė respondentų turi žinių ir gebėjimų priimti

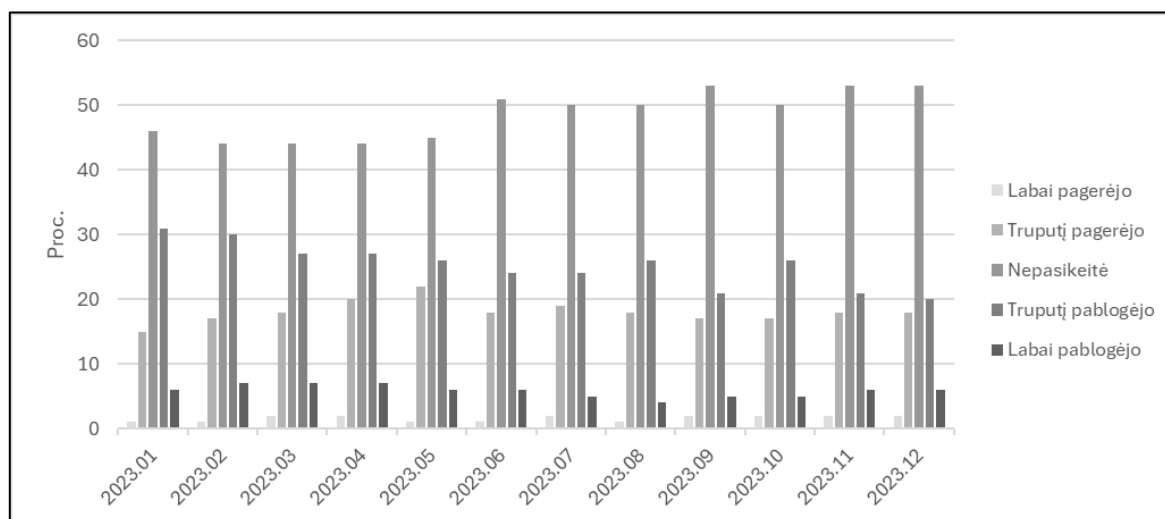
finansiskai teisingus sprendimus, kurie leidžia sutaupyti ir atitinkamai didinti finansinį stabilumą. Nepaisant to, per 2023 m. vidutiniškai 37 proc. namų ūkių išleido viską, ką buvo uždirbę ar gavę. Šis dydis taip pat išryškina Lietuvos gyventojams kylančius iššūkius valdyti savo asmeninius finansus. Galiausiai maždaug 7 proc. respondentų kiekvieno 2023 mėn. pabaigoje turėjo arba leisti savo sąnaudas, arba skolintis dėl tam tikrų priežasčių.



1 pav. Esamos namų ūkių finansinės padėties įvertinimas Lietuvos miestuose ir kaimuose

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lietuvos statistikos departamentas, 2024)

Siekiant įvertinti, kaip keičiasi finansinė namų ūkių situacija Lietuvoje, pasitelkti statistiniai duomenys, kurie rodo tiriamųjų finansinę padėtį per praėjusius 12 mėn. (žr. 2 pav.). Iš 2 pav. matyti, kad didžiausias procentas (vidutiniškai maždaug 48 proc. per metus) respondentų atsakė, jog jų finansinė padėtis per paskutinius 12 mėn. nepasikeitė.



2 pav. Lietuvos namų ūkių finansinės padėties pasikeitimas per praėjusius 12 mėn.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lietuvos statistikos departamentas, 2024)

Rezultatą galima vertinti dvejopai – viena vertus, asmenys, gebantys savo pajamas efektyviai skirstyti, neprivalo keisti savo finansinės padėties, nes jie ir taip patenkinti esama pozicija. Antra vertus, jei situacija nesikeičia tuose namų ūkiuose, kuriems neužtenka uždirbamų lėšų ir jie dėl kylančių poreikių privalo leisti savo santaupas ar skolintis, tokiu atveju galima daryti išvadą, kad gerėjimo tendencija tarp Lietuvos gyventojų nėra išvengiama. Kalbant apie kitus 2 pav. pateiktus duomenis, konstatuotina, kad vidutiniškai 20 proc. namų ūkių teigė, jog per paskutinius metus jų finansinė padėtis truputį ar net labai pagerėjo. Vidutiniškai 31 proc. respondentų nurodė, kad jų

finansinė padėtis suprastėjo. Kartu vertinant rezultatus galima matyti, kad net trečdalis Lietuvos gyventojų jaučia, jog jų finansinė padėtis šeimoje prastėja. Tai patvirtina teiginį, kad šalyje mažas finansinis stabilumas, taip pat didelis poreikis didinti finansinį raštingumą, kuris galėtų padėti spręsti šią problemą.

Šalims, siekiančioms spręsti žemo finansinio raštingumo problemą, labai svarbu suprasti šio reiškimo priežastis. Išskirtinos (Fauziyah & Ruhayati, 2016) kelios pagrindinės priežastys, kodėl šalys nemato reikšmingo finansinio raštingumo augimo. Esminė problema – švietimo programos nėra pritaikytos ugdyti finansinio raštingumo įgūdžių. Mokyklose suteikiami finansinių žinių pagrindai, tačiau to nepakanka, kad būtų matyti reikšmingas pokytis, nes didelę įtaką asmens veiksams daro ir aplinka. Pavyzdžiui, vaikas, augantis šeimoje, kuri priima neracionalius ir nepagrįstus finansinius sprendimus, gali nesąmoningai įgyti netinkamų asmeninių lėšų valdymo įgūdžių. Galiausiai, finansinio raštingumo trūkumo problema kyla ir dėl žemos savikontrolės, ir dėl neugdymo emocinio intelekto. Dėl šios priežasties asmenys impulsyviai priima sprendimus, neįvertindami tam tikrų kylančių rizikų.

Valstybės, siekdamos pagerinti savo gyventojų finansinį stabilumą per finansinį raštingumą, privalo vykdyti tam tikras iniciatyvas. Kaip nurodo OECD (2020), bendro veiksmų plano nėra – kiekviena šalis privalo nusistatyti individualius tikslus, remdamosi esama situacija, ir pagal tai priimti tolesnius sprendimus. Tačiau, kaip jau minėta, OECD teigimu, labai svarbu finansinių žinių ugdymą pradėti švietimo įstaigose. Šis finansinio ugdymo įtraukimas į švietimo sistemą gali prasidėti nuo papildomos pamokos, skirtos finansiniams įgūdžiams lavinti, arba nuo veiklų, organizuojamų po pamokų. Prie finansinio raštingumo didinimo prisideda ir kitos institucijos. Pavyzdžiui, Europos Komisija organizuoja nemokamas visos dienos konferencijas, kuriose gali dalyvauti bet kuris Europos Sąjungos pilietis (European Commission, 2024) ir praplėsti savo žinias apie finansus, jų valdymą ir tų žinių naudą. Taip pat labai svarbu, kad vietinės finansinės institucijos prisidėtų prie šio tikslo siekimo, publikuodamos informaciją apie finansinį raštingumą ir aiškiai informuodamos apie visas rizikas, susijusias su finansų rinka. Padedant vyriausybei ir kitoms institucijoms, gyventojai galėtų siekti finansinio stabilumo, o kartu ir emocinės gerovės.

Apibendrinant galima teigti, kad finansinis raštingumas yra esminis veiksnys, siekiant asmeninio finansinio stabilumo ir bendros šalies ekonominės gerovės. Turėdami pakankamai žinių apie finansų rinkos veikimą, asmenys gali priimti racionalius finansinius sprendimus ir taip didinti savo finansinį stabilumą. Žemas šio rodiklio lygis Lietuvoje ir kitose šalyse rodo didžiulį poreikį spręsti šią problemą pasauliniu mastu. Šalys gali didinti finansinį raštingumą integruodamos finansinį švietimą į formalųjį ugdymą, taip pat skatindamos finansinių institucijų įsitraukimą į švietimo iniciatyvas. Asmenys taip pat turėtų aktyviai siekti gilinti savo finansines žinias, pasinaudodami prieinamais šaltiniais ir mokymosi galimybėmis. Bendros pastangos padės pasiekti aukštesnį finansinio raštingumo lygį, o tai turės įtakos finansinio stabilumo padidėjimui.

Ryšio tarp finansinio stabilumo ir emocinės gerovės vertinimas

Remiantis aptarta teorija, iškelta tyrimo hipotezė, kad emocinei gerovei užtikrinti būtinas finansinis stabilumas, kurio pasiekama per finansinį raštingumą. Tikrinant šią hipotezę, pasitelkti „Pasaulio laimės ataskaitos“ duomenys. Siekiant rasti tarpusavio ryšius, naudotas Pirsono koreliacijos koeficientas, kuris svyruoja nuo –1 iki 1 ir rodo ryšio tarp kintamųjų stiprumą. Sudarytą koreliacijos matricą galima matyti 1 lentelėje.

Koreliacijos matricoje pateikti rezultatai, kuriuose priklausomas kintamasis yra emocinės gerovės rodiklis ir jį veikiantys kintamieji (nepriklausomi) – finansinis stabilumas, BVP vienam gyventojui, laimės rodiklis ir gyvenimo lūkesčiai. Koreliacijos matrica sudaroma siekiant įvertinti, ar egzistuoja tiesinis ryšys tarp priklausomojo ir nepriklausomųjų kintamųjų. Iš koreliacijos matricos matyti, kad didžiausia teigiama koreliacija (0,9) yra tarp emocinės gerovės ir finansinio stabilumo. Antras pagal stiprumą tiesinis ryšys matyti tarp laimės rodiklio ir emocinės gerovės rodiklio (0,85). Mažiausiai iš nagrinėjamos koreliacijos matricos su emocinės gerovės rodikliu koreliuoja gyvenimo lūkesčiai

(0,65) ir BVP vienam gyventojui (0,72). Tačiau jei šie du rodikliai nebūtų lyginami dviejų stipresnės koreliacijos rodiklių kontekste – finansinio stabilumo ir laimės rodiklio, galima būtų teigti, kad tiek BVP vienam gyventojui, tiek gyvenimo lūkesčiai turi pakankamai stiprias koreliacijas ir reikšmingai prisideda prie emocinės gerovės.

4 lentelė. Koreliacijos matrica

Kintamieji	Emocinis gerovės rodiklis	Finansinis stabilumas	BVP vienam gyventojui	Laimės rodiklis	Gyvenimo lūkesčiai
Emocinis gerovės rodiklis	1,00	0,90	0,72	0,85	0,65
Finansinis stabilumas	0,90	1,00	0,85	0,78	0,70
BVP vienam gyventojui	0,72	0,85	1,00	0,80	0,60
Laimės rodiklis	0,85	0,78	0,80	1,00	0,65
Gyvenimo lūkesčiai	0,65	0,70	0,60	0,65	1,00

Šaltinis: sudaryta remiantis „Pasaulio laimės ataskaita“ (World Happiness Report, 2024).

Siekiant įvertinti, ar egzistuojantys tiesiniai ryšiai yra reikšmingi, naudojamos p reikšmės, kurios lyginamos alfa (dažniausiai 0,05) atžvilgiu. Kadangi analizuojamoje ataskaitoje informacija apie ryšių reikšmingumą nėra pateikta, galutinės išvados turi būti vertinamos kritiškai.

Apibendrinant galima teigti, kad iškelta hipotezė pasitvirtino ir stipriausiai emocinę gerovę lemia finansinis stabilumas, kuris taip pat labai stipriai koreliuoja ir su BVP vienam gyventojui. Tai signalizuoja, kad finansinis stabilumas taip pat stipriai susijęs ir su situacija šalyje. Svarbu išskirti, kad išvada nėra galutinė, nes nėra įvertintas ryšio reikšmingumas.

IŠVADOS

Darytina išvada, kad finansinis raštingumas yra esminis finansinio stabilumo pagrindas, nes leidžia žmonėms priimti racionalius finansinius sprendimus. Norint to pasiekti, svarbu integruoti finansinį švietimą į mokyklas, skatinti edukacines iniciatyvas ir motyvuoti asmenis aktyviai gilinti savo žinias naudojantis prieinamais mokymosi šaltiniais. Tokie veiksmai padės ugdyti finansinį stabilumą visuomenėje.

Atlikus išsamią emocinę asmens gerovę lemiančių veiksnių analizę, naudojant Pirsono koreliacijos matricą, nustatyta, kad finansinis stabilumas yra vienas iš svarbiausių emocinę gerovę lemiančių kriterijų. Ši išvada nėra galutinė dėl trūkstamo reikšmingumo įvertinimo. Todėl, norint turėti valstybe patenkintą ir gerai gyvenančią visuomenę, itin svarbu į ugdymo procesą įtraukti finansinį raštingumą. Taip pat valstybė turėtų kryptingai skatinti ekonominės aplinkos gerinimą per socialines garantijas ir užimtumo skatinimo programas. Kita aktuali rekomendacija – valstybės lygmeniu labiau atsižvelgti į visuomenės emocinę gerovę, kurią, nors ir didžiausia dalimi, lemia finansinis stabilumas, tačiau ne tik jis. Galiausiai, kokios priemonės būtų priimtoms, jos turi būti tęsiamos, reguliariai peržiūrimos ir, jei reikia, koreguojamos.

Literatūros sąrašas

Dewi, V. I., Febrian, E., Effendi, N., Anwar, M., & Nidar, S. R. (2020). Financial literacy and its variables: the evidence from Indonesia. *Economics & Sociology*, 13(3), 133–154. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-3/9>

European Commission. (2024). *Financial literacy*. https://finance.ec.europa.eu/consumer-finance-and-payments/financial-literacy_en

Eurostat. (2023). *Quality of life indicators – measuring quality of life*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Quality of life indicators - measuring quality of life](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Quality_of_life_indicators_-_measuring_quality_of_life)

Fabris, N., & Luburic, R. (2023). Financial stability and quality of life. *Quality System Condition for Successful Business and Competitiveness*, 11, 11–18. https://www.researchgate.net/publication/370928163_financial_stability_and_quality_of_life

Fauziyah, A., & Ruhayati, S. A. (2016). Developing students' financial literacy and financial behaviour by students' emotional quotient. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 15. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.48>

Lietuvos bankas. (2024). *Finansinis raštingumas*. <https://www.lb.lt/lt/finansinis-rastingumas>

Lietuvos statistikos departamentas. (2024). *Statistinių rodiklių analizė*. Oficialiosios statistikos portalas. <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize>

Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2021). A methodological overview to defining and measuring “digital” financial literacy. *Financial Planning Review*, 4(2), e1113. <https://doi.org/10.1002/cfp2.1113>

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: opening a new field. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137–154. <https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137>

OECD. (2020). *Recommendation of the Council on Financial Literacy*. OECD Legal Instruments. <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0461>

OECD. (2023). OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy. In *OECD Business and Finance Policy Papers*, 39. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>

Shabir, M., Jiang, P., Shahab, Y., & Wang, P. (2023). Geopolitical, economic uncertainty and bank risk: do CEO power and board strength matter? *International Review of Financial Analysis*, 86, 102603. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.102603>

World Happiness Report. (2024). *World Happiness Report 2024*. <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2024/WHR+24.pdf>

SUMMARY

PERSONAL FINANCE AND MENTAL HEALTH: BUILDING RESILIENCE THROUGH FINANCIAL STABILITY

Viktorija Vaitkutė, Akvilė Volbergaitė

Kaunas University of Technology, Lithuania

viktorija.vaitkute@ktu.edu, akvile.volbergaitė@ktu.edu

Consulted by dr. Aušrinė Lakštutienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

ausrine.lakstutiene@ktu.lt

In a world where economic and financial challenges are rapidly increasing, often characterized by uncertainty, it becomes increasingly important to understand how financial literacy can contribute to ensuring financial stability while also promoting an individual's emotional well-being. In contemporary times, the vast amount of accessible information does not always reduce financial uncertainty and risk; on the contrary, it can sometimes exacerbate them (Shabir et al., 2023). Therefore, society must be motivated to help itself by becoming more financially literate, thereby also achieving greater financial stability. This issue is particularly relevant in Lithuania, where, according to data from the OECD (2023) and the Bank of Lithuania (2024), financial literacy levels are relatively low, potentially hindering citizens from reaching the desired financial stability and emotional well-being. Simultaneously, as psychological challenges rise, particularly among young

people, who face issues such as social comparison, materialism, and financial pressure through social media and online platforms, it is crucial to understand how financial stability can enhance emotional resilience and help overcome other emotional challenges, such as anxiety and depression.

This study aims to assess the relationship between financial literacy, financial stability, and emotional well-being. The research tasks include highlighting the importance of financial literacy in achieving financial stability, exploring the connection between financial stability and emotional resilience, and evaluating how financial stability enhances overall emotional well-being. A mixed-methods approach was used, including a review of OECD reports and comparative analysis with other OECD countries. Additionally, econometric analysis of correlation matrices was performed using data from the 2024 World Happiness Report, with emotional well-being as the dependent variable and GDP per capita, financial stability, happiness index, and life expectations as independent variables. The results revealed a strong positive correlation between financial stability and emotional well-being (correlation coefficient 0.90), underscoring the critical role of financial literacy in fostering resilience and promoting emotional health. However, as p-values were not available, the findings should be interpreted cautiously, and the conclusions are not definitive, particularly in the context of Lithuania, where low financial literacy levels pose significant challenges.

Vaitkutė, V., Volbergaitė, A., Lakštutienė, A. (2025). Asmeniniai finansai ir emocinė gerovė: atsparumo kūrimas per finansinį stabilumą. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 179-185, ISSN 2669-221X

SKAITMENINIO EURO NAUDOS IR RIZIKŲ ANALIZĖ

Domas Matuiza

Vilniaus universitetas, Lietuva

domas.matuiza@evaf.stud.vu.lt

Konsultavo dr. Alfreda Šapkauskienė

Vilniaus universitetas, Lietuva

alfreda.sapkauskiene@evaf.vu.lt

ĮVADAS

Europos procesų skaitmenizacija, įskaitant mokėjimų sritį, sparčiai auga. 2016–2022 m. atsiskaitymai grynaisiais pinigais euro zonoje sumažėjo 20 procentinių punktų. 2022 m. duomenimis, septyniose euro zonos šalyse atsiskaitymai grynaisiais sudarė ne daugiau kaip 50 proc. visų mokėjimo operacijų (ECB, 2022). Šie vartotojų elgsenos pokyčiai rodo didėjantį inovatyvių sprendimų, tokių kaip skaitmeninis euras, poreikį. Be to, skaitmeninis euras ne tik atitiktų besikeičiančius vartotojų atsiskaitymo poreikius, bet ir sustiprintų Europos suverenumą, finansinį stabilumą ir paskatintų inovacijas regione.

Šiuo metu skaitmeninis euras yra pasiruošimo fazėje, joje kuriami pagrindai jo emisijai (ECB, 2024). Kai gyventojai geriau suvokia skaitmeninės valiutos naudą ir galimas rizikas, jie jaučiasi saugesni, labiau pasiruošę ir linkę greičiau prisitaikyti prie naujos mokėjimų formos (Gupta et al., 2023). Taigi, siekiant sėkmingo šios priemonės įdiegimo, būtina tinkamai informuoti ir šviesti visuomenę apie galimą šios priemonės naudą ir rizikas.

Skaitmeninių valiutų tema pastaruoju laikotarpiu sulaukė didelio mokslinės bendruomenės dėmesio, tačiau šios srities ištirtumo lygis vis dar gana žemas (Cotugno et al., 2024), todėl būtina šią temą tirti plačiau. Prieš skaitmeninio euro emisiją svarbu nustatyti jo struktūrą ir funkcionalumą. Ypač pabrėžiama būtinybė įvertinti galimas pasekmes, kurias skaitmeninio euro įdiegimas gali turėti ekonomikai, visuomenei ir finansų sistemai (Cotugno et al., 2024).

Prie centrinių bankų skaitmeninių valiutų naudos ir rizikų atskleidimo reikšmingai prisidėjo Bepalova ir kt. (2024), Corredor ir kt. (2024) ir Horváth (2023). Capriglione ir Lemma (2023), Esposito (2022), Lupinu (2021), Oehler-Šincai (2022) išsamiai nagrinėja galimą naudą ir rizikas skaitmeninio euro atveju.

Problema – kokia galima skaitmeninio euro nauda ir rizikos?

Tikslas – identifikuoti skaitmeninio euro naudą ir pagrindines rizikas.

Uždaviniai:

- teoriniu aspektu apžvelgti skaitmeninio euro projektą ir palyginti jį su esamomis mokėjimo priemonėmis;
- identifikuoti galimą skaitmeninio euro naudą ir ją suklasifikuoti;
- išskirti galimas rizikas, susijusias su skaitmeninio euro įvedimu, jas sugrupuoti ir įvardyti siūlomus jų mažinimo būdus.

Metodai: mokslinės literatūros analizė, sisteminimas, lyginimas, grupavimas ir klasifikavimas.

Tyrimo metodologija

Tyrimo tikslui pasiekti atlikta mokslinės literatūros apžvalga, taikant lyginimo ir grupavimo metodus. Tyrimas vyko dviem etapais. Pirmajame etape mokslinių šaltinių paieška buvo vykdoma „ScienceDirect“ duomenų bazėje, naudojant reikšminius žodžius *digital euro* ir *CBDC*. Ieškota straipsnių, kuriuose šie terminai pasirodo pavadinime arba santraukoje. Atrankos metu buvo rasti 173 straipsniai.

Pirmajame tyrimo etape straipsniai, kuriuose nebuvo nagrinėjamos skaitmeninės valiutos, įskaitant skaitmeninį eurą, atmesti. Atrinkti tik tie straipsniai, kurių pavadinimas ir santraukoje pateikta informacija atitiko tyrimo atrankos kriterijus. Jei iš pavadinimo ar santraukos nebuvo aišku, ar straipsnis atitinka atrankos reikalavimus, jis buvo įtrauktas į antrąjį – viso straipsnio teksto analizės – etapą. Po šio atrankos etapo liko 24 straipsniai.

Antrajame tyrimo etape buvo išsamiai analizuojami atrinktų publikacijų tekstai. Straipsniai, neatitikę bent vieno tyrimo atrankos kriterijaus arba tiesiogiai nesusiję su tyrimo tema, pašalinti. Po šio etapo galutinei analizei liko 10 straipsnių.

Siekiant išsamiai įvertinti ECB pateikiamą informaciją apie skaitmeninio euro naudą ir rizikas bei geriau suprasti dabartinę skaitmeninio euro situaciją, buvo analizuojami ECB reglamentai ir apžvalgos. Remiantis šiuose šaltiniuose pateikta informacija, atliktas skaitmeninio euro palyginimas su esamomis mokėjimo priemonėmis. Mokslinėje literatūroje ir reglamentuose pateikti duomenys leido identifikuoti galimą skaitmeninio euro naudą bei rizikas ir suteikė pagrindą jų tolesnei analizei.

Identifikuota nauda suskirstyta į tris pagrindines kategorijas: Europos ekonominio stabilumo ir suverenumo stiprinimą, individualių vartotojų gerovės didinimą ir skaitmeninės transformacijos skatinimą Europos Sąjungoje. Rizikos suklasifikuotos į tris grupes, atsižvelgiant į jų pobūdį: ekonomines, socialines ir technologines. Galiausiai identifikuoti mokslinėje literatūroje aprašyti rizikų mažinimo būdai.

Skaitmeninio euro palyginimas su esamomis mokėjimo priemonėmis

Remiantis ECB reglamentuose ir mokslinėje literatūroje pateikta informacija, galima teigti, kad skaitmeninis euras su tradicinėmis mokėjimo priemonėmis gali būti lyginamas pagal šiuos kriterijus: privatumo užtikrinimo lygmenį, nemokamo naudojimo galimybę, atsiskaitymus fiziniuose vietose ir internete, interneto ryšio poreikį, finansinių nusikaltimų prevenciją, lėšų laikymo limitus ir tarptautinį naudojimą euro zonoje (*žr. 1 lentelę*).

Skaitmeninis euras būtų Europos Centrinio Banko (ECB) išleisti skaitmeninės formos grynieji pinigai, prieinami visiems euro zonos gyventojams (ECB, 2023). Ši priemonė nepakeistų esamų atsiskaitymo būdų, tai taptų dar viena mokėjimo alternatyva, kuri, kaip ir grynieji pinigai ar banko pavedimai, būtų skirta tiek vietos, tiek tarptautiniams fiziniams ir asmenų tarpusavio mokėjimams euro zonoje. Skaitmeninis euras taip pat leistų atsiskaityti už prekes ir paslaugas internete. Šiuo metu daugeliu atvejų tai įvykdyti galima tik turint sąskaitą banke. Skaitmeninis euras, kaip ir grynieji pinigai, galėtų veikti be interneto prieigos, skirtingai negu bankiniai pavedimai ar atsiskaitymai mokėjimo kortelėmis (ECB, 2023, 2024; Esposito, 2022).

Kitas skaitmeninio euro pranašumas yra tai, jog jis bus nemokamas pagrindiniam naudojimui. Nemokamą naudojimąsi mokėjimo paslaugomis dabar užtikrina grynieji pinigai ir dalis komercinių bankų, tačiau dauguma finansinių institucijų už savo paslaugas taiko mokesčius (ECB, 2023).

Vartotojų privatumo ir atsiskaitymų anonimiškumo aspektu skaitmeninis euras turėtų užtikrinti tokį privatumo lygį, kuris prilygtų grynųjų pinigų atsiskaitymams. Taigi privatumo lygis būtų aukštesnis, negu naudojantis banko sąskaita (ECB, 2020). Būtent dėl žemesnio privatumo užtikrinimo lygmens bankai gali efektyviau identifikuoti įvairius finansinius nusikaltimus, kurie sunkiai nustatomi grynųjų pinigų atvejais, taigi ECB turės sukurti tokią infrastruktūrą, kuri išlaikytų pusiausvyrą tarp aukšto privatumo užtikrinimo lygio ir gebėjimo atpažinti finansinės nusikalstamos veiklos atvejus (ECB, 2020; Esposito, 2022).

Siekiant išsaugoti komercinių bankų vaidmenį finansų sistemoje ir užtikrinti efektyvų monetarinės politikos perdavimą, numatoma įvesti ribojimus skaitmeninio euro piniginiame laikoma sumai. Kol kas konkreti suma nėra nurodyta, nes ji priklausys nuo ekonominės situacijos, vyraujančios prieš skaitmeninio euro įvedimą. Šiuo metu tokie ribojimai netaikomi gryniesiems pinigams ar bankų sąskaitoms (ECB, 2023, 2024).

1 lentelė. Skaitmeninio euro ir šiuo metu naudojamų mokėjimo būdų palyginimas

<i>Lyginimo kriterijus</i>	<i>Skaitmeninis euras</i>	<i>Grynieji pinigai</i>	<i>Banko sąskaita ir mokėjimo kortelės</i>
Privatumo užtikrinimas	Visiškai konfidencialu, bet gali būti stebimas	Visiškai konfidencialu	Mokėjimai yra stebimi
Nemokamas naudojimas	Taip	Taip	Dažniausiai mokama
Atsiskaitymų fizinėse vietose palaikymas	Taip	Taip	Taip
Atsiskaitymų internete palaikymas	Taip	Ne	Taip
Reikalauja interneto ryšio	Nebūtinas	Ne	Taip
Finansiniai nusikaltimai	Gali padėti identifikuoti nusikalstamą veiklą	Sudėtinga susekti, sudaro sąlygas nusikalstamai veiklai	Nusikalstama veikla yra lengviau aptinkama
Taikomas lėšų laikymo limitas	Taip	Ne	Ne
Galimybė naudoti tarptautiniu mastu (euro zonoje)	Taip	Taip	Taip

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Apibendrinant galima teigti, kad skaitmeninis euras, turėdamas visas minėtas savybes, išsiskirtų iš esamų mokėjimo priemonių ir galėtų užpildyti spragas, egzistuojančias dabartinėje mokėjimo paslaugų sistemoje. Todėl pastangos diegti skaitmeninį eurą yra pagrįstos, nes tai būtų reikšmingas žingsnis kuriant patikimą, prieinamą ir modernią mokėjimų sistemą Europoje (ECB, 2023, 2024).

Galima skaitmeninio euro nauda

Mokslinėje literatūroje išskiriama galima skaitmeninio euro nauda gali būti sugrupuota į šias kategorijas: Europos ekonominio stabilumo ir suverenumo stiprinimą, individualių vartotojų gerovės didinimą ir skaitmeninės transformacijos skatinimą Europos Sąjungoje (*žr. 2 lentelę*).

Europos ekonominis stabilumas ir suverenumas

Skaitmeninis euras sustiprintų Europos monetarinį suverenumą ir sumažintų Europos gyventojų priklausomybę nuo didelių ne Europos privačių mokėjimo paslaugų teikėjų, kurie šiuo metu dominuoja Europos erdvėje (ECB, 2024). Didėjant bendrajai kriptovaliutų, ypač „stablecoins“, vertei ir užsienio paslaugų tiekėjams vis labiau dominuojant mažmeninių mokėjimų sistemoje, Europos autonomija šioje srityje mažėja, o tai gali turėti reikšmingų pasekmių regiono gyventojams. Skaitmeninis euras, kaip patikimesnė alternatyva esamoms skaitmeninėms atsiskaitymo priemonėms, paskatintų vartotojus dalį savo lėšų nukreipti iš bankų sąskaitų į skaitmeninio euro sąskaitą, todėl mažėtų dabartinių finansinių paslaugų teikėjų įtaka Europos rinkoje (Oehler-Šincai, 2022; Corredor et al., 2024). Taip pat skaitmeninis euras padidintų regiono mokėjimų sistemos atsparumą esant ypač sunkioms aplinkybėms, pavyzdžiui, stichinių nelaimių ar karo atveju (Esposito, 2022; Bespalova et al., 2024).

Skaitmeninio euro įvedimas galėtų paspartinti valiutos apyvartą, padidinti pinigų prieinamumą ir skatinti ekonomikos augimą ir didesnę stabilumą. Taip pat, įdiegus skaitmeninį eurą, ECB galėtų gauti platesnę prieigą prie papildomos informacijos apie pinigų naudojimą tarp Europos gyventojų, o tai leistų efektyviau atpažinti pinigų plovimo, korupcijos ar mokesčių vengimo atvejus ir geriau suprasti vartotojų įpročius (Horváth, 2023).

Europos individualių vartotojų gerovė

Skaitmeninis euras leistų geriau patenkinti besikeičiančius Europos gyventojų mokėjimo poreikius, nes sudarytų daugiau galimybių rinktis atsiskaitymo būdus ir užtikrintų asmenų privatumą atsiskaitant skaitmeniniu būdu. ECB aiškiai deklaruoja, kad nesiekia stebėti žmonių atsiskaitymų įpročių ir neturi komercinių interesų. Skaitmeninis euras neturėtų prieigos prie jokių asmens duomenų, pagal kuriuos būtų galima tiesiogiai identifikuoti galutinius vartotojus, ir jų nesaugotų (Esposito, 2022; ECB, 2023). Taip pat skaitmeninis euras turėtų savarankišką infrastruktūrą, kuri padidintų elektroninių mokėjimų sistemos atsparumą kibernetinėms atakoms ir techniniams sutrikimams (ECB, 2023). Galiausiai, skaitmeninis euras būtų visos Europos platforma, kuria remdamiesi Europos mokėjimo paslaugų teikėjai galėtų kurti visos Europos mastu pasiekiamas paslaugas savo klientams (ECB, 2020, 2023).

2 lentelė. Galimos skaitmeninio euro naudos klasifikacija

Galima skaitmeninio euro nauda		
<i>Europos ekonominis stabilumas ir suverenumas</i>	<i>Europos individualių vartotojų gerovė</i>	<i>Europos skaitmeninės transformacijos skatinimas</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ekonominis stabilumas ir augimas. • Didesnis Europos suverenumas ir atsparumas mokėjimo paslaugų srityje. • Efektyvesnis šešėlinės ekonomikos sutramdymas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vartotojų naujų mokėjimų poreikių patenkinimas. • Finansinės įtraukties didinimas. • Vartotojų privatumo užtikrinimas. • Esamų mokėjimo paslaugų įkainių mažinimas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Novatoriškų sprendimų diegimas. • Efektyvesnė mokėjimo paslaugų teikėjų veikla. • Apsauga nuo didžiųjų technologijų bendrovių dominavimo. • Naujos verslo galimybės.

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Skaitmeninis euras prisidėtų prie finansinės įtraukties didinimo. Tikimasi, kad skaitmeninio euro infrastruktūra bus sukurta taip, jog bus sudarytos sąlygos juo naudotis asmenims, patiriantiems sunkumų naudojantis skaitmeniniais įrenginiais, neįgaliesiems ar vyresnio amžiaus gyventojams. Skaitmeninis euras sudarytų sąlygas atlikti mokėjimus skaitmeniniu būdu ir tiems asmenims, kurie neturi mokėjimo kortelės ar banko sąskaitos, ir tiems, kurie linkę atsiskaityti grynaisiais (ECB, 2023; Bespalova et al., 2024).

Kaip minėta, skaitmeninio euro įvedimas paskatintų didesnę konkurenciją tarp Europoje veikiančių mokėjimo paslaugų teikėjų ir sumažintų šios rinkos koncentraciją. Tai galėtų sudaryti palankesnes sąlygas vartotojams, nes mokėjimo paslaugų teikėjai būtų priversti mažinti įkainius, siekdami išlaikyti stabilią klientų bazę (Horváth, 2023; Bespalova et al., 2024; Corredor et al., 2024).

Europos skaitmeninės transformacijos skatinimas

Skaitmeninio euro įvedimas gali tapti reikšmingu stimulu ekonomikos skaitmeninimui ir novatoriškų sprendimų kūrimui įvairiose Europos pramonės šakose. Ši priemonė, tapusi plačiai prieinama visuomenei, prisidėtų prie finansų sektoriaus skaitmeninimo ir, platesne prasme, prie visos ekonomikos modernizacijos. Be to, skaitmeninis euras padėtų užpildyti esamas skaitmeninių mokėjimo sprendimų ir funkcijų spragas (Horváth, 2023).

Skaitmeninis euras galėtų sumažinti mokėjimo paslaugų teikėjų sąnaudas, nes leistų optimizuoti jų verslo procesus ir sudarytų sąlygas naujiems, efektyvesniems verslo modeliams (Horváth, 2023). Skatindama naujų mokėjimo paslaugų ir funkcijų kūrimą, Europos Sąjunga taip pat plėstų verslo galimybes regione (Esposito, 2022).

Be to, skaitmeninis euras iš dalies galėtų atlikti apsaugos mechanizmo nuo didžiųjų technologijų bendrovių didėjančio dominavimo Europos mokėjimo paslaugų sektoriuje vaidmenį. Jo įvedimas sustiprintų konkurenciją šioje srityje, prisidėdamas prie sąžiningesnės ir labiau diversifikuotos rinkos formavimo (Horváth, 2023).

Galimos skaitmeninio euro rizikos

Be skaitmeninio euro naudos, mokslinėje literatūroje išskiriamos galimos jo rizikos, kurios gali būti klasifikuojamos į šias kategorijas: ekonominės, socialinės ir technologinės rizikos (žr. 3 lentelę).

Ekonominės rizikos

Kaip didžiausia galima skaitmeninio euro įvedimo rizika mokslinėje literatūroje įvardijama bankų sektoriaus destabilizacija. Tikėtina, kad, emitavus skaitmeninį eurą, atsirastų bankų indėlių ir skaitmeninių eurų pakeitimo efektas, nes skaitmeninis euras galėtų atlikti pinigų vertės kaupimo funkciją. Taip būtų sukurta savotiška ECB ir komercinių bankų konkurencija. Bankai susidurtų su sunkumais surinkdami santaupas, todėl mažėtų paskolų pasiūla, taigi būtų ribojamas ekonominis augimas (Capriglione & Lemma, 2023; Bespalova et al., 2024; Corredor et al., 2024). Kita vertus, bankai, siekdami kompensuoti indėlių stoką ir sumažėjusį pelningumą, galėtų prisiimti didesnę riziką, o tai taip pat neigiamai paveiktų Europos finansinį stabilumą (ECB, 2020; Capriglione & Lemma, 2023; Corredor et al., 2024). Luu ir kt. (2023) teigia, kad empirinis tyrimas siekia oponuoti finansinio stabilumo rizikos idėjai, ir pabrėžia, jog mažmeninės skaitmeninės valiutos įvedimas susijęs su aukštesniu didžiųjų ir vidutinių bankų stabilumo lygiu. Tyrime pastebima, kad, įvedus skaitmeninę valiutą, matyti bankų finansinio svėro ir turto rizikų sumažėjimas, didėja bankų skolinimo apimtys, paskolų kokybė ir mažėja kredito rizika. Būtent šie veiksniai prisideda prie didesnio finansinio stabilumo regione (Luu et al., 2023).

Neigiamas poveikis finansiniam stabilumui gali itin išryškėti esant ekonominio neapibrėžtumo ar krizių sąlygoms, kai vartotojai mažiau pasitiki bankų sektoriumi. Tokiu atveju iškyla visuotinio indėlių atsiėmimo rizika, vartotojai būtų linkę greitai pervesti savo lėšas iš komercinių bankų sąskaitų į skaitmeninio euro sąskaitą, jei operacinės kliūtys atsiimti pinigus skaitmeniniais eurai būtų mažesnės, negu atsiimant grynuosius pinigus (ECB, 2020; Lupinu, 2021; Bespalova et al., 2024). Vis dėlto šis scenarijus mažai tikėtinas, nes mažmeniniams indėlininkams apsaugoti naudojamas indėlių draudimas (Bespalova et al., 2024).

Galiausiai pastebima, kad, jei nebus sukurta derama skaitmeninio euro kontrolės sistema, gali būti sudarytos sąlygos pinigams plauti, terorizmui finansuoti ir kitai vietinei ir tarptautinei nusikalstamai veiklai. Prie šios ir kitų problemų užkardymo ar mažinimo galėtų prisidėti skaitmeninio euro sąskaitoje leidžiamo laikyti lėšų kiekio apribojimo taikymas (ECB, 2020; Lupinu, 2021; Bespalova et al., 2024).

Socialinės rizikos

Egzistuoja rizika, kad skaitmeninis euras gali būti sukurtas taip, jog nebus pasiekta kuri nors Europos piliečių grupė, ypač tos, kurios jau dabar susiduria su sunkumais dėl galimybės naudotis įprastomis finansinėmis paslaugomis ir kurios, pavyzdžiui, neturi banko sąskaitos arba nesinaudoja skaitmeninėmis priemonėmis (Lupinu, 2021; Bespalova et al., 2024). Šią riziką sumažinti būtų galima organizuojant išsamias švietimo kampanijas (Bespalova et al., 2024).

Technologinės rizikos

Kaip ir visos skaitmeninės priemonės, skaitmeninis euras gali susidurti su kibernetine rizika, kuri apima tokius veiksmus, kaip kibernetinės atakos, duomenų nutekimas, vagystės. Ši rizika gali turėti itin platų poveikį pinigų politikai, finansiniam stabilumui, mokėjimo sistemos saugumui ir veiksmingumui (ECB, 2020; Horváth, 2023; Corredor et al., 2024). Taigi, siekdamas užtikrinti saugų

ir veiksmingą skaitmeninio euro veikimą, ECB privalo sukurti patikimus apsaugos ir kontrolės mechanizmus, kurie būtų nuolat atnaujinami (Horváth, 2023).

Be kibernetinės rizikos, mokslinėje literatūroje įvardijama ir su skaitmeninio euro infrastruktūros patrauklumu susijusi rizika. Teigiama, kad, jei naudojimas šia priemone sukeltų sunkumų, o verslams dėl jo naudojimo reikšmingai išaugtų kaštai, skaitmeninis euras būtų naudojamas mažesniu mastu. Tai reikštų, kad šios priemonės tikslai nebūtų sėkmingai įgyvendinti (Corredor et al., 2024).

3 lentelė. Galimų skaitmeninio euro rizikų klasifikacija ir siūlomi jų mažinimo sprendimai

Galimos skaitmeninio euro rizikos		
Rizikų kategorija	Rizikos	Siūlomi rizikos mažinimo būdai
<i>Ekonominė</i>	<ul style="list-style-type: none"> Bankų sistemos destabilizacija. Sumažėjęs finansinio stabilumo lygis krizių ir ekonominio neapibrėžtumo sąlygomis. Galimybės vykdyti nusikalstamą veiklą. 	Pinigų laikymo limitas, indėlių draudimas.
<i>Socialinė</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pakankamos finansinės įtraukties neužtikrinimas. 	Švietimo kampanijų organizavimas.
<i>Technologinė</i>	<ul style="list-style-type: none"> Galimi kibernetinių atakų, duomenų nutekėjimo ir vagysčių atvejai. Nepatraukli infrastruktūra, dideli kaštai verslams. 	Nuolat naujinami kibernetinės apsaugos ir kontrolės mechanizmai.

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Minėtos skaitmeninio euro rizikos sukuria ECB reputacijos riziką. Tai reiškia, kad visos klaidos, susijusios su skaitmeninio euro diegimu, funkcionavimu ir poveikiu ekonomikai, lemtų mažesnę pasitikėjimo ECB lygį (Horváth, 2023).

IŠVADOS

Skaitmeninis euras yra inovatyvus mokėjimo instrumentas, kuris ilguoju laikotarpiu gali tapti neatsiejama kasdienio gyvenimo dalimi kiekvienam euro zonos gyventojui. Šiuo metu nėra mokėjimo priemonių, turinčių visas skaitmeniniam eurai būdingas savybes, todėl jo diegimas vertintinas kaip prasmingas ir reikšmingas žingsnis į priekį.

Skaitmeninis euras galėtų reikšmingai prisidėti prie Europos finansinio suverenumo ir stabilumo stiprinimo. Šis instrumentas ne tik padidintų Europos gyventojų finansinę įtrauktį, bet ir atliėtų besikeičiančius vartotojų atsiskaitymo įpročius ir prisidėtų prie didesnės jų gerovės. Be to, skaitmeninio euro diegimas paskatintų inovacijų kūrimą ir naujų verslų plėtrą, stiprindamas Europos poziciją globalioje skaitmeninių finansų rinkoje.

Minėtina, kad skaitmeninis euras taip pat kelia tam tikrų rizikų. Didžiausios jų yra susijusios su galimu poveikiu komercinių bankų veiklai tiek įprastomis ekonominėmis sąlygomis, tiek krizių metu. Kitos reikšmingos rizikos apima nepakankamą tarpvalstybinę ir infrastruktūros kontrolę bei iššūkius užtikrinant, kad ši priemonė būtų prieinama visoms gyventojų grupėms. Visos šios rizikos gali kelti grėsmę ECB reputacijai, todėl būtina skirti ypatingą dėmesį joms valdyti.

Literatūros sąrašas

Bespalova, O., Appendino, M., Bhattacharya, R., Clevy Aguilar, J. F., Geng, N., Komatsuzaki, T., Lesniak, J., Lian, W., Marcelino, S., Villafuerte, M., & Yakhshilikov, Y. (2024). Crypto assets and CBDCs in Latin America and the Caribbean: opportunities and risks. *Latin American Journal of Central Banking*, 100157. <https://doi.org/10.1016/j.latecb.2024.100157>

Capriglione, F., & Lemma, V. (2023). *The Adoption of Digital Euro: Problems and Perspectives* (pp. 123–158). https://doi.org/10.1007/978-3-031-38708-1_7

Corredor, V. A., Kamin, S., & Zampolli, F. (2024). Central bank digital currencies (CBDCs) in Latin America and the Caribbean. *Latin American Journal of Central Banking*, 100140. <https://doi.org/10.1016/j.latacb.2024.100140>

Cotugno, M., Manta, F., Perdichizzi, S., & Stefanelli, V. (2024). Ready for a digital Euro? Insights from a research agenda. *Research in International Business and Finance*, 67, 102117. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102117>

ECB. (2020). *Report on a digital euro*. https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/Report_on_a_digital_euro~4d7268b458.en.pdf

ECB. (2022). *Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) – 2022*. https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/shared/pdf/ecb.spacereport202212~783ffdf46e.en.pdf

ECB. (2023). *A stocktake on the digital euro*. https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/investigation/profuse/shared/files/dedocs/ecb.dedocs231018.en.pdf

ECB. (2024). *Progress on the preparation phase of a digital euro*. <https://doi.org/10.2866/10580>

Esposito, L. (2022). Digital euro issuance: a great opportunity with some risks. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 16(4), 369–380.

Gupta, S., Pandey, D. K., El Ammari, A., & Sahu, G. P. (2023). Do perceived risks and benefits impact trust and willingness to adopt CBDCs? *Research in International Business and Finance*, 66, 101993. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.101993>

Horváth, D. (2023). Money in the digital age: exploring the potential of central bank digital currency with a focus on social adaptation and education. *Sustainable Futures*, 6, 100136. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2023.100136>

Lupinu, P. M. (2021). Digital euro: opportunity or (legal) challenge? *Ianus*, 22/2020.

Luu, H. N., Nguyen, C. P., & Nasir, M. A. (2023). Implications of central bank digital currency for financial stability: evidence from the global banking sector. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 89, 101864. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101864>

Oehler-Şincai, I. M. (2022). The digital euro project. A preliminary assessment. *Romanian Journal of European Affairs*, 22(1), 50–68.

SUMMARY

ANALYSIS OF THE BENEFITS AND RISKS OF THE DIGITAL EURO

Domas Matuiza

Vilnius university, Lithuania

domas.matuiza@evaf.stud.vu.lt

Consulted by dr. Alfređa Šapkauskienė

Vilnius university, Lithuania

alfreda.sapkauskiene@evaf.vu.lt

The digitalization of financial processes in Europe, particularly in the payments sector, has significantly accelerated over recent years. This trend underlines the growing demand for innovative payment solutions, such as the digital euro. Currently in its preparatory phase, the digital euro project seeks to establish the groundwork for its issuance, with public awareness of its benefits and risks being critical to its successful adoption.

Research in this area remains limited despite growing academic interest, highlighting the need for more in-depth investigations. The aim of this paper is to identify possible outcomes of the issuance of digital euro. In order to achieve the objective of this paper, the methods of literature analysis, clustering and comparison were used. This study identifies the potential benefits categorizing them

into three areas: European economic stability and sovereignty, welfare of European individual consumers, enhancement of Europe's digital transformation. The research also analyses risks of the digital euro, which were grouped into these categories: economic, social, and technological. The analysis, based on a comprehensive review of scientific literature and European Central Bank regulations, also compares the digital euro with existing payment methods.

The findings indicate that the digital euro could reinforce European economic sovereignty, reduce reliance on non-European payment service providers, and enhance resilience in times of crisis. It would also provide a cost-free payment option for basic usage, ensure high levels of privacy akin to cash, and foster financial inclusion by serving individuals without access to traditional banking services. Furthermore, the digital euro is seen as a driver of Europe's digital transformation, creating opportunities for innovation and competition in the financial sector.

However, the study also highlights risks, especially the potential destabilization of the banking sector. The shift of deposits from commercial banks to digital euro wallets could reduce loan availability and pressure banks to take on higher risks. Additionally, financial inclusion concerns and challenges as well as the problem of digital euro infrastructure complexity are analysed.

This research underscores the importance of proactive public communication and robust policy measures to mitigate risks while leveraging the benefits of the digital euro. A carefully designed implementation could fill existing gaps in the payment system and contribute to a modern, secure, and inclusive European financial ecosystem.

Matuiza, D., Šapkauskienė, A. (2025). Skaitmeninio euro naudos ir rizikų analizė. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 186-193, ISSN 2669-221X

HIBRIDINIO DARBO MODELIO ATSIKAKYMO PASEKMĖS ORGANIZACIJOSE

Saulė Katinaitė, Marija Sekunda

Vilniaus kolegija, Lietuva

saule.katinaite@stud.viko.lt, sekunda.marija@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

IVADAS

Šiuolaikinėje nuolat besikeičiančioje verslo aplinkoje organizacijos vis dažniau renkasi hibridinį darbo modelį kaip atsaką į COVID-19 pandemijos sukeltus pokyčius. Pandemijos laikotarpiu įmonės buvo priverstos greitai prisitaikyti prie nuotolinio darbo, o tai iš esmės pakeitė tradicinės darbo vietos sampratą. Hibridinis modelis, siejantis nuotolinį ir biure atliekamą darbą, iš laikino sprendimo tapo ilgalaikė strategija, leidžiančia organizacijoms kurti lankstesnę ir efektyvesnę darbo aplinką.

Šis darbo modelis ne tik leido prisitaikyti prie naujų aplinkybių, bet ir atvėrė galimybes inovatyvesniam darbo organizavimui. Darbuotojai, dirbdami pagal hibridinį modelį, gali geriau derinti darbo ir asmeninio gyvenimo poreikius, taip pat sumažinti kelionės laiką ir su tuo susijusias išlaidas. Organizacijos savo ruožtu optimizuoja veiklos kaštus ir didina produktyvumą (Choi et al., 2021). Hibridinis darbo modelis taip pat tampa privalumu konkurencinėje darbo rinkoje, padedančiu pritraukti ir išlaikyti talentingus darbuotojus, vertinančius lankstumą bei galimybę dirbti iš įvairių vietų. Vis dėlto hibridinio darbo įgyvendinimas reikalauja gerai apgalvotų sprendimų, kad būtų užtikrintas darbuotojų įsitraukimas ir išlaikoma organizacijos kultūra.

Šiandien kai kurios organizacijos, reaguodamos į iššūkius, susijusius su darbuotojų bendradarbiavimu ir kultūros palaikymu, nusprendžia atsisakyti hibridinio darbo modelio ir grąžinti darbuotojus į biurus. Tokie sprendimai dažnai grindžiami noru stiprinti organizacijos kultūrą, skatinti komandų bendradarbiavimą ir didinti veiklos efektyvumą. Tačiau darbuotojams, kurie įpratę dirbti iš namų ir vertina šį darbo modelį, toks pokytis gali sukelti nepasitenkinimą, ypač jei jie priversti grįžti į biurą. Tai sukelia iššūkių tiek vadovams, tiek darbuotojams, nes reikia atkurti pasitikėjimą, išlaikyti darbuotojų įsitraukimą ir užtikrinti darbo efektyvumą (Sailer et al., 2023). Dėl šių priežasčių sprendimai dėl hibridinio darbo atsisakymo turi būti priimami labai atsargiai, įvertinant visas galimas pasekmes, kad būtų išlaikyta darbuotojų motyvacija ir užtikrinta organizacijos sėkminga veikla.

Taigi hibridinio darbo modelio atsisakymas gali turėti tiek teigiamų, tiek neigiamų pasekmių. Nors kai kurios organizacijos gali pasiekti geresnio komandų bendradarbiavimo ir stiprinti savo organizacinę kultūrą, kitos gali susidurti su darbuotojų nepasitenkinimu, sumažėjusia motyvacija ir net didesniu darbuotojų kaitos lygiu. Dėl to svarbu nuodugniai įvertinti, kokie veiksniai lemia organizacijų sprendimus atsisakyti hibridinio darbo ir kokią įtaką šie sprendimai turi darbuotojų veiklai ir organizacijos sėkmei.

Problema – darbuotojų nepasitenkinimas dėl įmonių sprendimo atsisakyti hibridinio darbo modelio organizacijoje.

Tikslas – išnagrinėti, kaip hibridinio darbo modelio atsisakymas veikia darbuotojų produktyvumą, motyvaciją ir organizacijos kultūrą, taip pat įvertinti šių sprendimų pasekmes organizacijų veiklai.

Uždaviniai:

- išanalizuoti hibridinio darbo svarbą mokslinėje literatūroje;
- išskirti hibridinio darbo privalumus ir trūkumus;
- išanalizuoti pateiktus tyrimus mokslinėje literatūroje apie hibridinio darbo atsisakymą;
- pateikti hibridinio darbo atsisakymo ir jo poveikio organizacijai išvadas.

Tyrimo metodai. Tyrimui atlikti buvo taikyti mokslinių straipsnių ir jų tyrimų analizės metodai. Pirmiausia buvo atlikta mokslinės literatūros analizė, kurios metu buvo išnagrinėta hibridinio darbo specifika. Vėliau buvo atlikta empirinė analizė ir apžvelgti tyrimai bei anketinės apklausos, atliktos su verslo atstovais, siekiant įvertinti jų požiūrį į temos aktualumą.

Teorinis pagrindimas

Hibridinis darbo modelis dažnai apibūdinamas kaip lanksti darbo atlikimo forma, kai darbuotojas turi galimybę dirbti tiek iš namų, tiek iš biuro patalpų. Dėl šio darbo modelio organizacijos turi galimybę efektyviau valdyti savo išteklius. Be to, hibridinis darbo modelis leidžia sumažinti išlaidas, susijusias su biuro patalpomis, didinti darbuotojų produktyvumą ir pasitenkinimą darbu. Jis taip pat prisideda ir prie mažesnio darbuotojų nedarbingumo, suteikia galimybę pritraukti platesnį kandidatų ratą, įskaitant tuos asmenis, kurie gyvena toliau nuo biuro, net ir kituose miestuose, augina vaikus ar turi kitus darbus. Hibridinis darbas padeda sukurti palankesnę darbo aplinką ir tiems, kuriems reikalingos netradicinės darbo sąlygos, taip skatinant įmones didinti įvairiapusiškumą organizacijose (Choi et al., 2021). Šis darbo modelis užtikrina ne tik darbo produktyvumą, bet ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrą. Hibridinis darbas labai išpopuliarėjo COVID-19 pandemijos metu, kai dauguma organizacijų turėjo greitai prisitaikyti prie naujų sąlygų ir rasti alternatyvių būdų veiklai tęsti (Vartiainen & Vanharanta, 2023). Taigi hibridinis darbo modelis didina lankstumą, mažina išlaidas ir skatina darbo bei asmeninio gyvenimo pusiausvyrą, taip pat prisideda prie produktyvumo ir įvairovės organizacijose.

Hibridinis darbo modelis atspindi naują darbo kultūrą, kurioje svarbu ne tik asmeninis produktyvumas, bet ir efektyvi komunikacija, siekiant sujungti paskirstytas komandas ir užtikrinti bendradarbiavimą. Nors anksčiau hibridinis darbas buvo siejamas tik su darbo vietos pasirinkimu, dabar vis daugiau dėmesio skiriama ir darbo laiko organizavimui, todėl šis modelis apibūdinamas kaip iš dalies lanksti darbo forma, išlaikanti balansą tarp struktūrizuotų ir lankstesnių sąlygų. Vis dėlto toks darbas reikalauja didesnio pastangų kiekio ir tarpusavio supratimo, kad būtų užtikrintas sklandus veikimas (Ksenavičius & Černikovaitė, 2022). Todėl labai svarbu susikurti nuotolinio darbo kultūrą, kuri padėtų užtikrinti efektyvų bendradarbiavimą, palaikyti darbuotojų įsitraukimą, suderinti asmeninius ir organizacijos tikslus bei skatinti produktyvumą, nepriklausomai nuo fizinės darbo vietos.

Nuotolinio darbo kultūros kūrimas yra vienas svarbiausių dalykų, siekiant užtikrinti sėkmingą organizacijos veiklą ir darbuotojų gerovę. Tokia kultūra leidžia išlaikyti darbuotojų įsitraukimą, efektyviai valdyti komandas ir prisitaikyti prie nuotolinės darbo aplinkos iššūkių. Aiškiai apibrėžtos komunikacijos strategijos ir procesai užtikrina, kad visi darbuotojai, nepriklausomai nuo jų darbo vietos, galėtų laiku gauti reikiamą informaciją. Tai sustiprina pasitikėjimą ir mažina atsiskyrimo jausmą. Gerai suformuota nuotolinio darbo kultūra skatina darbuotojų produktyvumą ir motyvaciją, kuriant psichologiškai saugią aplinką. Be to, tokia kultūra prisideda prie darbuotojų lojalumo, nes lanksčios darbo sąlygos leidžia geriau suderinti profesinį ir asmeninį gyvenimą, o tai mažina perdegimo riziką. Taigi nuotolinio darbo kultūra reikalauja nuoseklios lyderystės, aktyvaus bendradarbiavimo ir strateginių sprendimų, kurie ilgainiui stiprina organizacijos struktūrą ir prisitaiko prie sparčiai kintančių darbo aplinkybių (Howard-Grenville, 2020; Russell, 2024).

Hibridinio darbo modelio privalumai ir trūkumai

Hibridinis darbo modelis pastaraisiais metais tapo itin populiarus, nes suteikia galimybę derinti tradicinį darbą biure su nuotoliniu darbu. Šis lankstus požiūris leidžia organizacijoms prisitaikyti prie besikeičiančių darbo rinkos poreikių ir kartu pagerina darbuotojų gerovę. Hibridinis darbo modelis turi daugybę privalumų, kurie teigiamai veikia tiek darbuotojų gerovę, tiek organizacijų veiklą. Vienas svarbiausių aspektų yra lankstumas, suteikiantis darbuotojams galimybę pasirinkti darbo laiką ir vietą pagal savo poreikius. Tai padeda geriau subalansuoti darbo ir asmeninio gyvenimo reikalus

ir atitinkamai gerina gyvenimo kokybę (Cisco, 2022). Be to, darbuotojai sutaupo laiką ir pinigų, nes sumažėja poreikis kasdien važiuoti į darbą, mažėja ir streso. Darbas iš namų suteikia ramybę ir mažina trukdžius, leidžia geriau susikaupti (Bloom et al., 2022). Taip hibridinis darbo modelis tiesiogiai prisideda prie darbuotojų gerovės ir gyvenimo kokybės pagerėjimo.

Darbo lankstumas prisideda ir prie darbuotojų produktyvumo. Darbuotojai gali dirbti tuo metu ir toje aplinkoje, kur jaučiasi produktyviausi. Tai ne tik gerina darbo našumą, bet ir didina įsitraukimą bei motyvaciją, todėl organizacijos gali tikėtis geresnių rezultatų ir didesnio konkurencingumo. Hibridinis modelis taip pat padeda organizacijoms taupyti kaštus, nes sumažėja biuro nuomos, transporto ir kitų paslaugų išlaidos (Iqbal et al., 2021). Visa tai sudaro organizacijoms galimybę optimizuoti savo išlaidas ir sutelkti dėmesį į kitas augimo sritis.

Minėtina, kad hibridinis darbo modelis sumažina darbuotojų neatvykimo į darbą dažnį. Bučiūnienė ir Goštautaitė (2019) nustatė, kad galimybė dirbti nuotoliniu būdu, net ir sergant, padidina darbuotojų pasitenkinimą darbu. Tyrimai rodo, kad hibridinis darbo modelis gali reikšmingai sumažinti neatvykimo į darbą dažnį – nuo 26 proc. iki 88 proc. Be to, ši darbo forma mažina ligų plitimo riziką, nes darbuotojai, dirbdami iš namų, nesusiduria su sergančiais kolegomis ir nekontaktuoja su jais, todėl užsikrėtimo galimybė išnyksta.

Hibridinis darbo modelis taip pat suteikia organizacijoms konkurencinį pranašumą, nes leidžia pritraukti talentingus darbuotojus iš įvairių vietovių, todėl gali papildyti organizacijos komandą įvairiomis patirtimis ir įgūdžiais (Baker, 2021). Dėl lankstumo hibridinis darbas mažina darbuotojų kaitą, nes daugelis darbuotojų renkasi organizacijas, kurios siūlo tokį darbo modelį, o jų išlaikymas organizacijoms tampa pigesnis.

Taigi hibridinis darbo modelis tapo neatsiejamu šiuolaikinės darbo aplinkos elementu. Toks modelis užtikrina lankstumą ir siūlo daug privalumų, tačiau taip pat sukuria reikšmingų iššūkių organizacijos kultūrai ir veiklos efektyvumui. Pagrindiniai iššūkiai apima komunikacijos ir koordinavimo sunkumus, socialinių ryšių palaikymą, kūrybiškumo mažėjimą ir darbuotojų perdegimą. Vienas iš svarbiausių iššūkių yra darbuotojų perdegimas. Dirbdami iš namų, kai kurie darbuotojai linkę dirbti ilgas valandas ir mažinti pertraukas, o tai ilgainiui gali sukelti nuovargį ir nepasitenkinimą. Taip pat dėl technologijų priklausomybės ir mažesnio tiesioginio bendravimo kyla atskirties jausmas, o nuolatiniai nuotoliniai susitikimai gali sukelti stresą ir išsekimą (Savino & Foster, 2023). Kitas svarbus aspektas – socialinio ryšio su kolegomis ir vadovais trūkumas, kuris gali sumažinti darbuotojų pasitenkinimą darbu ir jų įsitraukimą. Nuotolinis darbas taip pat apsunkina naujų darbuotojų integraciją į organizacijos kultūrą, o silpnesni asmeniniai ryšiai trukdo suvokti organizacines vertybes (Yang et al., 2022).

Hibridinis darbas taip pat kelia kūrybiškumo iššūkių, nes mažėja spontaniškų diskusijų ir idėjų mainų, kurie natūraliai vyksta biure. Be to, bendradarbiavimo procesai tampa sudėtingesni dėl didesnės priklausomybės nuo technologijų, o tai gali paveikti komandų produktyvumą ir sprendimų priėmimą (Haas, 2022). Taip pat išryškėja kibernetinio saugumo ir konfidencialios informacijos apsaugos klausimai, nes darbuotojai jungiasi prie skirtingų, ne visada saugių tinklų.

Nepaisant šių iššūkių, hibridinis darbo modelis suteikia galimybę organizacijoms pritraukti talentingus darbuotojus, suteikti jiems lankstumo ir prisitaikyti prie besikeičiančių darbo rinkos poreikių. Organizacijoms svarbu kurti strategijas, skirtas spręsti komunikacijos, koordinavimo ir kultūros palaikymo problemas, kartu užtikrinant darbuotojų gerovę ir produktyvumą. Hibridinio darbo sėkmė priklauso nuo nuolatinio organizacijos prisitaikymo ir procesų tobulinimo.

Kodėl įmonės atsisako hibridinio darbo modelio?

Vis dėlto pastaruoju metu organizacijos vis labiau atsisako hibridinio darbo modelio. Pagrindinė priežastis – įmonės siekia padidinti darbuotojų produktyvumą ir stiprinti organizacijos kultūrą. Pavyzdžiui, „Amazon“ ir „Meta“ pabrėžia, kad darbuotojų buvimas biure gerina darbuotojų

kūrybiškumą, taip pat skatina įvairiais inovacijas ir užtikrina sklandų bendravimą tarpusavyje tarp kolegų ar komandų (O'Sullivan, 2024). Be to, vidurinės grandies vadovai teigia, kad hibridinis darbas ne tik apsunkina komandos valdymą, bet ir mažina darbuotojų norą įsitraukti, todėl dažnu atveju organizacijos renkasi susigrąžinti darbuotojus į biurus (Sailer et al., 2023).

Choi ir kt. (2021) teigimu, hibridinio darbo modelio atsisakymas gali atnešti tik naudą. Dažnai įmonėse kyla įvairių problemų, viena jų – komunikacijos trūkumas. Darbuotojų grįžimas į biurus užtikrina efektyvesnę informacijos sklaidimą, geresnę reakciją į įvairius pokyčius. Kai visi darbuotojai dirba kartu, stiprėja tarpasmeniniai ryšiai, didėja komandos pasitikėjimas, gerėja bendroji organizacijos atmosfera. Grįžimas į biurą turi privalumų ne tik darbuotojams, bet ir vadovams. Vadovai gali ne tik koordinuoti visą veiklą, bet ir gerokai operatyviau paskirstyti užduotis. Visi šie veiksmai leidžia įmonėms palaikyti aukštą produktyvumo lygį.

Hibridinis darbo modelis suteikia lankstumo ir daugelis darbuotojų mieliau renkasi dirbti taip, o ne biure, vis dėlto toks modelis neretai apsunkina integracijos procesus ir komandų dinamiką. Grįžimas į biurus laikomas vienu iš būdų, kaip išvengti minėtų kliūčių (Sailer et al., 2023).

Aptartas tendencijas pagrindžia moksliniai tyrimai, atskleidžiantys hibridinio darbo modelio privalumus ir trūkumus. Vieną iš šių tyrimų atliko Ksenavičius ir Černikovaitė (2022). Nagrinėta personalo motyvacija COVID-19 pandemijos metu, taikant hibridinį darbo modelį. Tyrime dalyvavo 97 respondentai, iš kurių 67 proc. buvo moterys ir 33 proc. vyrai. Respondentai atrinkti pagal specifinius kriterijus, tokius kaip asmeninė patirtis dirbant taikant hibridinį darbo modelį ir gebėjimas jį įvertinti. Vienas iš pagrindinių tyrimo klausimų buvo apie darbuotojų pageidaujamą darbo būdą – 75 proc. respondentų nurodė, kad darbas iš namų jiems patogesnis negu darbas biure. Vis tik paklausus, ar darbuotojai susiduria su iššūkiais dirbdami hibridiniu būdu, 54 proc. apklaustųjų teigė patiriantys sunkumų. Galima daryti prielaidą, kad nors dauguma darbuotojų vertina nuotolinio darbo patogumą, efektyvumas ir komfortas ne visada sutampa.

Newboldas ir kt. (2021) atliko tyrimą, kurio pagrindinis tikslas – išsiaiškinti, su kokiais iššūkiais susidūrė darbuotojai, pradėję dirbti nuotoliniu būdu COVID-19 pandemijos metu. Taip pat nagrinėta, kaip šie iššūkiai susiję su daugelio organizacijų sprendimu atsisakyti hibridinio darbo modelio. Tyrime dalyvavo 347 respondentai, kurių didžioji dalis dirbo švietimo sektoriuje, o mažesnė dalis – sveikatos priežiūros ir informacinių technologijų srityse. Tyrimo metu identifikuoti keli pagrindiniai iššūkiai, su kuriais darbuotojai susidūrė pradėję dirbti nuotoliu. Tarp šių iššūkių minimi: tinkamos darbo vietos trūkumas, sunkumas išlaikyti dėmesį dėl namų aplinkos trikdžių ir, svarbiausia, bendravimo su kolegomis stoka. Tai pagrindiniai veiksniai, kodėl sumažėjo darbuotojų įsitraukimas ir produktyvumas. Dauguma dalyvių pabrėžė, kad, nesant tiesioginio bendravimo, tapo sunkiau efektyviai komunikuoti su kolegomis, o tai lėmė neefektyvų darbą ir atsakomybės stoką. Minėtas tyrimas atliktas siekiant ištirti darbuotojus pandemijos metu, tačiau ir šiuo metu organizacijos susiduria su panašiomis problemomis. Net tokios įmonės kaip „Disney“, „Dell“ ar „Starbucks“ apsisprendžia grįžti prie tradicinių darbo modelių – darbo biure, nes įvertino, kad fizinis buvimas darbo vietoje yra pagrindas, norint skatinti įmonėje inovacijas, gerinti komandinį bendradarbiavimą ir užtikrinti efektyvią komunikaciją (O'Sullivan, 2024).

Taigi, nors hibridinis darbo modelis suteikia darbuotojams lankstumo ir patogumo, jis taip pat kelia nemažai iššūkių, tokių kaip bendravimo trūkumas, neefektyvumas ir darbo aplinkos problemos. Šie iššūkiai, susiję su komunikacijos, komandinio darbo ir produktyvumo problemomis, akcentuojami tiek tyrimuose, tiek organizacijų patirties, todėl daugelis organizacijų, siekdamos stiprinti komandinį darbą, skatinti inovacijas ir užtikrinti veiksmingą bendravimą, grįžta prie tradicinio modelio – darbo biuruose.

IŠVADOS

Hibridinio darbo modelis tampa vis svarbesnis šiuolaikinėse organizacijose. Mokslinėje literatūroje pabrėžiama, kad ši darbo forma padeda darbuotojams pasiekti geresnį darbo ir asmeninio gyvenimo balansą, o tai teigiamai veikia darbuotojų pasitenkinimą ir motyvaciją. Be to, hibridinis darbas suteikia įmonėms galimybę mažinti biuro išlaidas ir didinti darbuotojų lankstumą, kad jie galėtų pasirinkti darbo aplinką, atsižvelgdami į užduočių pobūdį ir asmenines aplinkybes. Nors hibridinis darbas turi nemažai privalumų, ne visoms organizacijoms jis gali būti tinkamas, nes kai kurios organizacijos susiduria su iššūkiais, siekdamos užtikrinti komandinį bendradarbiavimą ir technologinius sprendimus. Prieš pereidamos prie hibridinio darbo modelio, organizacijos turėtų išsamiai išanalizuoti savo poreikius ir galimybes, kad būtų užtikrintas ne tik šio modelio įgyvendinimas, bet ir ilgalaikė jo nauda tiek darbuotojams, tiek organizacijai.

Organizacijos hibridinį darbo modelį vertina kritiškai, tačiau darbuotojams šis darbo modelis suteikia ne vieną privalumą. Hibridinis darbo modelis leidžia darbuotojams susikurti balansą tarp profesinio ir asmeninio gyvenimo – efektyviai planuojant laiką, gerinant produktyvumą ir neprarandant motyvacijos. Darbo modelio pasikeitimas darbuotojui gali lemti susikurto balanso praradimą – padidėjusį stresą, riziką perdegti ar net sumažėjusį lojalumą, svarstant pereiti į kitą organizaciją, kuri vis dar siūlo hibridinį darbo modelį. Taigi organizacija, priimdama sprendimus, turėtų įvertinti, kaip jie paveiks darbuotojus.

Išanalizavus pateiktus tyrimus, galima matyti, kad organizacijos vis dažniau grįžta prie tradicinių darbo modelių biure, siekdamos didinti darbuotojų produktyvumą, skatinti kūrybiškumą, stiprinti komandinį bendradarbiavimą ir užtikrinti efektyvią komunikaciją. Kai kurie tyrėjai pabrėžia, kad darbas biure gerina kūrybiškumą ir komandinį bendradarbiavimą, o nagrinėti tyrimai rodo, kad hibridinis darbas sukelia bendravimo trūkumą ir mažina darbuotojų įsitraukimą. Tyrimų rezultatai rodo, kad hibridinio darbo atsisakymas gali turėti naudos organizacijoms, tačiau tai taip pat reikalauja atsargaus požiūrio į darbuotojų gerovę ir komandinę dinamiką, siekiant išvengti galimų neigiamų pasekmių.

Hibridinio darbo atsisakymas gali turėti tiek teigiamų, tiek neigiamų pasekmių organizacijoms. Grįžimas prie tradicinio darbo modelio gali pagerinti komandinį bendradarbiavimą ir sustiprinti organizacijos kultūrą, tačiau šis pokytis gali sukelti darbuotojų nepasitenkinimą, nes jie praranda lankstumą, kuris buvo vienas iš hibridinio darbo privalumų. Darbuotojai gali jaustis mažiau motyvuoti, o tai gali lemti didesnę darbuotojų kaitą ir sumažinti jų įsitraukimą į organizacijos veiklą. Be to, tokioms organizacijoms gali būti sunkiau pritraukti ir išlaikyti jaunos talentus, kurie ieško darbo nuotoliniu būdu. Atsisakius hibridinio darbo, būtina nuodugniai apsvarstyti tiek organizacijos, tiek darbuotojų interesus, siekiant išvengti ilgalaikio neigiamo poveikio.

Literatūros sąrašas

Baker, D. (2021). *The future of work is hybrid: could COVID be the catalyst for organizations to implement a hybrid workplace model?* <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1573134/FULLTEXT02.pdf>

Bloom, N., Han, R., & Liang, J. (2022). *How hybrid working from home works out*. National Bureau of Economic Research, w30292. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w30292/w30292.pdf

Choi, A., Kashyap, M., Fayard, A. L., Kropp, B., Ulrich, D., Molyneaux, H., Choudhury, P., & Haas, M. (2022). 5 challenges of hybrid work and how to overcome them. *Harvard Business Review*, 25(1), 5–19. <https://hbr.org/2022/02/5-challenges-of-hybrid-work-and-how-to-overcome-them>

Cisco. (2022). *Employees are ready for hybrid work, are you?* https://www.cisco.com/c/dam/m/en_us/solutions/global-hybrid-workstudy/reports/cisco-global-hybrid-work-study-2022.pdf

Howard-Grenville, J. (2020, June 24). *How to sustain your organization's culture when everyone is remote*. MIT Sloan Management Review. <https://sloanreview.mit.edu/article/how-to-sustain-your-organizations-culture-when-everyone-is-remote/>

Iqbal, K. M., Khalid, F., & Barykin, S. Y. (2021). Hybrid workplace: the future of work. In B. Khan, M. Kuofie & S. Suman (Eds.), *Handbook of Research on Future Opportunities for Technology Management Education* (pp. 28–48). IGI Global. https://www.researchgate.net/profile/Kanwar_Muhammad_Javed_Iqbal/publication/353464236_Hybrid_Workplace_The_Future_of_Work/links/613d6b22e4419c5e6ec6c243/Hybrid-Workplace-The-Future-of-Work.pdf

Yang, C. L., Yamashita, N., Kuzuoka, H., Wang, H. C., & Foong, E. (2022). Distance matters to weak ties: exploring how workers perceive their strongly and weakly connected collaborators in remote workplaces. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(GROUP), 1–26. <https://doi.org/10.1145/3492863>

Karpe, S. (2021). *Making hybrid work human*. Economist Impact. https://impact.economist.com/projects/make-work-human/pdfs/EI_GoogleWorkspace_ExecutiveSummary.pdf

Ksenavičius, E. J., & Černikovaitė, M. (2022). Personalo motyvacija taikant hibridinį darbo modelį. *Verslo ir teisės aktualijos*, 2, 38–47.

Nakrošienė, A., Bučiūnienė, I., & Goštautaitė, B. (2019). Working from home: characteristics and outcomes of telework. *International Journal of Manpower*, 40(1), 87–101. https://hammura.com/mi_news/original/1399/02/files/working%20from%20home.pdf

Newbold, J. W., Rudnicka, A., Cook, D., Cecchinato, M. E., Gould, S. J., & Cox, A. L. (2021). The new normals of work: a framework for understanding responses to disruptions created by new futures of work. *Human-Computer Interaction*, 37(6), 508–531. <https://doi.org/10.1080/07370024.2021.1982391>

O'Sullivan, I. (2024, September 17). *Companies that have ended fully remote work in 2024 and 2023*. Tech.co. <https://tech.co/news/companies-ended-fully-remote-work-2024>

Russell, M. (2024, June 26). *How to build – and improve – company culture*. Professional & Executive Development. Harvard DCE. <https://professional.dce.harvard.edu/blog/how-to-build-and-improve-company-culture/>

Sailer, K., Thomas, M., & Pachilova, R. (2023). The challenges of hybrid work: an architectural sociology perspective. *Buildings and Cities*, 4(1), 650–668. <https://doi.org/10.5334/bc.350>

Savino, D. M., & Foster, D. C. (2024). Working remotely and corporate culture wars in the post-pandemic era. *Journal of the North American Management Society*, 13(1), 3. <https://thekeep.eiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1108&context=jnams>

Vartiainen, M., & Vanharanta, O. (2023). Hybrid work: definition, origins, debates and outlook. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12847.71844>

SUMMARY

THE CONSEQUENCES OF ABANDONING THE HYBRID WORKING MODEL IN ORGANISATIONS

Saulė Katinaitė, Marija Sekunda

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
saule.katinaite@stud.viko.lt; sekunda.marija@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

This article investigates the characteristics of the hybrid work paradigm, which mixes remote and on-site labor, and the organizational decisions to abandon it. Hybrid work became popular after the COVID-19 epidemic because it provided flexibility and helped balance work and family life. However, several firms have recently returned to conventional on-site labor to reinforce corporate culture, improve communication, and increase operational efficiency.

The difficulties that companies and workers face while quitting the hybrid work model are also covered in the article. Employee dissatisfaction a decrease in motivation, and an increase in employee turnover are important problems. The paper also examines the benefits and cons of this work style, examining how it affects employee engagement, productivity, and workplace culture. The submitted research data demonstrates that although the hybrid model has numerous advantages, including cost savings and flexibility, it also presents difficulties with team management, communication, and innovation.

Problem – employee dissatisfaction with their company’s choice to move away from a hybrid working model.

Aim – to investigate how the demise of the hybrid working model impacts employee productivity, motivation, and organizational culture, as well as to analyze the implications of these decisions for organizational performance.

Objectives:

- evaluate the significance of hybrid working in scientific literature;
- compare the benefits and disadvantages of hybrid working;
- analyze scientific research on the abandoning of hybrid labor;
- evaluate the impact of hybrid work on the organization.

Methods. The research was carried out by analyzing scientific articles and their research. Firstly, a literature analysis was used to find out about the specifics of hybrid work. An empirical analysis was then carried out, which included a review of studies and questionnaires that were conducted with business representatives in order to assess their views on the relevance of the topic.

Katinaitė, S., Sekunda, M., Rapkauskaitė, R. (2025). Hibridinio darbo modelio atsisakymo pasekmės organizacijose. *Youth in a Changing Society: 13th International Students’ Conference Proceeding*, p. 194-200, ISSN 2669-221X

PASLAUGOS TEIKIMO PROCESŲ KOKYBĖS TOBULINIMAS

Ieva Andrejeva, Barbora Krikščiūnaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

ieva.andrejeva@stud.viko.lt, barbora.kriksciunaite@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vvf.viko.lt

ĮVADAS

Įmonės procesų kokybės tobulinimas – tai nuolatinė kaita ir naujos galimybės. Kokybiškas įmonės procesų valdymas yra kertinis akmuo, užtikrinantis organizacijos ilgalaikį konkurencingumą ir sėkmę. Teorijos apie procesų optimizavimą pabrėžia, kad įmonės veiklą veikia trys pagrindinės aplinkos: ekonominė, technologinė ir organizacinė. Tobulinant procesus, būtina siekti šių sričių balanso, nes pernelyg didelė koncentracija į vieną aplinką gali neigiamai paveikti kitas. Vis dėlto, kaip ir bet kurioje kitoje sistemoje, pusiausvyra čia dinaminė – tai, kas atrodo efektyvu šiandien, gali prarasti aktualumą rytoj, nes aplinkos nuolat keičiasi. Procesų kokybės gerinimas reikalauja ne tik sisteminio požiūrio, bet ir gebėjimo greitai reaguoti į pokyčius. Sparčiai besivystanti technologinė aplinka skatina įmones integruoti skaitmeninius sprendimus, kurie leidžia optimizuoti darbo eigą, sumažinti sąnaudas ir pasiekti geresnių rezultatų. Taip pat svarbu suprasti, kad kokybės tobulinimas yra ne tik vidinis procesas. Organizacijos veiklą veikia ir išoriniai veiksniai, tokie kaip ekonomikos svyravimai ar konkurentų strategijos, todėl įmonės turėtų nuolat stebėti ne tik vidinius, bet ir išorinius procesus. Kaip teigia Stasiak-Betlejewska ir Ali (2024), šiuolaikinių įmonių plėtroje svarbu suprasti kokybės valdymo esmę, kuri yra nuolatinis tobulėjimas. Toks procesas orientuotas į efektyvumo lygio gerinimą, kartu užtikrinant veiksmingumą.

Problema – paslaugos teikimo procesų kokybės trūkumas.

Tikslas – išnagrinėti paslaugos teikimo kokybės proceso tobulinimo metodus.

Uždaviniai:

- išanalizuoti mokslinę literatūrą, susijusią su paslaugos teikimo procesų kokybės tobulinimu;
- apžvelgti paslaugos teikimo procesų privalumus ir trūkumus;
- išanalizuoti ir pateikti tinkamiausius kokybės tobulinimo metodus;
- pateikti išvadas ir rekomendacijas paslaugos teikimo kokybės procesui tobulinti.

Metodas – mokslinės literatūros analizė.

Paslaugos teikimo procesų kokybės tobulinimo aktualumas ir svarba: teoriniai aspektai

Šiuolaikinėse organizacijose kokybės valdymas tampa neatsiejama veiklos dalimi, leidžiančia ne tik išlaikyti konkurencingumą, bet ir kurti tvarų ilgalaikį augimą. Kaip teigia Morkūnas ir Vasilenko (2020), efektyvus kokybės valdymas yra būtinas, siekiant užtikrinti ne tik organizacijos augimą, bet ir jos gebėjimą prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos sąlygų. Kokybės valdymo sistemų diegimas padeda organizacijoms gerinti savo veiklą, optimizuoti procesus ir didinti darbo efektyvumą, taip pat užtikrinti geresnį vartotojų pasitenkinimą ir įmonės įvaizdį. Morkūnas ir Vasilenko (2020) nurodo, kad kokybės vadybos sistema yra organizacijos valdymo struktūros pagrindas, kuris turi būti nuosekliai ir sistemingai tobulinamas, kad užtikrintų ne tik vidinę, bet ir išorinę organizacijos sėkmę.

Kaip pastebi Šileikienė (2021), vadovo gebėjimas integruoti kokybės vadybos principus į visus organizacijos lygius ir procesus yra būtinas, siekiant užtikrinti nuolatinį kokybės gerinimą. Vadovų įsitraukimas ir aktyvus dalyvavimas kokybės gerinimo procese sudaro prielaidas sukurti organizaciją, kurioje kokybės principai būtų taikomi ne tik teoriniu lygiu, bet ir praktiškai, be to, visuose

organizacijos etapuose. Taip kokybės valdymo sistema tampa ne tik formalumu, bet ir gyvu, nuolat atnaujinamu organizacijos procesu, kuris atitinka tiek darbuotojų, tiek klientų poreikius.

Lukoševičiaus ir Žukauskaitės (2019) teigimu, aukščiausio lygio vadovų įsitraukimas į kokybės vadybos procesus yra kritinis veiksnys, siekiant ilgalaikių rezultatų. Vadovų įgytos žinios apie kokybės valdymo metodus ir aktyvus dalyvavimas kuriant ir įgyvendinant strategijas padeda formuoti tvirtą kokybės kultūrą organizacijoje, kuri stiprina organizacijos konkurencingumą rinkoje. Be to, darbuotojų motyvavimas ir įtraukimas į kokybės gerinimo procesus, kaip pabrėžia Kaziliūnas (2020), stiprina organizacijos bendrą efektyvumą ir darbo atmosferą, todėl darbuotojai jaučiasi atsakingi už organizacijos pasiekimus ir tobulinimą.

Paslaugų kokybė šiandien vertinama atsižvelgiant ne tik į paslaugos suteikimo efektyvumą, bet ir į tai, kiek paslauga atitinka vartotojo lūkesčius, kokie yra vartotojų asmeniniai poreikiai. Lukoševičius ir Tumėnienė (2019) teigia, kad paslaugų kokybė vertinama per procesų, teikiančių vartotojui naudą, sklandumą ir efektyvumą, taip pat atsižvelgiant į paslaugos teikimo greitį ir tikslumą. Tai ypač svarbu skaitmeniniame amžiuje, kai technologijų naudojimas ir inovacijos tampa pagrindiniais veiksniais, padedančiais užtikrinti aukštą paslaugų kokybę. Kaip teigia Vasilenko ir Mickevičius (2021), skaitmeninės technologijos, tokios kaip dirbtinis intelektas, automatizacija ir duomenų analizė, leidžia organizacijoms tobulinti paslaugų teikimo procesus ir užtikrinti geresnę vartotojų patirtį. Skaitmenizacija suteikia galimybių personalizuoti paslaugas, sumažinti klaidas ir greičiau reaguoti į klientų poreikius, taip pat pagerinti paslaugos kokybę ir padidinti klientų pasitenkinimą.

Kokybės valdymas šiandien tampa svarbia strategine priemone, leidžiančia organizacijoms ne tik išlikti konkurencingoms, bet ir užtikrinti ilgalaikį tvarų augimą bei klientų pasitenkinimą. Tai reikalauja nuolatinio procesų tobulinimo, technologijų integracijos ir darbuotojų įtraukimo į kokybės valdymo sistemas.

Įmonei labai svarbu turėti kokybės vadovą. Vadovo tikslas – apibendrinti vidinio kokybės užtikrinimo procesus ir procedūras. „Vilniaus kolegijos kokybės vadovas“ (2022) suteikia galimybę užtikrinti veiklos skaidrumą, ugdyti bendruomenės sąmoningumą ir individualią bei kolektyvinę atsakomybę už studijų, taikomųjų mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir profesionaliojo meno veiklos bei kitų kolegijos veiklų kokybės užtikrinimą ir tobulinimą, paskirstant pareigas bei atsakomybę kokybės užtikrinimo ir tobulinimo procesuose bei įgyti vidaus bei išorės suinteresuotųjų šalių pasitikėjimą. Kokybės vadovas yra aktualus visai Kolegijos bendruomenei – tiek studentams, tiek dėstytojams ir studijas aptarnaujančiam personalui (SAP), tiek socialiniams dalininkams (Vilniaus kolegija, 2022).

Siekiant paslaugos teikimo procesų kokybės, svarbu mažinti galimų konfliktų atsiradimą. Tyrimo metu nustatyta, kad, norint organizacijoje efektyviai įgyvendinti projektus, ypač svarbus tampa vadovų gebėjimas valdyti konfliktus, tiesiogiai veikiančius projekto įgyvendinimo sėkmę. Manoma, kad konfliktai, kurių kyla įgyvendinant projektą, tiesiogiai veikia įgyvendinamo projekto atidėjimo trukmę, lemia mažą dirbančiųjų produktyvumą, žlugusius verslo santykius, padidėjusius projekto kaštus. Kiekvienam vadovui tenka ypač svarbi užduotis – įgyvendinant projektą numatyti galimus konfliktus ir pasirinkti tinkamas strategijas šiems konfliktams spręsti (Wang & Wu, 2020).

Gamybos įmonės nuolat susiduria su iššūkiais, valdydamos gamybos procesus ir sistemas, siekdamos užtikrinti reikiamus gamybos pajėgumus, aukštos kokybės produktų tiekimą bei minimalų išteklių naudojimą. Produkto kokybė ir pristatymo patikimumas yra pagrindiniai gamybos pramonės sėkmės veiksniai. Analizuojant kokybės terminą ir apsiribojant tik technine ir ekonomine produktų bei paslaugų kokybe, išskiriami penki skirtingi jos lygiai: kokybė, orientuota į konkrečias produkto savybes, procesų ir gamybos požiūris, vartotojo požiūris, vertės orientacija bei transcendentinis požiūris. Pirmasis iš minėtų aspektų – tai grupė savybių, kuriomis produktas turi pasižymėti, kad kokybės lygis būtų aukštas. Antras aspektas – tai specifikacijų atitikimo laipsnis. Trečias požiūris kokybę traktuoja kaip vartotojo lūkesčių atitikimą. Vertės orientacija yra procesų kintamumo

kontrolės, gamintojui priimtinių sąnaudų ir vartotojui priimtinos kainos derinys (Stasiak-Betlejewska & Ali, 2024).

Paslaugos teikimo procesų kokybės tobulinimo metodai

Kokybės gerinimo procesas įmonėje yra viena iš pagrindinių strategijų, norint užtikrinti konkurencingumą, didinti efektyvumą ir pagerinti klientų pasitenkinimą. Nuo 2018 m. kokybės valdymo metodai ir principai tapo itin svarbūs ne tik dėl veiklos optimizavimo, bet ir dėl didėjančių rinkos reikalavimų, siekiant užtikrinti nuolatinį tobulėjimą ir inovacijas. Kokybės valdymas, integruojant nuolatinį gerinimą, tampa esminiu elementu įmonių kasdienėje veikloje, nes leidžia greičiau reaguoti į rinkos pokyčius ir optimizuoti procesus. Kokybės gerinimas organizacijose turi apimti ne tik produktų ar paslaugų gerinimą, bet ir įmonės veiklos procesų efektyvumo didinimą per inovacijas ir darbuotojų įsitraukimą (Bakar et al., 2020). Kokybės gerinimo procesas įgyvendinamas įvairiais metodais, tokiais kaip LEAN, *Six Sigma* ir visuotinės kokybės valdymas (angl. *Total quality management*, TQM). Šie metodai taikyti įvairiose industrijose, siekiant optimizuoti procesus ir sumažinti klaidų bei nuostolių kiekį (Jones & Green, 2021).

LEAN metodas, kaip teigia Jones ir Green (2021), yra procesų valdymo sistema, siekianti optimizuoti veiklą pašalindama nuostolius ir nereikalingus procesus. Pagrindinis LEAN tikslas – padidinti vertę klientui, sumažinant nevertingas išlaidas ir procesų klaidas. Jones ir Green (2021) teigimu, LEAN metodika ne tik pagerina organizacijos veiklos efektyvumą, bet ir prisideda prie ilgesnio laikotarpio konkurencingumo, nes leidžia įmonėms efektyviai valdyti resursus ir atitikti vartotojų lūkesčius. LEAN, kaip nuolatinio tobulinimo principas, leidžia organizacijoms ne tik pasiekti optimizavimo, bet ir įtvirtinti visų darbuotojų kokybės gerinimo kultūrą. LEAN akcentuoja darbuotojų įsitraukimą. Tai metodika, skirta skatinti nuolatinį procesų gerinimą ir aktyvų darbuotojų dalyvavimą sprendžiant problemas. Kaip pabrėžia Jones ir Green (2021), organizacijose, kuriose darbuotojai aktyviai įsitraukę į procesų analizę ir sprendimų priėmimą, pasiekiami geresnių rezultatų, nes darbuotojai turi tiesioginę įtaką optimizavimo sprendimams.

Six Sigma metodas, kaip teigia Jones ir Green (2021), yra sisteminė kokybės valdymo metodika, kurios tikslas – mažinti procesų variacijas ir klaidas, siekiant aukščiausio kokybės lygio. Ši metodika remiasi duomenimis ir statistika, nes norima identifikuoti ir pašalinti procesų problemas, kurios gali paveikti kokybę ir efektyvumą. Jones ir Green (2021) pažymi, kad *Six Sigma* ne tik leidžia organizacijoms sumažinti klaidų skaičių, bet ir pagerina procesų efektyvumą, pasiekiant beveik tobulos kokybės.

Six Sigma metodika apima kelis pagrindinius etapus, žinomus kaip DMAIC (angl. *Define, Measure, Analyze, Improve, Control*). Kaip nurodo Jones ir Green (2021), DMAIC yra struktūrizuotas procesas, leidžiantis organizacijoms identifikuoti problemas ir sukurti ilgalaikius sprendimus, kurie užtikrina stabilumą ir nuolatinį kokybės gerinimą. Šis metodas remiasi duomenų analize ir statistika, kad būtų galima objektyviai įvertinti procesus ir nustatyti, kur reikia pokyčių. Svarbi metodo ypatybė – darbuotojų, ypač vadovų, įsitraukimas į kokybės gerinimo procesus. Kaip teigia Jones ir Green (2021), organizacijos, kurios skiria dėmesio darbuotojų mokymams ir įtraukia darbuotojus į metodo projektus, pasiekia didesnio tobulinimo poveikio, nes darbuotojai turi tiesioginį poveikį sprendimams priimti. Tai leidžia ne tik optimizuoti procesus, bet ir sustiprinti bendrąją organizacijos kultūrą, orientuotą į nuolatinį tobulėjimą.

Visuotinės kokybės valdymo (angl. *Total quality management*, TQM) metodas, kaip teigia Jones ir Green (2021), yra integruota valdymo sistema, kuria siekiama pagerinti organizacijos procesų kokybę, orientuojantis į nuolatinį tobulinimą ir visišką darbuotojų įsitraukimą. TQM yra ilgalaikė strategija. Jos tikslas – užtikrinti, kad visi organizacijos nariai (nuo aukščiausio lygio vadovų iki paprastų darbuotojų) būtų įtraukti į kokybės valdymo ir gerinimo procesus. Kaip nurodo Jones ir Green (2021), TQM yra nuolatinio tobulinimo ir bendradarbiavimo procesas, apimantis visus organizacijos lygius ir funkcijas, siekiant patenkinti klientų poreikius ir užtikrinti organizacijos

augimą. TQM metodas apima tokius principus kaip orientaciją į klientą, nuolatinį procesų gerinimą, darbuotojų įsitraukimą ir procesų valdymą. Jones ir Green (2021) pažymi, kad organizacijos, kurios pasitelkia TQM metodiką, dažnai pasiekia didesnio efektyvumo, nes visi darbuotojai, nepriklausomai nuo pareigų, prisideda prie kokybės gerinimo procesų ir problemų sprendimo. Tai leidžia ne tik optimizuoti gamybos ir paslaugų procesus, bet ir gerinti organizacijos kultūrą, stiprinant komandinį darbą ir bendrą atsakomybę už kokybę. TQM taip pat pabrėžia nuolatinės kokybės kontrolės sistemos plėtros ir įgyvendinimo svarbą, kad būtų užtikrintas nuoseklus kokybės lygis per visus procesus. Jones ir Green (2021) teigia, kad nuoseklus kokybės kontrolės taikymas ir vadovų įsitraukimas į šiuos procesus leidžia organizacijoms pasiekti ilgalaikių kokybės tikslų ir didinti konkurencingumą. TQM principai leidžia organizacijoms ne tik pagerinti vidinius procesus, bet ir išlaikyti aukštą paslaugų ir produktų kokybę rinkoje.

Kokybės valdymas įmonėse taip pat turi būti grindžiamas aiškiais matais ir nuolat kuriama paslaugų gerinimo kultūra, kurios pagrindinis tikslas – pasiekti ilgalaikių organizacijos tikslų. Harrison ir kt. (2023) teigia, kad tik tos organizacijos, kurios geba efektyviai valdyti kokybės procesus ir nuolat juos tobulinti, gali užtikrinti savo konkurencingumą ir išlikti nuolat besikeičiančioje rinkoje.

Minėtina ir tai, kad kokybės gerinimo procesai įmonėse turi būti orientuoti į darbuotojų įsitraukimo ir bendradarbiavimo skatinimą, nes tai padeda užtikrinti, jog visi darbuotojai (nuo vadovybės iki tiesioginių darbuotojų) prisidėtų prie kokybės tikslų įgyvendinimo (Harrison et al., 2023). Kokybės gerinimo metodai taip pat turi būti pritaikyti atsižvelgiant į technologines naujoves ir skaitmenizavimą, leidžiančius pasiekti didesnio efektyvumo ir mažinti klaidų kiekį (Kumar et al., 2021).

Kokybės vertinimas ir valdymas šiandien yra vieni svarbiausių paslaugų sektoriuje. Skirtingi tyrėjai *kokybės* sampratą apibrėžia remdamiesi įvairiais požiūriais. Vieni autoriai kokybę vertina pagal paslaugos savybes ir rezultatus, taip pat atsižvelgdami į teikiamų paslaugų efektyvumą, produktyvumą ir tinkamiausią išteklių panaudojimą, siekiant gerų rezultatų, kiti autoriai pabrėžia kokybę kaip nuolatinį procesą ir kaitą, orientuotą į vartotojų lūkesčių ir poreikių tenkinimą. Kokybės valdymas dažnai susijęs su sisteminiu požiūriu į paslaugų tobulinimą, siekiant nuoseklaus paslaugų gerinimo ir tinkamiausių rezultatų.

Tyrėjai (Salman et al., 2019; Islam et al., 2021; Gonos et al., 2022; Fang & Dai, 2023) išskiria aukštos kokybės vystymosi reikšmę ir yra sukūrę vertinimo sistemą, pagrįstą nauja plėtros koncepcija. Tai išplėtė aukštos kokybės vystymosi apibrėžimą – įtrauktos inovacijos, koordinavimas, žaliasis augimas, atvirumas ir dalijimasis. Visapusiška vystymosi sistema sieja ekonominį augimą, struktūrinę optimizaciją, inovatyvų vystymąsi, aplinkos tvarumą ir žmonių gerovės gerinimą (Leikuma-Rimicane et al., 2021; Pulido-Fernández & Cárdenas-García, 2021; Massaro et al., 2022).

Kaip ir kitų produktų, paslaugų kokybės apibūdinimas susijęs su šiai kokybei būdingomis savybėmis ir bruožais. *Kokybės* sąvoka sudaroma remiantis tam tikrais kriterijais, tačiau tyrėjai išskiria skirtingus kokybės sampratos apibrėžimus. Paslaugų kokybės apibrėžtis nagrinėjo Bulašaitė ir Jesevičiūtė-Ufartienė (2019). Tyrėjos, išanalizavusios įvairių autorių siūlomas paslaugų kokybės sampratas, pateikė pagrindines sąvokos aiškinimo idėjas: gebėjimas atitikti (išreikšti) vartotojo poreikius, suteikti naudą; vartotojo pasitenkinimo lygio matas; vartotojo suvokta kokybė; reikalavimai kaip savaime suprantamas dalykas; asmeninės patirtys. Šios idėjos apibūdina paslaugų kokybės vertinimo subjektyvumą, nes kiekvienu konkrečiu atveju paslaugų kokybę apibrėžiama iš vartotojų pozicijos.

IŠVADOS

Išnagrinėjus mokslinę literatūrą, susijusią su paslaugos teikimo procesų kokybės tobulinimu, nustatyta, kad paslaugos teikimo procesai turi reikšmingą įtaką klientų pasitenkinimui ir įmonės įvaizdžiui.

Išskirtini paslaugos teikimo procesų trūkumai. Tai neefektyvūs procesai ir prastos kokybės kontrolės sistemos, kurios gali lemti klientų nepasitenkinimą. Privalumas – sklandus paslaugų teikimo procesas užtikrina aukštą klientų pasitenkinimą ir lojalumą.

Išanalizavus kokybės tobulinimo metodus (norint pagerinti paslaugų teikimo efektyvumą, būtina investuoti į naujas technologijas, tokias kaip dirbtinis intelektas ir automatizacija), paaiškėjo, kad nuolatinis kokybės vadybos sistemų tobulinimas yra būtinas, siekiant užtikrinti veiklos efektyvumą ir klientų pasitenkinimą.

Nustatyta, kad vadovų įsitraukimas, kokybės kultūros puoselėjimas ir darbuotojų įtraukimas į procesus prisideda prie kokybės gerinimo ir organizacijos augimo. Konfliktų valdymas projekto įgyvendinimo metu taip pat turi tiesioginį poveikį paslaugos teikimo kokybei ir rezultatams.

Paslaugos teikimo procesų privalumai

Sklandus paslaugų teikimo procesas užtikrina aukštą klientų pasitenkinimą ir lojalumą.

Procesų optimizavimas leidžia sumažinti veiklos sąnaudas ir padidinti organizacijos konkurencingumą.

Skaitmenizacija sudaro sąlygas paslaugoms personalizuoti ir leidžia sparčiau tenkinti vartotojų poreikius.

Paslaugos teikimo procesų trūkumai

Neefektyvūs procesai ir prastos kokybės kontrolės sistemos gali lemti klientų nepasitenkinimą.

Technologijų trūkumas arba nesuderintos sistemos gali lėtinti paslaugų teikimą ir mažinti įmonės veiklos efektyvumą.

Rekomendacijos paslaugos teikimo kokybės procesui tobulinti

Investuoti į naujas technologijas, tokias kaip dirbtinis intelektas, automatizacija, siekiant pagerinti paslaugų teikimo efektyvumą ir tikslumą.

Skatinti vadovų aktyvų dalyvavimą kokybės valdymo procesuose, stiprinti kompetencijas.

Mokyti darbuotojus kokybės valdymo metodų ir motyvuoti juos aktyviai dalyvauti kokybės gerinimo procesuose.

Kurti ir diegti strategijas, skirtas galimiems konfliktams identifikuoti ir spręsti, siekiant išvengti paslaugų teikimo vėlavimų ar nesklandumų.

Vykdyti reguliarių paslaugų kokybės vertinimą ir procesų analizę, siekiant nustatyti silpnąsias vietas ir jas tobulinti.

Diegti tokias kokybės valdymo sistemas kaip LEAN, *Six Sigma* ir TQM.

Apibendrinant galima teigti, kad kokybės valdymas ir nuolatinis gerinimas yra pagrindiniai organizacijos sėkmės veiksniai, lemiantys konkurencingumą ir ilgalaikį tvarumą. Tai reikalauja ne tik gerai parengtų kvalifikuotų vadovų, bet ir visų darbuotojų įsitraukimo bei bendradarbiavimo, kuris užtikrina kokybės tikslų įgyvendinimą ir organizacijos augimą.

Literatūros sąrašas

Bakar, A., Kadir, M., & Zain, M. (2020). Continuous improvement practices in manufacturing: a review. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 26(2), 193–210.

Bulašaitė, I., & Jesevičiūtė-Ufartienė, L. (2019). Paslaugų kokybės vertinimo modelių analizė. In *Mokslinė-praktinė konferencija „Verslo aktualijos būsimųjų specialistų požiūriu 2019“*. Kauno kolegija.

Harrison, D., Smith, A., & Lee, J. (2023). Quality management in modern enterprises: tools and techniques.

International Journal of Operations & Production Management, 43(7), 1201–1225.

Jankauskienė, G. (2019). *Visuotinės kokybės vadybos teorija ir praktika*. Vaga.

Jones, A., & Green, B. (2021). Lean management principles and practices. *Journal of Business Process Improvement*, 15(3), 200–215.

Jones, A., & Green, B. (2021). Six Sigma principles and practices: improving quality in organizations. *Journal of Quality Management*, 17(2), 40–55.

Jones, A., & Green, B. (2021). Total quality management: a comprehensive approach to quality improvement. *Journal of Business Excellence*, 19(4), 65–80.

Jones, R., & Green, P. (2021). Implementing Lean and Six Sigma: integrating strategies for operational excellence. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(4), 993–1007.

Kaziliūnas, A. (2020). *Kokybės valdymo principai ir taikymas*. Lietuvos verslo kolegija.

Kumar, M., Soni, P., & Shankar, R. (2021). The role of digitalization in quality improvement: a review. *Journal of Business Research*, 128, 272–280.

Lukoševičius, R., & Žukauskaitė, E. (2019). *Vadovų kvalifikacijos kėlimas kokybės valdymo srityje*. Verslo akademija.

Lukoševičius, S., & Tumėnienė, D. (2019). *Paslaugų kokybės vadyba: teorija ir taikymas*. Technika.

Morkūnas, P., & Vasilenko, D. J. (2020). *Kokybės valdymo sistemos diegimas ir valdymas organizacijose*. Technika.

Reigas, V., & Aukštikalnytė, G. (2020). *Darbuotojų požiūrio į psichoemocinius santykius su vadovais palyginimas kokybės vadybos sistemos diegimo procese*. Klaipėdos universitetas.

Stasiak-Betlejewska, R., & Ali, A. (2024). The product and process quality level analysis in the automotive elements production management. *Management Systems in Production Engineering*, 32(4), 514–524.

Šileikienė, L. P. (2021). *Kokybės vadyba ir jos įtaka organizacijos efektyvumui*. Kauno technologijos universitetas.

Šileikienė, L. P. (2021). *Organizacijų valdymo ir kokybės vadybos principai*. Kauno technologijos universitetas.

Vasilenko, D. J., & Mickevičius, J. (2021). *Paslaugų kokybės vertinimas skaitmeninėje erdvėje*. Verslo edukacijos centras.

Vilniaus kolegija. (2022). *Vilniaus kolegijos kokybės vadovas*. https://www.viko.lt/wp-content/uploads/sites/8/2022/06/1__VIKO_Kokybes_vadovas_2022-02-07.pdf

SUMMARY

IMPROVEMENT OF COMPANY PROCESS QUALITY

Ieva Andrejeva, Barbora Krikščiūnaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

ieva.andrejeva@stud.viko.lt, barbora.kriksciunaite@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

The improvement of service delivery process quality is a key aspect of modern business competitiveness and efficiency. It addresses dynamic changes in economic, technological, and organizational environments. A systematic and adaptable approach to process quality management is essential to maintain balance across these domains and respond effectively to market and technological changes. The integration of digital solutions and innovative quality management methods, such as “Lean”, “Six Sigma”, and “Total Quality Management” (TQM), highlights the

evolving nature of this field, underlining its novelty and relevance in today's fast-changing economic landscape.

Extensive theoretical and practical research exists on service quality and process optimization, focusing on various aspects such as continuous improvement, innovation. Key studies reveal that effective quality management depends on leadership, employee engagement, and strategic integration of quality assurance frameworks.

Objectives and Research Aim. The primary objective of the research is to analyse methods for improving service delivery process quality. The study focuses on:

- analyze scientific literature related to the article's topic;
- provide the advantages and disadvantages of service delivery processes;
- analyze/present quality improvement methods;
- provide conclusions and recommendations for improving the service delivery quality process.

Methods. Systematic literature review to identify relevant theories and practices.

Main findings:

Dynamic Quality Management: achieving process balance requires dynamic adaptation to changing conditions, as static approaches risk losing relevance.

Technological Integration: digital tools are vital for enhancing workflow efficiency, cost reduction, and achieving better outcomes.

Conflict Management: effective leadership is crucial for mitigating conflicts that hinder project implementation, directly impacting productivity and costs.

Employee Involvement: active participation and training at all organizational levels are necessary to foster a culture of continuous improvement.

Recommendations:

Embrace Digital Transformation: incorporate technological advancements to streamline processes and reduce errors.

Strengthen Leadership Training: equip leaders with conflict management skills and strategic oversight to navigate challenges effectively.

Insights. Quality improvement in service delivery is not solely a technical process but also a cultural and strategic one. Organizations must integrate innovation, adaptability, and systemic thinking to achieve sustainable growth and remain competitive in a rapidly evolving market environment.

Andrejeva, I., Krikščiūnaitė, B., Rapkauskaitė, R. (2025). Paslaugos teikimo procesų kokybės tobulinimas. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 201-207, ISSN 2669-221X

KURAS VISAM GYVENIMUI: SVEIKOS MITYBOS NAUDA IR NETINKAMOS (ŠIUOLAIKINĖS) MITYBOS PASEKMĖS

Lauksmė Gintalaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

lauksme.gintalaite@stud.viko.lt

Konsultavo Alma Kniežienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

a.knieziene@mtf.viko.lt

ĮVADAS

Šiuolaikinės mitybos įpročiai turi reikšmingą įtaką mūsų sveikatai. Nuo pirmųjų mūsų, kaip Homo sapiens, egzistavimo laikų valgėme natūralų, neperdirbtą maistą. Vis dėlto pasauliniu mastu prasti mitybos įpročiai yra pagrindinė lėtinių ligų, tokių kaip nutukimas, diabetas, širdies ligos ir net tam tikros vėžio formos, priežastis. Su gyvenimo būdu susijusios lėtinės ligos visame pasaulyje yra didžiulė ir vis didėjanti problema (Horton, 2010).

Pasaulio sveikatos organizacijos (PSO) duomenimis, apie 1,9 mlrd. suaugusiųjų turi antsvorio, o daugiau negu 650 mln. yra nutukę. Lėtinės su mityba susijusios ligos, įskaitant diabetą, širdies ir kraujagyslių ligas, sukelia 70 proc. mirčių visame pasaulyje. Tai sudaro apie 41 mln. atvejų (World Health Organization, 2024).

Maždaug prieš 10 000 m., kol žemės ūkis nebuvo išplėtotas, visi žmonės maistą medžiodavo, rinkdavo ir žvejodavo (Lim, 2018). Galima pastebėti, kaip, laikui bėgant, keitėsi valgymo ir mitybos įpročiai. Pramonės revoliucija tapo lūžio tašku, kai maistas buvo pradėtas apdirbti ir perdirbti, o jo sudėtis pradėta keisti. Industrializacijai spartėjant ir technologijoms tobulėjant, perdirbto maisto rinka sparčiai augo, atsirado vis naujų būdų, kaip pritaikyti greitą ir perdirbtą maistą kasdienybėje (Salas-Salvadó, 2018). Šie pasauliniai mitybos pokyčiai daro neigiamą poveikį žmonių sveikatai ir gyvenimo kokybei.

Problema. Visavertės mitybos stoka šiuolaikinėje visuomenėje, itin perdirbtų maisto gaminių vartojimas kelia pavojų žmonių sveikatai.

Tikslas – išanalizuoti mokslinę literatūrą apie visavertės mitybos naudą ir perdirbto maisto žalą.

Uždaviniai:

- apžvelgti sveikos mitybos naudą fizinei sveikatai;
- nustatyti sveiko mikrobiomo padarinius psichinei sveikatai;
- išskirti netinkamos mitybos pavojus žmogaus sveikatai.

Metodai. mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė.

Sveikos mitybos nauda kūnui

Subalansuota sveika mityba gali prisidėti prie mūsų sveikatos gerinimo ir gyvenimo kokybės didinimo. Daugybė profesinių draugijų ir organizacijų skelbia rekomendacijas, kuriose pabrėžia augalinės mitybos naudą įvairių ligų prevencijai ir gydymui. Pavyzdžiui, JAV medicinos koledžas pabrėžia, kad labai svarbu vartoti įvairias minimaliai apdorotas daržoves, vaisius, neskaldytus grūdus, ankštines daržoves, riešutus ir sėklas (Lim, 2018).

Kaip teigia Landry (2024), augalinė mityba padeda sumažinti tokių ligų, kaip širdies ir kraujagyslių, antrojo tipo diabeto ir nutukimo, pasekmes. Žmogaus kūnui būtina subalansuota mityba, nes tik taip galima užtikrinti gaunamus gyvybiškai svarbius vitaminus, makroelementus, mineralus, aminorūgštis ir fermentus. Pagrindiniai makroelementai – angliavandeniai, baltymai ir riebalai – palaiko gyvybines organizmo funkcijas ir energijos apykaitą.

Sveikai mitybai svarbu angliavandeniai, kurių yra grūduose, vaisiuose ir daržovėse. Tai didžiausias organizmo energijos šaltinis, ypač atliekant didelio intensyvumo veiklą. Angliavandeniai išskaidomi į gliukozę, kuri maitina raumenis ir smegenis. Tyrimai rodo, kad angliavandeniai turėtų sudaryti apie 45–65 proc. kasdien suvartojamų kalorijų, kad būtų užtikrintas tinkamas energijos balansas (Lane, 2022).

Riebalai yra energetiškai vertingiausias makroelementas, suteikiantis ilgalaikės energijos, palaikantis ląstelių struktūrą ir hormonų gamybą. Ypač svarbūs sveikieji riebalai, kurių gaunama iš tokių šaltinių kaip riebi žuvis, avokadai ir riešutai. Pasaulio sveikatos organizacija (PSO) rekomenduoja riboti sočiųjų ir transriebalų kiekį, kad būtų sumažintas pavojus sveikatai (World Health Organization, 2024).

Lane (2022) teigimu, baltymai labai svarbūs raumenims atkurti ir augti, taip pat jie prisideda prie energijos gamybos ir kūno gebėjimo atsinaujinti, kai angliavandenių atsargos išsenka. Baltymų kiekis priklauso nuo aktyvumo lygio, tačiau įprastai rekomenduojama suvartoti 10–35 proc. paros kalorijų normos.

Wissas (2024) teigia, kad mikroelementai taip pat gyvybiškai svarbūs energijos apykaitai ir hormonų gamybai. Tarkim, B grupės vitaminai (pvz., B1, B2, B6 ir B12) padeda maistą paversti energija, o geležis palengvina deguonies, kuris būtinas energijai gaminti fizinės veiklos metu, pernešimą. Minėtų maistinių medžiagų trūkumas gali pabloginti savijautą, sumažinti energijos kiekį ir kelti grėsmę bendram imuniteto atsparumui ligoms.

Kaip teigia Lane (2022), teikdami pirmenybę subalansuotai mitybai, o ne perdirbtam maistui, žmonės gali pasiekti ilgalaikių sveikatos rezultatų. Tyrimais įrodyta, kad perėjimas prie sveiko maisto gali 20–30 proc. sumažinti lėtinių ligų riziką.

Subalansuotoje mityboje yra mažai sočiųjų riebalų ir cholesterolio, joje gausu skaidulų, antioksidantų ir fitocheminių medžiagų – maistinių medžiagų, kurios gerina bendrąją sveikatą. Tai padeda paaiškinti stiprų ryšį tarp augalinės mitybos modelių ir geresnių sveikatos rodiklių (Landry, 2024).

Wissas (2024) teigia, kad sveikas ir subalansuotas žarnyno mikrobiomas būtinas organizmo sveikatai palaikyti. Mikrobiomas – tai žarnyne gyvenančių mikroorganizmų bendruomenė, kuriai tenka svarbus vaidmuo metabolizuojant maisto substratus, kurių žmogus negali suvirškinti, pavyzdžiui, maistines skaidulas. Šie medžiagų apykaitos procesai gali turėti teigiamos įtakos širdies ir kraujagyslių sveikatai. Augalinei mitybai būdingas daug skaidulų turintis maistas suteikia nevirškinamų angliavandenių, maitinančių žarnyno mikrobus ir skatinančių mikrobiomo įvairovę – sveiko žarnyno požymį (Wiss, 2024). Kaip teigia Horton (2010), fermentuoti augaliniai maisto produktai dar labiau sustiprina šį poveikį, palaikydami imuninę sistemą ir mažindami uždegimą. Ir, priešingai, mityba, kurioje gausu gyvūninės kilmės produktų, susijusi su mažiau palankiais mikrobiomo požymiais, ji dažnai siejama su tokiomis lėtinėmis ligomis, kaip antrojo tipo diabetas, nutukimas ir kitos ligos.

Augalinė mityba susijusi su mažesniu sergamumu ir mirtingumu nuo širdies ir kraujagyslių ligų. Įrodyta, kad augalinė mityba ne tik gerina širdies sveikatą, bet ir mažina antrojo tipo diabeto ir įvairių rūšių vėžio, įskaitant prostatos, storosios žarnos, krūties ir virškinimo sistemos vėžį, riziką (World Health Organization, 2024).

Apibendrinant galima teigti, kad sveika, subalansuota mityba gali prisidėti prie mūsų sveikatos gerinimo. Subalansuota ir augaliniu pagrindu grindžiama mityba gali sumažinti vėžio susirgimo riziką bei pagerinti žmonių sveikatą ir gyvenimo kokybę. Augalinėje mityboje gausu antioksidantų, skaidulų, kurios gerina organizmo funkcijas.

Sveikos mitybos nauda emocinei sveikatai

Sveika mityba turi teigiamos įtakos ne tik emocinei, bet ir fizinei žmogaus sveikatai. Vykstant tokioms permainoms, kaip urbanizacija, globalizacija (ypač maisto pramonėje), gyvenimo būdo ir mitybos įpročių pokyčiai tampa vis ryškesni, tad svarbu suprasti šių pokyčių sąsajas ir jų įtaką psichikos sveikatai. Psichikos sveikatos sutrikimai, įskaitant depresiją ir nerimą, tampa vis dažnesni, o juos dar labiau sustiprino pasaulinės krizės, pavyzdžiui, COVID-19 pandemija. 2020 m., palyginti su 2019 m., daugiau kaip 18 proc. žmonių patyrė depresijos sutrikimų, o 15 proc. – nerimo sutrikimų (Ärnlöv, 2020).

Grajekas ir kt. (2022) teigia, kad iki 2021 m. psichikos sveikatos sutrikimais sirgo 13,9 proc. pasaulio gyventojų. Atlikti tyrimai rodo, kad nuo psichikos sveikatos sutrikimų kenčia 38 proc. gyventojų. Taigi būtina skubiai imtis visapusiškų visuomenės sveikatos priemonių šiai augančiai krizei spręsti.

Ayton ir kt. (2021), ištyrę keletą metaanalizių, nustatė, kad didesnis itin apdorotų maisto produktų vartojimas susijęs su didesne depresijos ir nerimo simptomų tikimybe.

Ärnlöv (2020) teigimu, 65 proc. tyrimų atskleidė teigiamą ryšį tarp itin apdoroto maisto vartojimo ir įvairių psichikos sveikatos parametrų, įskaitant depresiją, nerimą, traumą, stresą ir pasekmes, susijusias su priklausomybėmis.

Lane ir kt. (2022) atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad sveikesnės mitybos modeliai, tokie kaip Viduržemio jūros regiono ir priešūždegiminė mityba, kurioje gausu daug vaisių, daržovių, neskaldytų grūdų, žuvies, alyvuogių aliejaus, neriebaus pieno ir mažai itin apdorotų maisto produktų, susiję su mažesne psichikos sveikatos sutrikimų, įskaitant depresiją, rizika. Perdirbtame maiste gausu pridėtinių susintetintų medžiagų. Tyrimo rezultatai parodė, kad dirbtiniai saldikliai (*pavyzdžiui, sacharinas*) ir natrio glutamatas gali sutrikdyti neuromediatorių (*dopamino, serotoninino*) ir pogumburio, hipofizės ir antinksčių sistemos veiklą. Emulsikliai, tokie kaip karboksimetilceliuliozė ir polisorbatas-80, naudojami antimikrobiniais tikslais, gali keisti žarnyno mikrobiomo įvairovę ir funkciją, sukeldami uždegiminių reakcijų (Lane, 2022).

Clapp (2017) teigimu, žarnyno mikrobiomas daro didelę įtaką žmogaus psichinei sveikatai. Tyrimais įrodyta, kad žarnyno mikrobiomo sveikata susijusi tiek su virškinimo trakto, tiek su psichinės sveikatos būkle. Disbiozė ir žarnyno uždegimas siejami su keletu psichikos ligų sukėlimu, įskaitant nerimą ir depresiją, kurios paplitusios šiandienos visuomenėje.

Sveika žarnyno veikla susijusi su normaliomis centrinės nervų sistemos funkcijomis. Kai žmogaus mikrobiomas patiria iššūkį dėl mitybos pokyčių, streso ar antibiotikų, jo bakterijų būklė keičiasi (Salas-Salvadó, 2018).

Kaip teigia Mirzayi (2021), disbiotinė žarnyno būklė lemia padidėjusį žarnyno pralaidumą ir sudaro sąlygas bakterijoms ir virusams patekti į žarnyną. Mikrobiomas taip pat gamina neurotransmiterius: sviesto rūgštį, serotoniną, dopaminą ir trumpųjų grandinių riebalų rūgštis, kurios gali tiesiogiai veikti nervų sistemą. Šiuo atveju svarbu apsvarstyti galimybę taikyti gydymą probiotiniais preparatais, kurių sudėtyje yra atrinktų bakterijų padermių, pasižyminčių teigiamu poveikiu žmogaus psichikai. Taikant šį metodą, „probiotikas“ apibrėžiamas kaip gyvi organizmai, kurie, vartojami tinkamais kiekiais, daro teigiamą poveikį žmogaus sveikatai. Žurnale „Nature Microbiology“ (2021) paskelbtame tyrime buvo analizuojama, kaip žarnyno mikrobiomo sudėtis veikia psichikos sveikatą. Nustatyta, kad asmenys, kurių žarnyno bakterijų įvairovė didesnė, rečiau patiria depresiją ir nerimą, o mažesnė mikrobų įvairovė buvo susijusi su didesniu nerimo ir depresijos simptomų lygiu. Tyrimo metu nustatytos konkrečios bakterijos, tokios kaip *Firmicutes* ir *Bacteroidetes*, kurių pusiausyva turi įtakos psichikos sveikatos rezultatams (Mirzayi, 2021).

Žarnyno mikrobiomo įtaka psichikos sveikatai analizuota atliekant tyrimą (*angl. randomized controlled trial, RCT*), kurio metu nagrinėtas probiotikų (*įprastos psichobiotinių medžiagų formos*) poveikis psichikos sveikatai (Psychiatry Research, 2019). Tyrime dalyvavo 70 pacientų, sergančių

didžiuoju depresiniu sutrikimu (MDD). Dalyviams, kurie 8 savaites kasdien gavo *Lactobacillus helveticus* ir *Bifidobacterium longum* dozę, depresijos simptomai, palyginti su vartojusiųjų placebą grupe, smarkiai sumažėjo. Tyrimas buvo atliekamas naudojant Hamiltono depresijos vertinimo skalę (HDRS): probiotikus vartojusioje grupėje rodikliai sumažėjo 35 proc., o placebą vartojusiųjų grupėje – 15 proc. (Teasdale, 2019).

Analizuoti tyrimai atskleidžia, kad mityba turi įtakos psichikos sveikatai, o intervenciniai tyrimai šį ryšį patvirtina. Vadinamosios mitybos psichiatrijos uždavinys – parengti išsamius, nuoseklius ir moksliskai tikslus, įrodymais pagrįstus tyrimus, kuriuose apibrėžiamas mitybos ir maistinių medžiagų vaidmuo įvairiems psichikos sveikatos aspektams. Iki šiol atlikta tik keletas tokių tyrimų. Vienas iš intervencinių tyrimų buvo susijęs su 12 savaičių trukmės Viduržemio jūros regiono dieta, kurios laikantis pagerėjo suaugusiųjų nuotaika ir sumažėjo sergančiųjų depresija nerimo simptomai (Parletta, 2021).

Pastaraisiais dešimtmečiais mitybos ir psichikos sveikatos ryšys dažnai buvo ignoruojamas. Tai patvirtina ir ribotas šios srities tyrimų, atliktų iki XXI a., skaičius. Minėtina, kad ši tendencija ima keistis, nes pastaraisiais metais psichodietetikos (*angl. psychodietetics*) ir nutripsichiatrijos (*angl. nutripsychiatry*) sritys sulaukė daug dėmesio. Urbanizacija, globalizacija ir maisto pramonės plėtra toliau keičia gyvenimo būdą ir mitybos įpročius, todėl sąsajos tarp šių pokyčių ir jų poveikio psichikos gerovei tampa vis svarbesnės. Suvokiamos sąsajos atveria naujas galimybes kurti veiksmingas mitybos, farmakologines, terapines ir prevencines intervencines priemones. Svarbia mokslinių tyrimų sritimi vis labiau tampa mikrobiomo vaidmuo emocinei sveikatai. Įrodyta, kad žarnyno mikrobiomas, kurį sudaro trilijonai mikroorganizmų, atlieka lemiamą vaidmenį reguliuojant nuotaiką ir emocines reakcijas. Žarnyno mikrobiomo pusiausvyros sutrikimai, arba disbiozė, siejami su įvairiomis psichikos sveikatos būklėmis, įskaitant nerimą, depresiją ir stresą. Žarnynas gamina neurotransmitterius, tokius kaip serotoninas, kurie tiesiogiai veikia emocinę sveikatą, o jo sudėtis gali turėti įtakos organizmo reakcijai į stresą. Galima teigti, kad žarnyno sveikatos gerinimas, taikant mitybą ir į mikrobus orientuotą gydymą, galėtų būti perspektyvus būdas, siekiant pagerinti emocinę gerovę ir užkirsti kelią psichikos sveikatos problemoms.

Apibendrinant galima teigti, kad sveikos mitybos nauda turi įtakos gerai žmogaus savijautai. Norint palaikyti sveiką mikrobiomą, patartina valgyti augalinės kilmės maistą ir vengti streso.

Trumpa perdirbto maisto istorija ir NOVA klasifikacija

Apdorotų maisto produktų evoliucija glaudžiai susijusi su maisto technologijų pažanga ir industrializacijos procesu. Maistas yra mūsų kūno energijos šaltinis. XX a. pr. pradėta gaminti itin apdorotus maisto produktus. Tai paskatino tokios naujovės kaip konservavimas, pasterizavimas ir šaldymas. Šie procesai palengvino didelio masto maisto produktų gamybą ir konservavimą. Technologinė pažanga atitiko poreikius, atsiradusius dėl urbanizacijos ir karo metu kylančių tiekimo problemų, todėl pradėti gaminti, pavyzdžiui, rafinuoti grūdai ir konservuoti produktai (O'Connor, 2023).

Augant pramoninėms maisto sistemoms, pirmenybė buvo teikiama patogumui, todėl atsirado supakuotų užkandžių, saldžių dribsnių ir paruošto užšaldyto maisto. Šie produktai buvo reklamuojami kaip modernūs sprendimai, skirti laiką taupantiems vartotojams, ir buvo ypač patrauklūs. Iki XX a. pabaigos itin perdirbti maisto produktai labai paplito, o jų pigumas ir ilgas galiojimo laikas prisidėjo prie to, kad jie tapo populiarūs tarp vartotojų. Kartu su mitybos pokyčiu didėjo nutukimo, diabeto ir kitų neinfekcinių ligų skaičius. Minėtos ligos daugiausia siejamos su dideliu cukraus, druskos ir riebalų kiekiu, esančiu itin perdirbtame maiste (Lawrence, 2022).

Sąvoka „**itin apdorotas maistas**“ pradėta vartoti 2009 m., kai buvo pristatyta NOVA klasifikavimo sistema. Minėta sistema pabrėžė, kad itin perdirbtame maiste mažai visaverčių maisto medžiagų, gausu pramoninių priedų (Lawrence, 2022). NOVA klasifikacijoje išskiriamos keturios kategorijos:

minimaliai apdoroti maisto produktai (MPF), apdoroti kulinariniai ingredientai (PCI), apdoroti maisto produktai (PF) ir itin apdoroti maisto produktai (UPF). Itin perdirbti maisto produktai, remiantis NOVA maisto klasifikacija, apibūdinami kaip „pramoniniu būdu pagaminti produktai, kurių sudėtyje paprastai yra penkios ar daugiau sudedamųjų dalių, įskaitant priedus, kvapiąsias medžiagas ir dažiklius, gerokai besiskiriančių nuo pirminių sudedamųjų dalių“. Jungtinėse Amerikos Valstijose ir Jungtinėje Karalystėje daugiau kaip 55 proc. vidutinio paros energijos kiekio gaunama iš itin apdorotų maisto produktų, o asmenys, priklausantys didžiausio vartojimo kvantiliams, iš šių produktų gauna daugiau kaip 75 proc. paros energijos (Dicken, 2021). Perdirbtų maisto produktų vartojimas kūdikių, vaikų ir paauglių mityboje taip pat smarkiai auga.

Apibendrinant galima teigti, kad maistas yra mūsų energijos šaltinis, tačiau jo perdirbimas tapo vienu iš svarbiausių pokyčių, kurie formavo šiuolaikinį vartojimo būdą ir kelia vis didesnį susirūpinimą dėl mūsų sveikatos. Mokslinis metodas – NOVA klasifikacija, skirstanti maistą pagal tam tikras kategorijas, padeda įvertinti maisto lygį ir poveikį mūsų sveikatai.

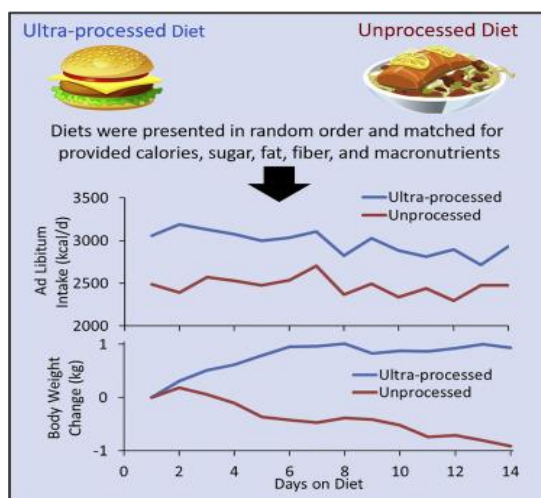
Itin perdirbtų maisto produktų keliamą žalą

Perdirbti maisto produktai tampa vis labiau dominuojančia šiuolaikinės mitybos dalimi, ypač Vakarų šalyse, kur šie produktai sudaro daugiau negu pusę kasdien suvartojamų kalorijų skaičiaus (Dicken, 2021). Maisto produktai perdirbami, į juos pridedama įvairių priedų skoniui pagerinti ir galiojimo laikui pailginti. Minėtuose produktuose įprastai yra mažai (arba iš viso nėra) maistinių medžiagų ir daug cukraus, nesveikų riebalų, druskos, o tai skatina lėtines ligas, pavyzdžiui, nutukimą, diabetą ir širdies ligas (Dicken, 2021). Augant susirūpinimui dėl modifikuotų maisto produktų, turinčių neigiamą poveikį žmogaus sveikatai, pastaraisiais dešimtmečiais atlikta daug tyrimų. JAV Kalifornijos universitete atliktas tyrimas su žiurkėmis parodė, kad daug riebalų ir cukraus turinti mityba smegenims dar bręstant gali sukelti ilgalaikę žalą atminčiai. Pietų Kalifornijos universiteto biologijos mokslų profesoriaus Scotto Kanoski teigimu, žiurkėms, augintoms maitinant jas nesveiku maistu, išliko atminties sutrikimų net ir po to, kai suaugusioms joms skirta visavertė mityba. Tyrimo metu buvo atliekami atminties testai, kai žiurkės tyrinėjo įvairiose vietose esančius objektus. Po kelių dienų vėl patekusios į šiek tiek pakeistą aplinką, nesveiku maistu šeriamos žiurkės sunkiai atpažino pažįstamus objektus ar jų vietą. Mokslininkai nustatė, kad tai susiję su sutrikusiu acetilcholino signalizavimu hipokampe, kuris yra labai svarbi smegenų sritis atminčiai. Kaip teigia Hayes, acetilcholinai labai svarbus koduojant ir prisimenant įvykius, tai veikia panašiai kaip žmogaus epizodinė atmintis. Gyvūnai, kurie auga valgydami riebų, perdirbtą ir saldų maistą, šio signalo negauna. Paauglystėje smegenys itin jautrios, todėl nesveiko maisto poveikį pakeisti daug sunkiau.

Kaip teigia Kanoski (2024), „kai kurie dalykai, kurie gali būti lengviau atkuriami suaugus, yra daug sunkiau atkuriami vaikystėje. Jei vaikas, kurio smegenys tik pradeda vystytis, pradeda valgyti perdirbtą maistą, pasekmės bus daug sunkesnės, negu jis būtų pradėjęs vartoti perdirbtą maistą, kai smegenys galutinai susiformavusios“ (p. 1). Minėtas tyrimas atskleidžia ilgalaikes paauglių ir jaunų žmonių nesveiko maisto vartojimo pasekmes smegenų sveikatai ir pabrėžia lemiamą acetilcholino vaidmenį atminčiai, taip pat pateikiama paralelių su tokiomis neurologinėmis ligomis, kaip Alzheimerio liga.

Nacionalinio sveikatos centro (angl. NIH) mokslininkai Samuelis J. Dickenas ir Sulmaazas Qamaras tyrė, kokį poveikį sveikatai daro itin apdorotas maistas (UPF). Per keturių savaitių laikotarpį 20 tyrimo dalyvių keitėsi dviem kontroliuojamomis dietomis: dvi savaites valgė patiekalus iš perdirbto maisto (pavyzdžiui, konservuotus raviolius ir sumuštinis), o kitas dvi savaites – patiekalus iš mažai perdirbtų maisto produktų (pavyzdžiui, salotas ir keptą žuvį). Abiejų dietų maisto sudėtis buvo panaši savo kalorijų skaičiumi, riebalų, angliavandenių ir baltymų kiekiais. Dalyviai, besilaikantys itin perdirbto maisto dietos, per dvi savaites priaugo vidutiniškai du kilogramus, o dalyvių, kurie vartojo mažai perdirbtų maisto produktų, svoris mažėjo. Svorio skirtumus gali lemti ne tik kalorijų kiekis, bet ir keletas kitų veiksnių. Itin apdorotas maistas (UPF) yra skanesnis, todėl žmonės linkę valgyti

greičiau ir dažniau. Minėti maisto produktai gali tapti mažiau sotūs dėl fizinių pokyčių, kuriuos sukelia perdirbimas. NIH mokslininkai atliko tyrimą, kurio metu lyginta neapdorotos ir ultraperdirbtos mitybos įtaka žmogaus maisto suvartojimui (žr. 1 pav.).



1 pav. Neapdorotos ir ultraperdirbtos mitybos įtaka žmogaus maisto suvartojimui

Šaltinis: sudaryta remiantis NIH mokslininkų tyrimu (2019)

Iš 1 pav. matyti, kad asmenys, laikęsi ultraperdirbto maisto produktų dietos, suvartojo daugiau kalorijų, o taikiusieji neapdorotų maisto produktų dietą kalorijų suvartojo mažiau, nes vartojo natūralų neapdorotą maistą. Tyrimo rezultatai rodo, kad net ir tais atvejais, kai mitybos racionas yra vienodos maistinės vertės, organizmas gali priimti itin perdirbtą maistą taip, kad skatintų persivalgyti ir priaugti svorio.

IŠVADOS

Šiuolaikinės visuomenės valgymo įpročiai daro nepataisomą žalą tiek emocinei, tiek fizinei sveikatai. Subalansuota mityba, kurioje gausu neskaldytų grūdų, daržovių ir vaisių, gali užkirsti kelią įvairioms ligoms. Sveika mityba stiprina imuninę sistemą, gerina širdies ir kraujagyslių sistemos veiklą bei padeda išlaikyti tinkamą kūno svorį. Subalansuota mityba skatina smegenų veiklą, gerina koncentraciją, mažina stresą ir nuovargį. Ir priešingai – nesveiki valgymo įpročiai, tokie kaip greitojo maisto, cukraus pertekliaus ir rafinuotų angliavandenių vartojimas, gali pabloginti psichinę sveikatą ir prisidėti prie tokių problemų kaip depresija, nerimas ar energijos trūkumas.

Mikrobiomo sveikata tiesiogiai veikia mūsų psichiką ir savijautą. Moksliniai tyrimai rodo, kad subalansuota žarnyno mikroflora gali sumažinti depresijos ir nerimo simptomus, pagerinti miego kokybę ir kognityvinę funkciją. Jei mūsų mikrobiomo įvairovė pažeista, didėja rizika susirgti tokiomis psichinėmis ligomis kaip depresija ar nerimo sutrikimas. Žarnyno mikroflora dalyvauja neurotransmiterių, tokių kaip serotoninas, gamyboje. Neurotransmiteriai atsakingi už mūsų emocinę būklę ir laimės pojūtį. Dėl šios priežasties sveika mityba, kurioje gausu probiotikų ir prebiotikų, gali reikšmingai prisidėti prie psichologinės gerovės.

Netinkama mityba blogina žarnyno mikrobiomo būklę, o tai gali turėti neigiamą poveikį tiek fizinei, tiek psichinei sveikatai. Taip pat ilgalaikė nesubalansuota mityba gali pasireikšti lėtiniu nuovargiu, sumažėjusiu darbingumu ir imuniteto susilpnėjimu. Mokslininkai įrodė, kad dieta, turinti daug itin perdirbtų produktų, gali lemti prastesnes kognityvines funkcijas, taip pat padidinti riziką susirgti tokiomis ligomis kaip cukrinis diabetas ir širdies ligos. Maisto perdirbimas tapo vienu iš svarbiausių pokyčių žmonių mitybos įpročiuose, suformavusiu šiuolaikinį vartojimo būdą, kuris kelia didelį susirūpinimą mūsų sveikatai.

Literatūros sąrašas

Ayton, A., Ibrahim, A., Dugan, J., Galvin, E., & Wroe Wright, O. (2021). Ultra-processed foods and binge eating: a retrospective observational study. *Nutrition*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2020.111023>

Ärnlöv. (2020). *Global age-sex-specific fertility, mortality, healthy life expectancy (HALE), and population estimates in 204 countries and territories, 1950–2019: a comprehensive demographic analysis for the Global Burden of Disease Study*. [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30977-6/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30977-6/fulltext)

Clapp, M., Aurora, N., Herrera, L., Bhatia, M., Wilen, E., & Wakefield, S. (2017). Gut microbiota's effect on mental health: the gut-brain axis. *Clinical Practice*, 7(4), 987. <https://doi.org/10.4081/cp.2017.987>

Dicken, J. S., & Batterham, R. L. (2021). The role of diet quality in mediating the association between ultra-processed food intake, obesity and health-related outcomes: a review of prospective cohort studies. *Nutrients*, 14(1), 23. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8747015/>

Dinan, T. G., & Cryan, J. F. (2017). Gut microbiota: a missing link in depression. *World Psychiatry*, 19(1), 111–112. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6953563/>

Grajek, M., Krupa-Kotara, K., Białek-Dratwa, A., Sobczyk, K., Grot, M., Kowalski, O., & Staśkiewicz, W. (2022). Nutrition and mental health: a review of current knowledge about the impact of diet on mental health. *Psychology and Brain Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.943998>

Hall, K. D., Ayuketah, A., Brychta, R., Walter, P. J., Yang, S., & Zhou, M. (2019). Ultra-processed diets cause excess calorie intake and weight gain: an inpatient randomized controlled trial of *Ad Libitum* food intake. *Clinical and Translation Report*, 30(1), 67–77. [https://www.cell.com/cell-metabolism/fulltext/S1550-4131\(19\)30248-7](https://www.cell.com/cell-metabolism/fulltext/S1550-4131(19)30248-7)

Horton, J. (2010). The global burden of disease study. *The Lancet*, 380(9859). <http://www.elsevierdigital.com/The-Lancet/GBD/>

Kanoski, S. (2024). *High fat and sugar diet and its effect on memory*. <https://kanoskilab.com/research>

Landry, M., & Ward, C. P. (2024). Health benefits of a plant-based dietary pattern and implementation in healthcare and clinical practice. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 18(5). <https://doi.org/10.1177/15598276241237766>

Lane, M. M., Gamage, E., Du, S., Ashtree, D. N., McGuinness, A. J., Gauci, S., Baker, P., Lawrence, M., Rebholz, C. M., Srouf, B., Touvier, M., Jacka, F. N., O'Neil, A., Segasby, T., & Marx, W. (2024). Ultra-processed food exposure and adverse health outcomes: umbrella review of epidemiological meta-analyses. *BMJ*, 384. <https://doi.org/10.1136/bmj-2023-077310>

Lane, M. M., Gamage, E., Travica, N., Dissanayaka, T., Ashtree, D. N., Gauci, S., Lotfaliany, M., O'Neil, A., Jacka, F. N., & Marx, W. (2022). Ultra-processed food consumption and mental health: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Nutrients*, 14(13), 2568. <https://doi.org/10.3390/nu14132568>

Lawrence, M. (2022). Ultra-processed foods: a fit-for-purpose concept for nutrition policy activities to tackle unhealthy and unsustainable diets. *Public Health Nutrition*, 26(7), 1389. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10346041/>

Lim, S. (2018). Eating a balanced diet: a healthy life through a balanced diet in the age of longevity. *Journal of Obesity & Metabolic Syndrome*, 27(1), 39–45. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31089539/>

Martínez-González, M. A., Gea, A., & Ruiz-Canela, M. (2019). The Mediterranean diet and cardiovascular health. *Circulation Research*, 124(5): 779–798. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32437302/>

Mirzayi, Ch., et al. (2021). Reporting guidelines for human microbiome research: the STORMS checklist. *Nature Medicine*. <https://www.nature.com/articles/s41591-021-01552-x>

O'Connor, E. L., et al. (2023). Perspective: a research roadmap about ultra-processed foods and human health for the United States food system: proceedings from an interdisciplinary, multi-stakeholder workshop. *Advances in Nutrition*, 14(6), 1255–1269. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/37722488/>

Parletta, N., Zarnowiecki, D., Cho, J., Wilson, A., Bogomolova, S., Villani, A., et al. (2019). A Mediterranean-style dietary intervention supplemented with fish oil improves diet quality and mental health in people with depression: a randomized controlled trial. *Nutritional Neuroscience*, 22(7), 474–487. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29215971/>

Psychiatry Research. (2019). <https://www.sciencedirect.com/journal/psychiatry-research>

Salari-Moghaddam, A., Keshteli, A. H., Mousavi, S. M., Afshar, H., Esmailzadeh A., & Adibi, P. (2019). Adherence to the MIND diet and prevalence of psychological disorders in adults. *Journal of Affective Disorders*, 256. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31170621/>

Salas-Salvadó, J., Becerra-Tomás, N., García-Gavilán, J. F., Bulló, M., & Barrubés, L. (2018). Mediterranean diet and cardiovascular disease prevention: what do we know? *Progress in Cardiovascular Diseases*, 61(1), 62–67. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29678447/>

Teasdale, S., Mörk, S., & Müller-Stierlin, A. S. (2020). Nutritional psychiatry in the treatment of psychotic disorders: current hypotheses and research challenges. *Brain, Behavior, & Immunity – Health*, 5. <https://doi.org/10.1016/j.bbih.2020.100070>

Wiss, D. A., & LaFata, E. M. (2024). Ultra-processed foods and mental health: where do eating disorders fit into the puzzle? *Nutrients*, 16(12), 1955. <https://doi.org/10.3390/nu16121955>

SUMMARY

FUEL FOR LIFE: THE BENEFITS OF A HEALTHY DIET AND THE CONSEQUENCES OF POOR (MODERN) DIETARY CHOICES

Lauksmė Gintalaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
lauksme.gintalaitė@stud.viko.lt

Consulted by Alma Kniežienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
a.knieziene@mtf.viko.lt

This article explores the significant impact of modern dietary habits, particularly the consumption of healthy and ultra-processed foods (UPFs), on both physical and emotional health. The global rise in obesity and diet-related diseases, such as diabetes and cardiovascular diseases, is linked to the increasing intake of processed foods. The article synthesizes scientific literature to highlight the advantages of unprocessed, whole foods in promoting health, while also identifying the risks associated with the growing reliance on processed foods. It underscores the importance of balanced, nutritious diets for maintaining both physical and emotional well-being. The methods used were scientific data analysis and statistic information analysis. The main findings of this article are the importance of gut health and how it affects the body and mind and how the UPF consumption is linked with various diseases such as cancer, higher mortality rates and obesity. A healthy diet that supports a diverse microbiome can help manage conditions like depression, anxiety, and cognitive dysfunction. The consumption of fiber-rich, unprocessed foods is shown to foster microbiome diversity, which is crucial for mental well-being. A balanced diet, particularly one rich in plant-based

foods, has been linked to the prevention and management of chronic conditions like obesity, diabetes, and heart disease. Whole foods provide essential nutrients, including vitamins, minerals, and fiber, which contribute to overall bodily functions, energy production, and tissue repair. On the contrary, diets high in UPFs, which often contain excessive amounts of sugar, unhealthy fats, and additives, disrupt the gut microbiome, increase inflammation, and promote the development of chronic diseases. These foods are also linked to weight gain due to their over-palatable nature, which encourages overeating. The article concludes by summarizing key insights from the research to support the shift towards healthier eating patterns.

Gintalaitė, L., Kniežienė, A. (2025). Kuras visam gyvenimui: sveikos mitybos nauda ir netinkamos (šiuolaikinės) mitybos pasekmės. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 208-216, ISSN 2669-221X

JAUNŲ VYRŲ EMOCINĖ BŪKLĖ LIETUVOJE

Evelina Jašmontaitė, Emilija Gusakovaitė, Ingrida Drevalytė, Rugilė Zdanavičiūtė

Vilniaus kolegija, Lietuva

evelina.jasmontaite@stud.viko.lt, emilija.gusakovaite@stud.viko.lt, ingrida.drevalyte@stud.viko.lt,
rugile.zdanaviciute@stud.viko.lt

Konsultavo Gintarė Kriauciūnaitė-Lazauskienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

g.lazauskiene@vfv.viko.lt

ĮVADAS

Jaunų vyrų (18–29 m.) emocinę sveikatą dažnai užgožia visuomenės lūkesčiai ir stereotipai, skatinantys slopinti savo emocijas ir išgyvenimus, spręsti problemas savarankiškai. Vienas iš pagrindinių stereotipų – „tikri vyrai“ turi būti stiprūs, racionalūs ir nepriklausyti nuo emocijų. Tai orientuoja slopinti emocijas ir neieškoti pagalbos, kilus psichologinių problemų (Mahalik et al., 2003). Minėtos socialinės nuostatos gali lemti ilgalaikes neigiamas pasekmes, tokias kaip depresija, nerimas ir savižudybė. Jauni vyrai, veikiami šių nuostatų, neretai neskuba ieškoti pagalbos, nes bijo būti laikomi silpnais (Doherty & Whitehead, 2013).

Nuo 2019 m. Lietuvoje savižudybių skaičius sumažėjo: 2019 m. užfiksuotos 658 savižudybės (522 vyrai ir 136 moterys), 2022 m. – 527 (426 vyrai ir 101 moteris) (Higienos institutas, 2023). Tai reiškia, kad per minėtą laikotarpį savižudybių Lietuvoje sumažėjo apie 20 proc. Nepaisant stabilaus savižudybių rodiklio mažėjimo, Lietuvos rodiklis vis dar išlieka aukštesnis negu Europos Sąjungos vidurkis.

Freeman et al. (2017) pastebi paradokšą lyčių suicidiniame elgesyje: nors moterys bando žudytis daugiau kartų, vyrų iki mirties įvykdytų savižudybių skaičius yra didesnis. Kaip jau minėta, 2022 m. Lietuvoje nusižudė 527 asmenys: 426 vyrai ir 101 moteris. Taigi vyrai žudėsi maždaug 4,8 karto dažniau negu moterys (Higienos institutas, 2023). Lietuvos vyrų savižudybių rodiklis kiekvienais metais didesnis negu moterų. Ši disproporcija ypač pastebima jauno amžiaus vyrų (18–29 m.) grupėje.

Problema – kodėl Lietuvoje jauni vyrai slepia savo emocijas? Kokios esminės jaunų vyrų užsidarymo savyje priežastys Lietuvoje? Ar visuomenėje vis dar vyrauja stereotipai apie jaunų vyrų emocinę būklę?

Tikslas – išskirti ir išanalizuoti jaunų vyrų emocinę būklę lemiančius veiksnius; aptarti Lietuvos jaunų vyrų emocinę būklę; nustatyti priežastis, kodėl vyrai vengia atskleisti savo jausmus ir emocijas; ištirti dažniausius kilusių problemų sprendimo būdus.

Uždaviniai:

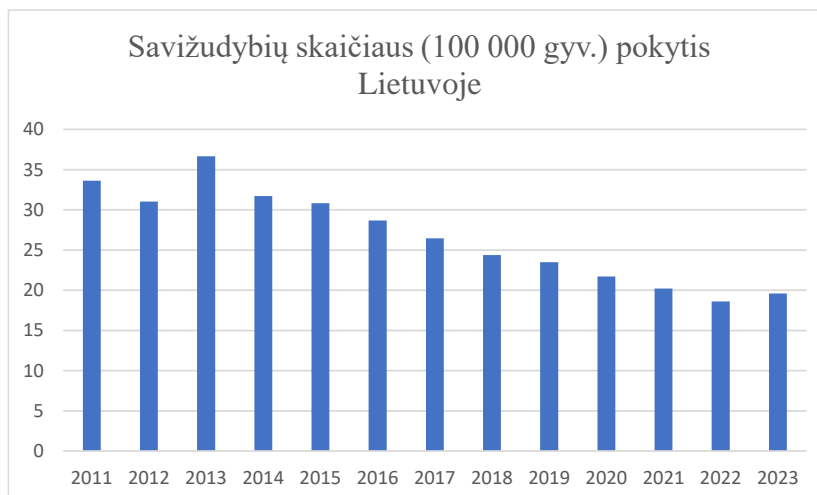
- išanalizuoti mokslinę literatūrą, susijusią su emocine būkle ir ją lemiančiais veiksniais;
- atlikti kiekybinį tyrimą ir pateikti tyrimo rezultatus;
- atsižvelgiant į gautus tyrimo rezultatus, pateikti išvadas.

Tyrimo metodai – mokslinės literatūros lyginamoji analizė ir apibendrinimas, statistinių duomenų analizė ir vertinimas, kiekybinis tyrimas, išvadų generavimas.

Jaunų vyrų savižudybės problema Lietuvoje: teorinės literatūros ir statistinių duomenų analizė

Savižudybė suprantama kaip tyčinis savo gyvybės nutraukimas. Šio veiksmo priežastys gali būti labai įvairios ir dažnai iki galo neaiškios net pačiam asmeniui. Dažniausiai savižudybės kelią pasirenka žmonės, turintys psichikos sutrikimų, tačiau kartais žudosi ir psichiškai sveiki asmenys, susidūrę su sunkiomis gyvenimo situacijomis, neviltimi, finansiniais sunkumais ar kitais iššūkiais.

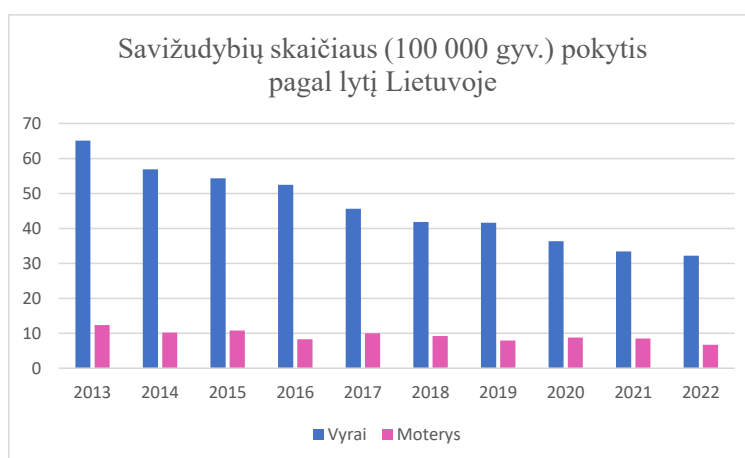
Per pastaruosius 10 metų savižudybių skaičius Lietuvoje reikšmingai mažėjo, tačiau pastebėta, kad 2023 m. savižudybių skaičius vėl šiek tiek padidėjo. 2014 m. 100 tūkst. gyventojų teko 31,71, 2022 m. – 18,6, 2023 m. – 19,6 savižudybės (Higienos institutas, 2024).



1 pav. Savižudybių skaičiaus pokytis Lietuvoje 2011–2023 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Europos Sąjungos duomenys, 2023)

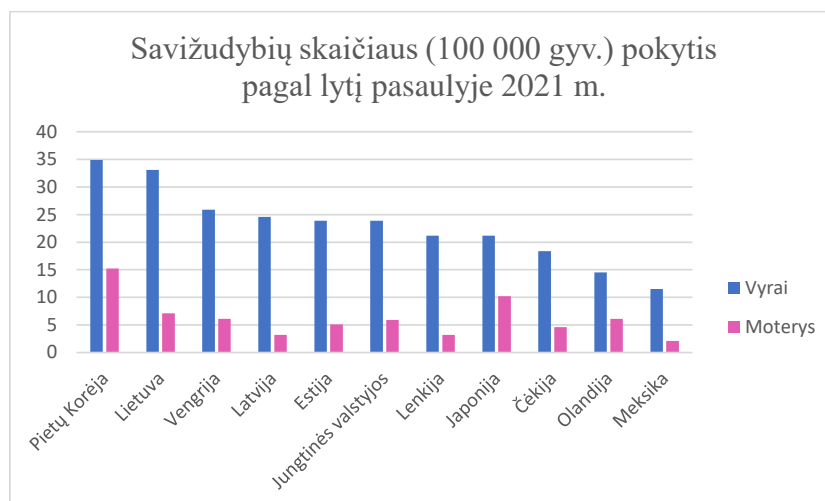
Pasaulio sveikatos organizacijos tyrimai rodo, kad moterys mėgina nusižudyti 1,7 karto dažniau negu vyrai. Vis dėlto Tarptautinės savižudybių prevencijos asociacijos duomenys atskleidžia, kad pasaulyje vyrų savižudybių skaičius yra daugiau negu dvigubai didesnis negu moterų. Šis dėsniumas išlieka stabilus kasmet.



2 pav. Savižudybių skaičiaus pokytis pagal lytį Lietuvoje 2013–2022 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Higienos institutas, 2023)

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos duomenimis, didžiausias vyrų savižudybių skaičius 2021 m. užfiksuotas Lietuvoje ir Vengrijoje (Fleck, 2024). Lietuvoje vyrų savižudybių rodiklis viršija normas, tačiau savižudybės problema išlieka aktuali visame pasaulyje. Vertinant Pasaulio sveikatos organizacijos duomenis, matyti, kad kasmet dėl savižudybės miršta beveik daugiau negu 720 000 pasaulio gyventojų (World Health Organization, 2023). Nors tarp visų šalių yra didelių kultūrinių, ekonominių ir socialinių skirtumų, vienas pasikartojantis dėsniumas labai akivaizdus – vyrų savižudybių skaičius visada yra gerokai aukštesnis negu moterų (Higienos institutas, 2023).



3 pav. Savižudybių skaičiaus pokytis pagal lytį pasaulyje 2021 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Fleck, 2024)

Remiantis Pasaulio sveikatos organizacijos tyrimų duomenimis (2023), minėtina, kad 2019 m. Afrikoje fiksuotas didžiausias savižudybių skaičius pasaulyje – 18,0 atvejų 100 000 gyventojų. Pasaulio vidurkis tais pačiais metais – 9,0 atvejai 100 000 gyventojų.

Galimos savižudybės priežastys

Pasaulio sveikatos organizacija vyrų savižudybių skaičių grindžia įvairiais psichosocialiniais ir neurobiologiniais reiškiniais, tokiais kaip atsisakymas kreiptis pagalbos, impulsyvumas, alkoholio ir narkotikų vartojimas bei prieiga prie priemonių, kuriomis galima atimti sau gyvybę (Cleary et al., 2023). Pagrindinės priežastys, kodėl jauniems vyrams gali kilti savižudybės pavojus, yra patyčios, akademinis spaudimas, santykių problemos, sunkumai dėl seksualinės orientacijos, gyvenimo tikslo neturėjimas, fizinės, emocinės ar seksualinės prievartos patirtis, artimo žmogaus netektis, psichikos sutrikimai, socialinė izoliacija, piktnaudžiavimas narkotikais ar alkoholiu (Cleary et al., 2023).

Siekiant paaiškinti lietuvių vyrų savižudybės priežastis, atliktas tyrimas „Vyriškumo sąsaja su suicidiškumu“. Nustatyta, kad Lietuvos vyrų savižudybės susijusios su bedaryste (Comunale, 2020), alkoholio vartojimu (Liaugaudaitė et al., 2020; Lange et al., 2021), šeimine padėtimi, išsilavinimu (Jasilionis et al., 2020), potrauminio streso sutrikimo simptomatika (Grigienė et al., 2015). Liaugaudaitės ir kt. (2020) teigimu, vyrai dažniau negu moterys prieš nusižudydami patiria tarpasmeninių sunkumų. Nustatyta, kad vyrai, kuriems kyla minčių apie savižudybę, vaikystėje rečiau patyrė artimą ir šiltą santykį su tėvu (Grigienė et al., 2015).

Mokslinės literatūros analizė atskleidžia, kad žalingas alkoholio ir kitų psichoaktyviųjų medžiagų vartojimas yra vienas iš itin svarbių suicidinės rizikos veiksnių –su alkoholio vartojimu galima sieti apie penktadalį savižudybių (World Health Organization, 2018). Alkoholio vartojimą ir suicidiškumą analizuojančiu tyrimu nustatyta, kad minčių apie savižudybę, mėginimų nusižudyti ir savižudybių rizika yra kelis kartus didesnė tarp žalingai alkoholį vartojančių asmenų (Darvishi et al., 2015). Žalingas alkoholio vartojimas gali skatinti mintis apie savižudybę dėl įvairių priežasčių, tokių kaip finansinės problemos, padidėjęs impulsyvumas, socialiniai nesupratimai, miego sutrikimai ir padidėjusi agresija.

Lietuva išsiskiria itin dideliu alkoholio vartojimu ir išlieka tarp pirmaujančių Europos valstybių pagal suvartojamą alkoholio kiekį (World Health Organization, 2018). Pastaraisiais metais Lietuvoje atlikti suicidologiniai tyrimai pagrindžia, kad žalingas alkoholio vartojimas būdingas asmenims, turintiems didesnę savižudybės riziką. Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamento tyrimai parodė, kad jauni vyrai (15–24 m.) rečiau vartoja alkoholį negu vyresnio amžiaus asmenų grupės, tačiau tarp jaunuomenės vis dar pastebimas dažnas alkoholio vartojimas ir rizikingas elgesys. Minėtina, kad net

7,1 proc. Lietuvos gyventojų vartoja alkoholį bent kartą per savaitę (vyrai gerokai dažniau negu moterys) (Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas, 2024).

Aukštas jaunų vyrų savižudybės skaičius gali būti grindžiamas visuomenėje vyraujančiu vyriškumo suvokimu, kuris neretai asocijuojasi su stiprumu, galia ir emocijų kontrole. Savižudybė gali būti suvokiama kaip bandymas atkurti vyriškumą, nes šis poelgis suprantamas kaip kontrolės atgavimas, galios ir drąsos demonstravimas (Meissner et al., 2016).

Tyrimu „Kas Jums yra vyriškumas: turinčių ir neturinčių minčių apie savižudybę vyrų nuomonių palyginimas“ atskleista, kad vyrai, turintys minčių apie savižudybę, dažniau mini emocijų valdymo, ramumo, santūrumo svarbą, gebėjimą išlaikyti šaltą protą ir nerodyti kylančių jausmų (Grigienė, 2022).

Jaunų vyrų emocinės būklės ir savižudybės sąsaja

Didelė dalis jaunų vyrų pasižymi polinkiu užsisklęsti savyje ir nesidalyti savo jausmais, bijodami patyčių, nesupratimo ar stereotipinių nuostatų, kad „tikri vyrai neverkia“, nerodo savo jausmų ir privalo būti stiprūs. Vis dėlto užsisklendimas savyje gali lemti depresiją, smurtą, neapykantą ar net savižudiškas mintis. Neretai jauni vyrai, neatlaikę emocinės naštos, pasiduoda ir atima sau gyvybę iš nevilties. Savižudybę gali skatinti įvairūs veiksniai, įskaitant priklausomybes, santykių problemas, profesinį stresą, traumas ar psichikos sveikatos sutrikimus.

Lietuvoje jaunų vyrų emocinei būklei įtakos gali turėti daug įvairių veiksnių. Išskirtini šie veiksniai, darantys įtaką jaunų vyrų psichinei sveikatai:

1. *Socialiniai veiksniai.* Socialinė ir ekonominė padėtis, skurdas, technologiniai pokyčiai, žiniasklaida, smurtas, karai, nedarbo lygis, šeima, nesėkmės, sociokultūrinės nuostatos, alkoholis, narkotikai ir kitos psichiką veikiančios medžiagos (World Health Organization, 2013).

2. *Biologiniai veiksniai.* Amžius, lytis, genetinis polinkis, gyvenimo būdas, sunkios somatinės ligos.

3. *Psichologiniai veiksniai.* Santykiai su tėvais ar globėjais vaikystėje, santykiai su bendraamžiais ir kitais asmenimis, santykiai su aplinka, darbo ir studijų krūvis.

4. *Asmeniniai psichologiniai ir sveikatos veiksniai.* Asmenybės bruožai ir elgesio ypatumai, somatinės ligos, psichikos sutrikimai, depresija, ankstesni mėginimai žudyti.

Minėti veiksniai turi didžiausią įtaką savižudybės rizikai, depresijai ar sveikatos problemoms. Kaip teigia suicidologas Edvinas S. Šneidmanas, daugelio savižudybių priežastis yra psichologinis skausmas, sielvartas, dvasinė kančia. Krizę išgyvenančiam žmogui atrodo, kad jis nebeturi jėgų sunkumams įveikti, kad neįgyvendins savo troškimų, nepasieks tikslų, o svarbiausia – jis nemato vilties, kad ateityje kas nors pasikeis. Prie neigiamų minčių prisideda ir vienatvė, kuri žmogų veda link depresijos, agresyvumo, nerimo, nemigos, sveikatos problemų bei dėmesio atitraukimo nuo mėgstamos veiklos.

2022 m. statistiniais duomenimis, vyrų, sergančių depresija, skaičius siekė 12 766 (Higienos institutas, 2022). Depresija yra viena iš dažniausių psichinių ligų ir vienas iš didžiausių savižudybės rizikos veiksnių. 2018–2020 m. duomenimis, Lietuvoje 60–70 proc. savižudybių buvo susijusios su psichinėmis ligomis, iš kurių viena dažniausių – depresija (Lietuvos Respublikos Seimas, 2025). Kiti atvejai susiję su kasdieniu stresu ir nerimu.

Reikia pastebėti, kad socialinis statusas taip pat turi įtakos nenorui gyventi. Pagalbos vyrams linijos „Nelik vienas“ specialistų teigimu, vieniši vyrai stresą išgyvena stipriau negu moterys, nes jiems sunkiau atsipalaiduoti dėl itin didelio streso kiekio kaupimosi organizme. Stresas veikia tiek smegenis, tiek kūną.

Vilniaus universiteto studentams atlikus tyrimą „Kas Jums yra vyriškumas: turinčių ir neturinčių minčių apie savižudybę vyrų nuomonių palyginimas“ nustatyta, kad vyrai, neturėję minčių apie

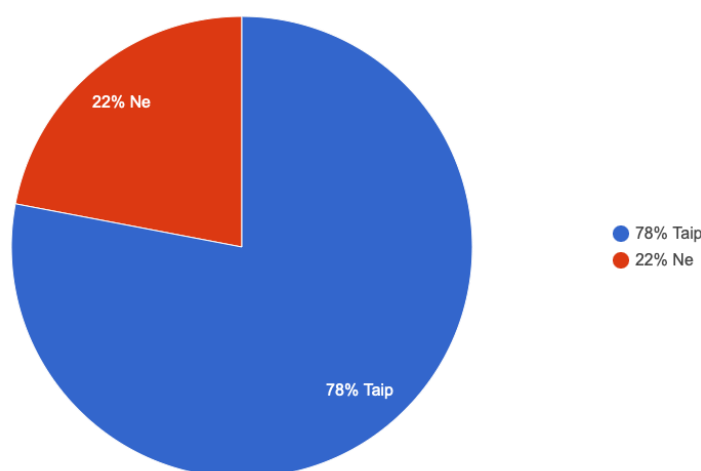
savižudybę, dažniau esminiais vyriškumo aspektais išskyrė šeimos vertę ir rūpinimąsi ja. Vyrų, turintys minčių apie savižudybę, svarbiausiais vyriškumo požymiais dažniau akcentavo emocijų kontrolę, intelektualumą ir orientaciją į sprendimų priėmimą (Grigienė, 2024).

Kiekybinio tyrimo analizė

Tyrimo imtis. Siekiant išsiaiškinti jaunų vyrų Lietuvoje emocinę būklę, atliktas kiekybinis tyrimas. Respondentams pateikta 18 klausimų, į kai kuriuos iš jų atsakymą buvo galima įrašyti patiems. Tyrime dalyvavo 100 vyrų, kurių amžius – 18–29 metai. Pasitelkta internetinė, anoniminė apklausa, išsiųsta apie 50 jaunų vyrų ir paskelbta įvairiose interneto svetainių grupėse.

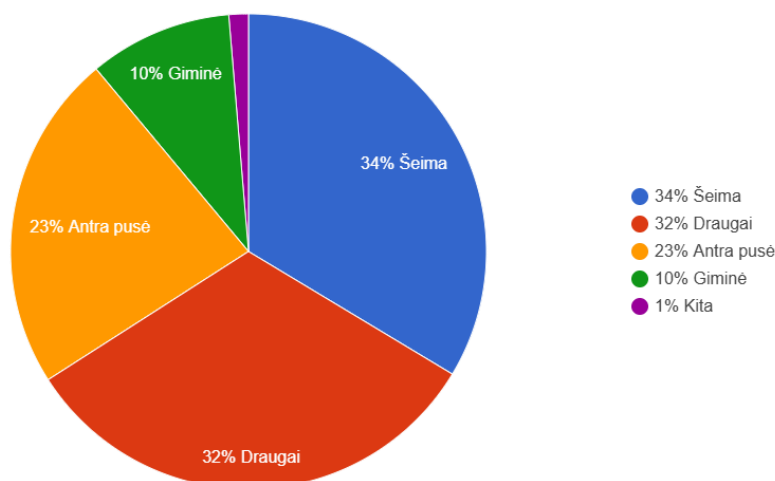
Didžiausia dalis respondentų (68 %) buvo 18–20 m. (21–23 m. – 18 proc., 24–26 m. – 9 proc., 27–29 m. – tik 5 proc.).

54 proc. apklaustųjų buvo iš didmiesčių, 29 proc. – iš miestelių, 9 proc. – iš kaimų, 8 proc. – iš užmiesčių.



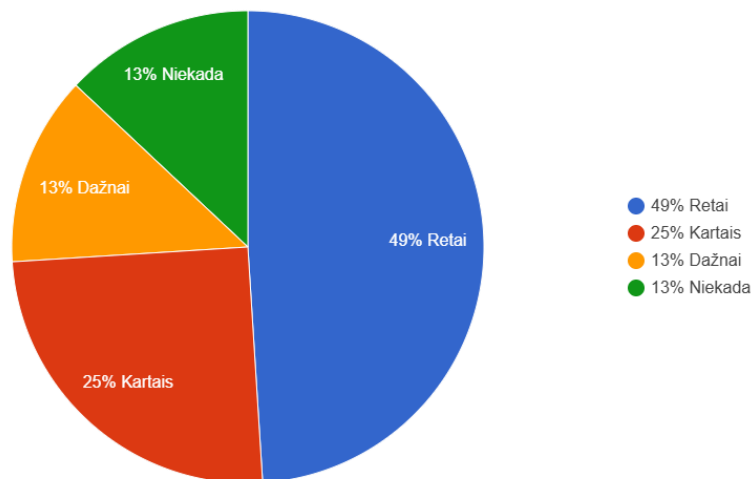
4 pav. Respondentų vertinimas, ar jie turi artimų žmonių, su kuriais gali pasikalbėti apie savo jausmus (proc.)

Išanalizavus tyrimo rezultatus (žr. 4 pav.), matyti, kad dauguma apklaustųjų (78 %) turi artimųjų, su kuriais gali dalytis savo jausmais. Tačiau daugeliui jaunų vyrų emocinis palaikymas prieinamas per artimus santykius. Vis dėlto 22 proc. respondentų nurodė neturintys minėtos galimybės pasikalbėti apie savo jausmus su artimais žmonėmis. Tai išryškina potencialią emocinio izoliavimo problemą ir galimą rizikos veiksnių, susijusių su psichologine gerove ir savižudybės prevencija.



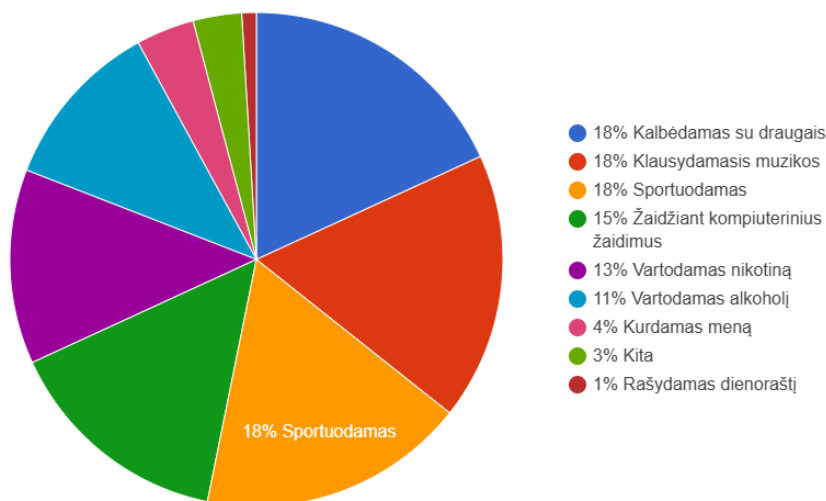
5 pav. Respondentui artimi žmonės (proc.)

Gauti rezultatai atskleidžia (žr. 5 pav.), kad didžiausią reikšmę respondentams turi šeima (34 %) ir draugai (32 %). Pabrėžtina šių artimų žmonių, kaip pagrindinių emocinės paramos šaltinių, svarba. Išskirtinas ir reikšmingas antrosios pusės (23 %) palaikymas. Giminės (10 %) ir kiti asmenys (1 %) minėti rečiau. Rezultatai atskleidžia socialinio palaikymo struktūrą ir rodo, kad šeima ir draugai – svarbiausi vyrų emocinės atramos ramsčiai. Galima manyti, kad stiprus ryšys su šiais artimaisiais gali būti veiksnys, mažinantis emocinę izoliaciją ir didinantis psichologinę gerovę.



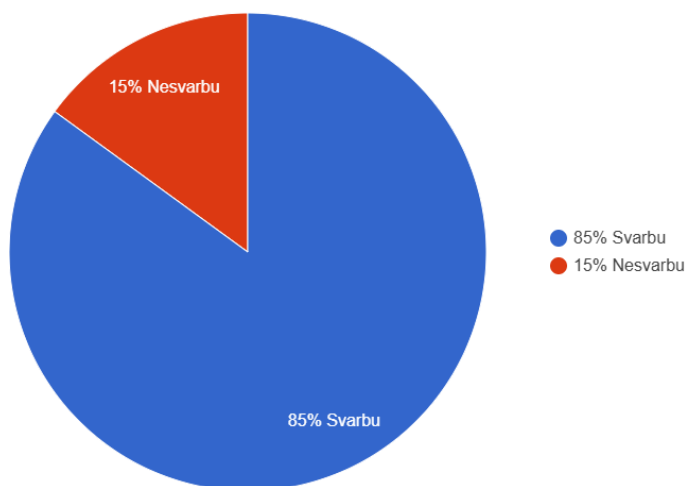
6 pav. Jausmų atskleidimo kitiems asmenims dažnis (proc.)

Analizuojant, kiek dažnai respondentai kalba apie savo jausmus (žr. 6 pav.), matyti, kad dauguma (49 %) apklaustųjų savo emocijas kitiems atskleidžia retai arba kartais (25 %). Kai kurie respondentai (13 %) niekada nekalba apie savo išgyvenimus. 13 proc. respondentų savo jausmus su kitais aptaria dažnai. Gauti rezultatai rodo, kad didelis procentas (87 %) jaunų vyrų nepakankamai dažnai gali pasikalbėti apie savo išgyvenimus ir pasirenka išreikšti emocijas kitaip arba visai jų nerodo.

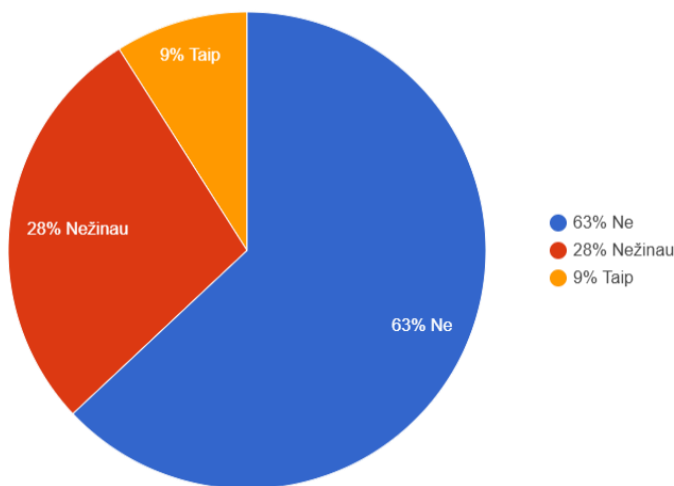


7 pav. Išgyvenamų neigiamų jausmų raiškos būdai (proc.)

Jauniems vyrams išreikšti neigiamas emocijas (žr. 7 pav.) padeda komunikacija su draugais (18 %), muzika (18 %) ir sportas (18 %). Daugumai apklaustųjų tai leidžia įveikti negatyvius jausmus. Minėtina, kad gana didelis procentas jaunų vyrų renkasi eskapizmą – kompiuterinius žaidimus (15 %). Nemažai respondentų taip pat nurodė nikotino (13 %) ir alkoholio (11 %) svarbą. Gauti rezultatai atskleidžia, kad gana daug jaunų vyrų renkasi ignoruoti savo neigiamas emocijas (39 %) ir slopina savo išgyvenimus nikotinu, alkoholiu ir kompiuteriniais žaidimais.

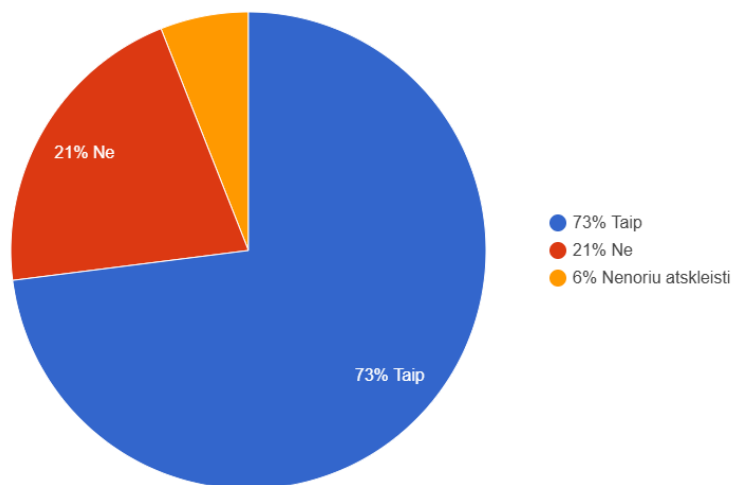


8 pav. Aktualumas kalbėti apie emocinę sveikatą (proc.)

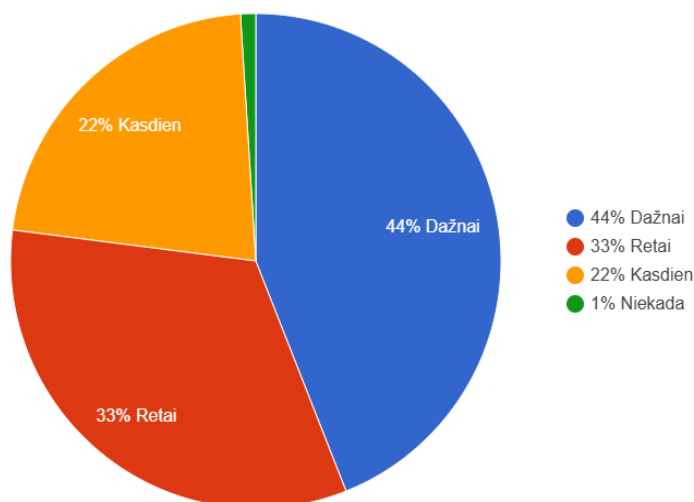


9 pav. Respondentų nuomonė, ar Lietuvoje pakankamai kalbama apie jaunų vyrų emocinę sveikatą (proc.)

Išanalizavus tyrimo duomenis (žr. 8 ir 9 pav.), matyti, kad, daugumos respondentų (85 %) nuomone, visuomenė turėtų aktyviai kalbėti apie jaunų vyrų emocinę sveikatą, tačiau Lietuvoje ši tema akcentuojama nepakankamai dažnai (63 %). Lietuvos vyrų emocinė sveikata yra aktuali tema, kurią reikia plėtoti daugiau.



10 pav. Respondentų vertinimas, ar jie jaučia nerimą ar depresiją (proc.)



11 pav. Streso ar nerimo, kuriuos jaučia respondentai, dažnis (proc.)

Įvertinus gautus duomenis apie streso ir nerimo dažnumą bei depresiją (žr. 10 ir 11 pav.), nustatyta, kad dauguma respondentų (73 %) buvo patyrę nerimą arba depresiją, o 44 proc. patiria stresą dažnai, kelis kartus per dieną. Taigi dauguma jaunų vyrų gana dažnai susiduria su nerimu ir stresinėmis situacijomis savo gyvenime.

1 lentelė. Respondentų savijauta

Teiginys	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Esu patenkintas savo gyvenimu	3 %	8 %	31 %	47 %	11 %
Esu patenkintas savimi	11 %	16 %	38 %	28 %	7 %
Jaučiuosi, kad galiu savarankiškai apsispręsti dėl man svarbių dalykų gyvenime	1 %	6 %	19 %	45 %	29 %
Turiu tikslų savo gyvenime	3 %	8 %	18 %	29 %	42 %
Man patinka mano darbo ir namų aplinka	8 %	11 %	31 %	39 %	11 %
Man patinka veikla, kurią aš atlieku	3 %	12 %	24 %	44 %	17 %
Manau, kad turiu visas galimybes pasiekti savo užsibrėžtų tikslų	3 %	10 %	22 %	29 %	36 %
Jaučiu, kad turiu galimybę nuolat tobulėti	1 %	7 %	15 %	35 %	42 %

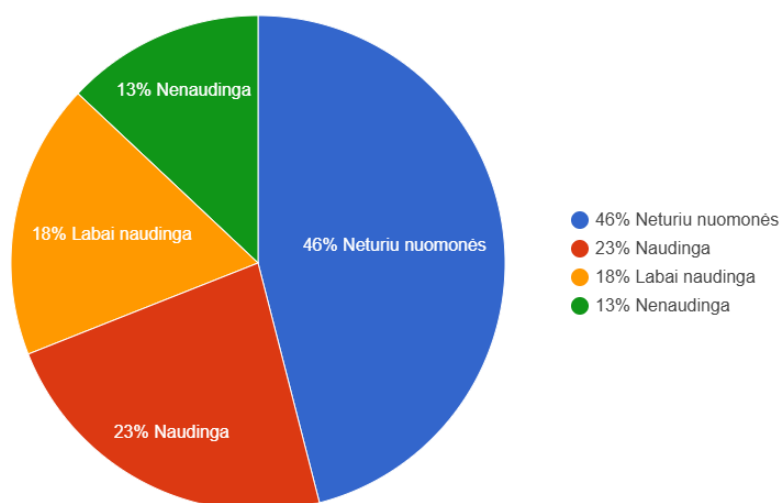
Kaip matyti (žr. 1 lentelę), dauguma (58 %) vyrų sutinka arba visiškai sutinka, kad jie patenkinti savo gyvenimu. 11 proc. respondentų nurodė nesantys patenkinti. 31 proc. dalyvavusiųjų apklausoje pasirinko neutralų atsakymą („nei sutinka, nei nesutinka“). Kalbant apie pasitenkinimą savimi, minėtina, jog 35 proc. respondentų sutinka arba visiškai sutinka, kad yra patenkinti savimi, 27 proc. su tuo nesutinka arba visiškai nesutinka, o 38 proc. pasirinko neutralų atsakymą.

Dauguma (74 %) apklaustųjų jaučiasi galintys savarankiškai priimti sprendimus dėl jiems svarbių gyvenimo klausimų. 19 proc. respondentų pasirinko neutralų atsakymą, 7 proc. teigė, kad savarankiškai apsispręsti negali. 71 proc. respondentų nurodė turintys tikslų gyvenime, 18 proc. pasirinko neutralų atsakymą, o 11 proc. su minėtu teiginiu nesutiko arba visiškai nesutiko.

Apžvelgiant gautus duomenis apie pasitenkinimą gyvenamąja ir darbo aplinka, minėtina, kad 50 proc. respondentų patinka jų aplinka. 31 proc. apklaustųjų pasirinko neutralų atsakymą, 19 proc. teigė, kad jų aplinka jiems nepatinka. Veikla, kuria užsiima, patinka 61 proc. respondentų. 15 proc. nurodė, kad tai jiems nepatinka, 24 proc. liko neutralūs.

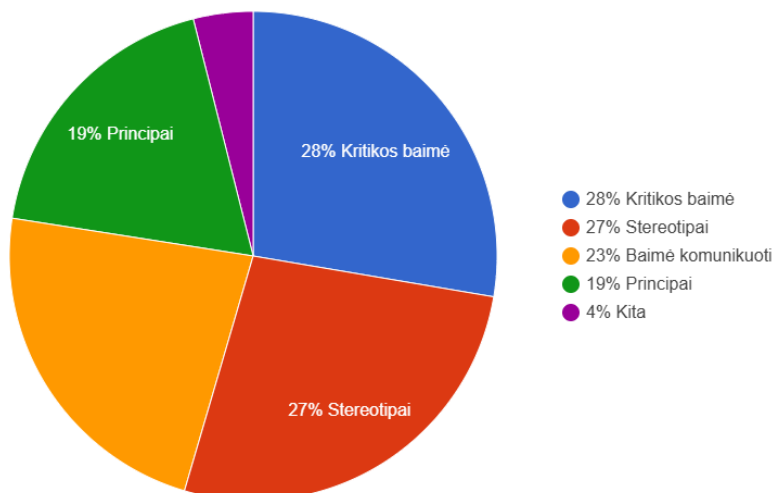
Galimybes siekti tam tikrų pasiekimų teigiamai vertino 65 proc. respondentų. 13 proc. atsakiusių rinkosi tai vertinti neigiamai, 22 proc. nurodė neutralų atsakymą. 77 proc. apklaustųjų mano, kad turi galimybę nuolat tobulėti (15 proc. pasirinko neutralų atsakymą, 8 proc. šiam teiginiui nepritarė).

Gauti rezultatai atskleidžia, kad didžioji dalis vyrų patenkinti tokiais gyvenimo aspektais kaip savarankiškumas ir tobulėjimo galimybės, tačiau pasitenkinimas savimi, gyvenamąja ir darbo aplinka bei veikla vertinti nevienareikšmiškai. Tai galėtų būti analizuojama tolesniais tyrimais.



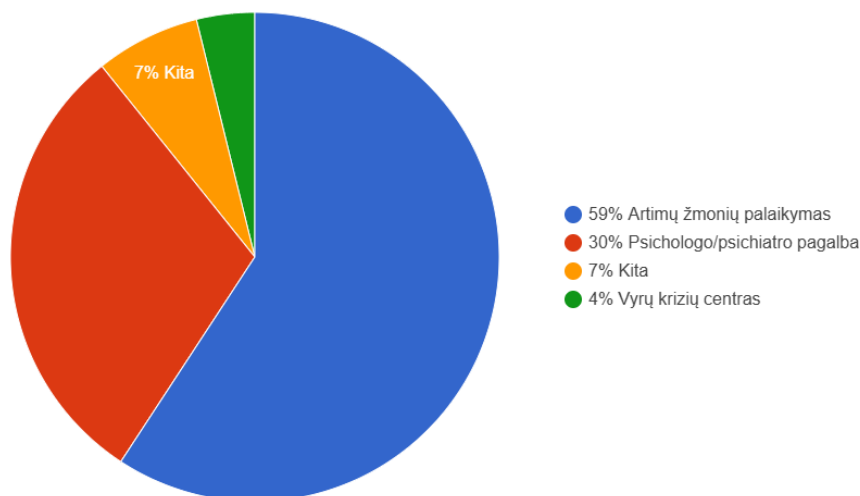
12 pav. Psichologų ar psichiatrų teikiamos pagalbos vertinimas (proc.)

Į klausimą (žr. 12 pav.) „Ką manote apie pagalbą, kurią teikia psichologai ir psichiatrai?“ didžioji dauguma (46 %) apklaustųjų atsakė, kad neturi nuomonės apie šią pagalbos rūšį, 23 proc. respondentų nurodė, kad psichologų ir psichoterapeutų teikiama pagalba yra naudinga, 18 proc. mano, kad tai labai naudingas būdas, siekiant dalytis savo problemomis ir jas spręsti. 13 proc. dalyvavusiųjų apklausoje mano, kad psichologų ar psichiatrų teikiama pagalba nėra naudinga. Galima manyti, kad jauni vyrai negauna tinkamos informacijos arba nesidomi specialistų teikiama pagalba.



13 pav. Didžiausia kliūtis jauniems vyrams, norintiems pasikalbėti apie savo jausmus (proc.)

Didžiausios kliūtys jauniems vyrams, norintiems išsikalbėti apie savo jausmus (žr. 13 pav.), yra kritikos baimė (28 %), stereotipai (27 %) ir baimė komunikuoti (23 %). Kai kurie respondentai dar nurodė principus (19 %) ir kita (4 %), t. y. baimę parodyti silpnumą, vaikystės traumas ar baimę būti nesuprastiems.



14 pav. Priimtinausi pagalbos būdai, patyrus sunkumų dėl emocinės sveikatos (proc.)

Daugumos (59 %) respondentų manymu, jiems sunkiu metu geriausia pagalba yra artimų žmonių palaikymas. 30 proc. apklaustųjų norėtų kreiptis pagalbos į psichologus ar psichiatrus, 4 proc. priimtinausia vyrų krizės centro pagalba (žr. 14 pav.). 7 proc. apklaustųjų norėtų kitokios pagalbos (minėtinas sportas) arba pagalbos jiems iš viso nereikėtų. Gauti rezultatai rodo, kad jauniems vyrams svarbus artimųjų ryšys, nes palaikymo labiausiai tikimasi iš artimųjų. Vis dėlto kai kurie respondentai norėtų likti uždari ir niekam nieko nepasakoti.

IŠVADOS

Išanalizavus mokslinę literatūrą, paaiškėjo, kad vyrų emocinę būklę gali veikti įvairūs psichologiniai, biologiniai ir socialiniai veiksniai. Vis dėlto didžiausią našą vyrų emocinei būklei kelia nuolatinis sociumo spaudimas išlikti „vyriškiems“. Tai trukdo jauniems vyrams viešai išreikšti savo jausmus, todėl patiriamas stresas, depresija ar net pradedama galvoti apie savižudybę.

Atlikus kiekybinį tyrimą nustatyta, kad dauguma respondentų dažnai patiria stresą, nerimą ar yra turėję depresiją dėl stereotipų, kritikos ar komunikacijos baimės, nors dauguma respondentų turi artimų žmonių, su kuriais gali pasidalyti neigiamais jausmais. Didelė dalis dalyvavusiųjų apklausoje renkasi jausmus išreikšti kitaip: žaisdami kompiuterinius žaidimus, vartodami alkoholį, nikotiną ar užsiimdami kitomis veiklomis.

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir atlikus kiekybinį tyrimą, pastebėta, kad jaunų vyrų savižudybių skaičius smarkiai viršija moterų savižudybių skaičių. Lietuvoje vis dar vyrauja stereotipas, kad vyrai, išreiškę savo jausmus viešai, sulauks kritikos. Depresiją patiriantys vyrai neretai mano, kad jų padėtis ateityje nepasikeis, todėl linksta žudyti. Nemaža dalis vyrų vengia kreiptis pagalbos, tačiau dauguma jų pripažįsta, kad pagalba minėtais atvejais labai svarbi.

Literatūros sąrašas

15min.lt. (2022, lapkričio 17). *Dėl kokių problemų vyrai vis drąsiau kreipiasi į psichologus?* <https://www.15min.lt/gyvenimas/naujiena/sveikata/del-kokiu-problemu-vyrai-vis-drasiiau-kreipiasi-i-psichologus-1028-1960774>

Agora fobija. (n. d.). *Beko depresijos inventorių (testas)*. <https://agora-fobija.lt/beko-depresijos-inventorius-testas-online/>

Centers for disease control and prevention. (n. d.). *Multiple cause of death data*. <https://wonder.cdc.gov/mcd.html>

Cleary, A., Griffith, D. M., Oliffe, J. L., & Rice, S. (2023). Editorial: men, mental health, and suicide. *Frontiers in Sociology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.1123319>

Docius, D. (2022, vasario 22). Vyrų emocinė sveikata: vyrai dažnai bijo kitų vyrų. *Nelikvienas*. <https://nelikvienas.lt/vyru-emocine-sveikata-vyrai-daznai-bijo-kitu-vyru/>

Docius, D. (n. d.). Vyrų vienišumas – mirtiną grėsmę kelianti epidemija. *Nelikvienas*. <https://nelikvienas.lt/vyru-vienisumas-mirtina-gresme-kelianti-epidemija/>

Fleck, A. (2024, September 9). Suicide rates around the world. *Statista Daily Data*. <https://www.statista.com/chart/15390/global-suicide-rates/>

Gailienė, D. (2022). Savižudiškumo tendencijos ir sociokultūriniai suicidinės rizikos veiksniai Lietuvoje: rekomendacijos nacionalinę ir regioninę savižudybių prevenciją kuriančioms institucijoms. *Vilniaus universitetas*. https://www.fsf.vu.lt/dokumentai/katedros/klinijkines-ir-organizacines/Suicidologijos_tyrim%C5%B3_grup%C4%97/Savizudiskumo_tendencijos_2022.pdf

Grigienė, D. (2023). *Vyriškumo sąsajos su suicidiškumu* [daktaro disertacija, Vilniaus universitetas]. eLABa. <https://talpykla.elaba.lt/elabafedora/objects/elaba:180461470/datastreams/MAIN/content>

Grigienė, D., Guogaitė, G., Dadašev, S., Rimkevičienė, J., Skruibis, P., & Gailienė, D. (2022). „Kas Jums yra vyriškumas?“. turinčių ir neturinčių minčių apie savižudybę vyrų nuomonių palyginimas. *Psichologija*, 66, 47–63. <https://www.zurnalai.vu.lt/psichologija/article/view/27318/28554>

Gutauskaitė, I. (2023, rugsėjo 8). Nors savižudybių skaičius Lietuvoje mažėja, per metus vis dar nusižudo apie 500 žmonių. *Lrt.lt*. <https://www.lrt.lt/naujienos/sveikata/682/2072177/nors-savizudybiu-skaicius-lietuvoje-mazeja-per-metus-vis-dar-nusizudo-apie-500-zmoniui>

Higienos institutas. (2022). *Sergančių asmenų skaičius pagal diagnozių grupes (prisirašę ligoniai)*. https://stat.hi.lt/default.aspx?report_id=237

Ivancov, D. (2022, lapkričio 22). Specialistai papasakojo apie Lietuvos vyrų psichologinę sveikatą: šiandien mes nežinome, koks mūsų vaidmuo. *Delfi.lt*. <https://www.delfi.lt/multimedija/pagalbasau/specialistai-papasakojo-apie-lietuvos-vyru-psichologine-sveikata-siandien-mes-nezinome-koks-musu-vaidmuo-91328981>

Lietuvos Respublikos Seimas. (2025, sausio 17). *Savižudybių ir smurto prevencijos komisija: „Negalime toleruoti, kad dvejus metus dalis paslaugų teikėjų nežino teisės akto ir nevykdo savo pareigos savižudybės grėsmės atveju“*. https://www.lrs.lt/sip/portal.show?p_r=35403&p_k=1&p_t=290649

Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija. (2013). *Jaunimo psichinė sveikata ir savižudybės*. https://www.nsa.smm.lt/wp-content/uploads/2016/01/bs_Jaunimo-psichine-sveikata_spaudai.pdf

MELC. (n. d.). Savižudybė. In *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. <https://www.vle.lt/straipsnis/savizudybe/>

Oficialiosios statistikos portalas. (n. d., a). *Ištuokos*. <https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-gyventojai-2022/santuokos-ir-istuokos/istuokos>

Oficialiosios statistikos portalas. (n. d., b). *Lietuvos gyventojai (2023 m. leidimas). Gyventojų skaičius ir sudėtis*. <https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-gyventojai-2023/salies-gyventojai/gyventoju-skaicius-ir-sudetis>

Oficialiosios statistikos portalas. (n. d., c). *Lietuvos vaikai*. <https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-vaikai>

Oficialiosios statistikos portalas. (n. d., d). *Savo sveikatos vertinimas*. <https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-gyventoju-sveikata-2020/savo-sveikatos-vertinimas>

Reeves, R., & Secker, W. (2023, November 17). Male suicide: patterns and recent trends. *American Institute for Boys and Men*. <https://aibm.org/research/male-suicide/>

Schumacher, H. (2022, February 24). *Why more men than women die by suicide*. <https://www.bbc.com/future/article/20190313-why-more-men-kill-themselves-than-women>

Spinhoven, P., Ormel, J., Sloekers, P. P. A., Kempen, G. I. J. M., Speckens, A. E. M., & van Hemert, A. M. (1997). A validation study of the hospital anxiety and depression scale (HADS) in different groups of Dutch subjects. *Psychological Medicine*, 27(2), 363–370. <https://doi.org/10.1017/s0033291796004382>

World Health Organization. (2014). *Preventing suicide: a global imperative*. https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/131056/9789241564779_eng.pdf

World Health Organization. (2021). *Suicide worldwide in 2019*. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/341728/9789240026643-eng.pdf>

SUMMARY

EMOTIONAL AND SUICIDE PROBLEMS OF YOUNG MEN IN LITHUANIA

Evelina Jašmontaitė, Emilija Gusakovaitė, Ingrida Drevalytė, Rugilė Zdanavičiūtė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

evelina.jasmontaite@stud.viko.lt, emilija.gusakovaite@stud.viko.lt, ingrida.drevalyte@stud.viko.lt, rugile.zdanaviciute@stud.viko.lt

Consulted by Gintarė Kriaučiūnaitė-Lazauskienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

g.lazauskiene@vfv.viko.lt

The problem of the suicide among males is a massive social concern worldwide. Highly contrasting suicide rates among women and men prove that the emotional state of the male population is severely disadvantaged.

The main goal of this article is to examine the problem of the male suicide in Lithuania, along with the correlation between emotional state and suicide. The finalising part of the article presents the conclusion, based on a summarising academic literature and the quantitative research we conducted.

Relevance of the topic. Despite the substantial decrease in suicide rates, Lithuanian statistics are still overwhelming the European Union average. The scientists observe a paradox of the suicidal tendencies between males and females: although women suicide attempts are more frequent, male deathly suicides rate is always drastically higher.

The emotional health of young men is overwhelmed by society's expectations and stereotypes that often suggest suppressing the emotions and concerns, and dealing with personal problems independently. In a modern society, the obligation for a male to be strong and emotionally isolated still prevails, which leads to the male decline in seeking help.

Research methods: the review and analysis of an academic theoretical literature and research that is related to the topic; review and analysis of the quantitative research we conducted (surveyed 100 respondents aged 18 to 29).

As a result of the analysis of the related academic and theoretical literature, combined with the summary of the conducted quantitative research, we concluded that the majority of the male population tends to take their own life due to the issues caused by the negative mental health. The emotional state of the young men is more complex in comparison to women. It is evidenced by social, biological, psychological and personal factors that are influencing males.

The analysis of quantitative research reveals that the vast majority of the respondents have experienced depression and anxiety, which indicates that men do not take actions regarding their emotional health, do not seek the help, and tend to keep their negative emotions personal. This results in a massive male suicide rate in Lithuania.

To conclude, it can be said that the emotional state of young men and the act of suicide are closely related factors. Such problems as family issues, addiction, love, work, traumas and psychic health often lead men to take their own lives. This relation reveals the young men incapability to demonstrate their feelings and are afraid of criticism, since they are influenced by societal stereotypes.

Jašmontaitė, E., Guskovaitė, E., Drevalytė, I, Zdanavičiūtė, R., Kriaučiūnaitė-Lazauskienė, G. (2025).
Jaunų vyrų emocinė būklė Lietuvoje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 217-229, ISSN 2669-221X

TVARUMAS: PREKIŲ ŽENKLŲ AUKSO AMŽIUS?

Jūris Dumčius

Vilniaus kolegija, Lietuva

juris.dumcius@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vvf.viko.lt

ĮVADAS

Tvarumas nėra tik skambus žodis – tai ilgalaikis procesas, užtikrinantis ateities kartų gerovę. Įvairūs prekių ženklai vis dažniau atranda tvarumą kaip aukso vertės galimybę. Šiuo metu tvarumas vis dažniau suprantamas kaip žmogaus savybė, o prekių ženklai ir jų komunikacija apie tvarumą siekia sujungti šiuos prekių ženklus su žmonėmis, kurie tvarumą priima kaip vertybę. Dažnu atveju susiduriama su klausimu, kaip žinoti, kad prekių ženklas yra tvarus. Tvarių produktų ar paslaugų ženklinimas nėra privalomas, tačiau tai galėtų būti vienas iš būdų atskirti iš tiesų tvarius ir tik imituojančius tvarius prekių ženklus (Baker & McNeill, 2021). Europos Komisija atliko tyrimą, kuriuo analizuota prekių ženklų tvarumo komunikacija. Nustatyta, kad 40 proc. prekių ženklų reklamų apie tvarumą nėra pagrįstos faktais ir duomenimis, 53,3 proc. – mažų mažiausiai klaidinančios (Europos Komisija, 2023). Rezultatai verčia susimąstyti, kada prekių ženklų tvarumo komunikacija yra skaidri, pagrįsta faktais ir duomenimis, o kada tai melagiena, skirta tik vartotojams įtikinti. Šiuolaikiniame pasaulyje daug dezinformacijos, su tuo susiduriama kasdien. Vartotojui svarbu suprasti, kokia informacija yra teisinga ir patikima. Prekių ženklų, komunikuojančių apie tvarumą, teiginiai turi būti pagrįsti patikimais duomenimis. Tvarumas pasaulyje vis dar nauja niša, tačiau tai neatleidžia prekių ženklų nuo atsakomybės už jų skleidžiamą informaciją.

Darbo tikslas – išanalizuoti, kaip prekių ženklai pasitelkia tvarumo temą ir ją komunikuoja savo socialinėse medijose.

Problema – ar tvarumas, kaip tema, aktualizuojama įvairių prekių ženklų komunikacijoje socialinėse medijose?

Uždaviniai:

- išnagrinėti prekių ženklo ir tvarumo komunikacijos sąsajas su vartotojais;
- atlikti kiekybinį tyrimą ir ištirti, ar vartotojai pastebi prekių ženklų komunikaciją apie tvarumą, išsiaiškinti prekių ženklų tvarumo komunikacijos įtaką vartotojams;
- atlikti „Distyled“, „Patagonia“, „Unlabel“ ir „Stella McCartney“ prekių ženklų socialinio tinklo „Instagram“ turinio analizę.

Metodai. Mokslinės literatūros analizė. Kiekybinio tyrimo (internetinės apklausos) duomenų analizė. Prekių ženklų „Distyled“, „Patagonia“, „Unlabel“ ir „Stella McCartney“ socialinio tinklo „Instagram“ turinio analizė.

Prekių ženklų tvarumo komunikacija

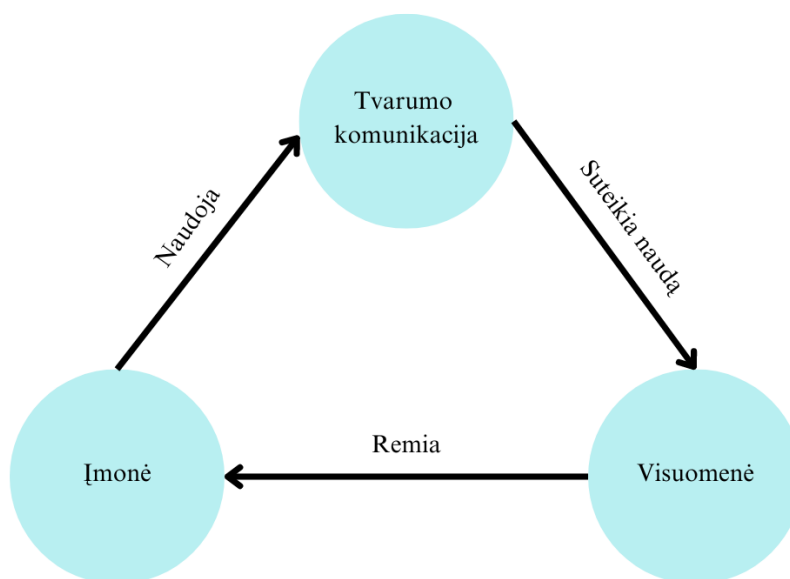
Faktų neatitinkanti realybė ir vartotojus klaidinanti informacija – dažnas reiškinys reklamose ir komunikacijoje apie tvarumą. Netinkama arba faktais nepagrįsta informacija klaidina vartotojus, ieškančius įvairių alternatyvų masinės gamybos produkcijai. Netinkama informacijos apie tvarumą sklaida angliškai vadinama „greenwashing“. Šis terminas vartojamas, kai pateikiama klaidinga informacija apie įmonės produkcijos tvarumo perteikimo procesus.

Kaip jau minėta, Europos Komisija atliko tyrimą, kuriuo nustatyta, kad Europos Sąjungoje net 40 proc. reklamų, susijusių su tvarumu, nėra paremtos konkrečiais duomenimis ar faktais (Europos Komisija, 2023). Tai kelia vartotojų nepasitikėjimą mados ženklais, imituojančiais tvarius. Nepasitikėjimas, informacijos trūkumas, daug realybės neatitinkančios informacijos gali ne tik

atitolinti vartotojus nuo tvarios mados prekių ženklų, bet ir nutraukti esamus vartotojų ir įmonės ryšius. Net 53,3 proc. reklamų apie įmonių komunikuojamą tvarumą yra klaidinančios (Europos Komisija, 2023). Rezultatai verčia vartotojus susimąstyti, kas yra tiesa ir kas yra melas, kas teisinga ir kas klaidinga, kas skaidru ir kas slepiama. Visa tai ne tik kelia vartotojų sąmyšį, bet ir kuria prieštarigus įmonių santykius rinkoje.

Tvarumas tampa neatsiejama verslo strategijų dalimi (Kalogiannidis et al., 2023). Verslai, numatę šią kryptį savo strategijose, dažnai apie ją komunikuoja įvairiais kanalais – socialiniuose tinkluose, reklamose, spaudoje. Tvarumo komunikacija padeda kurti vartotojų ir verslų ryšį, todėl verslai tampa labiau pastebimi, stipriau įsitvirtina rinkoje. Tvarumo komunikacija ne tik padeda prekių ženklui tapti labiau matomam, bet ir iškelia tam tikras rizikas, tokias kaip informacijos tikrumas, realumas ir pagrįstumas. Viena iš tvarumo komunikacijos rizikų – interesų ir principų konfliktas, kurį galima apibrėžti ne tik kaip riziką, bet ir kaip vieną iš tvarumo tikslų (Kalogiannidis et al., 2023). Svarbu informuoti ir edukuoti vartotojus apie tvarumą, aktyviai spręsti tvarumo problemas savo aplinkoje.

Verslų, įmonių, organizacijų išsikelti tvarumo tikslai susiję su tvarumo komunikacija. Ši komunikacija taikytina minėtiems tikslams pasiekti ar įgyvendinti. Tvarumo komunikacija sąlygoja ir atsakomybę, kad aplinkiniai suprastų ir priimtų socialinius įmonės veiksmus (Baran, 2023). Vartotojai, įmonės ir tvarumo komunikacija – trys sudedamosios dalys, turinčios tvirtą ryšį. Barano teigimu, „visuomenė yra pagrindinis socialinės įmonės veiklos naudos gavėjas, todėl ji turėtų būti įtraukta į organizacijos palaikymą, o tai galima pasiekti naudojant tvarumo komunikaciją“ (2023). Šis modelis (žr. 1 pav.) – tarsi uždaras ratas, kurio sudedamosios dalys priklauso viena nuo kitos. Įmonė, naudodama tvarumo komunikaciją, suteikia naudą visuomenei ir pateikia aktualią informaciją, kuri skatina vartotojus rinktis tos įmonės kuriamus produktus, daiktus ar gaminius ir taip paremti įmonę.



1 pav. Įmonės, tvarumo komunikacijos ir visuomenės ryšys

Šaltinis: sudaryta remiantis (Baran, 2023)

Tvarumo komunikacija šiuolaikiniame pasaulyje dar nėra galutinai įsitvirtinusi, siekiama atrasti jai skirtą nišą. Minėta komunikacija nuolat plečiasi. Tai lemia daugelis teorijų ir metodų, kurių atsiranda iš artimų sričių, tokių kaip reklama, rinkodara ir komunikacija (Golob et al., 2023). Dėl stiprios plėtros kyla nesutarimų, neatitikimų, tvarumo komunikacija naujai taikoma įvairiose srityse.

Tyrimo metodologija ir tyrimo rezultatų analizė

Kaip teigia Kardelis (2017), žmonės jau nuo senų laikų pradėjo domėtis aplinka, siekdami suprasti įvairių reikšmių kilmę ir prasmę. Domėjimosi sritys ilgainiui keitėsi, tobulėjo, kito ir išaugo į mokslo sritį. Metodologija – tyrimo metodų, taisyklių, prielaidų ir postulatų visuma, jos analizė ir formulavimas (Šaulauskas, n. d.). Ji gali būti suprantama ir kaip viso tyrimo proceso visuma.

Tyrimai skirstomi į įvairias rūšis. Viena iš pagrindinių dažniausiai vartojamų rūšių – kiekybiniai tyrimai. Kiekybinis tyrimas leidžia surinkti statistinę informaciją ir atskleisti tam tikras tendencijas (Kardelis, 2017). Šis metodas parenkamas norint išgauti statistinius duomenis, analizuojant vieną ar kitą problemą. Kiekybinio tyrimo rezultatai gali būti išreikšti įvairiais dydžiais, statistika, skaičiais ir gali būti pamatuojami (Kardelis, 2017). Taikytas kiekybinio tyrimo metodas turi aiškią struktūrą, planą. Kardelio (2017) teigimu, kiekybinio tyrimo planas turi būti parengtas dar prieš pradėdant tyrimą.

Straipsnyje pristatomas kiekybinis tyrimas atliktas tyrimo metodu pasirinkus apklausą. Apklausą leidžia surinkti įvairių respondentų nuomonę, gauti požiūrį į tam tikrus reiškinius, problemas, situacijas. Apklauskos principas turi daug privalumų – vienu metu surenkami duomenys apie tyrimo objektą, visi tyrimo dalyvaujantys dalyviai apklausiami vienodai, taip pat galimas statistinis duomenų apdorojimas (Kardelis, 2017). Apklauskos tyrimo būdas ganėtinai paprastas. Jis plačiai taikomas socialiniuose moksluose. Vis dėlto, Kardelio teigimu, kartais dar diskutuojama apie mokslinę šio tyrimo vertę.

Sudaryta apklausa siekta išsiaiškinti, kaip žmonės vertina prekių ženklų tvarumo komunikaciją ir kokią naudą ar įtaką jiems ši komunikacija daro. Taip pat buvo tiriama, ar prekių ženklų tvarumo komunikacija būtų laikoma patikima, jei pateikta informacija būtų pagrįsta faktais ir duomenimis.

Parengta bendrinė apklausa. Visi klausimai skirti visiems respondentams, nepriklausomai nuo to, ar jie supranta tvarumo sąvoką. Visi klausimai orientuoti į tvarumą ir į informacijos apie tvarumą patikimumą. Pagrindiniai klausimai apėmė tvarumo, kaip sąvokos, supratimą. Siekta išsiaiškinti, ar įvairaus amžiaus žmonėms pakanka kompetencijų minėtą sąvoką suprasti. Tvarumas nėra visų suvokiamas aspektas, sąvoka, gyvenimo būdas ar vertybė, todėl tai gali tapti gyvenimo ir visuomenės tolesnės raidos bei tobulėjimo iššūkiu.

Apklausa, kurią sudarė 7 klausimai (daugiausia, kaip jau minėta, orientuoti į tvarumo temą), sukurta „Google Forms“ platformoje, platinta socialiniuose tinkluose „Facebook“, „Instagram“ ir elektroniniu paštu, veikė dvi savaites (2024 m. lapkričio 18–gruodžio 2 d.). Iš viso apklausti 97 dalyviai.

Išanalizavus apklauskos rezultatus, paaiškėjo, kad apklausoje dalyvavo 49 moterys (50,5 proc.) ir 48 vyrai (49,5 proc.). Išskirtinos trys amžiaus kategorijos: jaunimas (18–29 m.), vidutinio amžiaus žmonės (30–55 m.) ir vyresnio amžiaus žmonės (55+ m.). Didžiausią respondentų dalį sudarė jaunimas (64 respondentai, 65,9 proc.). Galima teigti, kad jauniems žmonėms tvarumo tema tampa vis svarbesnė. Apie tvarumą kalbama, šia tema diskutuojama, tema aktualizuojama. Galiausiai, galima teigti, kad tvarumas tampa gyvenimo būdu ar vertybe.

Vienas svarbiausių apklauskos klausimų – ar respondentai turi žinių apie tvarumo sąvoką. 52 (53,6 %) respondentai atsakė, kad šią sąvoką žino, tačiau net 45 respondentai (46,4 %) sąvokos reikšmės įvardyti negalėjo. Minėtina, kad tvarumas kas kartą apibrėžiamas skirtingai, atsižvelgiant į rinkos poreikius, gyventojus, verslus, industrijas. Tikėtina, kad kartais tiksliai apibrėžti pateikti sudėtinga, tačiau, kalbėdami apie tvarumą, kiekvienas šią sąvoką galime apibrėžti savais žodžiais.

Apklauskos metu respondentai galėjo išskirti tris dalykus, į kuriuos labiausiai atkreipia dėmesį, rinkdamiesi prekių ženklą. Pagrindiniai išskirti aspektai: prekių ženklo vertybės, žinomumas, rekomendacijos (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Pagrindiniai aspektai, pagal kuriuos apklausos respondentai renkasi prekių ženklą

Prekių ženklo vertybės	Žinomumas	Rekomendacijos	Produktų ar paslaugų įvairovė	Kaina
61 respondentas (62,8 %)	57 respondentai (58,7 %)	52 respondentai (53,6 %)	42 respondentai (40,7 %)	34 respondentai (32,9 %)

Šiais laikais žmonės, rinkdamiesi prekių ženklą, daug dėmesio skiria tam, ar jis atitinka jų vertybes. Tai leidžia vartotojui užmegzti stipresnį ryšį su prekių ženklu, o pačiam prekių ženklui – tvirtinti ryšį su esamais ir naujais vartotojais. Vertybės užima svarbią vietą mūsų gyvenime – jos ne tik leidžia organizuoti gyvenimo būdą, bet ir nusako, kokie mes esame ir kuo tikime. Dėl šios priežasties prekių ženklu svarbu išskirti savo vertybes ir kurti jomis pagrįstą turinį. Prekių ženklo žinomumas – svarbus prekių ženklo aspektas, leidžiantis išsiskirti rinkoje ir įgyti pranašumą. Žmonės renkasi žinomesnius prekių ženklus siekdami patikimumo. Vienu iš svarbiausių aspektų, renkantis prekių ženklą, respondentai išskyrė rekomendacijas. Dažnai vadovojamės kitų žmonių – šeimos narių, draugų ar pažįstamų – patirtimi. Tai sukuria saugumo jausmą.

68 (70,1 %) respondentai teigė, kad jie nepastebi prekių ženklų komunikacijos apie tvarumą. Tai rodo, kad prekių ženklai, kurie jau komunikuoja arba tik pradeda komunikuoti apie tvarumą, susiduria su nemenku iššūkiu. Esama padėtis suteikia galimybę tobulėti ir suprasti, kad reikia pažinti savo auditoriją, taip pat apsibrėžti, kokią auditoriją norima pasiekti, ir pagal tai pasirinkti tinkamus komunikacijos kanalus ir reklamos tipus. Labai svarbu ne tik pasiekti vartotojus, bet ir suteikti jiems reikiamą informaciją, nes be vartotojų prekių ženklai ilgai negyvuos. Dar svarbiau kurti su vartotojais ryšį, nes tvarumo komunikacija turi didelę sąsają su vartotojais ir prekių ženklu. Tam įtakos gali turėti ir komunikacijos kanalų bei reklamos vietų pasirinkimas. Reklamuojant prekių ženklą, svarbu suvokti, kur, kaip ir kada geriausiai galima pasiekti tiek esamus, tiek naujus vartotojus.

Atsakydami į klausimą „Ar prekių ženklai, komunikuodami apie tvarumą, turėtų faktais ir duomenimis pagrįsti informaciją?“, visi (100 %) respondentai teigė, kad prekių ženklo tvarumo komunikacija turėtų būtų skaidri ir pagrįsta faktais. Tai rodo, kad šiandieniniame pasaulyje, pilname dezinformacijos, kai neretai trūksta kompetencijų atskirti pramanytus dalykus nuo tikros ir patikimos informacijos, vartotojams ypač svarbu skaidrumas. Kiekvienas žmogus nori būti tikras, kad pateikta informacija yra patikima. Visa tai suteikia prekių ženklu galimybę kurti pasitikėjimu paremtą ryšį su vartotojais ir pateikti jiems faktais grįstą informaciją.

Apibendrinant galima teigti, kad nors ir ne visi respondentai turi žinių apie tvarumo sąvoką, visi suvokia, jog tvarumo komunikacija turi būtų pagrįsta realiais duomenimis ir faktais. Pasitikėjimas šiandien yra labai svarbus aspektas tiek vartotojams, tiek prekių ženklu. Vartotojams taip pat svarbios prekių ženklu vertybės, leidžiančios kurti stipresnį ryšį su prekių ženklu ir su juo tapatintis. Vertybės ne tik padeda išlaikyti esamus vartotojus, bet ir leidžia kurti naujus ryšius su potencialiais klientais.

Prekių ženklų „Distyled“, „Unlabel“, „Patagonia“ ir „Stella McCartney“ socialinio tinklo „Instagram“ turinio analizė

Prekių ženklų turinio analizė leidžia išskirti, kokiomis temomis ir kaip komunikuoja prekių ženklai. Aktualu, kaip kuriamas ryšys su vartotojais, ar, apskritai, ryšys su jais kuriamas ir yra bendraujama. Turinio analizė taip pat leidžia išvelgti, koks prekių ženklu įvaizdis plėtojamas socialinėse medijose.

Atliekant straipsnyje pristatomą tyrimą, turinio analizei naudotas socialinis tinklas „Instagram“. Šiame tinkle susitinka didžioji dalis pasaulio žmonių. Be to, šis socialinis tinklas skirtas ne tik dalytis informacija, bet ir įkvėpti žmones mąstyti kūrybiškai.

Turiniui analizuoti pasirinkti keturi prekių ženklai: du lietuviški („Distyled“, „Unlabel“) ir du tarptautiniai („Patagonia“, „Stella McCartney“). Turinio analizės metu stebėtas socialinių tinklų

paskyrų sekėjų ir įrašų skaičius, komunikacijos tipas, temos, bendravimas su auditorija. Taip pat siekta apžvelgti pagrindinius vizualų ir įrašų tipus.

2 lentelė. Prekių ženklų turinio analizė socialiniame tinkle „Instagram“

	„Distyled“	„Unlabel“	„Patagonia“	„Stella McCartney“
Sekėjų skaičius	9,8 tūkst.	21,9 tūkst.	5,4 mln.	7,4 mln.
Įrašų skaičius	299	2 309	3 839	6 879
Komunikacijos temos	Produktų vaizdavimas, tvarumas ir socialinė atsakomybė, klientų atsiliepimai.	Produktų vaizdavimas, klientų istorijos, kolekcijų pristatymai, nuolaidų viešinimas.	Rūbų vaizdavimas, istorijų pasakojimas, socialinė atsakomybė ir tvarumas, žmonių istorijos, politinės temos.	Produktų vaizdavimas, naujienų pristatymas, kampanijų viešinimas, tvarumas ir socialinė atsakomybė.
Tvarumo tema	Plačiai kalbama įrašuose, naudojamos grotazymės.	Labai minimaliai užsimenama, beveik nekreipama į tai dėmesio.	Stipriai išnaudojama tvarumo komunikacija, ji pabrėžiama įvairiais aspektais.	Apie tvarumą ir socialinę atsakomybę kalbama, tačiau tam skiriama ganėtinai mažai dėmesio.
Bendravimas su auditorija	Po įrašais esančiuose komentaruose nesiekama bendrauti. Klientų patirtimi dalijamasi istorijose.	Po įrašais esančiuose komentaruose nesiekama bendrauti. Klientų patirtimi dalijamasi istorijose.	Po įrašais esančiais komentarais kuriamas stiprus ryšys su auditorija, klientų patirtimi dalijamasi istorijose.	Po įrašais esančiuose komentaruose nesiekama bendrauti.
Pagrindinis įrašų tipas	Nuotraukos.	Nuotraukos.	Vaizdo įrašai ir nuotraukos.	Nuotraukos ir vaizdo įrašai.

Atlikus pasirinktų prekių ženklų turinio analizę (žr. 2 lentelę), galima teigti, kad visus prekių ženklus sieja komunikacija: produktų vaizdavimas ir dalijimasis istorijomis. Minėtina, kad kiekvienas prekių ženklas išsiskiria savita, autentiška komunikacija, kuri įkvepia savaip.

Lietuviškas prekių ženklas „Unlabel“ savo komunikacijoje apie tvarumą užsimena labai mažai, beveik neskiria tam dėmesio. Pagrindinis šio prekių ženklo tvarumo komunikacijos elementas vartotojams ir visuomenei – iš likusių audinių atraizų siuvami maišeliai. Tai pagrindinis tvarumo komunikacijos dalykas, apie kurį kalbama.

Tvarumą savo komunikacijoje daug labiau išskiria kitas lietuviškas prekių ženklas – „Distyled“: pateikiami atskiri socialinių medijų įrašai, naudojamos grotazymės, įrašuose pateikiama daugiau informacijos. „Distyled“ supažindina vartotojus su tvarumo integracija į savo verslą ir į kuriamus produktus. Vienas iš vartotojams pateikiamų faktų – prekių ženklas „Distyled“ iš vienos panaudotų džinsų poros gali pagaminti 4 mažo dydžio rankines arba 1 kuprinę. Prekių ženklas taip pat akcentuoja perėjimą nuo įprastos odos naudojimo prie ekologiškos, veganiškos odos kaip tvaresnės alternatyvos. „Distyled“ aktyviai skleidžia tvarumo idėjas savo socialinėse medijose.

Tarptautiniu mastu garsus prekių ženklas „Patagonia“ žinomas kaip tvarumo temos skelbėjas ir skleidėjas. Socialinio tinklo paskyros aprašyme „Patagonia“ akcentuoja, kad plėtoja verslą, norėdama išsaugoti Žemę. Šis prekių ženklas stipriai komunikuoja apie tvarumą ir socialinę atsakomybę versle, mados industrijoje, gyvenime. Tam pasitelkiami vaizdo įrašai, nuotraukos, taip pat ir „highlight“ formatas. Prekių ženklas gerai žinomas pasauliniu mastu ne tik dėl mados industrijos, bet ir dėl tvarumo idėjų skleidimo visuomenei.

Prabangos prekių ženklas „Stella McCartney“ savo komunikacijoje daug dėmesio skiria produktams vaizduoti ir kampanijoms įgyvendinti. Akcentuojama ir tvarumo tema. Nemažai dėmesio skiriama medžiagoms – prekių ženklas siekia kurti produktus iš veganiškų, ekologiškų medžiagų. Pasaulinę tvarumo temą „Stella McCartney“ paminėjo vaizdo įrašu socialiniame tinkle „Instagram“. Įrašė akcentuojama, kad kiekviena šio prekių ženklo diena yra tvari.

„Distyled“, „Unlabel“, „Patagonia“ ir „Stella McCartney“ prekių ženklai labai skirtingai komunikuoja apie tvarumą savo socialinėse medijose. Vienas prekių ženklas deda daugiau pastangų siekdamas šia tema edukuoti, kiti ženklai dėmesio tvarumui skiria mažiau. Vis dėlto įrašų kiekis vertės nenusako, kiekybė ir kokybė konkuruoja. Labai svarbu suvokti, kad tvarumo tema vis dar nauja, ji neturi griežtai apibrėžtų ribų, todėl reikia vertinti kiekvieno prekių ženklo indėlį, skatinant tvarumą ir edukuojant šia tema įvairaus amžiaus auditorijas. Tai pagrindinė tirtų prekių ženklų sąsaja.

Atliekant turinio analizę, skirtingi prekių ženklai buvo lyginami atsižvelgiant į jų dydį, asortimentą, kainą, prabangos lygį ir žinomumą. Atkreiptinas dėmesys, kad mažesni prekių ženklai gali turėti mažiau galimybių – tiek finansinių, tiek žmogiškųjų išteklių – tvarumo temai aktualizuoti. Pasaulyje žinomi prabangos mados prekių ženklai gali skirti daugiau lėšų ir kitų išteklių. Dėl minėtos priežasties kiek sudėtinga palyginti analizuotus prekių ženklus, bet svarbiausia yra bendras tikslas, o ne tarpusavio skirtumai.

Kiekvienas prekių ženklas tvarumo temą savo komunikacijoje pateikia skirtingai. Vieni tai daro tekstiniu formatu arba grotžažymėmis, kiti – vaizdo įrašais. Dar kiti tvarumui skiria atskiras temas. Vienodo formato, kaip komunikuoti apie tvarumą, kol kas nėra. Tai vis dar išlieka kūrybiškumo klausimas.

IŠVADOS

Tvarumo komunikacija kol kas dar nėra atradusi savo vietos. Kasdien plėsdama horizontus, ši sritis apima vis daugiau aspektų: komunikaciją, rinkodarą, reklamą. Vis dėlto tvarumo komunikacijoje yra ir gana sudėtingų, neretai iki galo neapgalvotų sprendimų. Verslams, norintiems kurti patikimo, atsakingo ir tvaraus prekių ženklo įvaizdį, labai svarbu, naudojant tvarumo komunikaciją, pagrįsti ją faktais ir realybę atitinkančia informacija. Tai užtikrina ne tik prekių ženklo saugumą, bet ir didesnę vartotojų pasitikėjimą, leidžia geriau įsitvirtinti rinkoje. Komunikacija apie tvarumą tampa svarbia nauja prekių ženklo vertybe. Ši tema itin aktuali šiuolaikiniame pasaulyje, todėl būtina apie tai kalbėti ir edukuoti žmones. Prekių ženklo komunikacija apie tvarumą atlieka kelias funkcijas vienu metu – reklamuoja ir informuoja. Svarbus vartotojams skirtas edukacinio pobūdžio turinys. Vartotojai ne tik susipažįsta su tvarumu, bet ir gali suprasti, kad jų indėlis turi didelę naudą ir svarbą prisidedant prie pasaulyje kuriamos geresnės aplinkos.

Atlikto kiekybinio tyrimo rezultatai leido įvertinti esamą padėtį iš respondentų pozicijos. Kiekybiniam tyrimui atlikti parengta apklausa, kurioje dalyvavo 97 respondentai. Išanalizavus apklausos rezultatus, galima teigti, kad šiandien tvarumo tema aktualiausia jauniems žmonėms. Tai atskleidė 64 respondentų, priklausančių jaunų žmonių amžiaus kategorijai, atsakymai. Tyrimo metu respondentai išskyrė tris pagrindinius aspektus, kurie lemia jų pasirinkimą renkantis prekių ženklus: prekių ženklo vertybės, prekių ženklo žinomumas ir rekomendacijos. Visi trys aspektai tarpusavyje susiję. Šiandien didelę žmonių gyvenimo dalį užima vertybinis pagrindas, nepriklausomai nuo to, ar kuriamos naujos pažintys, ar renkama prekių ženklą. Vertybės padeda kurti pasitikėjimu ir lygiavertiškumu grįstą santykį tiek su žmonėmis, tiek su prekių ženklais, taip pat dažnai nusako prekių ženklą, jo poziciją, ryšį ir vertę. Neatsiejama prekių ženklo dalis – žinomumas. Jis ne tik padeda labiau įsiskverbti į rinką ir joje įsitvirtinti, bet ir leidžia būti atpažįstamam vartotojų. Rekomendacijos padeda kurti prekių ženklo ir vartotojų pasitikėjimo santykį. Didžioji apklausos dalyvių dalis išskyrė, kad viešumoje ar socialinėse medijose nepastebi prekių ženklų tvarumo komunikacijos. Tai didelė prekių ženklų problema, nes negebama tinkamai pasirinkti socialinių medijų kanalų ir reklamos vietų. Norint tinkamai pasiekti esamus ir potencialius vartotojus, svarbu išsigryninti, kur ir kaip geriausia vartotojus pasiekti. Šiandien, socialinėse medijose esant itin dideliame dezinformacijos kiekiui, svarbus tampa ir informacijos patikimumas. Kaip nurodo respondentai, prekių ženklai, komunikuodami apie tvarumą, informaciją turi pagrįsti faktais ir duomenimis. Vartotojams tai itin svarbu, nes taip ne tik didinamas pasitikėjimas prekių ženklu ir informacija, bet ir užtikrinama, kad informacija yra tikra, neišgalvota.

Kiekvienas prekių ženklas skirtingai komunikuoja apie tvarumą, priklausomai nuo to, kaip jį įgyvendina. Lietuviškas prekių ženklas „Distyled“ savo tvarumo komunikacijoje dėmesį telkia į pasirenkamas naujas medžiagas, kurios nekenksmingos aplinkai, gyvūnams ir žmonėms. Daug dėmesio skiriama ir naudotiems drabužiams perdirbti. Ši tvarumo komunikacijos strategija visuomenei atskleidžia ne tik prekių ženklo poziciją, bet ir kuriamų produktų vertę. „Patagonia“ prekių ženklas nuo seno išsiskiria kova už kuriamą geresnį rytojų. Šis prekių ženklas tvarumo komunikaciją įtraukia tiek vaizduodamas produktus, tiek ir kurdamas šia tema atskirus įrašus. „Patagonia“ ne tik demonstruoja, kaip atstovauja tvarumui, bet ir edukuoja visuomenę. Dažnai kyla klausimas, kur yra riba tarp minimalių ir reikšmingų pastangų siekti tvarumo. Ši tema nauja ir aktuali, todėl net ir mažas prekių ženklų indėlis gali prisidėti prie teigiamų pokyčių visame pasaulyje. Lietuviškas prekių ženklas „Unlabel“ tvarumą integruoja ir komunikuoja aiškiai – kuriama išliekamoji vertė vartotojui, audinių ir medžiagų likučius paverčiant naujais produktais, pavyzdžiui, daugkartinio naudojimo maišeliais. Toks sprendimas ne tik turi išliekamąją vertę, bet ir leidžia mažinti mados industrijos atliekų kiekį. Vis dėlto, nepaisant šios iniciatyvos svarbos, socialiniuose tinkluose prekių ženklo komunikacijos apie tvarumą trūksta.

Literatūros sąrašas

Baker, K., & McNeill, L. S. (2021). A five-stage framework for sustainability certification for fashion brands: can a standardised approach work in the fashion industry? *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 17, 287–301. <https://www.doi.org/10.1080/17543266.2023.2277263>

Baran, M. (2023). Social media platforms in sustainability communication of Polish social enterprises from the IT industry and beyond. *Engineering Management in Production and Services*, 15(2). <https://www.doi.org/10.2478/emj-2023-0010>

Europos Komisija. (2023). *Green claims*. https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en

Golub, U., Podnar, K., & Zabkar, V. (2022). Sustainability communication. *International Journal of Advertising*, 42(1). <https://www.doi.org/10.1080/02650487.2022.2144035>

Kalogiannidis, S., Syndoukas, D., Papaevangelou, O., & Chatzitheodoridis, F. (2023). Relationship between business communication and business sustainability in times of uncertainty. A case study of Greece. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01477. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1477>

[Kardelis, K. \(2017\). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.](#)

[Šaulauskas, M. P. \(n. d.\). Metodologija. In *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. <https://www.vle.lt/straipsnis/metodologija/>](#)

SUMMARY

SUSTAINABILITY: THE GOLDEN AGE OF BRANDS?

Jūris Dumčius

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
juris.dumcius@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
r.rapkauskaite@vuf.viko.lt

Sustainability is not just a buzzword, it is a long-term process to ensure the well-being of future generations around the world. Increasingly, brands are discovering sustainability as a happy medium. Nowadays, sustainability is often seen as a human characteristic. Brands and their communication about sustainability connect them with people who accept sustainability as a value. Often we are faced with the question: how do we know that this brand is sustainable? Labelling of sustainable

products/services is still optional, but it can be one approach, as there is currently a blurred line between brands that are sustainable and brands that pretend to be sustainable. There is a lot of misinformation in the modern world, and we are confronted with it every day. It is important for consumers to understand when information is true and reliable. Brands communicating about sustainability need to justify that the truth they are communicating is based on reliable data. Although sustainability is still a new niche, this does not absolve brands of their responsibility.

The quantitative research was based on a survey design. The survey method allows to collect a wide range of opinions from the people interviewed and to obtain their views on certain phenomena, problems and situations. The principle of survey research has many advantages – data on the object of research are collected at the same time, all participants are interviewed in the same way, and statistical processing of data is possible (quoted by Kardelis, 2017). The survey research method is quite simple and widespread in the social sciences, according to Kardel the scientific value of this research is still sometimes debated.

In the designed survey, the main aim was to find out how different people see brand sustainability communication and what benefits/influences it has for them. It also explored whether sustainability communication in brands would be credible if the information used was based on facts and data.

97 participants took part in the survey.

The 97 respondents who took part in the study varied widely by age group. The main age category was young people, with 64 respondents. This led to the conclusion that sustainability is much more relevant among young people, who not only emphasise it as an important topic, but also identify it as a value in their real life. Respondents in the survey identified brand values, brand awareness and brand recommendations as the most important aspects in choosing a brand. These aspects are strongly interlinked, as a brand, apart from its values, will be able to connect more strongly with existing consumers and attract more potential consumers. Brand awareness helps the brand to stand out in the market and to be more recognisable to consumers. Brand values will help the brand to create authentic content that can further develop and increase brand awareness. Recommendations from family, friends and acquaintances not only strengthen the consumer relationship but also the brand, as this can build a brand based on trust. Respondents also highlighted that they often do not see brands communicating about sustainability, suggesting that brands are not choosing the right communication channels and promotional tools when communicating on this topic. Selecting the right ones will not only enable targeted communication on the sustainability of the brand, but will also help to expand the brand awareness aspect. The survey unequivocally highlighted the importance of data and evidence-based sustainability communication for consumers. It will not only allow them to build trust in the brand, but also to provide sources of reliable information.

Dumčius, J., Rapkauskaitė, R. (2025). Tvarumas: prekių ženklų aukso amžius?. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 230-237, ISSN 2669-221X

EDUKACINIO TURINIO REKLAMOS KAMPANIJOS ĮGYVENDINIMO GALIMYBĖS

Gediminas Vilius

Vilniaus kolegija, Lietuva
gedivilius@gmail.com

Konsultavo Laimutė Fedosejeva

Vilniaus kolegija, Lietuva
l.fedosejeva@vfv.viko.lt

IVADAS

Intensyvus gyvenimo tempas verčia vartotojus reikalauti greitų atsakymų į jiems kylančius klausimus ir greitai spręsti atsiradusias problemas. Skaitmeninė rinkodara – priemonė, kuria galima operatyviai reaguoti į klientų poreikius (Stafford, 2024). Tai rodo verslo pastangos tinkamai paruošti vartotojams skirtą aplinką. Vis dėlto tik sistemingai ir organizuotai vykdoma tokio pobūdžio veikla gali duoti reikiamų rezultatų. Atsižvelgiant į tai, kad kiekvieno asmens kompiuterinis raštingumas yra skirtingo lygio, verslui, norinčiam parengti savo srities aplinką taip, kad ji atitiktų daugelio žmonių poreikius, kyla papildomų uždavinių. Šiuo atveju tampa itin svarbu tinkamai nustatyti tikslinę auditoriją. Pavyzdžiu gali būti skaitmeninės spaudos srityje dirbančios įmonės, kurios susiduria su klientų pateikiamo turinio, neatitinkančio kokybės standarto, problema. Dėl minėtos priežasties išauga įmonės teikiamų paslaugų įkainiai, kyla grėsmė prarasti klientą. Susidariusioje situacijoje skaitmeninės spaudos sektoriui tikslinga parengti edukacinio turinio reklaminės kampanijos, kurią įgyvendinus padidėtų vartotojų gebėjimai tinkamai paruošti pateikiamą medžiagą, planavimo gaires.

Problema – klientams trūksta žinių ir gebėjimų tinkamai techniškai paruošti dokumentus, skirtus spaudai, todėl įmonėje didėja atliekamų darbų įkainiai, keliantys grėsmę prarasti klientą.

Tikslas – pateikti skaitmeninės spaudos srityje dirbančioms įmonėms edukacinio turinio reklaminės kampanijos, kurią įgyvendinus padidėtų vartotojų gebėjimai tinkamai paruošti pateikiamą medžiagą, planavimo gaires.

Uždaviniai:

- remiantis moksline literatūra, išanalizuoti edukacinio turinio reklamos kampanijos teorinius aspektus;
- pasirinkti problemos tyrimo metodus ir atlikti situacijos analizę, teikiančią pagrindą edukaciniam turinio reklamos kampanijos planui sukurti;
- parinkti edukacinio turinio elementus reklamos kampanijos planui įgyvendinti.

Metodai. Tyrimui atlikti naudoti teoriniai tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, sisteminė analizė, kokybinis tyrimas (ekspertų interviu).

Tyrimo rezultatai aktualūs skaitmeninės spaudos srityje dirbančioms įmonėms, siekiančioms didinti teikiamų paslaugų prieinamumą ir orientuotoms į klientų mokymą, kad būtų suvienodintas klientų skaitmeninių žinių lygis ir atitinkamai pagerėtų įmonės darbo efektyvumas. Planuodamos ir organizuodamos edukacinio turinio kampaniją, įmonės įsigilina ir atsižvelgia į klientų ir įmonės poreikius, todėl geriau prisitaiko prie galimų pokyčių ir pasiruošia plėtos galimybėms.

Remiantis kitų tyrėjų atliktais skaitmeninės spaudos ir edukacinio turinio reklamos kampanijos kūrimo srities tyrimais, galima pastebėti, kad turinio rinkodara jau tapo bet kokios skaitmeninio turinio strategijos dalimi (Tiwary, 2023). Skaitmeninė rinkodara suteikia galimybę realiuoju laiku matyti kiekvienos kampanijos, taip pat ir edukacinio turinio reklamos kampanijos, efektyvumą, todėl verslo lyderiai gali priimti gerai pagrįstus sprendimus, kad padidintų pajamas ir pelną (Kundu, 2021; American Digital Association).

Tyrimais nustatyta, kad edukacinės kampanijos turinys potencialų vartotoją veikia per įsitraukimą, lojalumą, rekomendacijas, pasitikėjimą, sprendimo priėmimą, žinomumą (Wong, 2023). Į šiuos aspektus svarbu atsižvelgti vykdant planuojamą edukacinio turinio reklamos kampaniją. Tiriant esminius verslo ir jo klientų sąlyčio taškus, nustatoma vartotojų patirtis ir jų poveikis verslo aplinkai (Sutherland, 2020; Wu et al., 2020).

Efektyviausias reklamos būdas, siekiant paveikti potencialų vartotoją, priklauso nuo tikslinės vartotojų grupės (Tarazona-Montoya et al., 2024; Walden University). Paslaugos ar prekės kategorijos tipas taip pat lemia tiek tikslinę auditoriją, tiek efektyviausius komunikacijos kanalus (Riva & Pilotti, 2021). Edukacinio turinio reklamos kampanija leidžia pasiekti didelę auditorijos, kuriai teikiamas produktas ar paslauga yra aktualūs, dalį (Kaur & Maan, 2023). Likusiai auditorijos daliai, kuriai kuriamas turinys šiuo metu nėra aktualus, daroma įtaka ir kuriama paslaugos ar produkto aktualumo idėja bei panaudojimo galimybė.

Skirtingi tyrėjai įvardija šias pagrindines reklamos kampanijos sudėtines dalis: tikslų įvardijimą, auditorijos nustatymą, siunčiamą žinią, komunikacijos planą, biudžeto numatymą, techninį sprendimą, rezultatų vertinimą (Lopez, 2022). Teigiama, kad, vykdant edukacinę kampaniją, nereikėtų apsiriboti tik vienu elementu (Čarnogurský & Kovaľ, 2022; REWO). Atrinkti ir sukomplektuoti reikiamus kampanijos turinio elementus padeda tyrėjų išskirti konkretūs aspektai (Girish & Sandeep, 2019; Iankovets, 2023). Tai, kaip jie bus atrinkti, suderinti ir sukomponuoti, turės įtakos siunčiamai žiniai (Hanlon & Tuten, 2022). Tiwary (2023) teigimu, iš visų skaitmeninio turinio elementų labiausiai išsiskiria vizualus turinys, nes jis greičiausiai patraukia lankytojų dėmesį. Tinkamai pasirinktas edukacinės kampanijos būdas turi užtikrinti sklandžius ir tinkamus vartotojo veiksmus, kurie įmonei teikia tiek trumpalaikę, tiek ilgalaikę naudą (Knihova, 2021). Teigiama vartotojo patirtis sukuria dideles prielaidas vartotojams grįžti ir pakartotinai užsakyti ir įsigyti prekę ar paslaugą (Barari et al., 2020; Garg & Bansal 2020). Antra vertus, skaitmeninėje rinkodaroje naudojamą edukacinį turinį konkurentai gali nukopijuoti savo reikmėms ar siekdami pakenkti organizacijai (Veleva & Tsvetanova, 2020), todėl, planuojant edukacinio turinio ilgalaikę reklamos kampaniją, pravartu ženklinti šį turinį autorių teisių ženklu (Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas, 2003).

Atlikti tyrimai sudaro galimybę įvardyti pagrindines reklamos kampanijos sudėtines dalis, tarp kurių yra tikslų įvardijimas, auditorijos nustatymas, siunčiama žinia ir kt. Atsižvelgiant į tai, tikslinga organizuoti edukacinio turinio reklamos kampaniją ir rengti atitinkamą medžiagą. Sudaromo edukacinio turinio reklamos kampanijos metu būtina atsižvelgti ir į kampanijos teorinį modelį, kuriuo vadovaujantis nustatomas biudžetas, uždaviniai ir pokyčiai, būtini įgyvendinti siekiant sėkmingai plėtojamos kampanijos. Atsižvelgiant į tiriamą problemą ir tyrimo tikslą, literatūros analizės rezultatus, įmonės specifiką (konkrečiu atveju tai spaudos ir reklamos gamybos įmonė), planuojant edukacinio turinio reklamos kampaniją tikslinga naudoti šiuos turinio elementus: DUK, katalogus, gaires ir instrukcijas, vaizdo įrašus ir kt.

Tyrimo metodai ir metodologija

Sprendžiant pasirinktą problemą, atlikta mokslinės literatūros analizė, kokybinis tyrimas.

Kokybinio tyrimo **tikslas** – nustatyti edukacinio turinio reklamos kampanijos įgyvendinimo galimybes. **Tyrimo uždaviniai:**

- nustatyti tikslinės auditorijos švietimo galimybes;
- išskirti edukacinius elementus ir pateikti įžvalgų apie jų kuriamą naudą;
- atlikti galimų informacijos sklaidos kanalų apžvalgą.

Tyrimui įgyvendinti parinkti ekspertai:

Informantas Nr. 1 – dizaineris, penkerius metus atsakingas už pateiktų leidinių ir produktų dizaino sutvarkymą, teksto ir kitų elementų grafinį išdėstymą, paruošimą spaudai. Taip pat kuria dizainą

naujiems produktams pagal klientų užsakymus. Vykdydamas užsakymus, tiesiogiai bendrauja su klientais, gilinaisi į jų poreikius.

Informantas Nr. 2 – vadybininkas. Dešimt metų dirba spaudos ir reklamos versle. Minėtinas darbas su klientais Lietuvoje ir užsienyje, užsakymų kontrolė, procesų koordinavimas.

Informantas Nr. 3 – projektų vadovas. Darbo pobūdis – spaudos įmonės procesų tobulinimas ir optimizavimas. Patirtis – dvidešimt metų.

Mokslinės literatūros analizė grindžiama kokybiniu kritiniu turinio vertinimu, siekiant nustatyti nagrinėjamos problemos ribas, ieškoti naujų tyrimo aspektų, išvelgti tyrimo plėtotės galimybes ir tolesnę kryptį, išryškinti nagrinėjamos problemos ryšį su esamomis tyrimo srities mokslo žiniomis. Pagrindiniai analizės etapai: informacijos šaltinių atranka, duomenų analizė, išvadų formulavimas, rekomendacijų teikimas.

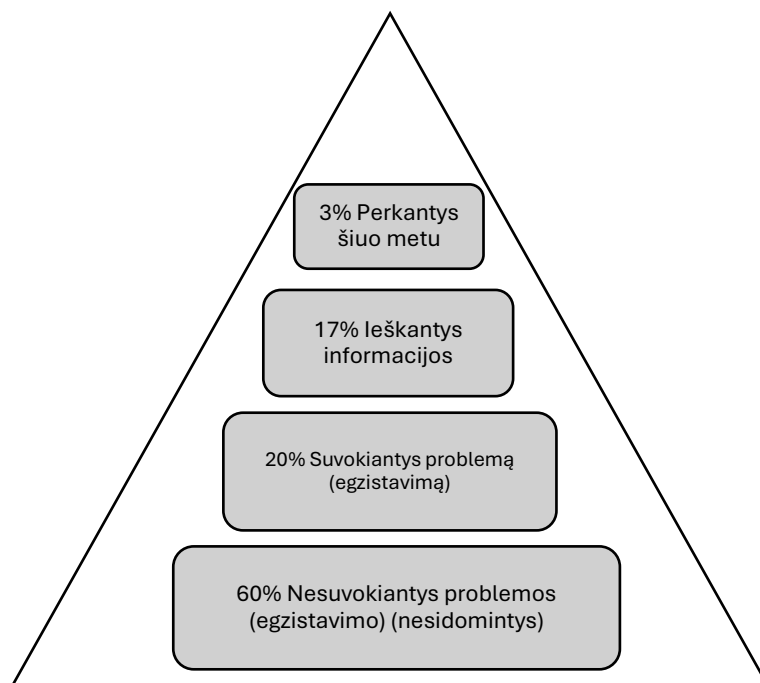
Taikant sisteminės analizės metodą, edukacinio turinio reklaminė kampanija analizuojama kaip tam tikrą struktūrą ir paskirtį turintis objektas, kompleksiskai įgyvendinamas visuomenės socialinėms reikmėms realizuoti. Analizė leidžia tiriamą objektą suvokti sistemiškai, integruotai su aplinka, kurioje šis objektas įgyvendinamas.

Siekiant tyrimo tikslo, atlikta su tyrimu susijusių sąvokų analizė, atranka ir vertinimas. Tam, kad būtų galima tinkamai įvertinti edukacinio turinio reklamos teorinius aspektus, visų pirma, nustatytos pagrindinės sąvokos ir terminai, susiję su nagrinėjama tema. Tarptautinis žodis *edukacija* sietinas su mokymą organizuojančiomis valstybės įstaigomis, todėl darbe tinkamesnis terminas *savišvieta*. Remiantis Lietuvos Respublikos švietimo įstatymu, galima teigti, kad „savišvieta – savarankiškas mokymasis, kuris remiasi asmens iš įvairių šaltinių gaunamomis žiniomis ir jo praktine patirtimi“ (Lietuvos Respublikos švietimo įstatymas, 1991). Įstatyme taip pat apibrėžiamas *ugdymo turinys*. Ši sąvoka universalios ir tinka tiek ugdymo, tiek savišvietos proceso kontekstui. Nurodoma, kad „ugdymo turinį sudaro tai, ko mokoma ir mokomasi, kaip mokoma ir mokomasi, kaip vertinama mokinių pažanga ir pasiekimai, kokios mokymo ir mokymosi priemonės naudojamos“. Dalis reikiamų terminų (*turinys, reklamos kampanija, rinkodara*) pateikti „Aiškinamajame ryšių su visuomene žodyne“ (Lipskytė et al., 2018).

Vienas iš pagrindinių įrankių, leidžiančių išanalizuoti kliento ir verslo sąlyčio taškus, yra *virtuotojo kelionės žemėlapis*. Tai taip pat vienas iš pirmųjų žingsnių, atliekamų siekiant sukurti veiksmingą ir aktualią reklamos kampaniją, būtiną norint gauti daugiau pajamų ar žinomumo ir didinant populiarumą. Virtuotojo kelionės žemėlapio kūrimas yra analitinė procedūra. Žemėlapis gali būti kelių variantų. Konkrečiu atveju tinkamiausias tas, kuriame įtraukta poveikio analizė. Tokio pobūdžio virtuotojo kelionės žemėlapį sukūrė australų įmonė „Dapper apps“, kurianti mobiliųjų įrenginių programas. Iš pateikto virtuotojo kelionės žemėlapio pavyzdžio galima spręsti apie virtuotojo atliekamus žingsnius ir atlikti lyginamąjį įvairių aspektų (pavyzdžiui, kainos) analizę. Bello nuomone (šio tyrėjo mokslinių tyrimų sritis yra virtuotojų lojalumo didinimas ir paslaugų inovacijos), virtuotojo kelionės žemėlapis gali būti koreguojamas priklausomai nuo verslo ir virtuotojų poreikių ir aktualių temų. Pateikę „Dapper apps“ virtuotojo kelionės žemėlapį, tyrėjai akcentuoja ir edukacinio turinio, kuris potencialiam klientui teikia ir parodo naudą, atsako į iškilusius klausimus, svarbą (Nasoi, 2022). Šiame straipsnyje, atliekant konkretų tyrimą, į virtuotojo kelionės žemėlapį pravartu atsižvelgti siekiant geriau apibrėžti kliento tipą, kliento kelionės tikslą, galiausiai, sudaryti galimybę matyti aplinką kliento akimis.

Našumo rodikliai, dar vadinami KPI, taip pat privalo būti įtraukti į virtuotojo kelionę, siekiant išmatuoti esamą ir būsimą naudą atlikus pokyčius. Našumo rodikliai yra kiekybinis matas, leidžiantis pasirinktu būdu vertinti ir stebėti procesą. Norint tinkamai nustatyti KPI, svarbu, kad pasirinkti matavimo rodikliai būtų konkretūs, išmatuojami, pasiekiami, aktualūs ir susieti su stebėjimo laikotarpiais. Svarbu įsitikinti, kad, siekiant kuo geresnio KPI rezultato, nebūtų pamiršti pagrindiniai verslo tikslai, pavyzdžiui, virtuotojų lojalumas (Javid & Hamed, 2021).

Analizuojant demografinius rodiklius ir turimus duomenis apie konkretaus verslo klientus (tuo atveju, jei verslas jau veikia kurį laiką), galima sukurti *virtotojo personą*, kuri, nors ir būdama pakankamai apibendrinta, leidžia tikslingiau įvertinti reikalingų komunikacijos kanalų pasirinkimą. Siekiant išgauti maksimalią naudą, jei tik leidžia aplinkybės, virtotojo personą reikėtų kurti taip, kad nereikėtų viso dėmesio sutelkti tik į mažą auditorijos dalį, tikintis, kad paslauga ar produktas bus įsigytas. Tikslinga skirti išteklių ir kitoms *virtotojų kategorijoms* pasiekti (žr. 1 pav.).



1 pav. Vartotojų kategorijos ir pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta remiantis (Rosu, 2021)

Kaip galima matyti iš 1 pav., tik mažiau negu 1/3 vartotojų savo veiksmus sąmoningai orientuoja paslaugai ar produktui įsigyti. Didžioji dalis vartotojų paslauga ar produktu nesidomi.

Siekiant išsirinkti tinkamiausią edukacinę kampaniją įmonės problemoms spręsti, turi būti atlikta edukacinių kampanijų elementų apžvalga ir analizė. Edukacinių elementų atranka atliekama atsižvelgiant į įmonės veiklos profilį.

Tyrimo rezultatai

Planingai ir organizuotai vykdoma edukacinio turinio reklamos kampanija, atsižvelgiant į reklamos kampanijos aspektus bei jų poveikį vartotojui verslo procesuose, leidžia sutaupyti laiko. Kampanija atsako į tam tikrus specifinius vartotojo klausimus ir kartu pritraukia naują auditoriją. Skatinamas lojalumas veikia verslo generuojamų pajamų pastovumą. Verslas gauna galimybę plėstis rinkoje ir tuo pat metu prisitaiko prie galimų pokyčių. Vykdomos reklamos kampanijos metu įvedami pokyčiai ir tobulinimai yra orientuoti į iškeltus pagrindinius tikslus ir vartotojo kelionės sėkmingumą.

Tam, kad edukacinis turinys sulauktų dar daugiau dėmesio, jį taip pat galima reklamuoti, tačiau, visų pirma, svarbu atlikti edukacinių elementų apžvalgą. Įvertinus šių elementų turinio sudėtį, tam tikrus elementus galima integruoti į reklamos kampaniją. Svarbu atkreipti dėmesį ir į kitus edukacinio turinio elementus, kurių nesiruošiama reklamuoti, nes potencialūs klientai, pastebėję edukacinio turinio trūkumą, gali suabejoti reklamuojamo edukacinio turinio vertingumu ir užbaigtumu.

Siekiant išsirinkti tinkamiausią edukacinę kampaniją įmonės problemoms spręsti, atlikta edukacinių kampanijų elementų apžvalga ir analizė. Iš visų skaitmeninio turinio elementų labiausiai išsiskiria vizualinis turinys, tačiau dažnai užduodamų klausimų (DUK) skiltis greičiausiai pritraukia lankytojų

dėmesį. Nustatyta, kad būtent šis elementas dažniausiai naudojamas ir labiausiai pastebimas vykdant edukacinę kampaniją. Išskirtini šie edukacinio turinio elementai:

- gairės ir instrukcijos – paprastai pasiekiamų instrukcijų pateikimas vartotojui taip, kad tam tikrus veiksmus atliktų pats vartotojas;
- vaizdo instrukcijos – aktualios informacijos pateikimas vaizdo medžiagoje, kai taip pateikiamą informaciją lengviau įsisavinti;
- spausdintinės instrukcijos – instrukcijų pateikimas neįtraukiant išmaniųjų įrenginių, kai to reikia dėl proceso specifikos ar kliento ypatumų;
- interaktyvios dirbtuvės – įtraukiantis ir daugiausiai naudos galintis suteikti vartotojų problemų sprendimo būdas, pasižymintis aukštais kūrimo ir palaikymo kaštais;
- infografika – svarbiausios informacijos pateikimas naudojant vieną ar kelias nuotraukas; tai leidžia taupyti vietą ir kartu koncentruoti informaciją bei palengvinti jos įsisavinimą;
- atvejo analizė – kelių skirtingų procesų palyginimas ir galimybė klientui pasirinkti dominantį procesą; verslui įgyvendinus procesą, didėja vartotojo pasitikėjimas;
- DUK skiltis – dažnai užduodamų klausimų skiltis su į jais pateiktais atsakymais leidžia užtikrinti sklandžią vartotojo kelionę;
- interaktyvūs įrankiai – edukacinių problemų sprendimas pasitelkiant interaktyvius įrankius leidžia išsiskirti iš konkurentų, padėti pritraukti naujų klientų ar išlaikyti esamų klientų įsitraukimą;
- ekspozicija ir pavyzdžių demonstracija – itin efektyvus būdas paskatinti klientą įsigyti paslaugą ar produktą, pateikiant dominantį pavyzdį, kurį klientas gali įvertinti demonstracijų metu;
- partnerystė su institucijomis, vykdančiomis vartotojų švietimą, – vartotojų švietimas orientuotas į specifinę auditoriją, kuri ilgalaikėje perspektyvoje verslui gali padėti generuoti daugiau pelno;
- apklausos – tinkamas būdas supažindinti auditoriją su produktu ar paslauga ir jos elementais; šis būdas leidžia daugiau sužinoti apie auditoriją ir išsiaiškinti, kaip pritraukti daugiau vartotojų;
- šablonų pateikimas – auditorijai teikiama galimybė įgyvendinti savo idėjas naudojant pateiktis; naudotojai gali likti lojalūs, tačiau kyla rizika, kad šablonais ar brėžiniais pasinaudos ir konkurentai;
- forumai – vartotojų edukavimas pasitelkiant kitus vartotojus; taip išlaikomas vartotojų įsitraukimas, tačiau tam reikalinga nuolatinė veiklos stebėseną;
- katalogai – pateikiama informacija (specifikacija, ypatumai) apie įmonės siūlomas paslaugas ar produkciją.

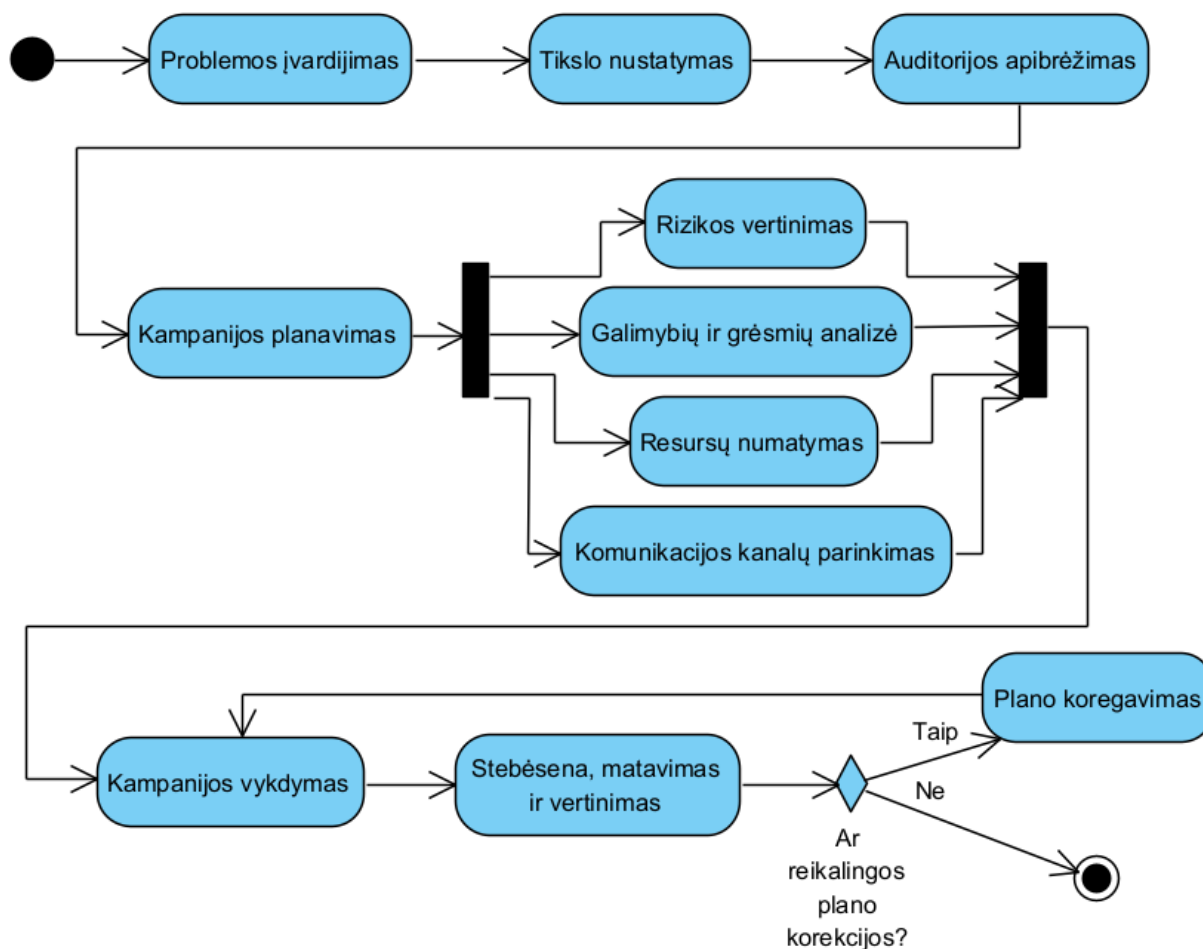
Pateiktą edukacinio turinio elementų, naudojamų skaitmeninėje rinkodaroje, sąrašą galima plėtoti. Kita vertus, svarbu ne tik turinio elementai, bet ir jų sklaida bei pateikimas vartotojui reklamos kampanijos metu. Sklaidos kanalų svarba išauga norint pasiekti atitinkamą auditorijos dalį, nes tam tikriems vartotojams pasiekti reikia panaudoti skirtingus komunikacijos kanalus. Atsižvelgiant į tiriamą problemą ir tyrimo tikslą, mokslinės literatūros analizės rezultatus, įmonės specifiką (konkrečiu atveju tai spaudos ir reklamos gamybos įmonė), planuojant edukacinio turinio reklamos kampaniją tikslinga naudoti šiuos turinio elementus: DUK, katalogus, gaires ir instrukcijas, vaizdo įrašus ir kt.

Vykdant planuojamą edukacinio turinio reklamos kampaniją, atsižvelgiama į klientų pritraukimo aspektus, kad reklamos kampanija būtų efektyviau valdoma ir, atlikus viską pagal numatytą planą ir korektiškai, faktinė kliento elgsena ir vertinimai atitiktų pradines įžvalgas, klientų sprendimus būtų galima tiksliau prognozuoti.

Edukacinio turinio reklamos kampanija leidžia pasiekti didelę dalį auditorijos, kuriai teikiamas produktas ar paslauga yra aktualūs, tačiau likusiai auditorijos daliai, kuriai kuriamas turinys šiuo metu

nėra aktualus, taip pat daroma įtaka ir kuriama paslaugos ar produkto aktualumo idėja bei panaudojimo galimybė. Organizuojant edukacinio turinio reklamos kampaniją, dažniausiai orientuojamasi į auditoriją, kuri jau užtikrintai susidomėjusi ir pasiryžusi įsigyti produktą ar paslaugą, tačiau, siekiant pritraukti klientų, ieškančių konkrečios paslaugos, susiduriama su gerokai didesne konkurencija, negu taikantis į kitas piramidės dalis. Esant didesnei rinkai, apibendrintai teigiama, kad orientuojamasi į 17 proc. potencialių vartotojų, kurie domisi paslauga ar produktu, ir į 20 proc. auditorijos, kuriai atitinkama paslauga ar produktas yra girdėtas ar matytas, t. y. vartotojai žino, kad paslauga ar produktas egzistuoja. Ši teorija taip pat skiria dėmesio ir likusiai auditorijos daliai, kuriai produktas ar paslauga nėra žinomi ar aktualūs (ši auditorijos dalis sudaro net 60 proc.). Pasitelkus aptartą rinkodaros strategiją, trijų apatinių pakopų auditoriją, kuri sudaro net 97 proc., siekiama perkelti į piramidės viršų ir kartu pristatyti ir demonstruoti savo įmonę taip, kad auditorijos dalis, patekusi į norinčiųjų įsigyti produktą ar paslaugą grupę, rinktųsi to siekti atstovaujamame versle. Skirtingoms auditorijos pakopoms būtina skirti skirtingas reklamos kampanijas. Viena reklamos kampanija turi veikti 3 proc. auditorijos, kuri jau pasiruošusi pirkti, kita reklamos kampanija turi būti orientuota į likusią 97 proc. auditorijos dalį, siekiant įtikinti ją įsigyti teikiamą produktą ar paslaugą. Didžioji visos auditorijos dalis nėra pasiruošusi tapti vartotojais, nes kalbamuoju momentu neturi pakankamai žinių, reikalingų jais tapti (Isaenko et al., 2020), todėl geriausias būdas tokią auditoriją pasiekti ir paveikti yra per edukacinio turinio reklamos kampaniją.

Siekiant, kad edukacinio turinio reklamos kampanijos elementai tarpusavyje darniai sąveikautų ir kampanija būtų efektyvi, rekomenduojama kampaniją įgyvendinti kaip procesą (žr. 2 pav.):



2 pav. Edukacinio turinio reklamos kampanijos įgyvendinimo procesas

2 pav. vaizduojamame procese pirmiausia įvardijama problema, susijusi su vartotojų edukacijos trūkumu, nustatomas edukacinės kampanijos tikslas, lūkesčiai, įgyvendinimo terminas. Pasitelkus šią informaciją, pereinama prie detalesnio tikslinės auditorijos apibūdinimo. Planuojant edukacinio turinio reklamos kampaniją, numatomos rizikos, susijusios su vykdoma veikla, atliekamas išsamesnis edukacinės kampanijos elementų poveikio įvertinimas nustatant kampanijos galimybes ir grėsmes. Komunikacijos kanalų nustatymo metu įvertinamas poveikio mastas auditorijai, kuriai pateikiama informacija aktuali. Toliau vertinama, ar numatomi skirti resursai ir sąnaudos yra tinkami, atsižvelgiant į planuojamus gauti rezultatus. Kampanijos vykdymo metu procesas stebimas ir vertinamas, matuojami rodikliai. Tai leidžia įvertinti kampanijos efektyvumą, atsižvelgiant į ilgalaikę perspektyvą. Minėtinos ir problemos, susijusios su vykdoma edukacinio turinio kampanija. Kaip galima spręsti iš vartotojo kelionės žemėlapių analizės, vartotojo kelionėje kylančios problemos gali apsunkinti potencialaus vartotojo poreikį įsigyti prekę ar paslaugą. Dalis šių problemų susiję su edukacijos trūkumu. Dėl šios priežasties įmonės atstovai turi būti suinteresuoti šalinti kylančias problemas ir imtis prevencinių veiksmų, ribojančių galimybę problemoms pasikartoti ateityje. Bet kuriuo atveju edukacinio turinio reklamos kampanijos metu, sprendžiant kylančias problemas, edukacinio turinio prieinamumo ir sklaidos užtikrinimas išlieka prioritetingas svarbos.

Iš atlikto tyrimo rezultatų galima spręsti, kad edukacinio turinio reklama ne visada būtina sėkmingam verslui plėtoti. Įvertinus šios reklamos poveikį, tikslinga atsižvelgti, ar esamo verslo teikiamos paslaugos ir produktai skirti pirkti impulsyviai. Jei produktas gana paprastas ir nereikalaujama nei panaudojimo, nei naudojimo nurodymų ar rekomendacijų, edukacinio turinio kampanija gali būti neefektyvus išteklių panaudojimas. Esant nišinei produkto ar paslaugos rinkai, reikia nustatyti, kokią poveikį darytų edukacinio turinio reklamos kampanija. Priklausomai nuo situacijos, nišinių paslaugų ar produktų, auditorija jau gali turėti vienodą atitinkamo lygmens žinių kiekį, kurio pakanka esama auditorija manipuliuoti kaip klientais, generuojančiais pajamas. Tokiu atveju edukacinio turinio reklamos kampanija neatneštų pakankamai naudos. Kaip bebūtų, visada būtina įvertinti ir kitų auditorijų pritraukimo į savo įtakos sferą galimybę.

IŠVADOS

Skaitmeninė rinkodara suteikia galimybę realiuoju laiku matyti kiekvienos kampanijos, taip pat ir edukacinio turinio reklamos kampanijos, efektyvumą, todėl verslo lyderiai gali priimti labiau pagrįstus sprendimus, kad padidintų pajamas ir pelną.

Atlikus tyrimą, darytinos šios išvados:

Įmonė, kurios veikla susijusi su individualių klientų užsakymų įgyvendinimu ir kuri siekia apibrėžti klientams, savarankiškai techniškai ruošiantiems reikiamą pradinį turinį, aptarnauti skirtą laiką, turėtų vykdyti edukacinio turinio reklamos kampaniją.

Edukacinio turinio reklamos kampanijai planuoti ir įgyvendinti tikslinga pasitelkti vartotojo kelionės žemėlapių kūrimo, našumo rodiklių nustatymo, vartotojo personos kūrimo, vartotojų kategorijų identifikavimo metodus. Siekiant tikslingai įvertinti vykdomą kampaniją ir užtikrinti jos sėkmingumą, išskirtina našumo rodiklių matavimo svarba. Šie rodikliai leidžia įvertinti kampanijos naudą ar žalą.

Atsižvelgiant į tiriamą problemą ir tyrimo tikslą, mokslinės literatūros analizės rezultatus, įmonės specifiką (konkrečiu atveju tai spaudos ir reklamos gamybos įmonė), planuojant edukacinio turinio reklamos kampaniją tikslinga naudoti šiuos pagrindinius turinio elementus: DUK, katalogus, gaires ir instrukcijas, vaizdo įrašus.

Literatūros sąrašas

American Digital Association (n. d.). *What is Digital Marketing?* <https://www.ama.org/what-is-digital-marketing/>

Barari, M., Ross, M., & Surachartkumtonkun, J. (2020). Negative and positive customer shopping

experience in an online context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101985>

Čarnogurský, K., & Kovaľ, E. (2022). Design of advertising campaign on a social network for the educational project. *The Poprad Economic and Management Forum 2022*, 10(443), 443–452.

Garg, M., & Bansal, A. (2020). Impact of digital marketing on consumer decision making. *International Journal for Scientific Research & Development*, 8(3), 213–216.

Girish, T., & Sandeep, V. (2019). Dynamics of a digital advertising campaign. *SSRN Electronic Journal*, 1, 385–391. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3308035>

Hanlon, A., & Tuten, T. (2022). *The SAGE handbook of social media marketing*. SAGE Publications Ltd.

Iankovets, T. (2023). Media planning of digital advertising campaigns. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6, 42–53. <http://dx.doi.org/10.15587/1729-4061.2023.293074>

Isaenko, E., Makrinova, E., Rozdolskaya, I., Matuzenko, E., & Bozhuk, S. (2020). Research of social media channels as a digital analytical and planning technology of advertising campaigns. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 986(1). <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/986/1/012014>

Javid, G., & Hamed, N. (2021). A survey for investigating key performance indicators in digital marketing. *International Journal of Innovation in Marketing Elements*, 1(1), 1–6.

Kaur, S., & Maan, K. (2023). Marketing flows and consumer behavior: an analysis. In *Understanding Interdisciplinary Organizational Flows* (pp. 146–153). Indu Book Services Pvt. Ltd.

Knihova, L. (2021). The role of educational content in a digital marketing strategy. *Communication Today*, 12(1), 162–178.

Kundu, S. (2021). *Digital marketing trends and prospects: develop an effective digital marketing strategy with SEO, SEM, PPC, Digital Display Ads & Email Marketing techniques (English Edition)*. BPB Publications.

Lietuvos Respublikos švietimo įstatymas 1991 m. birželio 25 d. Nr. I-1489. (1991). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.1480/asr>

Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas 2003 m. kovo 5 d. Nr. IX-1355. (2003). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.81676>

Lipskytė, T., Matkevičienė, R., Barkauskaitė, O., Vaičeliūnaitė, G., & Norvaišienė, B. (2018). *Aiškinamasis ryšių su visuomene terminų žodynas*. Lietuvos komunikacijos asociacija. <https://www.ltka.eu/wp-content/uploads/2020/01/LTKA-termin%C5%B3-%C5%BEodynas.pdf>

Lopez, C. (2022). Elements of an effective advertising campaign. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4677519>

Nasoi, R. (2022). 6 customer journey map examples: how UX pros do it. *CXL*. <https://cxl.com/blog/customer-journey-mapping-examples/>

REWO. (n. d.). *What are video instructions and why should you use them?* <https://www.rewo.io/what-are-video-instructions-and-why-should-you-use-them/>

Riva, A., & Pilotti, L. (2021). One-to-one marketing: how to build an effective digital marketing strategy. *Economia Aziendale Online*, 12(3), 329–349. <http://dx.doi.org/10.13132/2038-5498/12.3.329-349>

Rosu, M. A. (2021). Creating and measuring the impact of a content strategy. *CES Working Papers*, 13(1), 124–148. <https://hdl.handle.net/10419/286650>

Stafford. (2024). *The influence of digital marketing on consumer behavior*. <https://www.staffordglobal.org/articles-and-blogs/marketing-articles-blogs/digital-marketing-behavior/>

Sutherland, M. (2020). *Advertising and the mind of the consumer: what works, what doesn't and why*. Routledge.

Tarazona-Montoya, R., Devece, C. A., Garcia-Agreda, S., & Lopis-Albert, C. (2024). Effectiveness of digital marketing and its value in new ventures. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 20(4),

2839–2862.

Tiwary, A. (2023). *Content marketing: content marketing fundamentals*. Book Bazooka Publication.

Veleva, S., & Tsvetanova, A. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 940. <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/940/1/012065>

Walden University. (n. d.). *5 ways companies benefit by having an education partner*. <https://www.waldenu.edu/programs/resource/five-ways-companies-benefit-by-having-an-education-partner>

Wong., K. (2023). 16 visual content marketing statistics to know for 2024 [Infographic]. *Venngage*. <https://venngage.com/blog/visual-content-marketing-statistics/>

Wu, I., Chiu, M., & Chen, K. (2020). Defining the determinants of online impulse buying through a shopping process of integrating perceived risk, expectation-confirmation model, and flow theory issues. *International Journal of Information Management*, 52. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102099>

SUMMARY

THE POSSIBILITIES OF IMPLEMENTING AN ADVERTISING CAMPAIGN FOR EDUCATIONAL CONTENT

Gediminas Vilius

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
gedivilius@gmail.com

Consulted by Laimutė Fedosejeva

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
l.fedosejeva@vfv.viko.lt

The fast pace of life means that consumers demand quick answers to their questions and problems, and digital marketing is just such a tool for responding quickly to customer needs (Stafford, 2024). This is demonstrated by the efforts of companies to properly prepare the environment for their customers. Companies operating in the digital print sector face the problem of their customers submitting content that does not meet technical publishing standards. From the other hand, the clients lack the knowledge and skills to technically prepare documents for printing. In this context the digital print sector needs guidance on how to plan an educational content campaign that will increase the users' ability to prepare the material they submit, as only a systematic and organised effort of this kind can produce the necessary results.

The objective is to provide digital printing companies with guidelines for planning an educational content campaign that would increase the ability of users to prepare the material to be submitted.

The study addresses the following tasks. Firstly, to analyse the theoretical aspects of an advertising campaign for educational content based on the scientific literature. Secondly, to select the methods of researching the problem and to carry out a situation analysis in order to draw up a plan for a promotional campaign for educational content. Thirdly, to select the elements of the educational content to implement the campaign plan.

The study is analytical and descriptive. Theoretical research methods are used for the study: analysis of scientific literature, systematic analysis, deduction, analogy, comparative analysis, etc.

The results of the study are relevant for companies working in the digital printing sector, which aim to increase the accessibility of their services and focus on customer training in order to standardise the level of customers' digital literacy and consequently to improve the company's efficiency. By planning and organising an educational content campaign, companies are able to take into account the needs of their customers and the company, and are therefore better able to adapt to potential changes and prepare for growth opportunities.

It is concluded that companies focused on individual customer orders should implement educational content advertising campaigns to optimize service time and customer experience. Successful planning and execution of educational content campaigns involve creating user journey maps, defining performance indicators, developing user personas, and identifying user categories. The following key content elements should be used in the planning of an advertising campaign for educational content: FAQs, catalogues, guidelines and instructions, videos.

Vilius, G., Fedosejeva, L. (2025). Edukacinio turinio reklamos kampanijos įgyvendinimo galimybės. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 238-247, ISSN 2669-221X

VAIKŲ FUNKCINIŲ JUDESIŲ KOKYBĖS VERTINIMAS

Domas Krivelis, Aurimas Maščinskas, Severin Matulevič

Vilniaus kolegija, Lietuva

domas.krivelis@stud.viko.lt, aurimas.mascinskas@stud.viko.lt, severin.matulevic@stud.viko.lt

Konsultavo Kristina Žukienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

k.zukiene@spf.viko.lt

ĮVADAS

Visuotinio fizinio aktyvumo mažėjimas – globalus iššūkis, darantis poveikį visiems, ypač besiformuojančiai kartai. Pasaulio sveikatos organizacija (PSO) nurodo, kad apie 80 proc. vaikų ir paauglių pasaulyje yra fiziškai neaktyvūs, t. y. kasdien neišbūna bent vienos valandos vidutinio ar didelio intensyvumo fizinėje veikloje. Ši tendencija pastebima ir Lietuvoje – tyrimai rodo, kad vaikų fizinis aktyvumas sparčiai mažėja, o tai tampa rimta priežastimi įvairioms sveikatos problemoms atsirasti. Lietuvos jaunimas yra vienas mažiausiai aktyvių, palyginti su kitomis Europos šalimis. Mokyklinio amžiaus vaikų fizinis pajėgumas nuolat mažėja, kai kurie jo rodikliai per pastaruosius du dešimtmečius sumažėjo net 50 proc., o tai gali lemti ankstesnę sveikatos problemų atsiradimą, prastesnę gyvenimo kokybę ir didesnę finansinę naštą visuomenei (Emeljanovas et al., 2018). Tarp dažniausiai pasitaikančių pasekmių yra atsivoris, laikysenos sutrikimai ir raumenų disbalansas, kurie gali lemti dar rimtesnes komplikacijas ateityje.

Fizinis aktyvumas, judėjimas – prigimtinis vaiko poreikis. Tyrimai pabrėžia, kad 6–12 m. amžius yra kritinis laikotarpis, kai fizinis aktyvumas tampa pagrindu jų visapusiškam vystymuisi ir ateities sveikatai. Šio amžiaus vaikų organizme vyksta įvairūs funkciniai ir struktūriniai pokyčiai: bręstant motorikai, didėja greitumas, jėga, tikslumas, koordinacija ir ištvermė. Taip pat stiprėja gebėjimas greitai priimti sprendimus, kuris itin svarbus sudėtingų judesių koordinacijai (Visagurskienė & Grigonienė, 2015). Todėl būtina skatinti fizinį aktyvumą šiame amžiuje, siekiant užtikrinti visapusišką vaikų vystymąsi ir sveikatą.

Problema – vaikų funkcinį judesių kokybės sumažėjimas.

Tikslas – įvertinti vaikų funkcinį judesių kokybę.

Uždaviniai:

- išnagrinėti literatūrą apie vaikų funkcinį judesių kokybės vertinimą, siekiant pagrįsti tyrimo aktualumą;
- ištestuoti gilaus pritūpimo, žingsnio per barjerą, įtūpsto, pečių mobilumo, aktyvaus tiesios kojos kėlimo, liemens stabilumo pasikeliant ir liemens sukamojo stabilumo judesių kokybę.

Tyrimo metodai: literatūros analizė, funkcinį judesių testavimas (FMS).

Funkcinių judesių vertinimas

Vaiko noras judėti labai priklauso nuo jo biomechaninių ir fiziologinių savybių. Norint efektyviai jas lavinti, būtina tinkamai parinkti fizinio krūvio lygį, o tai prasideda nuo tikslaus įvertinimo. Funkcinių judesių vertinimo metodika (angl. *Functional Movement Screen*, FMS) analizuoja septynis pagrindinius judesius, kurie atspindi esmines žmogaus judėjimo biomechanines savybes. Vaikams FMS yra itin naudinga, nes, remiantis FMS rezultatais, galima taikyti korekcinis pratimus, kurie pagerina judesių kokybę, stiprina raumenis ir sumažina traumų riziką ateityje. Kaip pabrėžia Vehrs ir kt. (2021), FMS yra „patikimas, praktiškas ir prieinamas įrankis, skirtas nustatyti disfunkcinius judesių modelius ir asimetrijas, todėl jis yra vertingas treneriams, kūno kultūros mokytojams ir sveikatos specialistams dirbant su vaikais ir paaugliais“. Taigi FMS nėra tik diagnostikos priemonė

– tai ir efektyvus prevencijos įrankis, padedantis užtikrinti tvirtą pagrindą sveikam fiziniam vystymuisi.

Funkcinių judesių kokybės vertinimas

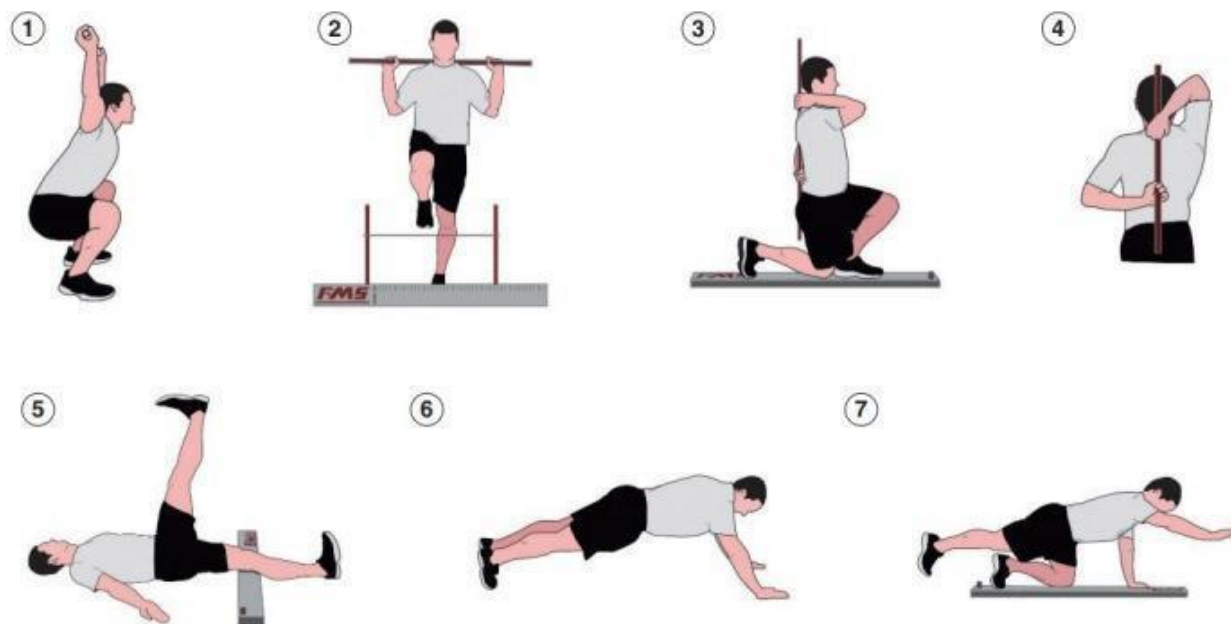
Tyrimė buvo naudojami septyni Funkcinių judesių vertinimo sistemos pratimai: gilus pritūpimas, žingsnis per barjerą, įtūpstas, pečių mobilumo testas, tiesios kojos aktyvus kėlimas, liemens stabilumo pasikeliant ir liemens sukamojo stabilumo testai. Neseniai pridėtas aštuntas pratimas, skirtas čiurnos mobilumui vertinti, nebuvo įtrauktas, nes mokslinės literatūros apžvalgos, tokios kaip straipsnis *The Assessment of Functional Movement in Children and Adolescents: A Systematic Review and Meta-Analysis* (O'Brien et al., 2021) ir tyrimai rodo, kad septynių pagrindinių judesio stereotipų pakanka išsamiai vertinti vaikų funkcinius gebėjimus. Be to, čiurnos mobilumo testas gali būti laikomas papildomu, bet nebūtinu komponentu, vertinant bendrą judesių kokybę jaunesnio amžiaus vaikų populiacijoje. Kai kurie pratimai modifikuoti, atsižvelgiant į tyrimė dalyvavusių vaikų gebėjimus, nes jie neturėjo jokios ankstesnės patirties su šiuo testu. Standartiškai FMS atliekamas pagal žodines instrukcijas, tačiau vaikams buvo pritaikytas demonstravimo metodas, kuris geriau atitiko jų amžių ir galimybes.

Kiekvienas funkcinis pratimas skirtas tiksliai įvertinti tam tikras judesių savybes, identifikuoti biomechaninius trūkumus ar ribotumus bei nustatyti galimą riziką. 1 lentelėje ir 1 pav. pateikiamos FMS užduotys, jų tikslai ir gebėjimų vertinimai.

1 lentelė. FMS charakteristika

Eil. nr.	Užduotys	Tikslas	Gebėjimai
1.	Gilus pritūpimas	Įvertinti galūnių mobilumą, kūno laikyseną ir kontrolę kompleksinio judesio metu.	Koordinuota apatinių galūnių mobilumo bei juosmeninės dalies ir viso liemens stabilizacinių sistemų veikla, kai pečių lanko ir klubo padėtys išlieka simetriškos.
2.	Žingsnis per barjerą	Įvertinti koordinuotą kūno dalių biomechaninį judesio atlikimą, stabilumą ir judesio kontrolę, stovint remiantis viena koja.	Dubens stabilumas lenkiant ir keliant koją per kliūtį bei liemens stabilumas atliekant kūno masės centro perskirstymą.
3.	Įtūpstas	Įvertinti tiriamojo kinestetinį jutimą, liemens ir dubens stabilizaciją, klubo, kelio ir čiurnos sąnarių mobilumą bei atraminės kojos stabilumą.	Reciprokinė stabilizacija (priešingų galūnių), kai reikalinga papildoma stabilizacija sudėtingų rotacinių, pasilenkimo į šoną bei amortizacinių judesių metu.
4.	Peties mobilumas	Įvertinti krūtininės nugaros dalies bei peties lanko struktūrų kompleksinį funkcionalumą.	Abiejų rankų judesiai atliekant vienos rankos tiesimą, vidinę rotaciją ir pritraukimą bei kitos rankos lenkimą, išorinę rotaciją ir atitraukimą.
5.	Tiesios kojos aktyvus kėlimas	Įvertinti šlaunies dvigalvių ir klubo sąnario mobilumą bei juosmens stabilumą.	Apatinių galūnių aktyvus mobilumas, taip pat juosmeninės nugaros dalies bei dubens integracija atliekamo judesio metu.
6.	Liemens stabilumas pasikeliant	Įvertinti integruotą stabilizatorių veikimą, kai dinaminis krūvis tenka viršutinėms galūnėms.	Refleksinė dubens, liemens, mentę stabilizuojančių raumenų funkcija vienkartinio, viršutinių galūnių pasikėlimo uždaroje kinetinėje grandinėje.
7.	Liemens sukamasis stabilumas	Įvertinti priešingų pusių klubo sąnarių mobilumą ir stabilumą bei krūtininės nugaros dalies mobilumą ir pečių lanko stabilizatorių funkcionalumą.	Liemens stabilumo išlaikymas atliekant vienu metu dinaminį judesį ir koja, ir ranka.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Functional Movement Systems & Cook, 2015)



1 pav. Funkcinių judesių vertinimo (FMS) sistemos užduotys

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lee et al., 2019)

Tyrimo organizavimas

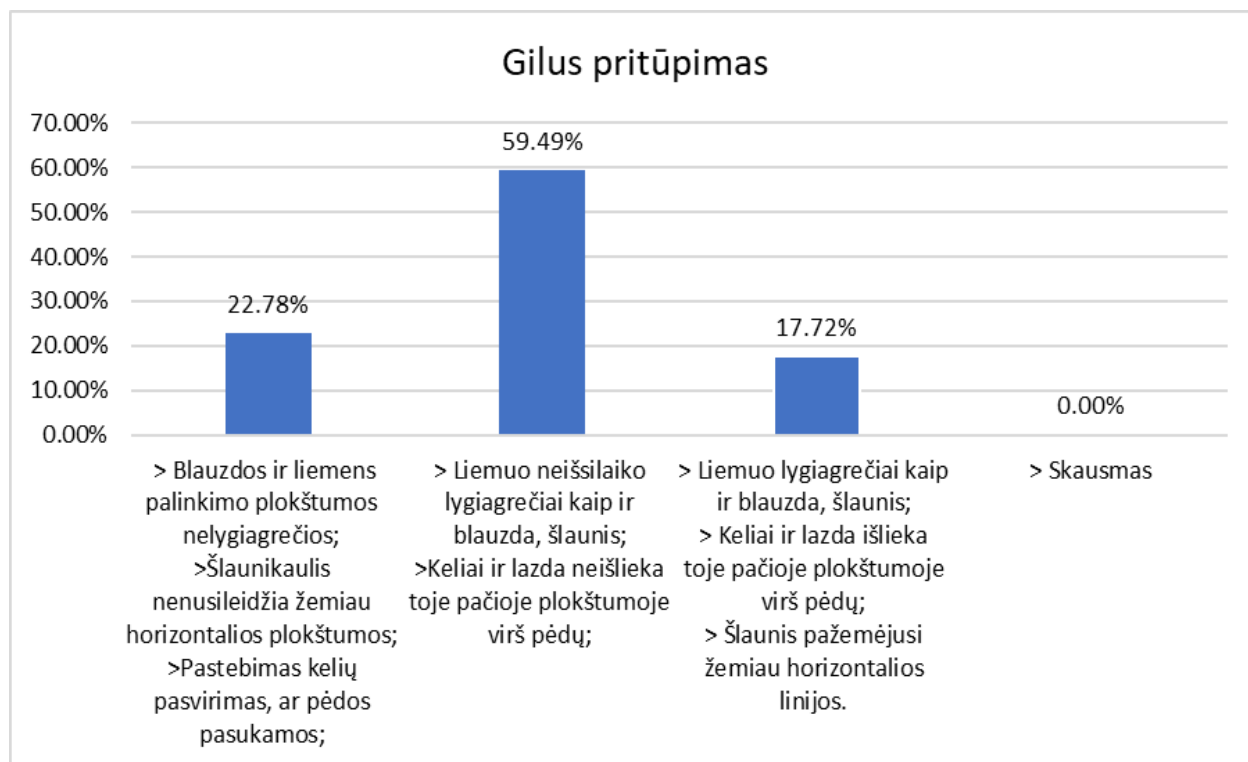
Fizinio rengimo trenerių ir kineziterapeutų komanda „Sporto galia“ 2024 m. spalio–lapkričio mėnesiais vykdė tyrimą pagal projektą „Reguliarus fizinio aktyvumo plėtra mokyklinio amžiaus vaikams Vilniaus m. ir r. savivaldybės mokyklose“, finansuojamą Sporto rėmimo fondo. Projekto tikslas – suteikti pradinių klasių vaikams galimybę nemokamai dalyvauti reguliariose fizinio aktyvumo treniruotėse, kurias mokyklose organizuoja profesionalūs treneriai ir kineziterapeutai. Tyrimo metu, siekiant įvertinti projekto poveikį vaikų fiziniam pasirengimui, iš 20 projekte dalyvaujančių mokyklų atsitiktine atranka pasirinktos 5 bendrojo ugdymo mokyklos. Iš kiekvienos mokyklos buvo pakviesta dalyvauti po 20 vaikų, sudarant 100 vaikų imtį. Iš jų dalyvauti FMS testavime sutiko 79 vaikai, kurių amžius buvo nuo 6 iki 12 metų. Testavimai buvo atliekami mokyklose, naudojant pritaikytas metodikas, atsižvelgiant į dalyvių amžių ir jų fizinio pasirengimo lygį.

FMS vertinimo sistemoje kiekvienas pratimas įvertinamas balais, siekiant nustatyti mobilumo, stabilumo ar raumenų disbalanso problemas. Atliekami pratimai vertinami 0–3 balų skalėje, o galutinis rezultatas gali siekti iki 21 balo: 3 balai – užduotis atliekama taisyklingai, be kompensacinių judesių ar biomechaninių trūkumų; 2 balai – užduotis atliekama su tam tikrais biomechaniniais apribojimais ar kompensaciniais judesiais, tačiau vis tiek sėkmingai; 1 balas – užduotis atliekama netaisyklingai arba nepavyksta išlaikyti tinkamos kūno padėties, rodančios rimtus mobilumo ar stabilumo trūkumus; 0 balų – užduotis neatliekama dėl skausmo arba nesugebėjimo ją įvykdyti.

Tyrimo rezultatų analizė ir apibendrinimas

Gilaus pritūpimo testavimo rezultatai

Atlikus gilaus pritūpimo testavimą, įvertinta kūno judesių sinergija, demonstruojamas bendras kūno gebėjimas efektyviai atlikti sudėtingus veiksmus. Rezultatai rodo judesių kokybės skirtumus tarp tiriamųjų, leidžiančius daryti prielaidas apie jų biomechaninių savybių išsivystymo lygį ir fizinio aktyvumo trūkumą (žr. 2 pav.).

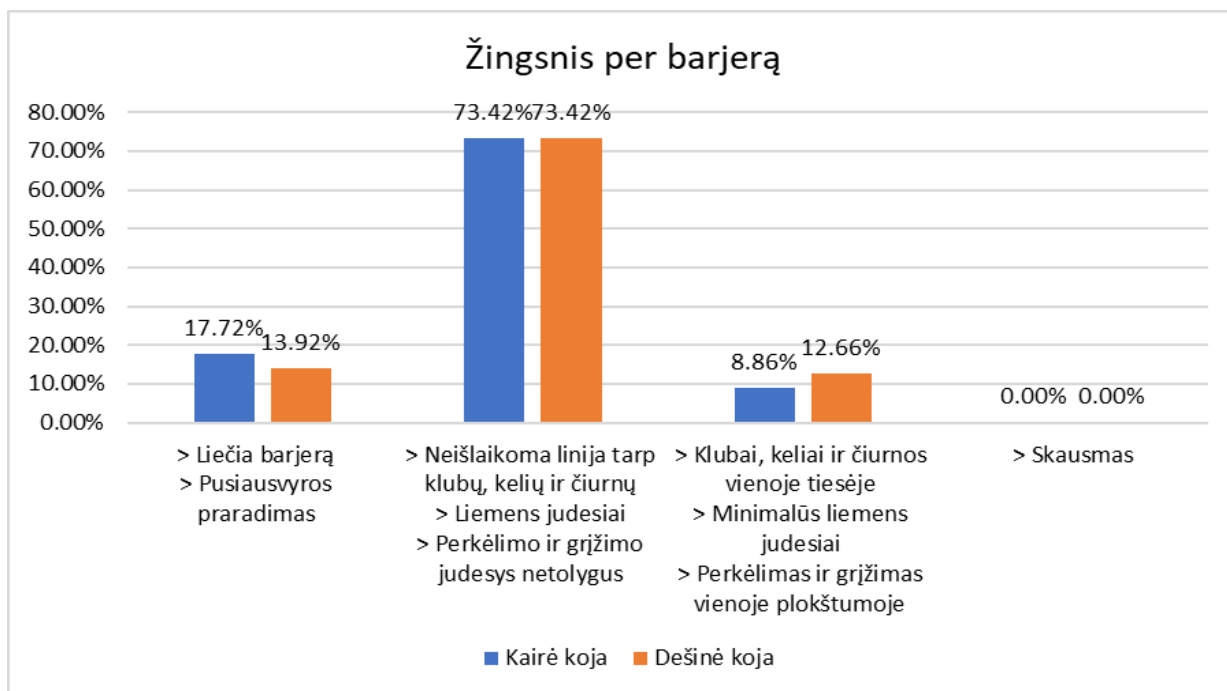


2 pav. Gilaus pritūpimo testavimo rezultatai

2 pav. matyti, kad mažiau nei penktadalis vaikų (17,72 %) sugebėjo atlikti gilų pritūpimą, išlaikydami liemenį lygiagrečiai blauzdai, o šlaunys, keliai ir lazda išliko toje pačioje plokštumoje virš pėdų, šlaunims nusileidus žemiau horizontalios linijos. Šis rodiklis atspindi gerai išvystytą koordinaciją, raumenų kontrolę ir sąnarių mobilumą. Daugiau nei pusė tiriamųjų (59,49 %) atliko gilų pritūpimą, tačiau jų liemuo neišliko lygiagretus blauzdai, o šlaunys, keliai ir lazda nukrypo nuo tos pačios plokštumos virš pėdų. Šie trūkumai gali būti susiję su ribota raumenų jėga, sąnarių mobilumo stoka ar prasta laikysena. Šiek tiek daugiau nei penktadalis tiriamųjų atliko gilų pritūpimą su akivaizdžiais biomechaniniais trūkumais: blauzdos ir liemens palinkimo plokštumos buvo nelygiagrečios, šlaunikaulis nenusileido žemiau horizontalios linijos, o kai kuriais atvejais pastebėtas kelių pasvirimas arba pėdų pasukimas. Šie rodikliai gali rodyti reikšmingus raumenų disbalansus, sąnarių mobilumo ribojimus ar nervų ir raumenų koordinacijos trūkumą. Testavimo metu nė vienas vaikas nenurodė jaučiantis skausmą, atliekant gilų pritūpimą. Tai leidžia manyti, kad pagrindinės biomechaninių trūkumų priežastys nėra susijusios su ūmiomis traumomis ar skausmo sindromais. Vis dėlto šie trūkumai gali būti nulemti fizinio aktyvumo trūkumo, nepakankamo raumenų vystymosi arba prastos laikysenos.

Žingsnio per barjerą testavimo rezultatai

Atliekant žingsnį per barjerą, vertintas tiriamųjų gebėjimas atlikti koordinuotus ir simetriškus judesius, reikalaujančius dubens stabilumo, čiurnos, kelio ir klubo sąnarių mobilumo, taip pat liemens kontrolės. Rezultatai parodė judesių kokybės skirtumus, atspindinčius biomechaninių savybių išsivystymo lygį ir galimus raumenų disbalansus (žr. 3 pav.).

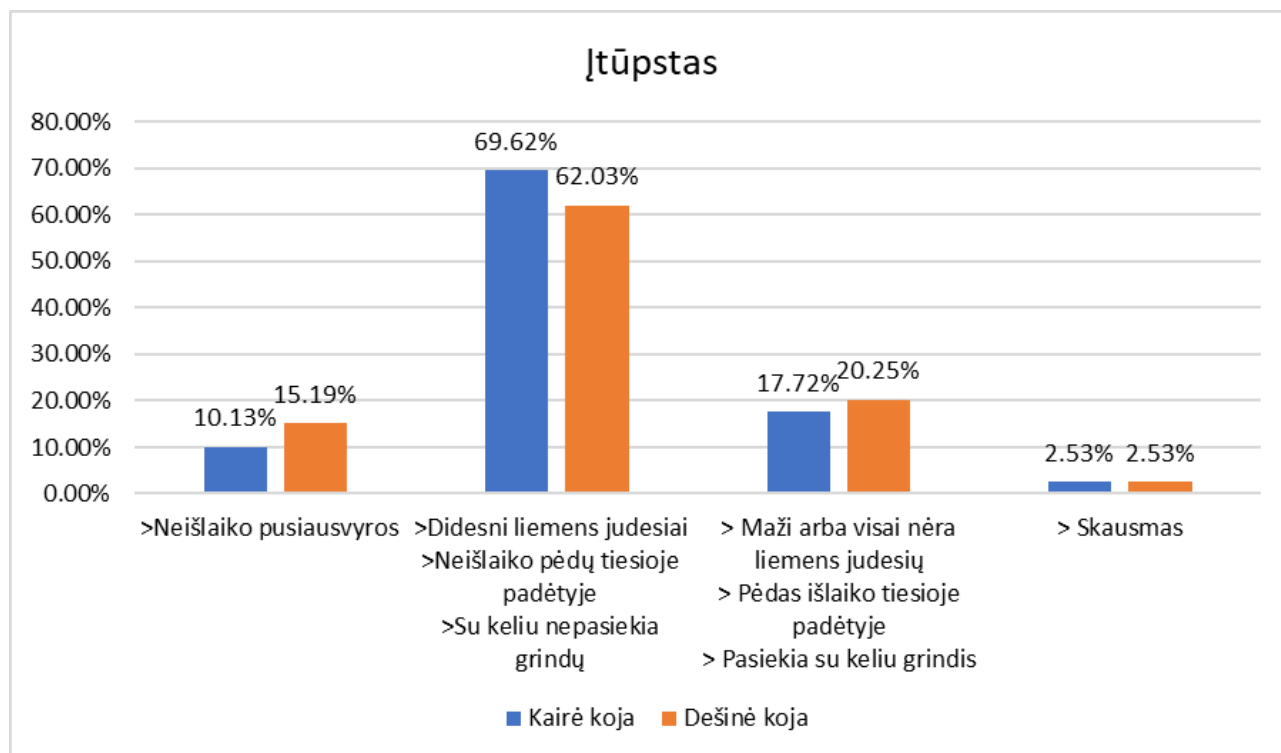


3 pav. Žingsnio per barjerą testavimo rezultatai

Atlikę žingsnio per barjerą testą kairiąja koja, trijų balų kriterijų pasiekė mažiau nei kas aštuntas (8,86 %) tiriamasis, o dešine koja – šiek tiek daugiau (12,66 %). Trijų balų kriterijus apima klubų, kelių ir čiurnų linijos išlaikymą, minimalius liemens judesius bei sklandų judesio perkėlimą ir grįžimą vienoje plokštumoje. Šie rezultatai atspindi aukštą koordinacijos, dubens stabilumo ir sąnarių mobilumo lygį. Didžioji dalis vaikų (73,42 %) abiem kojomis pasiekė dviejų balų kriterijų. Tai rodo, kad dažniausiai neišlaikoma klubų, kelių ir čiurnų linija, pastebimi liemens judesiai, o perkėlimo ir grįžimo judesiai netolygūs. Minėti trūkumai gali būti susiję su vidutiniais raumenų disbalansais, daliniu dubens stabilumo trūkumu ar sąnarių mobilumo ribotumais. Už judesio atlikimą kairiąja koja vieną balą gavo šiek tiek mažiau nei penktadalis (17,72 %) tiriamųjų, o dešine koja – kiek daugiau nei kas aštuntas tiriamasis (13,92 %). Vieno balo kriterijus apima barjero lietimą, pusiausvyros praradimą ar nekontroliuojamus liemens judesius. Šie rezultatai gali rodyti reikšmingą sąnarių mobilumo stoką, dubens nestabilumą ar nervų ir raumenų koordinacijos trūkumą. Testavimo metu nė vienas tiriamasis nenurodė, kad jautė skausmą, atlikdami žingsnį per barjerą, todėl galima manyti, kad pastebėti trūkumai nėra susiję su ūmiomis traumomis ar skausmo sindromais. Tikėtina, kad šie rezultatai atspindi fizinio aktyvumo trūkumą, raumenų disbalansus arba nepakankamai išsivysčiusias biomechanines savybes.

Įtūpsto testavimo rezultatai

Atliekant įtūpsto testavimą, buvo vertinamas tiriamųjų gebėjimas išlaikyti dubens ir liemens stabilumą, atlikti koordinuotus judesius bei užtikrinti sąnarių mobilumą. Rezultatai parodė judesių kokybės skirtumus, atspindinčius biomechaninių savybių lygį ir galimus raumenų disbalansus (žr. 4 pav.).

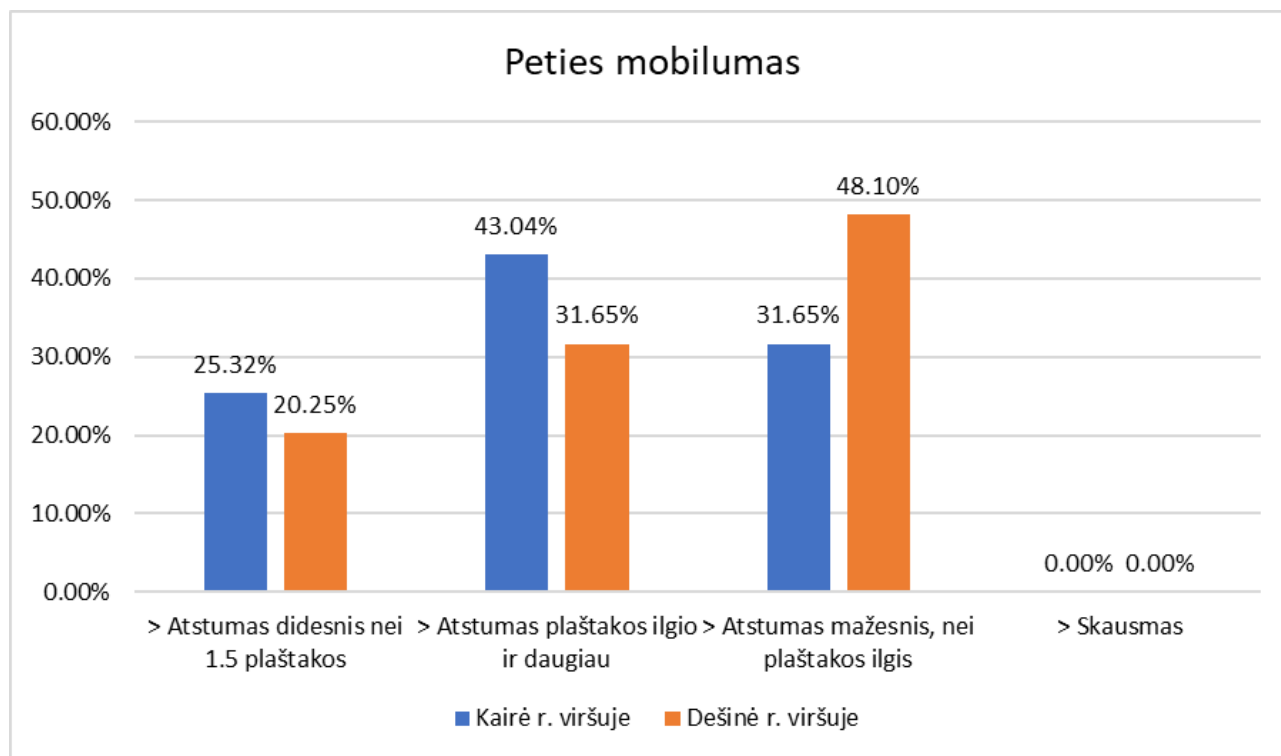


4 pav. Ītūpstos testavimo rezultāti

Triju balu kriteriju, apimantu mažu arba visai nepastebimus liemens judesius, pedu islaikyma tiesioje padetyje ir su keliu pasiektu grindu pavirsiu, pasieku penktadalis tiriamuju. Uz itupsto atlikimu desiniaja koja 20,25 proc. tiriamuju gavo tris balus, o kairiaja koja – tiek tiek maziau (17,72 %). Sie rezultatai atspindi gerai isvystyta judesiu koordinacija, dubens stabiluma ir sanariu mobiluma. Didzioji dalis tiriamuju uz judesiu, atlikta tiek kairiaja (69,62 %), tiek desiniaja (62,03 %) kojomis, gavo du balus. Mineti rezultatai rodo didesnius liemens judesius, pedu linijos neislaikyma ir negebimaja keliu pasiekti grindis. Trukumai gali buti susije su raumenu disbalansu, dubens stabilumo trukumu arba ribota sanariu mobilumo amplitude. Vieno balo kriteriju, apimantu pusiausvros praradima ar barjero lietima, pasieku 10,13 proc. tiriamuju, atlike itupsta kairiaja koja, ir 15,19 proc., atlike itupsta desiniaja koja. Sie rezultatai gali informuoti apie reikšmingus raumenu koordinacijos sutrikimus arba dubens stabilumo stoka. Du tiriamieji (2,53 %) neatliko judesio del patirto skausmo. Tai leidžia manyti, kad dalis funkciniu sutrikimu gali buti susije su biomechaniniais trukumais, sukelianciais lokalizuota skausma, arba su anksciau patirtomis traumomis, kurios turėjo poveiki judesiu atlikimo kokybei ir galimybems. Sie rezultatai rodo, kad itupsto testas yra svarbus, vertinant tiriamuju funkcini pasirengima, stabilumo ir mobilumo gebėjimus.

Pečiu mobilumo testavimo rezultatai

Atliekant pečiu mobilumo testavima, buvo vertinamas tiriamuju gebėjimas islaikyti pečiu sanariu judesiu amplitude, krutinės lāstos mobiluma ir abipusiu ranku judesiu simetriškuma. Rezultatai parode skirtumus tarp kairės ir dešinės rankos mobilumo, atspindinčius galimus judesiu disbalansus ir skirtingus sanariu lankstumo lygius (žr. 5 pav.).

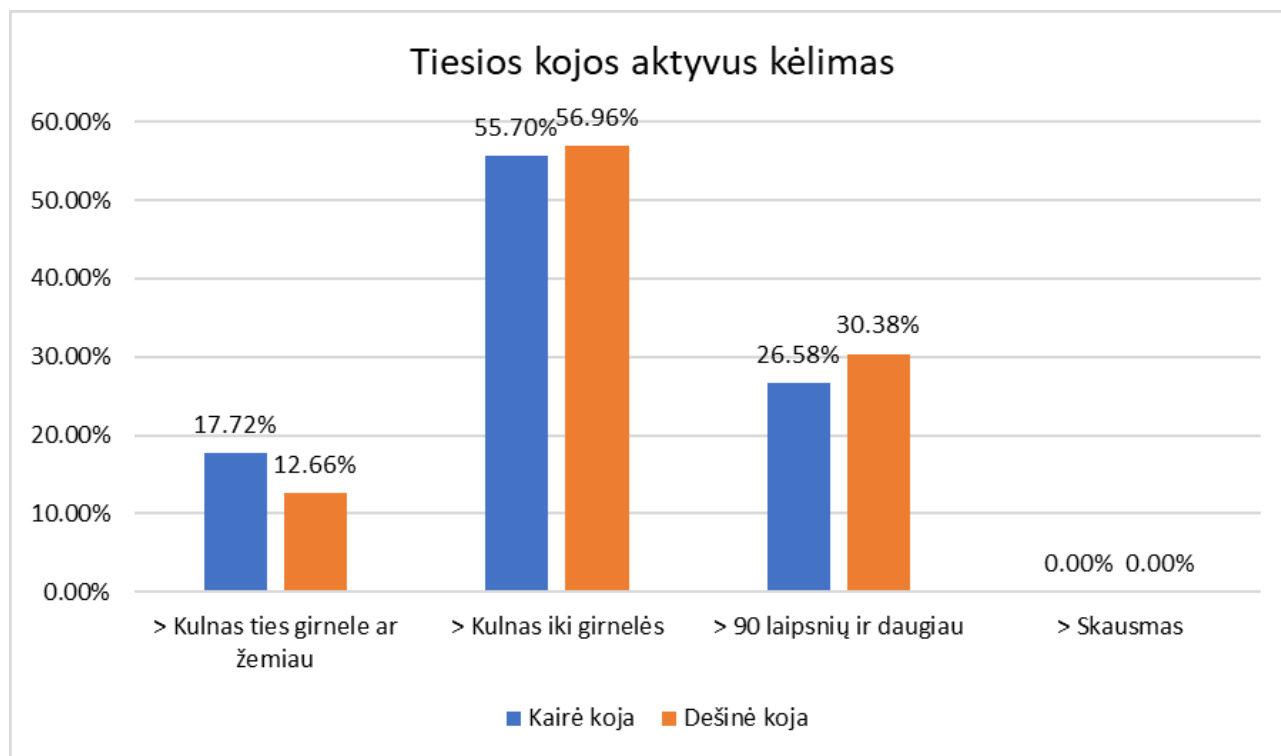


5 pav. Peties mobilumo testavimo rezultatai

Trijų balų kriterijų, apimančių atstumą tarp kumščių, mažesni nei plaštakos ilgis, pasiekė beveik kas trečias tiriamasis (31,65 %), atlikęs judesį kairiaja ranka, ir beveik kas antras (48,10 %), atlikęs judesį dešiniąja ranka. Šie rezultatai rodo gerą sąnarių mobilumą, rankų judesių amplitudę ir proporcingą raumenų elastingumą. Dviejų balų kriterijų, apimančių atstumą tarp kumščių, lygų plaštakos ilgiui arba didesnį, kairiaja ranka pasiekė 43,04 proc. tiriamųjų, o atlikę judesį dešiniąja ranka – trečdalis (31,65 %) tiriamųjų. Gauti rezultatai atspindi vidutinį pečių sąnarių mobilumo ir viršutinės kūno dalies lankstumo lygį, galintį riboti tam tikrus funkcinis judesius. Vieno balo kriterijų, kai atstumas tarp kumščių viršija 1,5 plaštakos ilgio, pasiekė ketvirtadalis (25,32 %) tiriamųjų, atlikę judesį kairiaja ranka, ir penktadalis (20,25 %), atlikę judesį dešiniąja ranka. Minėti rezultatai gali informuoti apie reikšmingus pečių mobilumo ribojimus, krūtinės ląstos paslankumo stoką ar galimus judesių disbalansus tarp rankų. Testavimo metu nė vienas tiriamasis nenurodė skausmo atliekant judesį, todėl galima daryti prielaidą, kad aptikti judesių apribojimai nėra susiję su ūmiomis traumomis ar skausmo sindromais, o galimai nulemti biomechaninių savybių išsivystymo lygio, laikysenos ar fizinio aktyvumo trūkumo.

Tiesios kojos aktyvaus kėlimo testavimo rezultatai

Atliekant tiesios kojos aktyvaus kėlimo testą, buvo vertinama tiriamųjų apatinių galūnių mobilumo amplitudė, juosmens stabilumas ir klubo sąnario paslankumas. Rezultatai parodė skirtumus tarp kairės ir dešinės kojos mobilumo, leidžiančius daryti išvadas apie funkcinę būklę ir galimus raumenų disbalansus (žr. 6 pav.).

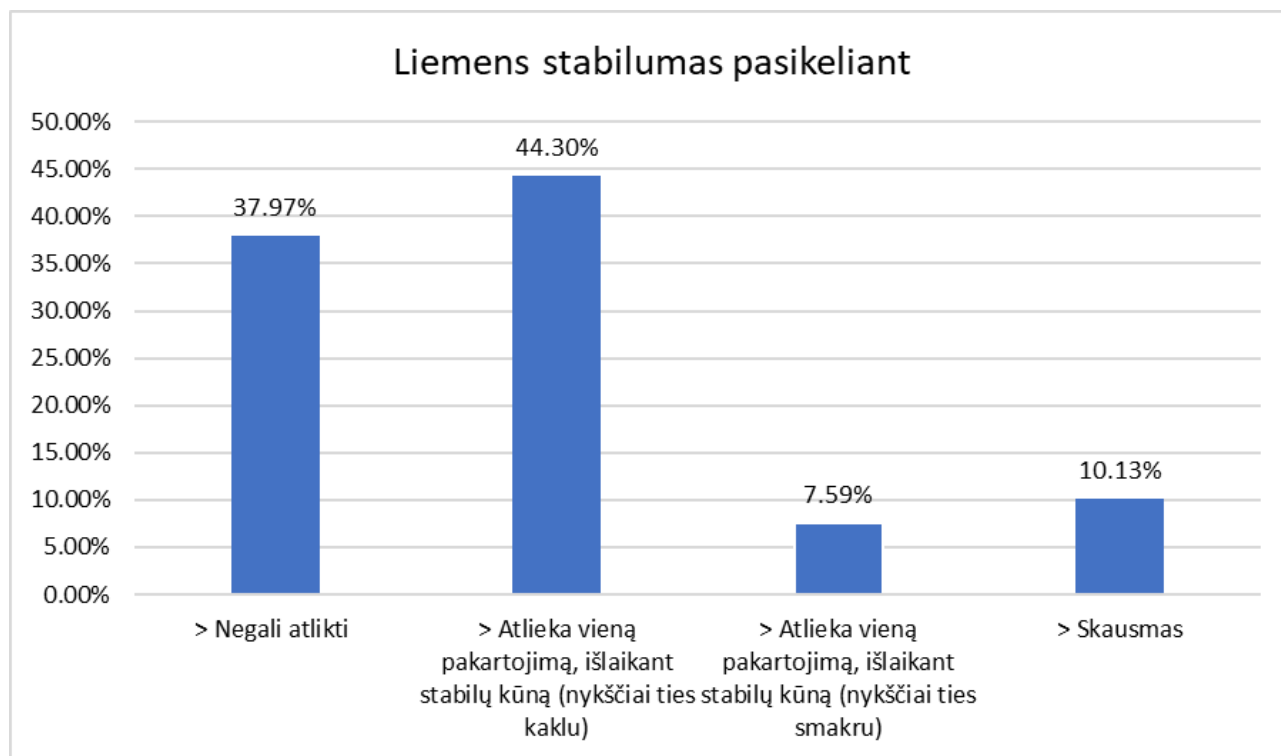


6 pav. Tiesios kojos aktyvaus kėlimo testavimo rezultatai

Trijų balų kriterijų, kai aktyvus kojos kėlimas pasiekia 90° kampą, pasiekė daugiau nei penktadalis tiriamųjų (26,58 %), atlikę judesį kairiąja koja, ir 30,38 proc. tiriamųjų, atlikę judesį dešiniąja koja. Šie rezultatai rodo gerą klubo sąnario mobilumą, raumenų elastingumą ir juosmens stabilumą. Didžioji dalis tiriamųjų kairiąja (55,70 %) ir dešiniąja (56,96 %) kojomis pasiekė dviejų balų kriterijų. Tai apima kojos pakėlimą aukščiau kitos kojos girnelės lygio, bet mažiau nei 90° kampu. Gauti rezultatai gali rodyti vidutinius klubo sąnario mobilumo ir raumenų lankstumo apribojimus, galinčius paveikti funkcinis judesius. Vieno balo kriterijų, kai kulnas pakeliamas iki kitos kojos girnelės lygio arba žemiau, pasiekė beveik penktadalis tiriamųjų (17,72 %), atlikę judesį kairiąja koja, ir 12,66 proc. tiriamųjų, atlikę judesį dešiniąja koja. Minėti rezultatai atspindi reikšmingus sąnarių mobilumo ribojimus, raumenų standumą ar nervų ir raumenų kontrolės trūkumą. Testavimo metu nė vienas vaikas nenurodė, kad jaučia skausmą, todėl galima manyti, kad pastebėti judesių apribojimai nėra susiję su ūmiomis traumomis ar skausmu. Tiesios kojos aktyvaus kėlimo testas leidžia tiksliai įvertinti apatinių galūnių mobilumo lygį, juosmens stabilumą ir galimus biomechaninius trūkumus.

Liemens stabilumo pasikeliant testavimo rezultatai

Atliekant liemens stabilumo pasikeliant testavimą, buvo vertinamas tiriamųjų gebėjimas išlaikyti stabilų kūną, atliekant atsispaudimą, atsižvelgiant į rankų padėties įtaką liemens kontrolės ir kūno stabilumo lygiui. Rezultatai atskleidė skirtumus tarp tiriamųjų judesių kokybės, o tai leidžia vertinti jų funkcinę būklę ir biomechaninius gebėjimus (žr. 7 pav.).

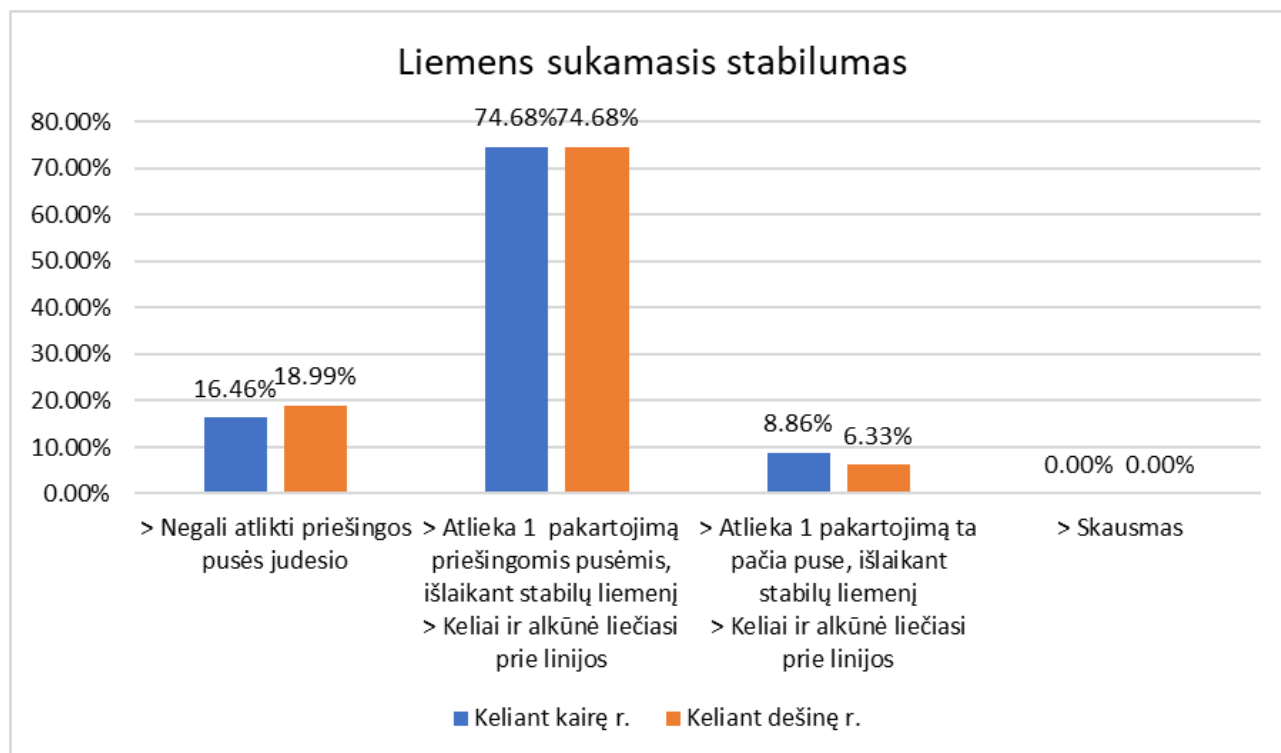


7 pav. Liemens stabilumo pasikeliant testavimo rezultatai

Trijų balų kriterijų, apimančių vieną stabilų atsispaudimą, kai nykščiai yra ties smakru, pasiekė mažiau nei kas dešimtas tiriamasis (7,59 %). Šie rezultatai atspindi gerą liemens kontrolės lygį, koordinaciją ir centrinės kūno dalies stabilumą. Beveik pusė tiriamųjų (44,30 %) už atliktą atsispaudimą, kai stabilus kūnas išlaikomas nykščiams esant ties kaklu, gavo du balus. Tai rodo vidutinį liemens stabilumo ir kūno kontrolės lygį, tačiau galimai ribotą centrinės kūno dalies raumenų jėgą arba koordinacijos trūkumą sudėtingesniems judesiams. Vieno balo kriterijų, kuris reiškia, kad tiriamasis negali atlikti judesio (be skausmo), pasiekė 37,97 proc. tiriamųjų. Tai rodo reikšmingus liemens stabilumo, raumenų jėgos ar koordinacijos trūkumus, kurie gali riboti tiriamųjų gebėjimą efektyviai atlikti sudėtingus judesius. Testavimo metu 10,13 proc. tiriamųjų nurodė patiriantys skausmą atliekant judesį. Tai leidžia manyti, kad dalis tiriamųjų biomechaninių sutrikimų gali būti susiję su lokalizuotais skausmo sindromais arba ankstesnėmis traumomis, kurios turėjo įtakos kūno stabilumo ir judesių kokybės gebėjimams.

Liemens sukamojo stabilumo testavimo rezultatai

Atliekant liemens sukamąjį stabilumo testą, buvo vertinami tiriamųjų liemens stabilumo, koordinacijos ir simetrijos gebėjimai atliekant judesius priešingomis ir ta pačia kūno pusėmis. Rezultatai atskleidė reikšmingus skirtumus tarp tiriamųjų gebėjimų išlaikyti stabilų liemenį, o tai leidžia spręsti apie jų centrinės kūno dalies funkcinę būklę ir biomechanines savybes (žr. 8 pav.).



8 pav. Liemens sukamojo stabilumo testavimo rezultatai

Trijų balų kriterijų, apimančių vieną pakartojimą ta pačia kūno puse, išlaikant stabilų liemenį ir užtikrinant, kad keliai ir alkūnė liečiasi prie linijos, pasiekė kas tryliktas tiriamasis (8,86 %), atlikdamas judesį kairiaja puse, ir kas šešioktas (6,33 %), atlikdamas judesį dešiniąja puse. Šie rezultatai rodo gerą, bet retai pasitaikantį sukamųjų judesių stabilumą, koordinaciją ir simetrišką raumenų valdymą. Dviejų balų kriterijų, apimančių vieną pakartojimą priešingomis kūno pusėmis, išlaikant stabilų liemenį ir užtikrinant, kad keliai ir alkūnė liečiasi prie linijos, pasiekė didžioji dalis tiriamųjų (74,68 %) atlikdami judesį abiem pusėmis. Tai rodo vidutinį liemens stabilumo ir koordinacijos lygį, leidžiantį atlikti funkcinis judesius, tačiau galimai atskleidžia ribotą simetriškumą ir kai kurių raumenų grupių nepakankamą įsitraukimą. Vienas balas buvo skirtas tiems tiriamiesiems, kurie negalėjo atlikti judesio pagal dviejų balų kriterijus. Judesio atlikti kairiaja puse nesugebėjo 16,46 proc. tiriamųjų, o dešiniąja puse – 18,99 proc. Šie rezultatai rodo reikšmingus nervų ir raumenų koordinacijos sutrikimus, liemens stabilumo stoką arba judesių disbalansą tarp kūno pusių. Testavimo metu nė vienas vaikas nenurodė, kad jaučia skausmą, todėl galima daryti prielaidą, kad pastebėti apribojimai nėra susiję su ūmiomis traumomis ar skausmo sindromais. Liemens sukamojo stabilumo testas yra svarbus diagnostinis įrankis, leidžiantis nustatyti funkcinis liemens stabilumo sutrikimus, o šie rezultatai pabrėžia individualizuotų treniruočių ir korekcinę programų poreikį.

Tyrimo rezultatai atskleidė vaikų judesių kokybės skirtumus, kurie rodo jų biomechaninių savybių, judesių koordinacijos, stabilumo ir mobilumo lygį. Testavimas parodė, kad tik nedidelė dalis tiriamųjų sugebėjo pasiekti aukščiausius vertinimo kriterijus, atspindinčius gerai išvystytas funkcines savybes, o dauguma vaikų susidūrė su vidutiniais arba reikšmingais judesių apribojimais. Tyrimo duomenys rodo, kad vaikams būdingi funkciniai apribojimai, susiję su ribotu sąnarių mobilumu, silpna liemens stabilizacija arba raumenų disbalansu. Šie rezultatai pabrėžia fizinio aktyvumo, laikysenos gerinimo ir tikslinių korekcinę programų svarbą, siekiant pagerinti vaikų funkcines savybes ir judesių kokybę.

IŠVADOS

Mokslinės literatūros analizė rodo, kad judesių kokybė yra susijusi su raumenų jėga, sąnarių mobilumu, koordinacija ir stabilumu. Tai svarbu vertinant vaikų funkcinį pasirengimą ir nustatant galimus raumenų disbalansus ar fizinio aktyvumo trūkumą. Tyrimai atskleidžia, kad tokie funkciniai judesiai, kaip gilus pritūpimas ar žingsnis per barjerą, gali būti naudojami kaip rodikliai, atspindintys biomechaninių savybių išsivystymo lygį.

Gilaus pritūpimo testo rezultatai rodo, kad 17,72 proc. vaikų atliko judesį idealiai, o kitiems buvo pastebėta biomechaninių trūkumų. Žingsnio per kliūtį testo rezultatai parodė, kad dauguma vaikų pasiekė dviejų balų kriterijus, tačiau trūko simetrijos ir koordinacijos. Įtūpstą be trūkumų atliko penktadalis tiriamųjų, tačiau kiti turėjo sunkumų dėl dubens stabilumo ir sąnarių mobilumo. Pečių mobilumo testą puikiai atliko 31,65 proc. tiriamųjų, tačiau kitų pečių lankstumas buvo vidutinis ar ribotas. Tik maža dalis vaikų už tiesios kojos aktyvaus kėlimo testą gavo tris balus. Didelė dalis tiriamųjų pasiekė vidutinį liemens stabilumo rezultatą, o trūkumų pastebėta daugumos vaikų atvejais. Liemens sukamojo stabilumo testo rezultatai parodė vidutinį sukamųjų judesių stabilumą, tačiau kai kuriems vaikams nustatyta koordinacijos sutrikimų ir raumenų disbalansas.

Rekomendacijos

Didinti vaikų fizinį aktyvumą, įtraukiant reguliarias veiklas, skatinančias sąnarių mobilumą, liemens stabilumą ir bendrą raumenų jėgą.

Kurti individualizuotas korekcines programas, skirtas sąnarių mobilumui ir liemens stabilumui stiprinti.

Šviesti pedagogus, trenerius ir tėvus apie funkcinio vertinimo svarbą ir galimus trūkumų padarinius.

Skatinti ankstyvą biomechaninių trūkumų identifikavimą ir korekciją, siekiant išvengti traumų ir lėtinių problemų.

Atlikti periodinius vertinimus, naudojant FMS sistemą, kad būtų galima stebėti vaikų progresą ir efektyviai koreguoti intervencijas.

Diskutuotini klausimai ir įžvalgos

Ar skirtumai tarp vaikų rezultatų gali būti siejami su skirtingais fizinio ugdymo metodais mokyklose?

Ar FMS yra pakankamai tiksli vaikų biomechaniniams sutrikimams įvertinti, ar reikalingos papildomos modifikacijos?

Kaip vaikų fiziologiniai ypatumai (amžius, augimo tempas) gali paveikti rezultatų interpretaciją?

Koks yra ilgalaikis poveikis vaikams, kurie nesiekia aukščiausių funkcinio kriterijų? Ar jie labiau linkę patirti traumas arba susidurti su sveikatos problemomis vėlesniame amžiuje?

Kokie veiksmingiausi intervencijos metodai, siekiant užtikrinti ilgalaikę biomechaninių savybių gerinimo naudą?

Literatūros sąrašas

Emeljanovas, A., Mieziene, B., Gruodyte-Racienė, R., Sukys, S., Rutkauskaitė, R., Trinkuniene, L., Fatkulina, N., & Gerulskiene, I. (2018). Results from Lithuania's 2018 report card on physical activity for children and youth. *Journal of Physical Activity and Health*, 15(S2), S382–S383. <https://journals.humankinetics.com/view/journals/jpah/15/s2/article-pS382.xml>

Functional Movement Systems, & Cook, G. (2015). *Functional Movement Screen Level 1 Manual (11 versija: internetinė)*. Functional Movement Systems.

Lee, S., Kim, H., & Kim, J. (2019). Seven test of functional movement screen. The functional movement screen total score and physical performance in elite male collegiate soccer players. *Journal of Exercise Rehabilitation*, 15(5), 657–662. <https://doi.org/10.12965/jer.1938422.211>

O'Brien, W., Khodaverdi, Z., Bolger, L., Tarantino, G., Philpott, C., & Neville, R. D. (2022). The assessment of functional movement in children and adolescents: a systematic review and meta-analysis. *Sports Medicine*, 52(1), 37–53. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40279-021-01529-3>

Vehrs, P., Uvacek, M., & Johnson, A. (2021). Assessment of dysfunctional movements and asymmetries in children and adolescents using the functional movement screen – a narrative review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12501. <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/23/12501>

Visagurskienė, K., & Grigonienė, J. (2015). *Ikimokyklinio ir pradinio mokyklinio amžiaus vaikų fizinių ypatybių testavimas ir ugdymas*. Švietimo aprūpinimo centras. <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba%3A18315603/datastreams/MAIN/content>

SUMMARY

ASSESSMENT OF CHILDREN'S FUNCTIONAL MOVEMENT QUALITY

Domas Krivelis, Aurimas Maščinskas, Severin Matulevič

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

domas.krivelis@stud.viko.lt, aurimas.mascinskas@stud.viko.lt, severin.matulevic@stud.viko.lt

Consulted by Kristina Žukienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

k.zukiene@spf.viko.lt

The importance of physical activity for general well-being and the maintenance of essential physiological processes, such as the circulatory system and cellular function, has been consistently highlighted in research. It is of particular importance to direct attention to the period of childhood and adolescence, during which biomechanical abilities, such as coordination, balance, and muscle control, are being developed. These abilities ultimately determine the quality of movement and health in later life. The issue is the observed decline in the quality of children's functional movement. The objective of this study is to assess the quality of children's functional movements. The objective was to examine the existing literature on the assessment of children's functional movement quality in order to justify the relevance of the study. In addition, the quality of several specific movements was tested, including deep squats, step-over hurdles, single-line squats, shoulder mobility, active straight leg raising, trunk stability during push-ups, and rotational stability movements. The methodology employed in this study is as follows: a literature analysis and functional movement testing (FMS) were conducted. The Functional Movement Screen (FMS) is a tool that assesses seven fundamental movements, reflecting the essential biomechanical properties of human movement. The FMS is an effective method for preventing injuries and ensuring a solid foundation for healthy physical development. Each functional exercise is designed to accurately assess specific movement characteristics, identify biomechanical deficiencies or limitations, and identify potential risks. The results of the study revealed differences in movement quality between children, indicating their level of biomechanical performance, movement coordination, stability, and mobility. The results of the testing demonstrated that only a small proportion of the subjects were able to achieve the highest scores, which reflected well-developed functional qualities. In contrast, the majority of children exhibited moderate or significant movement limitations. The findings indicate that children exhibit functional limitations associated with restricted joint mobility, inadequate trunk stabilization, and muscle imbalances. These results underscore the importance of physical activity, postural improvement, and targeted corrective programs to enhance children's functional performance and movement quality. The findings from the literature analysis indicate that movement quality is associated with muscle strength, joint mobility, coordination, and stability. This is significant for the evaluation of children's functional fitness and the identification of potential muscle imbalances or deficiencies in physical activity. The research indicates that functional movements, such as deep squatting or stepping over an obstacle, can be utilized as indicators of the level of development of biomechanical properties. The results of the deep

squat test demonstrated that 17.72% of the children exhibited optimal performance, whereas the remaining subjects exhibited biomechanical deficiencies. The results of the hurdle step test demonstrated that the majority of the children achieved the two-point criteria, yet exhibited deficiencies in symmetry and coordination. One-fifth of the subjects demonstrated proficiency in landing without exhibiting any deficiencies. However, others displayed challenges in maintaining pelvic stability and joint mobility. In the shoulder mobility test, 31.65% of the subjects demonstrated a high level of mobility, whereas others exhibited moderate or limited shoulder flexibility. Only a small proportion of the children demonstrated proficiency in the straight leg raise test. A considerable proportion of the subjects demonstrated an average score for trunk stability, whereas the majority exhibited deficiencies in this area. The rotational stability test demonstrated moderate rotational stability, although some children exhibited incoordination and muscle imbalances.

Krivelis, D., Maščinskas, A., Matulevič, S., Žukienė, K. (2025). Vaikų funkcinių judesių kokybės vertinimas. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 248-260, ISSN 2669-221X

MOKSLO, VERSLO IR INOVACIJŲ SAŲVEIKA: „ART COMPENSA GALLERY“ ŽINOMUMO DIDINIMAS, TAIKANT DIRBTINIO INTELEKTO PRIEMONES, JUNGTTINĖJE KARALYSTĖJE

Oksana Laskova

Vilniaus kolegija, Lietuva

laskova763@gmail.com

Konsultavo Laima Paraukienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

l.paraukiene@vfv.viko.lt

ĮVADAS

2019 m. pasaulį sudrebinusi koronaviruso pandemija pakoregavo verslų, organizacijų veiklą ir procesus: verslai, siekdami išsaugoti veiklos rodiklius, neprarasti klientų ir matydami, kad žmonių mobilumas vis mažėja ir atsiranda skaitmenizavimo procesas, pradėjo ieškoti būdų, kaip vystyti veiklą virtualiojoje erdvėje. Šį sprendimą priėmė ir tokios institucijos, kaip muziejai bei galerijos, o karantino metu pasaulio meno pardavimo rinkoje atsirado ir naujų internetinių galerijų platformų – startuolių, kurių pardavimo rodikliai per kelis gyvavimo rinkoje metus pasiekė aukštų rezultatų. „Art Basel“ ir UBS (2023) meno rinkos analizėje pateiktoje pardavimų ataskaitoje matyti, kad 2019 m. meno kūrinių ir antikvarinių daiktų pardavimas internetu siekė 6 mlrd. JAV dolerių pasauliniu mastu, o 2020 m. COVID-19 pandemija padvigubino pardavimą iki 12 mlrd. JAV dolerių (pasauliniu mastu) ir smarkiai padidino pasitikėjimą virtualiosiomis meno pardavimo platformomis. 2023 m. meno kūrinių pardavimo rodikliai internetu siekė 13 mlrd. JAV dolerių, o antikvarinių daiktų – 11,8 mlrd. JAV dolerių, t. y. 7 proc. daugiau negu 2022 m. Esant intensyviai politinei ir ekonominei situacijai, kuri buvo stebima 2021 m. ir 2022 m., Jungtinėje Karalystėje (JK) 2023 m. pardavimas krito 8 proc. iki 10,9 mlrd. JAV dolerių (Art Basel & UBS, 2024). Vis dėlto veiklos vystymas virtualiojoje erdvėje, derinamas su buvimu fizinėje erdvėje, suteikė galerijoms naujų galimybių didinti žinomumą ir skatinti pardavimą.

Lietuvoje virtualiųjų galerijų pavyzdžių esama nedaug, viena iš tokių platformų – 2023 m. rudenį įkurta svetainė „PaveikslaiTau.lt“ – VšĮ „Muzikinės erdvės“ startuolio projektas. Kadangi platforma yra santykinai naujas rinkos žaidėjas, siekiantis rezultatų ne tik Lietuvos, bet ir užsienio rinkose, jai svarbu pasirinkti tinkamą rinkodaros strategiją, kad būtų didinamas platformos žinomumas ir kad būtų pasiekta tikslinė auditorija. Svarbu paminėti, kad 2024 m. balandį pakeistas projekto pavadinimas – „Art Compensa Gallery“, susiejant jį su kitu viešosios įstaigos projektu – tarptautine meno muge „Art Compensa“.

Šiame straipsnyje (jis rengiamas 2024 m. gegužės pabaigoje apginto baigiamojo darbo pagrindu) nagrinėjama pagrindinė „Art Compensa Gallery“ platformos problema – žinomumo didinimas JK. Ši šalis pasirinkta kaip pagrindinė kryptis, nes 2023 m. pasaulyje meno pardavimo rinkoje JK užėmė trečią vietą po Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV), jos rinkos dydis sudaro 17 proc. viso meno pardavimo (Art Basel & UBS, 2024). Šiuo metu pasaulyje viena iš labiausiai aptariamų aktualijų yra dirbtinis intelektas (toliau – DI) ir jo panaudojimas. DI tampa svarbiu ir galingu įrankiu versluose, nes DI priemonių pateikiami sprendimai padeda verslams planuojant ir gerinant įmonės procesus, priimant sprendimus.

Problema – kaip padidinti „Art Compensa Gallery“ prekių ženklo žinomumą JK, panaudojant DI priemones.

Tikslas – parengti „Art Compensa Gallery“ žinomumo didinimo JK planą, taikant DI priemones.

Uždaviniai:

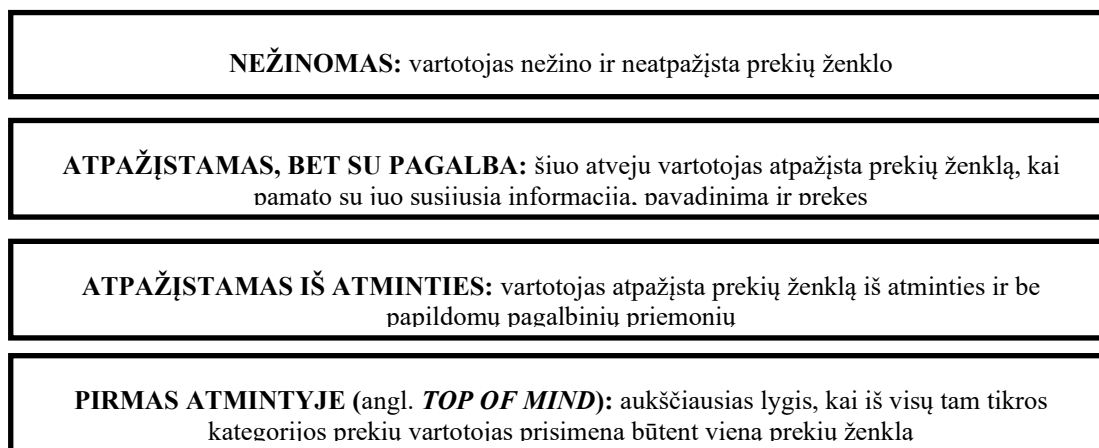
- atlikti mokslinės literatūros apie prekių ženklų žinomumo didinimą analizę;
- atlikti „Art Compensa Gallery“ žinomumo JK didinimo galimybių, taikant DI priemones, tyrimą;
- pasiūlyti DI priemones „Art Compensa Gallery“ žinomumui JK didinti.

Metodai: pusiau struktūruotas interviu (kokybinis tyrimas) ir apklausa internetu (kiekybinis tyrimas), mokslinių šaltinių analizė, statistinių duomenų analizė, kokybinė turinio analizė.

Prekių ženklų žinomumo didinimas teoriniu aspektu

Kalbant apie prekių ženklų žinomumą, labai svarbu suprasti šios sąvokos prasmę, lemiančius veiksnius ir kaip XXI amžiuje žmonių sukurtas DI gali padėti plėtoti prekių ženklų žinomumo didinimo strategiją. Kotler ir Keller (2016) teigimu, prekių ženklų žinomumas suprantamas kaip vartotojų susipažinimas su produktu ir jo charakteristikomis bei vartotojo noras produktą įsigyti net ir pakartotinai. Khair ir Latief (2023) pabrėžia, kad prekių ženklų žinomumas gali būti traktuojamas ir kaip sėkmės ženklas – jei jis gerai žinomas ir prisimenamas sprendimo pirkti priėmimo metu, tai galime vertinti kaip gerą atpažįstamumo rodiklį.

Sivaram ir kt. (2019) analizuoja keturis vartotojų žinomumo lygius, apibrėžtus Sadat Aaker (2009) (žr. 1 pav.). Kaip galima matyti iš 1 pav., atpažįstamumo lygiai skirstomi į keturias grupes, kur žemiausias lygis rodo vartotojo negebėjimą prisiminti konkretaus minimo prekių ženklų, o aukščiausias lygis – pirmas prisimenamas prekių ženklas.



1 pav. Prekių ženklų žinomumo (atpažįstamumo) lygiai

Šaltinis: sudaryta remiantis (Sivaram et al., 2019)

Vienas iš plačiai naudojamų įrankių rinkodaros tikslams pasiekti – socialiniai tinklai. Kaip teigia Bilgin (2018), socialinių tinklų paskirtis – informuoti tikslinį vartotoją ir formuoti prekių ženklų įvaizdį vartotojo sąmonėje. Šiems tikslams pasiekti įmonės gali naudoti kūrybines priemones įvairiuose socialiniuose kanaluose ir skatinti vartotojus pirkti jų prekių ženklą (Bilgin, 2018).

Atsižvelgiama į faktorių, kad vartotojai patys aktyviai dalyvauja socialinių tinklų veikloje, dalydamiesi vaizdine informacija, palikdami rekomendacijas ir išreiškdami savo nuomonę, todėl nuolat kuria strategijas, dėl kurių gali pritraukti didesnės tikslinės auditorijos dėmesį ir gauti daug naudos bei padidinti žinomumą (Saydan & Dülek, 2019). Skiriami keturi pagrindiniai faktoriai, dėl kurių prekių ženklai renkasi socialinių medijų reklamą ir rinkodarą: didesnis auditorijos pasiekiamumas, mažesnės investicijos nei tradicinės rinkodaros, galimybė rinktis reklamos strategiją, atsižvelgiant į tikslinės auditorijos bruožus, tokius kaip demografiniai rodikliai, interesai ir kt., greitesnis pasiekiamumas (Saydan & Dülek, 2019). Taip pat reikia paminėti ir vis populiarėjantį DI įrankį. Agersborg ir kt. (2020) teigimu, DI priemonių integravimas gali pagerinti prekių ženklų

kuriamą turinį ir vartotojo aptarnavimo patirtį, tokiu būdu stiprinant prekių ženklo ir kliento ryšį. Vis dėlto DI priemonės gali kelti iššūkių, kurie gali turėti neigiamą poveikį prekių ženklo įvaizdžiui.

Kalbant apie DI apibrėžimą, galima atkreipti dėmesį į 1 lentelę, kurioje nagrinėjamų mokslinių šaltinių autoriai pateikia kitų autorių (pirminių šaltinių) DI apibūdinimus (pirmi trys apibrėžimai cit. pagal Agersborg et al., 2020).

1 lentelė. DI apibrėžimai

Autoriai	Apibrėžimas
Kacena et al. (2024)	DI aplikacija. Generatyvus iš anksto parengtas transformatorius (GPT) yra technologija, kuri naudoja kompiuterių mokslo šaką, žinomą kaip natūralios kalbos apdorojimas (NLP), siekiant užmegzti ryšį tarp kompiuterių ir žmonių.
Raisch & Krakowski (2021)	DI kaip mašinos, atliekančios kognityvines funkcijas, kurios tradiciškai siejamos su žmogaus protu, tokios kaip mokymasis, sąveika ir problemų sprendimas.
Glikson & Woolley (2020)	DI kaip trumpinys kalbos kompleksišku algoritmu, skirtu duomenims rinkti ir analizuoti, kurie leidžia atlikti sudėtingus spėjimus ir vertinimus. Kalba yra pajėgi sąveikauti su aplinka ir simuliuoti ar neviršyti žmogaus intelekto.
Kaplan & Haenlein (2019)	DI kaip sistemos gebėjimas teisingai ir tinkamai interpretuoti išorinius duomenis, mokyti iš jų ir naudoti duomenimis siekiant konkrečių tikslų ir atliekant užduotis.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Agersborg et al., 2020; Kacena et al., 2024)

Iš 1 lentelės galima pastebėti, kad šaltinių autoriai apibūdina DI kaip technologiją, kaip sistemą ir kaip kalbą, o pagrindinė atliekama funkcija – duomenų apdorojimas ir kompleksinių užduočių atlikimas. Raisch ir Krakowski (2021) išskyrė dvi DI naudojimo galimybes: pirma, paprastesniems veiksams ir užduotims automatizuoti, o antra, augmentacijai, kai DI atlieka pagalbines funkcijas, leisdamas darbuotojui daugiau dėmesio skirti kūrybiškumo reikalaujančioms užduotims (cit. pagal Einola & Khoreva, 2023). „Harvard Business Review“ straipsnyje Davenport ir kt. (2021) analizavo DI priemonių pritaikymą rinkodaros procesuose ir minėjo, su kokias pagrindiniais iššūkiais susiduria įmonės integruodamos DI: pokalbių robotai gali ne padėti vartotojams, bet sukelti neigiamų pojūčių, gali kilti sunkumų tarp žmogaus (darbuotojo) ir mašinų integracijos, sudėtingas DI integravimas trečiųjų šalių platformose, klientų nepasitikėjimas DI ir baimė dėl savo asmens duomenų, saugumo ir privatumo.

Autoriai pabrėžia DI galimybes rinkti ir analizuoti rinkodarai svarbius duomenis, pradedant paspaustų patiktukų (angl. *like*) skaičiumi ir jų ypatumais bei baigiant vartotojų profilio kūrimu, remiantis jų elgesiu virtualiojoje erdvėje ir socialiniuose tinkluose. Tyrimai rodo, kad DI sukurtos reklamos strategijos, paremtos vartotojų profiliavimu ir elgsenos analize bei pritaikytos pagal vartotojų psichologinius bruožus, reikšmingai padidino paspaudimų kiekį ir pirkimus (Riva et al., 2022).

DI gali pateikti įvairių rinkodaros sprendimų, tokių kaip automatizuota klientų aptarnavimo tarnyba, intelektualios reklamos, personalizuotų rekomendacijų sistemos, klientų segmentavimas pagal jų aktyvumą socialiniuose tinkluose, tendencijų modeliavimas ir konversijų rodiklių optimizavimo sistemos. Toliau šiame straipsnyje nagrinėjami pasiūlymai pagrįsti šiais sprendimais.

„Art Compensa Gallery“ prekių ženklo žinomumo didinimo analizė

Prieš argumentuojant tyrimo metodikos pasirinkimą, svarbu atkreipti dėmesį į „Art Compensa Gallery“ veiklą ir pagrindinius rodiklius. „Art Compensa Gallery“ – tai VšĮ „Muzikinės erdvės“ nuo 2023 m. vykdomas projektas, internetinė galerija, kurioje pristatomi Lietuvos ir užsienio menininkai ir jų meno kūriniai. „Instagram“ paskyroje galerija turi apie 200 sekėjų, o apsilankymo rodikliai, remiantis „SimilarWeb“ pateiktais duomenimis (2024), nuo 2024 m. sausio iki kovo mėn. siekė 15 107. Turint omenyje, kad „Art Compensa Gallery“ priklauso viešajai įstaigai, platforma negali siekti pelno. Vis dėlto svarbu pabrėžti, kad žinomumo didinimas ir generuojamos pajamos reikalingos tam, jog jos būtų reinvestuojamos į kitus viešosios įstaigos „Muzikinės erdvės“ vykdomus projektus.

Kadangi vienas pagrindinių projekto tikslų – siekti žinomumo padidėjimo JK, svarbu argumentuoti šios rinkos pasirinkimo motyvus. „Art Basel & UBS“ 2024 m. pateiktoje meno rinkos ataskaitoje

pateikti svarbiausi rodikliai. Pagrindinių meno rinkų trejetą sudaro JAV (42 % bendros rinkos dydžio), Kinija (19 %) ir JK (17 %). Ketvirtoje vietoje kita Europos žemyno valstybė – Prancūzija (7 % bendros rinkos dydžio). 2023 m., palyginti su 2022 m., JK meno pardavimas sumažėjo 8 proc. ir siekė 10,9 mlrd. JAV dolerių, o 2019 m. JK pardavimas siekė 12,2 mlrd. JAV dolerių. JK – viena iš trijų didžiausių meno rinkų pasaulyje ir didžiausia Europos žemyne. 2012 m. pardavimas internetu JK siekė 1,6 mlrd. JAV dolerių. Kinija ir JK pastaruosius 10 m. dalijosi 2 ir 3 vietas pasaulio meno rinkos reitinguose. Be COVID-19 pandemijos, JK meno pardavimus taip pat paveikė Brexito situacija. 2020 m. užfiksuoti žemiausi meno pardavimų rodikliai JK nuo 2013 m. – 9,9 mlrd. JAV dolerių.

Atliekant tyrimą (duomenys pradėti rinkti 2024 m. balandžio 11 d. ir buvo renkami iki gegužės 8 d.), kuriuo buvo siekiama išsiaiškinti „Art Compensa Gallery“ žinomumą JK, pasirinkti kiekybinis ir kokybinis tyrimo metodai – apklausa internetu ir interviu su ekspertais. Apklausoje dalyvavo 51 respondentas, o štai interviu informantų buvo trys – projekto vadovas, menininkė ir meno ekspertas iš JK. Pasirinkti tyrimo metodai leido lengviau pasiekti tyrimo respondentus. Atkreiptinas dėmesys, kad, Dzwigol (2020) teigimu, „kokybinių ir kiekybinių metodų derinimas tyrime, įgyvendinant vadybos mokslo sritis, ženkliai palaiko patį proceso kokybę ir daro tyrimo rezultatus patikimus“ (p. 132). Tyrimo metu atliktas pusiau struktūruotas interviu, kai klausimai buvo parengti iš anksto, tačiau pokalbio metu klausantis respondento atsakymų buvo užduodami papildantys arba tikslinantys klausimai, leidžiantys gauti išsamesnius ir tikslesnius respondento atsakymus. Pagal tyrėjo ir informanto kontakto pobūdį atliktus interviu galima priskirti nuotolinio interviu būdai, nes visi apklausti respondentai interviu metu buvo kituose miestuose ar netgi šalyse. Kaip nurodo Hennink ir kt. (2020), po kiekvieno interviu vis labiau gilinamasi į nagrinėjamą problemą iki tol, kol iš informantų, atsakančių į tuos pačius klausimus, tyrėjas gauna naują informaciją. Kiekybinio tyrimo tikslas – išsiaiškinti potencialių klientų JK nuomonę, kaip „Art Compensa Gallery“ internetinė galerija galėtų padidinti žinomumą ir pagerinti vartotojų patirtį, naudodamasi DI priemonėmis. Duomenų rinkimo metodas – apklausa internetu, nes tikslinė respondentų auditorija – JK gyventojai, kurie gali būti pasiekiami tik internetu. Parengtas klausimynas „Google Forms“ įrankiu, į kurį įtraukti privalomi uždarojo tipo klausimai ir keli atvirojo tipo klausimai, siekiant išsiaiškinti individualią respondentų nuomonę. Tyrimo imtis apskaičiuota naudojantis internetine imties skaičiuokle. Patikimumo koeficientas – 95 proc., paklaidos rodiklis – 5 proc. Baigiamojo darbo autorei atlikus baigiamąją praktiką, praktikos vadovo įstaigoje buvo minėta, kad per penkis mėnesius parduota 10 paveikslų (vidutiniškai po du per mėnesį). Remiantis šiais duomenimis, galima daryti prielaidą, kad vidutinis klientų skaičius per pusmetį siekia 12. Atsižvelgiant į šį skaičių kaip atspirties tašką, generalinei visumai pasirinktas didesnis potencialių klientų skaičius JK per metus – 58 (atsižvelgiant į faktą, kad JK – didžiausia meno rinka Europoje). Kai populiacija yra 58, patikimumo koeficientas – 95 proc., o paklaidos rodiklis – 5 proc., apskaičiuota tyrimo imtis siekia 51 respondentą.

Apklausoje dalyvavo 51 respondentas, didžioji dalis jų buvo pasiekta būtent „sniego gniūžtės principu“, todėl galima teigti, kad tyrimo imtis buvo pasiekta. Atrankai pasirinkta netikimybinė „sniego gniūžtės“ atranka, kai respondentai pasirenkami ne atsitiktiniu būdu.

Informantų buvo prašoma įvertinti tokias DI priemones, kaip pokalbių robotai, personalizuotos reklamos, ir pateikti pasiūlymų, kaip „Art Compensa Gallery“ galėtų padidinti žinomumą JK. Keletas įžvalgų, kurios gali padėti tinkamai parengti DI įrankius: informantai, ieškodami meno kūrinių ir galerijų, naudojami socialiniais tinklais, „Google“ paieška; pokalbio langui reikia užduoti konkrečius nekompleksinius klausimus, į kuriuos DI galėtų atsakyti; pokalbių robotai ir personalizuotos rekomendacijos gali būti naudingos, siekiant palengvinti vartotojo navigaciją internetinėje galerijoje, tinkamai atsakyti į klausimus; DI gali padėti suprasti, koks menas turi paklausą JK rinkoje, kas yra populiaru, kokia vartotojų elgsena ir jų poreikiai, kad jie gali skirtis nuo Lietuvos poreikių; DI gali padėti kurti efektyvią reklamą, socialinių tinklų turinį.

2 lentelė. Informantų nuomonė apie meno ir galerijų paiešką bei DI priemonės

DI priemonės	Pokalbių robotai (minusai)	R1 „...jie neatsako į tai, ko yra klausama...“, R2 „...atstumiantys, nes aš jaučiu, kad tai yra dirbtinis aptarnavimas...“
	Pokalbių robotai (plusai)	R2 „...iš įmonės pusės tai yra tikrai pagalbinė priemonė...“, R3 „...jie yra naudingi, tačiau tik tuomet, kai pateiki jiems konkretų klausimą...“
	Suasmenintos rekomendacijos (plusai)	R2 „...kad DI pačioje internetinėje galerijoje galėtų pasiūlyti klientui kūrinis pagal jo skonį, tokia funkcija palengvintų paiešką...“, R3 „...jeigu aš nežinau, ko noriu ir ko ieškau, gali būti naudinga gauti rekomendacijas...“, R3 „...iš vartotojo pusės tai yra patogus, nes aš galiu pamatyti tai, į ką nebuvau atkreipęs dėmesio...“, R3 „...galimybė atrasti daugiau paveikslų...“
	Suasmenintos rekomendacijos (minusai)	R3 „...jeigu aš tiksliai žinau, ko noriu, tuomet jos (rekomendacijos) gali būti erzinančios...“

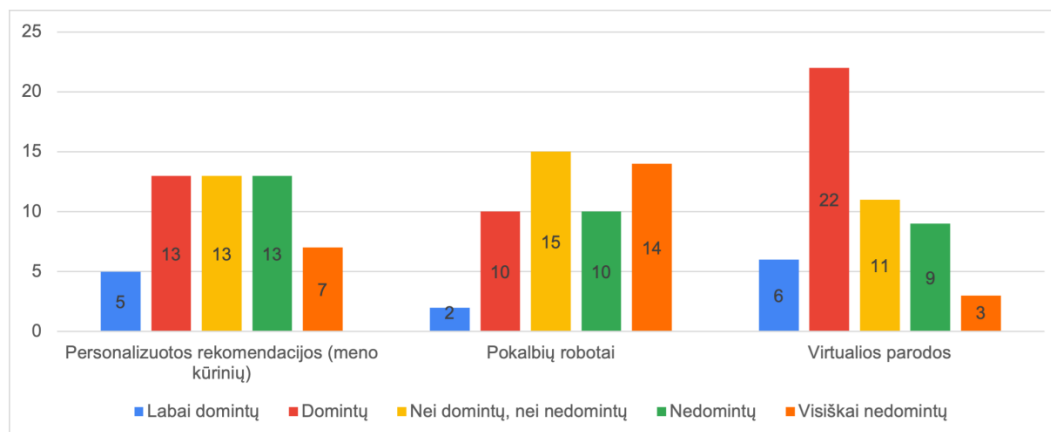
2 lentelėje galima matyti, kad informantai vertina pokalbių robotus kaip pagalbinį įrankį įmonei, padedantį gauti atsakymus į dažnus klausimus, tačiau, vertinant iš kliento pozicijos, jie gali būti atstumiantys, nes, tinkamai jų nesuprojektavus, jaučiamas dirbtinumas. Vienintelis suasmenintų rekomendacijų trūkumas – jos gali erzinti. Tinkamai suprogramuotos, rekomendacijos gali palengvinti paiešką ir pateikti pasiūlymus.

Iš 3 lentelės matyti, kad, informantų nuomone, DI įrankiai leistų projektui geriau pažinti JK meno rinkos tendencijas ir kurti socialinių tinklų turinį. Pasiūlymai, pateikti lentelėje, apima didesnę dėmesį socialinių tinklų plėtotei, bendradarbiavimą su JK menininkais ir ryšių su jais palaikymą bei žinomumo skleidimą per juos. DI įrankiai galėtų padėti analizuojant JK meno rinką, nustatant vyraujančias meno tendencijas ir populiarius kūrinis, taip leidžiant geriau pritaikyti socialinių tinklų turinį. Bendradarbiavimas su JK menininkais, įgyvendinant bendrus projektus ir užmezgant ryšius, galėtų padidinti „Art Compensa Gallery“ žinomumą tarp JK menininkų ir potencialių klientų. Kalbant apie socialinius tinklus, buvo minimos platformos „Instagram“ ir „Twitter“ ir siūloma, keliant įrašus, naudoti grotažymes, pavyzdžiui, UK.

3 lentelė. Informantų DI priemonių pagalbos vertinimas ir pasiūlymai

DI pagalba nagrinėjant JK rinką	Analizė	R2 „Leistų suprasti, kaip veikia meno rinka JK...“, R3 „...svarbu turėti supratimą, kas populiaru čia – JK...“, R3 „...DI galėtų kurti reklamą ir socialinių tinklų turinį. Galima sukurti įrašų tvarkaraštį <...>, naudoti atitinkamai grotelines žymes, pavyzdžiui, „UK“
Pasiūlymai žinomumui didinti	Socialiniai tinklai	R1 „...vienas sprendimas – tai naudotis socialiniais tinklais...“, R2 „...Socialinių tinklų reklama...“, R3 „...socialinių tinklų įrašai...“, R3 „...„Twitter“ ir „Instagram“ yra tos platformos, kur labiausiai galima skleisti informaciją...“
	Ryšiai su JK menininkais	R3 „...vienas iš sprendimų skverbtis į JK meno rinką – tai bendradarbiauti su vietiniais mažai žinomais menininkais...“, R3 „...palaikant JK menininkus galima sulaukti daugiau dėmesio socialiniuose tinkluose...“, R3 „...išgarsėti JK meno rinkos scenoje skleidžiant žinią per JK menininkus...“

Kalbant apie kiekybinio tyrimo rezultatus, svarbu atkreipti dėmesį į jų vizualų pateikimą. Štai keletas svarbių išvalgų (žr. 2 pav.): į klausimą „Ar DI priemonės gali pagerinti naršymo ir apsipirkimo patirtį internetinėje galerijoje?“ 62,7 proc. respondentų atsakė „Taip“, o 35,3 proc. – „Nežinau, negaliu atsakyti“. Kitu klausimu respondentų buvo prašoma įvertinti tris DI priemonės – personalizuotas rekomendacijas, pokalbių robotus ir virtualiąsias parodas – pagal penkių lygių skalę nuo „Labai domintų“ iki „Visiškai nedomintų“. Atsakymų pasiskirstymas vizualiai pateiktas Likerto diagramoje.



2 pav. DI priemonių vertinimo rezultatų diagrama (N = 51)

Remiantis 2 pav. pateikta diagrama, galima daryti išvadą, kad respondentus labiausiai domintų virtualiosios parodos, nes net 6 ir 22 respondentai pasirinko atsakymų variantus „Labai domintų“ ir „Domintų“. Suasmenintos rekomendacijos sulaukė įvairių vertinimų, tačiau atsakymai pasiskirstė tolygiai: po 13 respondentų pasirinko atsakymų variantus „Domintų“, „Nei domintų, nei nedomintų“ ir „Nedomintų“. Ir nors 13 respondentų neutraliai vertina pokalbių robotus, galima atkreipti dėmesį į teigiamai ir neigiamai šias priemones vertinančių respondentų skaičių – 18 vertina teigiamai, 20 vertina neigiamai. Mažiausiai gerai įvertinta priemonė – pokalbių robotai.

Apibendrinant tyrimų rezultatus, galima daryti išvadą, kad didžioji dalis respondentų teigiamai vertina išvardytas DI priemones. Tyrimų metu išsiaiškinta, kad virtualiosios parodos galėtų pagerinti vartotojo patirtį tokiose svetainėse, kaip internetinės galerijos, tačiau nebuvo patvirtinta, kad virtualioji realybė gali didinti žinomumą. Taip pat svarbu užtikrinti, kad DI priemonės yra tinkamai suprogramuotos. Turint omenyje kokybinio tyrimo dalyvių atsakymus, kad pokalbių robotai dažnai neatsako į klausimus ar gali sukelti neigiamų patirčių, galima suprasti, kodėl kiekybinio tyrimo dalyviai vertina pokalbių robotus daugiau neigiamai nei teigiamai.

„Art Compensa Gallery“ žinomumo didinimo JK projektas

Tyrimo metu identifikuotos „Art Compensa Gallery“ problemos. Pagrindinė analizuojama rinkodaros problema – nepakankamas internetinės galerijos žinomumas JK (85 % respondentų prieš dalyvaudami tyrime nebuvo girdėję apie šią galeriją). Kokybinio tyrimo metu visi trys informantai, paklausti apie galimus „Art Compensa Gallery“ žinomumo didinimo būdus, atsakė, kad vienas iš būdų tai daryti – aktyviai naudotis socialiniais tinklais, pirkti reklamas. Akcentuota platforma „Instagram“. Remiantis informantų pasiūlymais, vienas iš sprendimų bus nukreiptas į socialinių tinklų vystymą, naudojant DI algoritmais paremtą programą. Du informantai paminėjo, kad DI leistų suprasti, koks menas yra paklausus JK ir kaip veikia meno rinka, kad būtų galima adaptuoti skelbiamą turinį pagal vartotojų poreikius. Atitinkamai kitas pasiūlymas bus susijęs su tendencijų nuspėjamumu. Toliau pateikiami pasiūlymai ir priemonės jiems įgyvendinti, kurios leistų spręsti žinomumo didinimo problemą.

Socialinių tinklų rinkodaros plėtojimas taikant DI priemones. Kokybinio tyrimo metu visi trys informantai paminėjo, kad socialiniai tinklai yra svarbus menininkų ir galerijų naudojamas įrankis. DI algoritmai šiuo atveju leistų sekti tendencijas JK meno rinkoje, identifikuoti vartotojų elgsenos bruožus, pateikti įžvalgas dėl vizualinio turinio socialiniame tinkle „Instagram“ kūrimo. Siūloma programa – „UpGrow“, kuria naudojasi žinoma internetinė galerija „Artnet“. Kitos išskiriamos DI algoritmais paremtos programos – „Ocoya“ (aprašymų ir grotažymių rašymas), „Publer“ (tekstų rašymas), „Taplio“, tačiau šiose programose nėra prieinama tikslinės auditorijos pasirinkimo funkcija („UpGrow“ programos mėnesio prenumeratos kaina – 99 Eur).

Nuspėjamoji tendencijų analizė. Teorinėje dalyje buvo nagrinėjama, kaip verslai pasitelkia DI, analizuodami rinkas, tikslinės auditorijos bruožus ir galimas ateities tendencijas. Kokybinio tyrimo metu patvirtinta, kad DI gali leisti suprasti JK meno rinkos ypatumus, paklausa, kas yra populiaru, išanalizuoti tikslinį vartotoją, demografinius rodiklius, atlikti segmentavimą. Nuspėjamąją analizę galima atlikti naudojant tokius įrankius, kaip „Google Analytics“, „Python“, „SAP Analytics Cloud“, „Amazon QuickSight“, „Oracle Analytics“. Analizė galėtų būti atliekama kiekvieną mėnesį (mėnesio gale), išanalizavus to mėnesio rodiklius, ištraukimo rezultatus, statistiką ir suplanavus veiksmus kitam mėnesiui. Tokiu būdu galima adaptuoti socialinių tinklų rinkodarą ir kitus internetinei galerijai aktualius sprendimus. Priemonė – mokami kursai „Coursera“ platformoje. Tarp kursų galima atrasti šešis mėnesius trunkančius mokymus, kurių tikslas – išmokyti darbuotojus dirbti su „Google Analytics“ sistemomis ir kitomis nuspėjamosios analizės programomis, kuriose duomenis analizuoja ir interpretuoja DI priemonės. Dauguma kursų yra nemokami tik įsigijus metinę prenumeratą, kuri kainuoja 380 Eur (399 JAV dolerius).

DI priemonių integravimas „Art Compensa Gallery“. Suasmenintos rekomendacijos ir pokalbių robotai veiksmingi tik tada, kai potencialus klientas nežino, kokio konkretaus meno kūrinio ieško. Tokiu atveju DI priemonės galėtų padėti atsakyti į vartotojams rūpimus klausimus, pateikti individualizuotas rekomendacijas ir palengvinti navigaciją svetainėje, todėl neberekėtų kaskart skaityti „Dažniausiai užduodamų klausimų“ skilties (angl. *Frequently Asked Questions*, FAQ). Norint įdiegti šias DI priemones, būtina samdyti IT specialistą, turintį patirties su DI priemonių integravimu. Lietuvoje jau veikia kalbos technologijų bendrovė „Tilde IT“, kuri įdiegė išmanųjį pokalbių robotą Valstybinei mokesčių inspekcijai, Lietuvos paštui ir kt. klientams. Chatbot.lt – viena iš pirmaujančių Lietuvos įmonių, kuri specializuojasi kurti įvairių tipų pokalbių robotus.

Turint omeny ribotas „Art Compensa Gallery“ projekto galimybes (projektą finansuoja fizinis asmuo), apskaičiuotas biudžetas, kuris leistų įgyvendinti pristatytus pasiūlymus. Įdiegiant pokalbių robotus ir suasmenintų rekomendacijų sistemą, siūloma pasirinkti rinkoje jau esamus pokalbių robotus su galimybe savarankiškai juos tobulinti, atsižvelgiant į poreikius (šiam darbui atlikti būtų skirtas darbuotojas). Socialiniams tinklams plėtoti numatoma įsigyti programą, padėsiančią pasiekti tikslinę JK auditoriją (tikslas – 1 000 aktyvių sekėjų paskyrų). Kalbant apie nuspėjamąją analizę, svarbu atsižvelgti į tai, kad specialistų ir trečiųjų asmenų paslaugos kainuoja brangiai, todėl šiuo atveju projektui ekonomiškiau būtų išmokyti esamus darbuotojus analizuoti duomenis ir, remiantis jais, numatyti tendencijas. 4 lentelėje pateiktos apskaičiuotos projekto išlaidos.

4 lentelė. Bendras „PaveikslaiTau.lt“ žinomumo didinimo projekto biudžetas

Išlaidų rūšis	Bendra suma, Eur
Prekių ir paslaugų pirkimo išlaidos	1 677,00
Darbo jėgos išlaidos	17 647,50
Iš viso	19 324,50

Iš 4 lentelės galima pastebėti, kad apie 91 proc. bendro projekto biudžeto sudaro darbo jėgos išlaidos (apskaičiuoti keturių darbuotojų – projekto vadybininko, reklamos specialisto, darbuotojo ir samdomo IT specialisto (specialybė – *Chatbot developer*) – etatai ir atlyginimai, o prekių ir paslaugų įsigijimo išlaidos (perkamos „UpGrow“ 3 mėn. ir „Coursera“ 1 m. prenumeratos ir pokalbių roboto įdiegimo paslauga) siekia 1 677,00 Eur.

Pinigine išraiška sudėtinga pateikti „Art Compensa Gallery“ žinomumo padidėjimo sugeneruotas potencialias pardavimo pajamas, tačiau galima išnagrinėti, kokių žinomumo rodiklių pokyčių projektas gali sulaukti ir kada projekto investicijos gali atsipirkti. Skaiciuojant atsiperkamumą, buvo remiamasi „UpGrow“ (programos pagrindą sudaro DI algoritmai) pateikta statistika ir DI formule. „UpGrow“ oficialioje internetinėje svetainėje teigiama, kad, įsigijus programos paslaugą pritraukti kuo daugiau sekėjų pagal pasirinktus filtrus, vidutiniškai per pirmą naudojimo mėnesį „UpGrow“ klientų paskyros sulaukia apie 4 000 naujų aktyvių sekėjų. Projekto atstovo teigimu, nuo kiekvieno parduoto paveikslėlio vertė vidutiniškai siekė apie 900 Eur. Turint omenyje tai, kad 2/3 sumos gauna

paveikslo autorius, „Art Compensa Gallery“ pajamos pardavus vieną paveikslą sudaro 300 Eur. „ChatGPT“ paklausus, ar įmanoma apskaičiuoti pardavimo pajamų didėjimą, turint galimą sekėjų skaičiaus augimą ir dabartinius pardavimo rodiklius bei užklausoje pateikus skaičius, DI pateikė skaičiavimo formulę:

$$\text{Pardavimo pajamų padidėjimas} = (\text{Nauji sekėjai} \times \text{Konversijos rodiklis} \times \text{Vidutinės pajamos nuo paveikslo pardavimo}) \times \text{Mėnesiai}$$

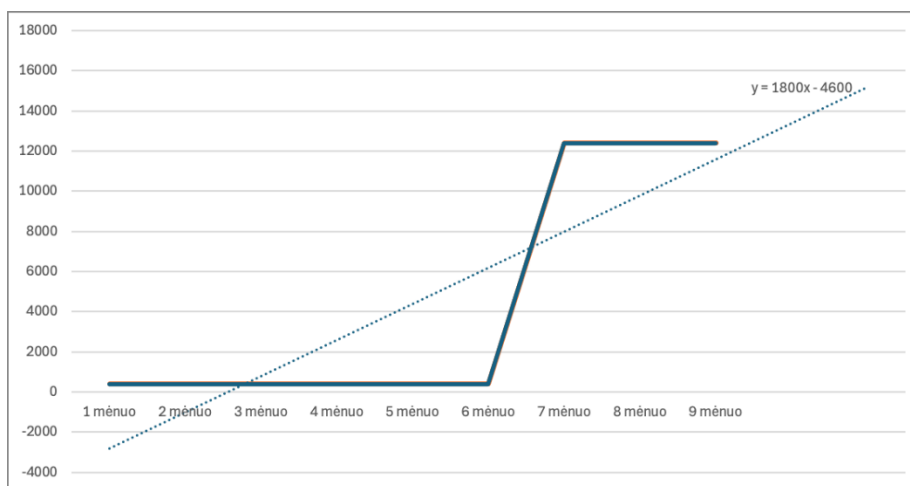
Daroma prielaida, kad konversijos rodiklis sudarys 1 proc. („ChatGPT“ siūlytinai konversijos rodiklis buvo 10 proc., tačiau vidutinis elektroninės komercijos konversijų rodiklis yra 1–2 %). Įvertinkime prognozuojamą sekėjų skaičiaus padidėjimą – 4 000 sekėjų pirmą mėnesį ir vidutinės pajamos nuo vieno paveikslo pardavimo – 300 eurų. Kadangi siūloma, kad „UpGrow“ programa bus išpirkta 3 mėn., skaičiuojami trijų mėnesių rodikliai. Įsistačius skaičius į formulę, gaunamas atsakymas:

$$\text{Pardavimo pajamų padidėjimas} = (4000 \times 0,01 \times 300) \times 3 = 36\,000$$

Tai reiškia, kad vidutinės vieno mėnesio pardavimo pajamos bus $600 + 12\,000 = 12\,600$ Eur. Apskaičiavus potencialų pardavimo pajamų augimą „Excel“ programoje, galima sukurti tolesnę pardavimo pajamų prognozę ir ją pavaizduoti grafiškai (žr. 6 pav.).

Iš 6 pav. pateiktos diagramos galime matyti staigų pardavimo pajamų padidėjimą, o vėliau, pratęsus „UpGrow“ prenumeratą, – lėtesnį augimą. „Art Compensa Gallery“ svarbu įvertinti esamas meno rinkos tendencijas pasitelkiant nuspėjimą tendencijos analizę, stebėti konkurentų JK veiklą ir jų priimamus sprendimus bei atsižvelgti į galerijoje parduodamų paveikslų kokybę. Šie veiksniai gali turėti įtakos pardavimui, todėl pateikti skaičiavimai yra preliminarūs. Atliekant bendrųjų išlaidų ir tikėtinos naudos palyginimą galima įvertinti galutinį projekto rezultatą:

$$36\,000 \text{ Eur} - 19\,324,50 \text{ Eur} = 16\,675,50 \text{ Eur}$$



3 pav. „Art Compensa Gallery“ pardavimo pajamų didėjimo prognozė

Šaltinis: sudaryta remiantis „ChatGPT“ sugeneruota formule ir „UpGrow“

Apibendrinant galima teigti, kad tikėtina preliminari nauda jau po trijų mėnesių viršija bendrąsias projekto išlaidas, į kurias įskaičiuotos programų ir paslaugų įsigijimo bei darbo jėgos numatyto projekto laikotarpiui išlaidos. Pateikti skaičiavimai rodo, kad investicija į „UpGrow“ programą ir pokalbių robotus, turinčius suasmenintos rekomendacijos funkciją, gali duoti naudos. Nauji sekėjai socialiniame tinkle „Instagram“, apsilankydami „Art Compensa Gallery“ interneto svetainėje, įsitraukdami į pokalbį su pokalbių robotu ir gaudami suasmenintas paveikslų rekomendacijas, gali būti linkę įsigyti meno kūrinį. Esant 1 proc. konversijos rodikliui, tikėtina, kad iš 4 000 naujų sekėjų

bent 40 apsilankys galerijoje ir nusipirks paveikslą. Be to, tikėtina, kad nuspėjamosios analizės programų mokymai padės dar labiau patobulinti potencialių klientų JK pasiekiamumo rodiklius ir padidinti pardavimą.

IŠVADOS

Straipsnyje išanalizavus prekių ženklo žinomumo sampratą ir DI priemonių taikymo galimybes, pristačius atlikto tyrimo rezultatus ir pateikus pasiūlymus, galima išskirti šias išvalgas ir rekomendacijas:

Pirmoje darbo dalyje buvo analizuojamas prekių ženklo žinomumo didinimas teoriniu aspektu. Autorių teigimu, prekių ženklo žinomumas gali būti suprantamas kaip vartotojo susipažinimas su produktu, jo noras produktą įsigyti ar kaip sėkmės ženklas, kai prekių ženklas iškyla vartotojo sąmonėje jam pagalvojus apie konkretų produktą. Taip pat buvo išskirti prekių ženklo žinomumo (atpažįstamumo) lygmenys – nuo nežinomo iki aukščiausio (angl. *top of mind*) lygmens. Išskirtas svarbus įrankis rinkodaros tikslams pasiekti – socialiniai tinklai, kurių privalumai yra šie: didesnis auditorijos pasiekiamumas, mažesnės investicijos, galimybė rinktis reklamos strategiją ir greitesnis pasiekiamumas. Taip pat įvertinta DI kaip technologija, kurios pagrindinė atliekama funkcija – duomenų apdorojimas ir kompleksinių užduočių atlikimas. Nagrinėti DI panaudojimo būdai, siekiant padidinti prekių ženklo žinomumą.

Iš kokybinio tyrimo rezultatų pastebėta, kad, informantų nuomone, DI priemonės gali padėti plėtoti socialinių tinklų rinkodarą ir tokiu būdu pasiekti tikslinę auditoriją (JK potencialius vartotojus). JK meno rinkos analizė leido ne tik įvertinti konkurentus, bet ir suprasti, kad JK yra didžiausia meno rinka Europoje ir trečia didžiausia rinka pasaulyje. Kiekybinio tyrimo rezultatų analizė leido įvertinti DI priemones ir jų efektyvumą. Taip pat iš tyrimo rezultatų pastebėta, kad internetinė galerija turėtų plėsti socialinių tinklų rinkodarą.

Remiantis tyrimo rezultatais, pateikti trys pasiūlymai „Art Compensa Gallery“ žinomumui didinti, naudojant DI priemones: darbuotojų mokymai naudotis nuspėjamosios analizės įrankiais (analizuoti esamas ir numatyti ateities tendencijas), DI priemonių integravimas interneto svetainėje (pokalbių robotai, turintys suasmenintų rekomendacijų funkciją) ir DI algoritmais paremtos programos pirkimas, norint pasiekti tikslinę auditoriją socialiniuose tinkluose.

Literatūros sąrašas

Agersborg, C., Månsson, I., & Roth, E. (2020). *Brand management and artificial intelligence – a world of man plus machine*. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/64924/gupea_2077_64924_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Art Basel & UBS. (2023). *The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2023*. UBS. <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/collecting/art-market-survey/download-report-2023.html>

Art Basel & UBS. (2024). *The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2024*. UBS. <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/collecting/art-market-survey/download-survey-report-2024.html>

Art Compensa Gallery. (n. d.). *Apie mus*. <https://www.artcompensa.gallery/apie-mus>

Bilgin, Y. (2018). Sosyal medya pazarlama aktivitelerinin marka bilinirliğine, marka imajına ve marka sadakatine etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>

Chatbot.lt. (n. d.). *Sprendimai*. <https://chatbot.lt/chatbotu-sprendimai/>

Coursera. (n. d.). *Coursera for business. Choose a scalable plan that fits your goals*. https://www.coursera.org/business/compare-plans?utm_campaign=website&utm_content=corp-to-home-for-enterprise&utm_medium=coursera&utm_source=header

Coursera Staff. (2024, kovo 22). *6 predictive analytics examples: how companies predict the future*. Coursera. https://www.coursera.org/articles/predictive-analytics-examples?trk_ref=articles_unified_description_page_recs_card

Davenport, T. H., Guha, A., & Grewal, D. (2021). How to design an AI marketing strategy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2021/07/how-to-design-an-ai-marketing-strategy>

Dzwigol, H. (2020). Innovation in marketing research: quantitative and qualitative analysis. *Marketing & Management of Innovations*, 1. <https://doi.org/10.21272/mmi.2020.1-10>

Einola, K., & Khoreva, V. (2023). Best friend or broken tool? Exploring the co-existence of humans and artificial intelligence in the workplace ecosystem. *Human Resource Management*, 62(1), 117–135. <https://doi.org/10.1002/hrm.22147>

Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01660-5>

Khair, A. U., & Latief, F. (2023, March 11). Promotion and brand image in building brand awareness. In *OSF Preprints* (pp. 336–342). <https://doi.org/10.31219/osf.io/8j6bq>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. <https://www.edugonist.com/wp-content/uploads/2021/09/Marketing-Management-by-Philip-Kotler-15th-Edition.pdf>

OpenAI. (2023). *ChatGPT* (May 23 Version) [Computer software]. <https://chat.openai.com/>

Riva, G., Wiederhold, B. K., & Succi, S. (2022). Zero sales resistance: the dark side of big data and artificial intelligence. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 25(3), 169–173. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0035>

Saydan, R., & Dülek, B. (2019). The impact of social media advertisement awareness on brand awareness, brand image, brand attitude and brand loyalty: a research on university students. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 9(2), 470–494. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3596116>

Sivaram, M., Hudaya, A., & Ali, H. (2019). Building a purchase and purchase decision: analysis of brand awareness and brand loyalty. *Dinasti International Journal of Education Management & Social Science*, 1(2), 235–248. <https://doi.org/10.31933/dijemss>

Tilde IT. (2023, gegužės 18). *Startuoja Lietuvos pašto kartu su „Tilde“ kurtas pokalbių robotas*. <https://www.vz.lt/e-valstybe/2023/05/18/startuoja-lietuvos-pasto-kartu-su-tilde-kurtas-pokalbiu-robotas>

UpGrow. (n. d.). *Homepage*. <https://www.upgrow.com>

SUMMARY

INCREASING THE AWARENESS OF “PAVEIKSLAITAU.LT” IN THE UK USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS

Oksana Laskova

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
laskova763@gmail.com

Consulted by Laima Paraukienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
lparaukiene@vfv.viko.lt

The COVID-19 pandemic adjusted the activities and processes of businesses and organizations: in order to preserve performance indicators, not to lose customers, and noticing that people’s mobility is decreasing, and the digitization process is emerging, businesses began seeking for ways to develop activities in the virtual space. Institutions such as museums and galleries also made this decision. A sales report from Art Basel and UBS (2023) analysis of the art market showed that online sales of art and antiques reached \$6 billion in 2019 globally, and the COVID-19 pandemic doubled sales to \$12

billion in 2020. There are few examples of virtual galleries in Lithuania, one of them is “Art Compensa Gallery” online gallery founded in November 2023. Since the platform is a relatively new market player, seeking results not only in Lithuanian, but also in foreign markets, it is crucial to choose the right marketing strategy to increase the awareness of the platform and to reach the target audience. This paper addressed the platform’s main challenge – raising awareness in the UK. Returning to the digitization process mentioned above, it was important to highlight that currently one of the most discussed topics in the world is artificial intelligence. AI is becoming an important and powerful tool in businesses, and AI-powered tools help businesses in planning and improving company processes. The main aim was to develop a plan for increasing the awareness of “Art Compensa Gallery” in the United Kingdom using artificial intelligence tools. The research was made: semi-structured interviews for qualitative research and online survey for quantitative research. The conclusion was made that “Art Compensa Gallery” has limited financial resources and the analysis of quantitative and qualitative research results made it possible to evaluate AI tools and understand their effectiveness. It was also observed from the research results that the online gallery should develop social network marketing. Three solutions were suggested to achieve this goal: firstly, it was suggested to focus on developing social media (Instagram) performance using AI-powered growth engine UpGrow. Secondly, it was suggested to train an employee for digital role by purchasing Coursera courses focused on predictive modelling and analytics tools. Finally, it was suggested to implement the chatbots on “Art Compensa Gallery” website to improve customer engagement and browsing experience as well as provide customers with relevant information based on their request.

Laskova, O., Paraukienė, L. (2025). Mokslo, verslo ir inovacijų sąveika: „Art compensa gallery“ žinomumo didinimas, taikant dirbtinio intelekto priemones, Jungtinėje Karalystėje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students’ Conference Proceeding*, p. 261-271, ISSN 2669-221X

STUDENTŲ FINANSINIS RAŠTINGUMAS: VILNIAUS KOLEGIJOS ELEKTRONIKOS IR INFORMATIKOS FAKULTETO ATVEJIS

Deividas Anilionis, Artūras Giraitis

Vilniaus kolegija, Lietuva

deividas.anilionis@stud.viko.lt, arturas.giraitis@stud.viko.lt

Konsultavo: dr. Natalija Pozniak, Anželika Slimanavičienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

n.pozniak@viko.lt, a.slimanaviciene@viko.lt

IVADAS

Finansinis raštingumas – žinios ir supratimas apie finansus, finansines rizikas, gebėjimus, motyvacija ir pasitikėjimas savimi taikyti šias žinias ir supratimą, siekiant priimti įvairiuose finansiniuose kontekstuose veiksmingus sprendimus, didinti asmens ir visuomenės finansinę gerovę ir dalyvauti ekonominiame gyvenime. Tai ypač svarbus dalykas kiekvienam, tiek jaunam, tiek vyresniam asmeniui, norinčiam užtikrinti savo finansinę gerovę. Finansinis raštingumas svarbus ne tik dėl teigiamos įtakos asmeninei, bet ir visos šalies gerovei. Tai leidžia žmonėms efektyviai valdyti savo pinigus, investuoti, skolintis, apsisaugoti nuo rizikų ir taip siekti didelių finansinių tikslų, padedančių užtikrinti geresnę ateitį ir bendros gerovės plėtrą.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) 2023 m. atliktos apklausos duomenimis, elementaraus finansinio išprusimo stoka fiksuojama visame pasaulyje. Žmonės neturi pakankamai finansinių žinių, net ir bandydami efektyviai tvarkyti kasdienes asmeninius klausimus, susijusius su finansų valdymu. Lietuvoje finansinis raštingumas iš dalies įtrauktas į mokyklų mokomųjų dalykų ugdymo programas vyresnio amžiaus mokiniams, tačiau turėtų būti keliami problema ir tvirčiau pabrėžiamas finansinio išprusimo ugdymas mažesnėse klasėse (Cvilikienė, 2020), kaip rekomenduojama OECD (2023). Studentai finansinio raštingumo žinių gali įgyti studijuodami ekonomikos, vadybos, verslo ekonomikos, finansų valdymo dalykus, kurie įtraukiami į studijų programų bendrųjų dalykų sąrašą. Siekiant didesnio studentų finansinio raštingumo, reikia nustatyti finansinio raštingumo lygį ir išsiaiškinti, kokių finansinio raštingumo žinių reikia suteikti.

Pasaulio ekonomikos forumas finansinį raštingumą priskiria prie bazinių raštingumo gebėjimų, tokių kaip skaitymas ir rašymas, o Europos Sąjungoje finansinis raštingumas yra vienas iš svarbiausių prioritetų švietimo srityje. Įvairių tarptautinių tyrimų duomenimis, Lietuvos gyventojų finansinio raštingumo žinios ir įgūdžiai vertinami kaip vidutinio lygio. Nors pastebimas šios srities progresas, ekspertai sutinka, kad augimas turėtų būti spartesnis, o daugiausia dėmesio finansinio raštingumo srityje reikėtų skirti jaunimui edukuoti.

Problema – koks yra Vilniaus kolegijos Elektronikos ir informatikos fakulteto studentų finansinio raštingumo lygis?

Tyrimo objektas – studentų finansinis raštingumas.

Tikslas – nustatyti studentų finansinio raštingumo lygį.

Uždaviniai:

- išanalizuoti finansinio raštingumo sąvoką ir finansinio raštingumo nustatymo elementus;
- atlikti Lietuvos jaunimo finansinio raštingumo lyginamąją analizę tarptautiniame kontekste;
- nustatyti studentų finansinio raštingumo lygį.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros lyginamoji analizė, kiekybinė statistinių duomenų analizė, grafinė analizė, vidutinių reikšmių nustatymo metodas ir standartinio nuokrypio nustatymas.

Finansinio raštingumo nustatymo elementai

Nustatant studentų finansinį raštingumą, svarbu apibrėžti finansinio raštingumo sąvoką ir išskirti elementus, pagal kuriuos vertinamas finansinio raštingumo lygis. Skirtingi autoriai siūlo įvairias finansinio raštingumo apibrėžimo sąvokas ir jo nustatymo kriterijus. OECD (2012) teigimu, finansinis raštingumas yra procesas, kurio metu žmonės geriau supranta finansinius produktus, su jais susijusias sąvokas ir finansinę riziką, kad iš pateikiamos informacijos apie finansinį raštingumą ir rekomendacijų, kaip jį tobulinti kiekvienam asmeniui, galėtų išsiugdyti gebėjimus, kurių reikia saugiams finansiniams sprendimams priimti dėl savo finansinės gerovės. Anderloni ir Vandone (2010) finansinį raštingumą traktuoja kaip prevencinę priemonę, kuri leidžia asmeniui suprasti galimas finansines problemas ir tinkamai valdyti savo asmeninius finansus bei išvengti įsiskolinimų. Huston (2010), Karaliūtė ir Černiauskaitė (2020), teigia, kad finansinis raštingumas gali būti apibrėžiamas kaip matavimas, kuris parodo, kaip gerai asmuo supranta ir naudoja informaciją, susijusią su asmeniniais finansais, asmeninio biudžeto valdymu, skolinimusi, investavimu, taupymu senatvei ir kitų finansinių priemonių išmanymu. Klapper ir Lusardi (2020), vertindami asmenų finansinį raštingumą, siūlo naudoti keturis elementus: žinias apie palūkanų normas, sudėtinės palūkanas, infliaciją ir rizikos diversifikavimą, kuriems tinkamai suprasti reikia turėti tikrai aukštą finansinio raštingumo lygį.

Vertinant studentų finansinį raštingumą, svarbu atkreipti dėmesį, kad skirtingi mokslininkai naudoja skirtingus tyrimo metodus, nes nėra suvienodinta finansinį raštingumo lygį nustatanti metodika (Remund, 2010; Lusardi & Mitchell, 2014). Dėl šios priežasties nustatyti vienodą finansinį raštingumą iš esmės beveik neįmanoma (Atkinson & Messy, 2012). Finansinio raštingumo nustatymas turi būti atitinkamai pritaikytas kiekvienai šaliai atskirai, taikant segmentavimą pagal amžių, lytį, išsilavinimą, požiūrį į domėjimąsi finansiniu raštingumu bei finansinio raštingumo priemones (Yong & Tan, 2017). Mokslinėje literatūroje dažniausia siūloma vertinti finansinį raštingumą pagal asmens amžių ir lytį, taip pat pritaikyti finansinio raštingumo vertinimą kiekvienai šaliai atskirai.

Lietuvos jaunimo finansinis raštingumas tarptautiniame kontekste

Finansinis raštingumas pripažįstamas kaip esminis įgūdis, užtikrinantis asmeninį ekonominį stabilumą ir socialinę gerovę. OECD ataskaitos pabrėžia, kad finansinio raštingumo trūkumas yra pasaulinė problema, ypač aktuali jauniems žmonėms, kurie tik pradeda savarankišką gyvenimą. Finansinio raštingumo ugdymas nuo ankstyvojo amžiaus skatina ilgalaikę ekonominę nepriklausomybę ir gebėjimą efektyviai valdyti savo finansinius išteklius (OECD, 2023).

Finansiniam raštingumui didinti skiriama vis daugiau dėmesio. Dėl šios priežasties atliekama vis daugiau tyrimų, nustatant atskirų šalių gyventojų ir atskirai jaunimo grupės finansinio raštingumo lygį. Tyrimų metu siekiama išskirti, kas lemia šalies piliečių finansinio raštingumo lygį.

Tarptautiniu mastu Lietuvos jaunimo finansinio raštingumo lygis vertinamas kaip vidutinis. Remiantis OECD (2017) paskelbtu finansinio raštingumo vertinimu, kuriame dalyvavo 20 šalių, matyti, kad Lietuvos jaunimas surinko 449 taškus. OECD dešimtuko vidurkis – 489 taškai. Balų skaičiumi Lietuvos jaunimą lenkia ir pirmajame penketuke yra Kinija (566 taškai), Belgija (541 taškas), Kanada (533 taškai), Rusija (512 taškų) ir Nyderlandai (509 taškai). Paskutiniame trejetuke rikiuojasi Čilė (432 taškai), Peru (403 taškai) ir Brazilija (393 taškai). 2023 m. OECD tyrimo ataskaita nurodo, kad finansinio raštingumo įtraukimas į mokyklų programas daugelyje pasaulio šalių tapo prioritetu (OECD, 2023). Tokioje šalyse kaip Australija, Kanada ir Naujoji Zelandija finansinis raštingumas integruojamas nuo ankstyvojo ugdymo, kur mokiniai mokomi finansų valdymo, biudžeto sudarymo ir rizikų vertinimo. Šiose šalyse pastebima, kad jaunimo finansinio raštingumo pamokos skatina savarankiškumą ir atsakingą požiūrį į finansus, o tai padeda jaunimui priimti labiau apgalvotus finansinius sprendimus. Taip pat minėtu vertinimu siekta nustatyti veiksnius, lemiančius finansinio raštingumo lygį. Tyrimo metu tiriamieji buvo skirstomi pagal lytį, amžių, gaunamų pajamų

šaltinį, vertinta, ar jie užsidirba patys, ar yra išlaikomi tėvų ir šeimos (OECD, 2023). OECD tyrimo metu gauti rezultatai rodo, kad Lietuvos mergaitės turi geresnį finansinio raštingumo lygį nei berniukai. Vis tik rezultatus palyginus su atliktais suaugusiųjų finansinio raštingumo tyrimais, išryškėja skirtumas, atskleidžiantis, kad Lietuvos suaugę vyrai dažniausiai turi geresnį finansinį raštingumą palyginti su suaugusiomis moterimis. Toks skirtumas gali atsirasti dėl to, kad vyrai pradeda domėtis finansiniais produktais, kai subręsta, o suaugusios moterys pradeda skirti mažiau laiko savo finansinio raštingumo žinioms gilinti ir vadovaujasi jaunystėje įgytais įgūdžiais.

Lietuvoje jaunimo finansinis raštingumas formuojamas per tėvų ir bendraamžių perduodamas žinias, tačiau dėl nepakankamo švietimo jaunuoliai dažnai pasikliauja ribotais informacijos šaltiniais. Tyrimai rodo, kad net 76 proc. tėvų patys turi tik patenkinamą arba vidutinį finansinių žinių lygį, o tai riboja galimybę vaikams gauti tikslių ir praktinių žinių (Cvilikienė, 2020). Dėl šios priežasties tokiose šalyse, kaip Kanada ir Australija, kuriose finansinio raštingumo pamokos įtraukiamos nuo pradinės mokyklos, pastebimas didesnis jaunimo savarankiškumas finansų srityje, atsakingesni sprendimai ir polinkis taupyti.

Lietuvos tyrimai taip pat rodo, kad finansinio raštingumo stoka gali padidinti jaunimo pažeidžiamumą, kilus ekonominių sunkumų. Daugelis jaunų žmonių neturi pakankamų žinių apie skolinimąsi, taupymą ir investavimą, todėl dažniau priima neapgalvotus finansinius sprendimus, galinčius neigiamai paveikti jų ilgalaikę finansinę padėtį (Cvilikienė, 2020).

Nepaisant jau atliktų tyrimų ir rekomendacijų, Lietuvos Respublikos Vyriausybė per mažai akcentuoja ir daro pokyčių esamai nusistovėjusiai tvarkai pakeisti, kad gerėtų jaunimo finansinio raštingumo lygis (Cvilikienė, 2020). Taigi, galima manyti, kad jaunuolių finansinio išsilavinimo trūkumų vis daugės ir finansinio raštingumo lygis nesikeis. Įvairios nevyriausybinės organizacijos ir privatus sektorius imasi iniciatyvos organizuoti finansinio raštingumo mokymus (Žagūnis, 2019; Cvilikienė, 2020), siekia rūpintis ateities kartomis. Dažnu atveju jaunuoliai palikti patys savarankiškai mokytis ir įgyti šių žinių neturėdami jokios pamatinės informacijos arba pasikliauti ir vadovautis iš savo tėvų (Cvilikienė, 2020) ar bendramečių perimtomis žiniomis ir įpročiais, kaip elgtis su asmeniniais finansais. Vis dėlto iš tėvų taip pat ne visada pavyks gauti visų reikiamų žinių apie finansinį raštingumą ar, sekant tėvų pavyzdžiu, išsiugdyti tinkamus finansinio raštingumo įgūdžius, nes 76 proc. tėvų patys išmano apie finansus tik patenkinamai arba vidutiniškai (Cvilikienė, 2020). Taigi, sekant netinkamu finansinio raštingumo pavyzdžiu, galima padaryti daugiau žalos, nei mokantis iš kvalifikuotų ir nuolat žinias atsinaujinančių specialistų.

Taip pat tikslinga paminėti, kad finansinio raštingumo stoka gali padidinti jaunimo pažeidžiamumą, kilus ekonominių sunkumų. Atkinson ir Messy (2012) OECD tyrime pažymi, kad šalyse, kur finansinis raštingumas yra aukštesnis, žmonės efektyviau valdo kasdienes finansines problemas ir mažiau rizikuoja susidurdami su skolomis ar netikėtomis finansinėmis kliūtėmis. Lietuvos jaunimui privalu suteikti galimybę įgyti finansinių žinių dar mokykloje ir taip užtikrinti, kad jie turėtų pagrindinius įrankius atsakingai valdyti finansus, prisitaikyti prie besikeičiančių ekonominių sąlygų bei didinti savo finansinio raštingumo lygį.

Lusardi ir Mitchell (2014) tyrimo rezultatai atskleidžia, kad finansinio raštingumo įgūdžių trūkumas dažnai lemia prastus finansinius sprendimus, kurie ilgainiui gali pakenkti žmogaus finansinei gerovei, asmeninio biudžeto valdymo įgūdžiams, gebėjimui taupyti, kaupti senatvei ir investuoti. Šis aspektas ypač aktualus jaunimui, kurie pirmieji susiduria su savarankišku finansų valdymu, pavyzdžiui, pradėję dirbti arba studijuodami. Taigi finansinio raštingumo lygiui jo ugdymo svarba yra ne tik teorinė, bet ir praktinė, nes tai padeda paruošti jaunimą gyvenimo finansiniams iššūkiams ir didinti jaunimo finansinį raštingumą, o Lietuvos švietimo sistema galėtų būti labiau orientuota į praktinius finansų valdymo aspektus, nes tai darytų tiesioginį poveikį aukštesniam jaunimo finansinio raštingumo lygiui.

Pasaulio bankas (2023) taip pat pabrėžia finansinio raštingumo lygio reikšmę socialinei įtraukčiai, ypač skaitmeninėje aplinkoje, kur finansų rinkos tapo prieinamesnės, tačiau kartu ir sudėtingesnės.

Skaitmeninė finansinė aplinka reikalauja naujų įgūdžių, tokių kaip gebėjimas suprasti virtualiąsias pinigų sistemas, investicijų riziką ir taupomų asmeninių finansų saugumo svarbą. Tokios žinios gali tapti viena iš prioritetinių finansinio ugdymo sričių ir Lietuvoje, siekiant didinti jaunimo finansinį raštingumą ir skatinti sąmoningą jo dalyvavimą ekonominėje veikloje.

Studentų finansinio raštingumo lygis

Tyrimo metodika. Siekiant išsiaiškinti studentų finansinį raštingumą, atliktas kiekybinis tyrimas – anketinė apklausa, kurioje dalyvavo Vilniaus kolegijos Elektronikos ir informatikos fakulteto Informacijos sistemų studijų programos studentai. Atlikto tyrimo rezultatai pristatomi straipsnyje, darant prielaidą, kad šie studentai reprezentuoja bendrąjį studentų finansinio raštingumo lygį.

Tyrimo imties dydis nustatytas vadovaujantis Pranulio ir Dikčiaus (2012) teiginiu, jog imtis yra sudedamoji tyrimo proceso dalis. Tyrėjai apibrėžia imtį kaip tyrimui atrinktą visumos dalį, galinčią tinkamai ir pakankamai reprezentuoti visą populiaciją bei teikti reikalingą ir patikimą informaciją. Nustatant imtį, Pranulio ir Dikčiaus (2012) teigimu, pirmiausia svarbu apibrėžti tyrėją dominančią tiriamąją visumą, grupę, kurios imtis bus atrenkama, ir, antra, pasirinkti, koku būdu – tikimybinu ar netikimybinu – imtis bus atrenkama. Tikimybinės imties nustatymo atveju suteikiama galimybė parinkti imties atstovus ir įmanoma apskaičiuoti jų parinkimo tikimybę, o netikimybinės imtys yra tos, kurių parinkimo tikėtimumo negalima apskaičiuoti ir išreikšti koku nors tikimybės laipsniu (Pranulis ir Dikčius, 2012).

Žinant populiacijos dydį ir neturint žinių apie reiškinį, taikomas statistinis imties dydžio nustatymo metodas, grindžiamas mažiausios visumos imties dydžio nustatymo formule (Pranulis ir Dikčius, 2012):

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}};$$

čia n – imtis;

N – populiacijos dydis;

Δ – paklaida.

Kaip pabrėžia Pranulis ir Dikčius (2012), populiaciją sudaro tyrėją dominančių elementų, kurie turi ar gali turėti tam tikrų tyrimui svarbių bruožų, visuma, todėl, sudarant imties atranką, reikia išsiaiškinti, kokia yra elementų visuma, iš kurios norima gauti pirminę tyrėją dominančią informaciją.

Tyrimo duomenys apdoroti naudojant SPSS (angl. *Statistical Package for the Social Sciences*) programinę įrangą, skaičiuojant finansinio raštingumo vidutinių reikšmių nustatymo metodą ir standartinį nuokrypį.

Tyrimo rezultatai. Tyrimo metu buvo siekiama nustatyti studentų finansinio raštingumo lygį. Tyrimo laikotarpiu, 2024 m. lapkričio 11–22 d., Vilniaus kolegijos Informacijos sistemų studijų programą studijavo 158 studentai ($N = 158$). Pasirinkus 2 proc. paklaidą ($\Delta = 0,02$), nustatytas reprezentatyvus imties dydis – 112 studentai ($n = 112$). Respondentams išsiųstos 148 apklausos anketos nuorodos. Apklausos anketą užpildė 64 studentai. Respondentai turėjo atsakyti į 14 klausimų, iš kurių trys buvo skirti jų atstovaujama segmentui nustatyti (klausimai apie lytį, amžių ir kursą, kuriame studijuoja). 10 klausimų apėmė finansinį raštingumą, jo priemones, taip pat minėtini klausimai, skirti studentų finansiniam raštingumui įvertinti. Pateikti atsakymai į anketos klausimus atskleidė studentų finansinio raštingumo lygį ir galimus finansinio raštingumo tobulinimo aspektus. Apklausa buvo vykdoma elektroniniu būdu, naudojant „Google Forms“. Apklausoje dalyvavo ir klausimyną tinkamai užpildė 64 respondentai (18–30 m.), iš kurių 54 – vaikinai, 10 – merginos (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

Lytis N (%)	
Vyrai N (%)	54 (84,38)
Moterys N (%)	10 (15,62)

Apklausoje dalyvavo 73 proc. respondentų, priklausančių 18–21 m. amžiaus grupei, beveik 19 proc. – 22–25 m. amžiaus grupei, beveik 8 proc. – 26–30 m. amžiaus grupei (žr. 2 lentelę).

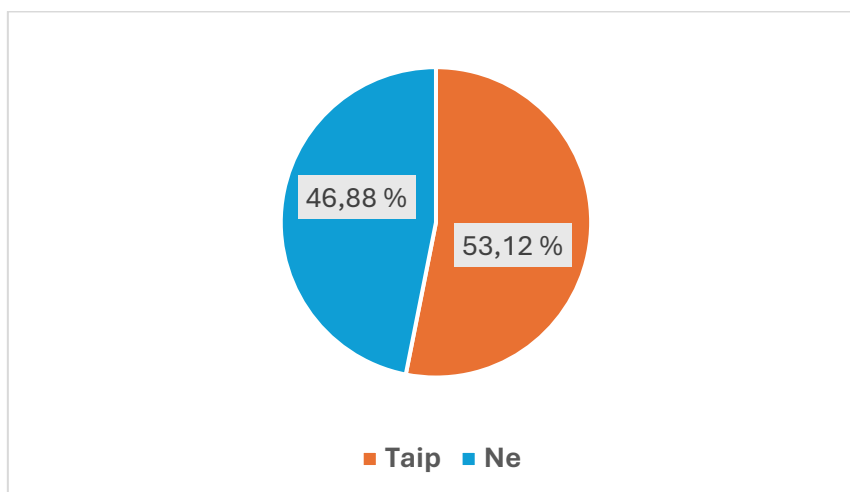
2 lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių ir studijų kursą

Amžius; N (%)		Vyrai; N (%)	Moterys; N (%)
18–21 m.	47 (73,44)	40 (74,07)	7 (70)
22–25 m.	12 (18,75)	10 (18,52)	2 (20)
26–30 m.	5 (7,81)	4 (7,41)	1 (10)

Kursas; N (%)		Vyrai; N (%)	Moterys; N (%)
Pirmas	28 (43,75)	23 (42,59)	5 (50)
Antras	27 (42,19)	24 (44,44)	3 (30)
Trečias	8 (12,5)	6 (11,12)	2 (2)
Ketvirtas	1 (1,56)	1 (1,85)	–

Daugiau negu 43 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų studijuoja pirmame kurse, 42 proc. – antrame, 12 proc. – trečiame ir tik 1,5 proc. – ketvirtame kurse. Ketvirtame kurse studijuojančios merginos apklausoje nedalyvavo (žr. 2 lentelę).

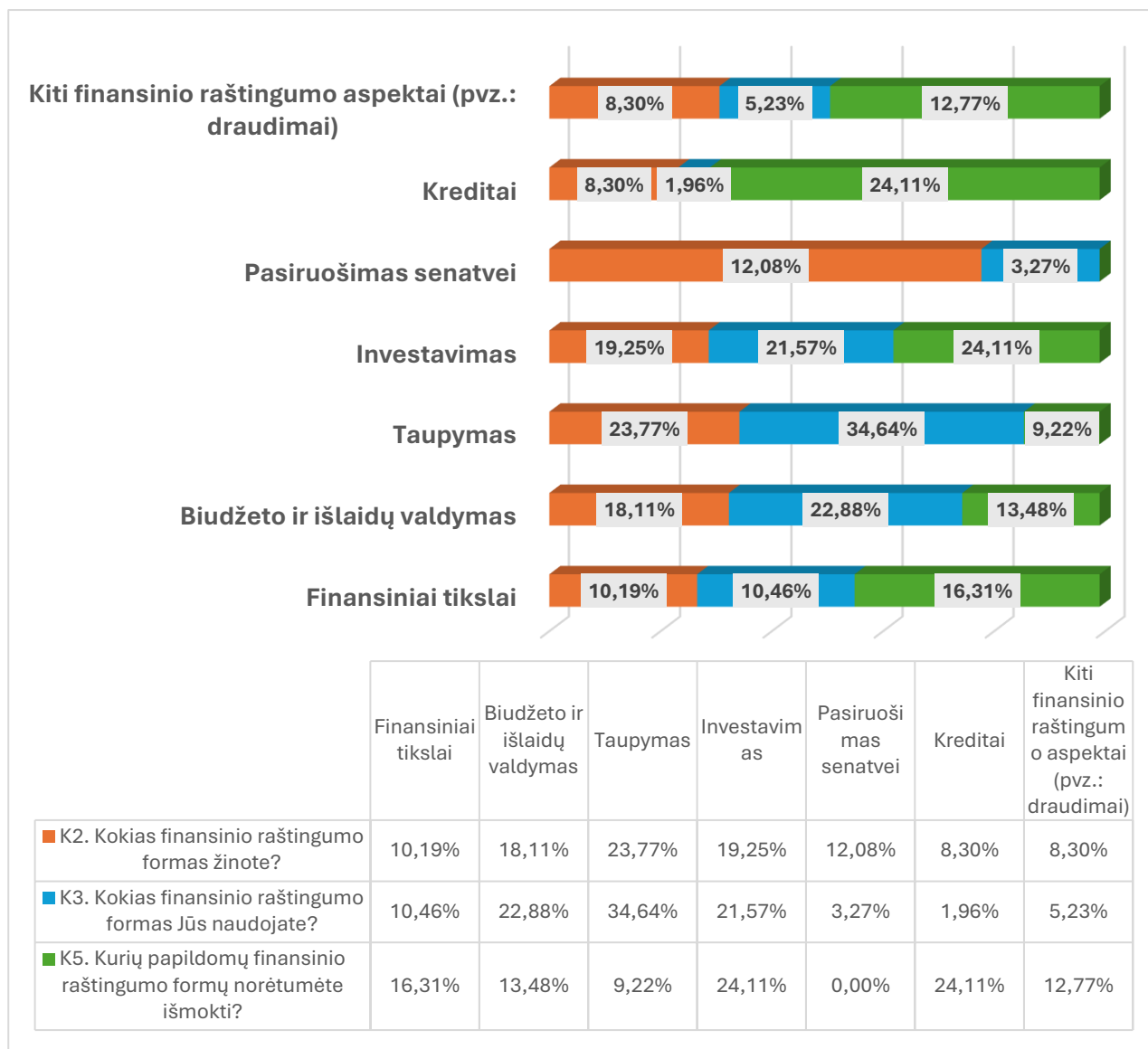
Siekiant nustatyti bendrąją tendenciją, studentų buvo klausiama, ar jie domisi finansiniu raštingumu (žr. 1 pav.).



1 pav. Studentų domėjimasis finansiniu raštingumu (N = 64)

Kaip matyti iš tyrimo rezultatų (žr. 1 pav.), kiek daugiau negu 53 proc. studentų domisi finansiniu raštingumu, o beveik 47 proc. nesidomi. Gauti rezultatai leidžia daryti prielaidą, kad daugeliui studentų finansinis raštingumas nėra pakankamai aktuali ar patraukli domėjimosi sritis, o tai gali lemti nepakankamą finansinio raštingumo lygį ateityje.

Siekiant nustatyti respondentų žinias apie finansinio raštingumo formas, finansinio raštingumo formų naudojimą ir ateities planus dėl finansinio raštingumo žinių tobulinimo, tyrimo metu studentų buvo prašoma atsakyti į klausimus, susijusius su minėtais finansinio raštingumo aspektais. Atsakydami į klausimus apie finansinio raštingumo formas, naudojimąsi jomis ir ateities planus dėl finansinio raštingumo žinių tobulinimo, studentai galėjo pasirinkti ne daugiau negu tris pateiktus atsakymus. Analizuojant apklausos rezultatus, aptariamai trys dažniausiai pasirinkti atsakymų variantai. Respondentai teigė žinantys apie tokias finansinio raštingumo formas kaip taupymas (23 %), investavimas (19 %) ir biudžeto išlaidų valdymas (18 %) (žr. 2 pav.).



2 pav. Studentų žinios apie finansinio raštingumo formas, finansinio raštingumo formų naudojimas ir numatomas finansinio raštingumo žinių tobulinimas ($N = 64$)

Atsakydami į klausimą apie naudojimąsi finansinio raštingumo formomis, studentai dažniausiai rinkosi taupymą. Tokį atsakymo variantą pasirinko daugiau negu trečdalis respondentų. Beveik 23 proc. studentų naudojami biudžeto ir išlaidų valdymo priemonėmis, daugiau negu 20 proc. apklaustųjų naudojami investavimo priemone. Mažiausiai studentų naudojami kreditais (apie 2 proc.) ir pasiruošimo senatvei finansinėmis priemonėmis.

Tyrimo metu, pateikdami savo nuomonę apie ateities planus dėl finansinio raštingumo žinių tobulinimo, daugiausia apklaustų studentų (po 24 proc.) nurodė norintys įgyti daugiau žinių apie kreditus ir investavimą, o 16 proc. – apie finansinius tikslus.

Atliekant tyrimą, vertinta finansinio raštingumo priemonių nauda. Kiekvienos priemonės skaitinė reikšmė buvo apskaičiuojama pagal klausimyno autorių nurodytas formules ir buvo nuo 0 iki 5 (5 balai rodo geriausią įvertinimą). Iš 3 lentelėje pateiktų rezultatų matyti, kad studentai geriausiai vertino biudžeto ir išlaidų valdymo finansinio raštingumo priemonę (vyrai $4,259 \pm 0,994$; moterys $4,4 \pm 0,699$).

3 lentelė. Finansinio raštingumo formų naudos vertinimas, atsižvelgiant į lytį ($m \pm SN$)

Finansinio raštingumo priemonės	Lytis, balai ($m \pm SN$)		p*
	Vyrai	Moterys	
Finansiniai tikslai	$3,759 \pm 1,115$	$3,6 \pm 0,843$	0,67
Biudžeto ir išlaidų valdymas	$4,259 \pm 0,994$	$4,4 \pm 0,699$	0,671
Taupymas	$4,111 \pm 1,207$	$4,4 \pm 0,891$	0,486
Investavimas	$4,037 \pm 1,115$	$3,8 \pm 0,788$	0,524
Pasiruošimas senatvei	$3,351 \pm 1,216$	$4,2 \pm 0,632$	0,036
Kreditai	$3,019 \pm 1,073$	$3,3 \pm 0,823$	0,435
Kiti finansinio raštingumo aspektai (pavyzdžiui, draudimas)	$3,37 \pm 1,033$	$3,6 \pm 0,699$	0,504

*Dviejų nepriklausomų imčių kiekybinių kintamųjų vidutinėms reikšmėms palyginti naudotas Stjudento t-testas.

Panašiai, kaip biudžeto ir išlaidų valdymas, įvertintas ir taupymas (vyrai $4,111 \pm 1,207$; moterys $4,4 \pm 0,699$). Nustatyta, kad moterys reikšmingai didesniu balu vertino savo pasiruošimą senatvei ($4,2 \pm 0,632$), palyginti su vyrais ($3,351 \pm 1,216$) ($p < 0,05$). Prasčiausiais balais pagal suteikiamą naudą įvertinta kreditų finansinė priemonė (vyrai $3,019 \pm 1,073$; moterys $3,3 \pm 0,823$).

Siekiant nustatyti studentų asmeninio finansinio raštingumo lygį jų pačių nuomone, studentų buvo prašoma įvertinti savo finansinį raštingumą skalėje nuo 0 iki 5 balų (5 balai rodo geriausią įvertinimą). Studentų asmeninio finansinio raštingumo vertinimas pateikiamas 4 lentelėje.

4 lentelė. Studentų asmeninio finansinio raštingumo vertinimas pagal lytį

Vertinamas aspektas	Lytis, balai ($m \pm SN$)		p*
	Vyrai	Moterys	
Finansinio raštingumo lygis	$2,87 \pm 0,584$	$3,2 \pm 0,788$	0,234

*Dviejų nepriklausomų imčių kiekybinių kintamųjų vidutinėms reikšmėms palyginti naudotas Stjudento t-testas.

Pagal studentų asmeninio finansinio raštingumo vertinimą vaikinai savo finansinį raštingumą vertina prasčiau negu merginos (vyrai $2,87 \pm 0,584$; moterys $3,2 \pm 0,788$). Studentų finansinio raštingumo rezultatai patvirtina OECD (2023) atlikto tyrimo metu gautus rezultatus, kad jaunų Lietuvos moterų finansinio raštingumo lygis yra geresnis negu jaunų vyrų.

Siekiant gilesnės studentų asmeninio finansinio raštingumo vertinimo duomenų analizės, atlikto tyrimo metu gauti duomenys analizuoti segmentuojant juos pagal lytį ir amžių. Nustatyta, kad 26–30 m. moterys savo finansinį raštingumą ($4,3 \pm 0,001$) vertina reikšmingai didesniu balu, palyginti su vyrais ($2,75 \pm 0,5$) ($p < 0,05$). Vienodai vidutinišku balu savo asmeninį finansinį raštingumą vertina 22–25 m. jauni vyrai ir moterys (vyrai $3 \pm 0,816$; moterys $3 \pm 0,001$).

5 lentelė. Studentų asmeninio finansinio raštingumo vertinimas pagal lytį ir amžių

Finansinio raštingumo vertinimas	lygio	Amžius, balai (m±SN)								
		18–21 m.		p*	22–25 m.		p*	26–30 m.		p*
		Vyrai	Moterys		Vyrai	Moterys		Vyrai	Moterys	
		2,85±0,533	3±0,577	0,501	3±0,816	3±0,001	0,5	2,75±0,5	4,3±0,001	0,028

*Dviejų nepriklausomų imčių kiekybinių kintamųjų vidutiniams reikšmėms palyginti naudotas Stjudento t-testas.

Atlikto tyrimo detalesnė rezultatų analizė pagal lytį ir amžių rodo tiesioginį ryšį su OECD (2023) atlikto tyrimo metu gautais tyrimo duomenimis, kad Lietuvos jaunos moterys turi geresnį finansinio raštingumo lygį negu jauni vyrai.

IŠVADOS

Asmens finansinis raštingumas turi būti nustatomas pagal kiekvienai šaliai pritaikytas asmenų finansinio raštingumo ugdymo priemonės, parenkant jas pagal skirtingas amžiaus grupes bei mokomų asmenų lytį. Didinant šalies jaunimo finansinį raštingumą, to reikia pradėti mokyti dar mokykloje, o mokymus turėtų vykdyti kvalifikuoti ir reikiamą pasirengimą turintys asmenys, nes dažnu atveju jaunimas mokosi finansinio raštingumo iš asmeninės patirties arba iš tėvų.

Finansinis raštingumas pripažįstamas kaip esminis įgūdis, kuris užtikrina asmeninį ekonominį stabilumą ir socialinę gerovę. Finansiniam raštingumui didinti skiriama vis daugiau dėmesio, atliekama vis daugiau tyrimų, nustatant atskirų šalių gyventojų ir atskirai jaunimo grupės finansinio raštingumo lygį. Tyrimų metu siekiama išsiaiškinti, kas lemia šalies piliečių finansinį raštingumą. Lietuvos jaunimo finansinis raštingumas tarptautiniame kontekste vertinamas vidutiniškai.

Išanalizavus studentų asmeninio finansinio raštingumo vertinimą, nustatyta, kad studentai dažniausiai naudojami taupymo, biudžeto, išlaidų valdymo ir investavimo priemonėmis. Mažiausiai studentų naudojami kreditų ir pasirošimo senatvei finansinėmis priemonėmis. Nustatyta, kad daugiausia studentų norėtų tobulinti žinias apie kreditus ir investavimą bei finansinių tikslų nustatymą. Studentų nuomone, naudingiausia finansinio raštingumo priemonė yra biudžeto ir išlaidų valdymas bei taupymas.

Asmeninio finansinio raštingumo vertinimas tarp jaunų vyrų siekia vidutinį lygį, o tarp jaunų moterų – kiek aukštesnį negu vidutinis lygis. Vilniaus kolegijos studentų apklausos metu gauti tyrimo rezultatai koreliuoja su OECD (2023) atlikto tyrimo metu gautais rezultatais ir patvirtina, kad jaunų Lietuvos moterų finansinio raštingumo lygis geresnis negu jaunų vyrų.

Literatūros sąrašas

Anderloni, L., & Vandone, D. (2010). Risk of overindebtedness and behavioral factors. In C. Lucarelli, G. Brighetti (Eds.), *Risk tolerance in financial decision making*. Palgrave Macmillan.

Atkinson, A., & F. Messy. (2012). Measuring financial literacy: results of the OECD. International network on financial education (INFE) pilot study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, 15. <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>

Cvilikienė, J. (2020). *Mokinių finansinis raštingumas: ko pasiekėme per trejus metus?* Swedbank. <https://blog.swedbank.lt/pranesimai-spaudai-finansu-laboratorija-ekonomikos-klase-asmeniniai-finansai/mokiniu-finansinis-rastingumas-ko-pasiekeme-trejus-metus>

Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The American Council on Consumer Interests*, 44(2). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>

Yong, H. A., & Tan, K. (2017). The influence of financial literacy towards risk tolerance. *International Journal of Business and Society*, 18(3), 469–484. <https://www.researchgate.net/profile/Hui-Nee-Au>

Yong/publication/322470398_The_Influence_Of_Financial_Literacy_Towards_Risk_Tolerance/links/5a9ebdaea6fdcc22e2cb32a5/The-Influence-Of-Financial-Literacy-Towards-Risk-Tolerance.pdf

Karaliūtė, A., & Černiauskaitė, M. (2020). Psichologinių ir ekonominių veiksnių įtaka užimtų Lietuvos gyventojų taupymui. *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai*, 14(2), 63–78.

Klapper, L., & Lusardi, A. (2020). Financial literacy and financial resilience: evidence from around the world. *Financial Management*, 49(3), 589–614. <https://doi.org/10.1111/fima.12283>

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1): 5–44. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jel.52.1.5>

OECD. (2012). *OECD/INFE High-Level Principles on National Strategies for Financial Education*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-Principles-National-Strategies-Financial-Education.pdf>

Pranulis, V., & Dikčius, V. (2012). *Rinkodaros tyrimai: teorija ir praktika*. Vilniaus universiteto leidykla.

Žagūnis, V. (2019). *Praktikantų idėjos padės tobulinti SEB banko paslaugas ir diegti inovatyvius sprendimus*. SEB bankas. <https://www.seb.lt/naujienos/2019-08-13/praktikantuidejos-pades-tobulinti-seb-banko-paslaugas-ir-diegti-inovatyvius>

SUMMARY

STUDENTS FINANCIAL LITERACY: THE CASE OF VILNIUS COLLEGE FACULTY OF ELECTRONICS AND INFORMATICS

Deividas Anilionis, Artūras Giraitis

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
deividas.anilionis@stud.viko.lt, arturas.giraitis@stud.viko.lt

Consulted by dr. Natalija Pozniak, Anželika Slimanavičienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
n.pozniak@viko.lt, a.slimanaviciene@viko.lt

Financial literacy is a vital skill for personal and societal well-being, enabling individuals to manage finances effectively, reduce risks, and achieve financial goals. The relevance of this study stems from the global challenge of insufficient financial literacy among youth. The research investigates the financial literacy levels of students at the Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution at the Faculty of Electronics and Informatics.

The research objective is to evaluate students financial literacy levels, segmenting the results by gender and age, and to identify methods for improving financial literacy. Quantitative methods, including surveys and statistical analysis, were applied to assess students understanding and use of financial tools such as budgeting, saving, and investing.

Key findings indicate that while most students demonstrate medium financial literacy, they primarily utilize budgeting and saving tools. Female students demonstrated higher financial literacy levels than male students, aligning with OECD studies. The study highlights the need for early financial education to enhance economic stability and recommends integrating practical financial skills training into the educational curriculum.

Anilionis, D., Giraitis, A., Pozniak, N., Slimanavičienė, A. (2025). Studentų finansinis raštingumas: Vilniaus kolegijos Elektronikos ir informatikos fakulteto atvejis. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 272-280, ISSN 2669-221X

MOTYVACINĖS ŽINUTĖS SAU, KAIP JAUNIMO STIPRYBĖS IR TIKSLO SIEKIMO PRIEMONĖ, BESIKEIČIANČIOJE VISUOMENĖJE

Viltė Pilibaitytė

Vilniaus kolegija, Lietuva

vilte.pilibaityte@stud.viko.lt

Konsultavo dr. Renata Kondratavičienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.kondrataviciene@pdf.viko.lt

IVADAS

Besikeičiančios visuomenės kontekste jaunimo motyvacija ir tikslų siekimas tampa itin svarbiomis temomis, ypač atsižvelgiant į augantį informacinių technologijų ir socialinės medijos poveikį. Motyvacinės žinutės sau, kaip savirefleksijos ir vidinės stiprybės palaikymo priemonė, užima reikšmingą vaidmenį stiprinant jaunimo psichologinį atsparumą ir skatinant ilgalaikius siekius. UNESCO (2021) pabrėžia, kad savireguliacija ir vidinis įkvėpimas yra esminės šiuolaikinės švietimo sistemos vertybės, kurios padeda jaunimui ne tik prisitaikyti prie sparčių pokyčių, bet ir aktyviai formuoti savo ateitį. Šią mintį papildė Lietuvos 2021–2030 m. švietimo strategija, kurioje akcentuojamas poreikis ugdyti jaunimo savarankiškumą ir gebėjimą kryptingai siekti tikslų, pasitelkiant tiek tradicines, tiek inovatyvias priemones (Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija, 2021). Europos Tarybos dokumentuose taip pat pabrėžiama, kad savęs pažinimas ir stiprinimas yra pagrindiniai elementai, kuriant sėkmingą jaunimo politiką, orientuotą į socialinį įtraukimą ir asmeninį tobulėjimą (European Commission, 2020). Šiame kontekste motyvacinės žinutės sau išsiskiria kaip priemonė, galinti padėti jauniems žmonėms ne tik įveikti iššūkius, bet ir aktyviai kurti pokyčius savo bendruomenėse.

Naujausi tyrimai rodo, kad motyvacinės žinutės prisideda prie psichologinės gerovės stiprinimo, padeda įveikti stresą ir ugdo jaunimo atsparumą. Wood ir kt. (2020) teigia, kad dėkingumas ir refleksija, naudojant tokias priemones, kaip motyvacinės žinutės, stiprina emocinį stabilumą ir skatina veiklos įsitraukimą. Lietuvoje tokios iniciatyvos, kaip „Motyvacinė žinutė sau“, organizuojamos akademinėje bendruomenėje, atskleidžia, kad tokio pobūdžio praktikos skatina savimotyvaciją ir bendruomeniškumą (Bubnys & Kaunickienė, 2022).

Problema. Jaunimas dažnai susiduria su sunkumais, siekdamas užsibrėžtų tikslų, o jų motyvaciją stiprinančios priemonės švietimo sistemoje nėra pakankamai integruotos. Nors pasauliniai ir nacionaliniai tyrimai pabrėžia šių priemonių efektyvumą, jų taikymas praktikoje dar nėra sisteminis.

Tyrimo objektas – motyvacinės žinutės ir jų vaidmuo jaunimo stiprybės ugdymo ir tikslo siekimo procese.

Tikslas – tirti, kaip motyvacinės žinutės sau prisideda prie jaunimo stiprybės ugdymo ir tikslo siekimo procesų.

Uždaviniai:

- remiantis teorine literatūra, išanalizuoti motyvacinių žinučių reikšmę jaunimo emocinei gerovei ir tikslui siekti;
- remiantis mokslinės literatūros apžvalga, atskleisti pagrindinius veiksnius, lemiančius motyvacinių žinučių efektyvumą, ugdant jaunimo stiprybę;
- išanalizuoti studentų atsakymus apie motyvacinių žinučių poveikį jų savimotyvacijai ir tikslams siekti, remiantis empirinio tyrimo rezultatais.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, apklausa ir turinio analizė.

Literatūros apžvalga

Tikėjimas savimi ir motyvacija

Tikėjimas savimi ir motyvacija yra glaudžiai susiję veiksniai, ypač ugdant atsparumą ir siekiant tikslų. Remiantis savideterminacijos teorija (Ryan & Deci, 2000, 2020), vidinės motyvacijos stiprinimas grindžiamas autonomijos, kompetencijos ir giminystės poreikių tenkinimu. Tokia aplinka skatina asmenų pasitikėjimą savo gebėjimais ir motyvuoja siekti sudėtingų tikslų. Stoddardas (2022), remdamasis Duckworth, pabrėžė drąsos – aistros ir atkaklumo – svarbą, siekiant ilgalaikių tikslų, kartu išskirdamas išmokto optimizmo ryšį su veiklos rezultatais ir pasitenkinimu. Deci ir Ryanas (2017) akcentavo teigiamo grįžtamojo ryšio ir tinkamai parinktų iššūkių svarbą kompetencijos jausmui ugdyti, o Reeve ir kt. (2019) įrodė, kad savarankiškumą palaikanti švietimo aplinka skatina mokinių motyvaciją ir saviveiksmingumą. Empiriniai tyrimai (Yu et al., 2016) parodė, kad mokytojų parama didina mokinių įsitraukimą, mažina nerimą ir stiprina jų tikėjimą savimi. Be to, tikslų nustatymo teorija (Locke & Latham, 2002) pabrėžia konkrečių ir pasiekiamų tikslų reikšmę stiprinant motyvaciją. Apibendrinant galima teigti, kad vidinės motyvacijos, drąsos ir kompetencijos integracija yra esminė tvariai motyvacijai ir atsparumui, o autonomiją, kompetenciją ir giminystę skatinanti aplinka prisideda prie sėkmingo tikslų įgyvendinimo.

Dėkingumas ir refleksija

Dėkingumas ir savirefleksija yra esminiai jaunimo psichologinės gerovės komponentai, stiprinantys atsparumą, savireguliaciją ir socialinius įgūdžius. Tyrimai rodo, kad dėkingumas skatina teigiamą požiūrį į gyvenimo iššūkius, padeda gilinti tarpasmeninius ryšius ir skatina asmeninį augimą (Wood et al., 2010; Fuertes, 2024). Bono ir kt. (2020) pabrėžia dėkingumo intervencijų reikšmę socialinio ir emocinio mokymosi kompetencijoms bei moraliniam vystymuisi, akcentuodami jų naudą psichikos sveikatai ir tarpusavio santykiams. Fatima ir kt. (2022) išskyrė dėkingumo svarbą savireguliacijai ir akademiniai motyvacijai, ypač sudėtingais laikotarpiais, tokiais kaip COVID-19 pandemija. Dėkingumas, kaip atskleidė Demichelio ir kt. (2024) tyrimas, taip pat skatina prasmės ir gyvenimo tikslo suvokimą, mažina stresą ir didina empatiją. Praktinės dėkingumo intervencijos, tokios kaip refleksyvūs pratimai ar dėkingumo laišakai, empiriškai įrodytos kaip naudingos gerovei ir tarpusavio santykiams (Stefan et al., 2021). Apibendrinant galima konstatuoti, kad dėkingumo integravimas į ugdymo ir socialines sistemas prisideda prie jaunimo atsparumo, empatijos ir bendros psichologinės gerovės stiprinimo.

Kova su sunkumais

Atsparumas, kaip psichologinis ir pedagoginis fenomenas, išlieka esmine tyrimų tema, akcentuojant gebėjimą įveikti sunkumus ir prisitaikyti prie pokyčių. Ryanas ir Deci (2000) pabrėžia vidinės motyvacijos ir apsisprendimo svarbą, skatinant atkaklumą sudėtingose situacijose, o Goldstein ir Brooks (2023) išryškina teigiamų santykių, savidisciplinos ir išorinės paramos, kaip pagrindinių atsparumą stiprinančių veiksnių, svarbą. Garland ir kt. (2015) dėmesį sutelkia į sąmoningumą, kaip metodą, padedantį adaptuotis, reguliuoti emocijas ir pervertinti stresines situacijas, o Şimşir ir Dilmaç (2021) nurodo, kad savidisciplina ir grūdėtumas reikšmingai prisideda prie psichologinės gerovės. Song ir kt. (2024) išskiria atsparumo ryšį su tikslų nustatymu, atkaklumu ir išteklių valdymu, teigdami, kad šios savybės padeda asmenims efektyviau įveikti kliūtis. Masten (2001) akcentuoja palaikančių santykių ir struktūrizuotos aplinkos vaidmenį, kurie ypač reikšmingi susidūrus su didelėmis nelaimėmis. Mokslinėje literatūroje taip pat pabrėžiamos psichologinės vertybės, tokios kaip viltis ir optimizmas, kurios, Garland ir kt. (2021) teigimu, palengvina teigiamų emocinių būsenų palaikymą ir skatina prasmingą augimą. Apibendrinant darytina išvada, kad atsparumo tyrimai išryškina motyvacijos, sąmoningumo, teigiamų santykių ir struktūruotos aplinkos svarbą, telkiant individo psichologinius išteklius gyvenimo sunkumams efektyviai įveikti ir augimo mąstysenai puoselėti (Ryan & Deci, 2000; Masten, 2001; Garland et al., 2015; Şimşir & Dilmaç, 2021; Goldstein & Brooks, 2023; Song et al., 2024).

Tikslai ir svajonių siekimas

Asmeninių tikslų ir svajonių siekimas glaudžiai siejamas su vidine motyvacija, saviveiksmingumu ir atsparumu, kurių sąveika lemia sėkmę tiek akademiniam, tiek profesiniam kontekste. Banduros socialinė-kognityvinė teorija pabrėžia saviveiksmingumo vaidmenį, kuris įgalina asmenis išsikelti ambicingus tikslus ir siekti jų, veikiant kaip tarpininkams tarp siekių ir elgesio rezultatų (Rezunova, 2023). Deci ir Ryano savideterminacijos teorija nurodo, kad vidinė motyvacija skatina atkaklumą ir gebėjimą prisitaikyti sudėtingose situacijose (Lukes et al., 2020). Tyrimai pabrėžia atsparumo svarbą ir atskleidžia, kad atsparūs asmenys dažnai pasižymi aukštesniu savireguliacijos lygiu, leidžiančiu įveikti kliūtis ir siekti svajonių (Trigueros et al., 2020; García-Crespo et al., 2021). Šeiminė ir edukacinė aplinka taip pat daro reikšmingą įtaką, nes palaikantys tinklai, pasižymintys dideliais lūkesčiais ir paskatinimu, stiprina atsparumą ir motyvaciją (García-Crespo et al., 2021). Savireguliuojamo mokymosi sistemos, pabrėždamos metakognicijos svarbą, padeda siekti tikslų, skatindamos tikslų nustatymą, pažangos stebėjimą ir strategijų adaptavimą (Lukes et al., 2020). Taigi mokslinėje literatūroje pagrindžiama, kad tikslų siekimas priklauso nuo atsparumo, saviveiksmingumo ir motyvacinės paramos sistemų sąveikos, kurios ugdytas stiprina gebėjimą prisitaikyti ir įveikti šiuolaikinės visuomenės iššūkius.

Studijų patirtis ir kasdienybė

Studentų akademinė patirtis aukštojoje mokykloje glaudžiai susijusi su jų motyvacija, įsitraukimu ir asmeniniu tobulėjimu. Vidinė motyvacija, skatinama malonumo ar susidomėjimo veikla, siejama su kokybišku mokymusi ir kūrybiškumu, o išorinė motyvacija, nors ir grindžiama išoriniais veiksniais, gali prisidėti prie įsitraukimo ir pasiekimų, kai dera su asmeninėmis vertybėmis (Ryan & Deci, 2000; Ferrer et al., 2020). Tyrimai pabrėžia akademinės aplinkos svarbą, siekiant patenkinti autonomijos, kompetencijos ir giminytės poreikius, o tai, kaip atskleidė Ferrer ir kt. (2020) atliktas tyrimas, gali skatinti teigiamą požiūrį į mokymąsi ir akademinę sėkmę. Vidinę motyvaciją palaikanti aplinka lemia didesnę įsitraukimą ir gerovę, atitinkančią savideterminacijos teorijos principus (Ryan & Deci, 2020). Be to, studentai, integruojantys mokymosi patirtį su gyvenimo tikslais, demonstruoja atsparumą ir pasiekia prasmingesnių rezultatų. Reflektavimo ir tikslo siekimo praktikos prisideda prie vidinio įsitraukimo ir akademinės sėkmės. Taigi motyvacijos ir įsitraukimo stiprinimas, grindžiamas tiek vidiniais interesais, tiek išoriniais tikslais, gali gerokai pagerinti studentų patirtį ir ilgalaikius rezultatus.

Bendruomeniškumas ir palaikymas

Bendraamžių ir bendruomenės paramos svarba mokinių atsparumui ugdyti pabrėžiama daugelyje tyrimų, atskleidžiančių reikšmingą šios paramos įtaką emocinei gerovei ir akademiniam tikslams siekti. Rossetto ir Martin (2022) nurodo, kad atsparumas švietimo kontekste priklauso nuo bendravimo praktikų, skatinančių priklausymo jausmą, mentorystę ir reflekyvią praktiką, kurios yra esminės aukštojo mokslo aplinkose. Shen ir kt. (2024) analizuoja socialinių tinklų ir institucinės paramos svarbą, mažinančią psichologinį stresą ir gerinančią prisitaikymą. Johnson ir kt. (2020) tyrimai rodo, kad struktūruotos mokymosi bendruomenės stiprina priklausymo jausmą ir atkaklumą, ypač nepakankamai atstovaujamos STEM srityse. Innes (2021) akcentuoja dėstytojų ir studentų bendravimo spragų užpildymo svarbą, siekiant skatinti atsparumą. Empiriniai duomenys, iliustruojantys bendraamžių paramos reikšmę, rodo, kad prie saviveiksmingumo ir emocinio atsparumo didinimo prisideda ir motyvacinės žinutės, tokios kaip „Linkiu tau prasmingų studijų!“ (R33) ar „Niekada nepasiduok, net jei tau nepavyks!“ (R38). Apibendrinant konstatuotina, kad bendruomeniškumo ir tarpusavio paramos sistemos yra būtinos strategijos, gerinančios studentų atsparumą, skatinančios jų holistinį vystymąsi ir padedančios įveikti šiuolaikinės visuomenės iššūkius.

Asmeninis augimas ir žinių vertė

Asmeninio augimo ir žinių vertės analizė atskleidžia, kad minėti procesai glaudžiai susiję su vidine motyvacija, refleksija ir savarankišku mokymusi. Bubnys ir Kaunickienė (2022) pabrėžė refleksyvosios praktikos svarbą mokinių mokymosi patirties supratimui, skatinant nuolatinį augimą, o Ryano ir Deci (2000) tyrimai kaip esminius veiksnius asmeninio tobulėjimo procese įvardijo vidinę motyvaciją ir refleksiją. Elshareif ir Mohamed (2021) nurodė, kad e. mokymosi sistemos skatina savarankiškumą ir motyvaciją, o Chukwuedo ir kt. (2021) parodė, kad intervencijos, orientuotos į savarankišką mokymąsi, didina akademinį įsitraukimą bei mokymosi visą gyvenimą tendencijas. Skaitmeninės mokymosi priemonės taip pat turi reikšmingą įtaką – Pedroso ir kt. (2022) atskleidė, kad internetinis mokymasis pandemijos metu ugdė atsparumą, organizacinius įgūdžius ir savarankiškumą, prisidedamas prie akademinį ir asmeninių gebėjimų plėtros. Ferrer et al. (2020) įrodė, kad tinkamai suprojektuotos internetinės mokymosi aplinkos gali stiprinti vidinę motyvaciją ir įsitraukimą. Šie tyrimai pabrėžia, kad asmeninis augimas yra dinamiškas procesas, išsiskinęs motyvacijoje ir vertinant žinias, o švietimo sistemos turėtų būti kuriamos taip, kad skatintų šiuos elementus, prisidedamos prie ilgalaikės asmeninės ir akademinės sėkmės.

Apibendrinant mokslinės literatūros apžvalgą, matyti, kad motyvacija, tikėjimas savimi, dėkingumas, refleksija, atsparumas, tikslų siekimas ir bendruomeniškumas yra tarpusavyje glaudžiai susiję veiksniai, lemiantys tiek asmeninį, tiek akademinį augimą. Savideterminacijos teorija pabrėžia autonomijos, kompetencijos ir giminystės svarbą stiprinant vidinę motyvaciją bei pasitikėjimą savo gebėjimais. Šie elementai sudaro pagrindą tvariai motyvacijai ir atsparumui ugdyti.

Dėkingumas ir refleksija prisideda prie psichologinės gerovės, skatindami empatiją, socialinius ryšius ir prasmės suvokimą. Atsparumas išryškėja kaip esminis veiksnys, įveikiant sunkumus ir prisitaikant prie pokyčių, akcentuojant palaikančių santykių, savidisciplinos bei struktūruotos aplinkos svarbą. Tikslų siekimas ir svajonių įgyvendinimas grindžiami vidine motyvacija, saviveiksmingumu ir savireguliacija, o bendruomeniškumas ir bendraamžių parama užtikrina emocinį stabilumą ir skatina sėkmingą integraciją į akademinę aplinką.

Asmeninis augimas ir žinių vertės supratimas glaudžiai susiję su refleksija, savarankišku mokymusi bei skaitmeninių priemonių integracija. Apibendrintai teigtina, kad tvari ir motyvuojanti ugdymo aplinka, skatinanti refleksiją, autonomiją bei bendruomeniškumą, gali tapti ilgalaikės sėkmės pagrindu tiek asmeniniame, tiek akademiniam gyvenime.

Tyrimo metodologija

Tyrimo metodologija paremta kokybiniu požiūriu, leidžiančiu giliau ir išsamiau analizuoti jaunimo motyvacijos skatinimo priemones. Kokybinis tyrimas tinka siekiant išsiaiškinti subjektyvius jausmus, patirtis ir interpretacijas, kurių negalima išmatuoti kiekybiniais metodais (Bryman, 2012). Tyrimu siekiama suprasti, kaip studentų parašytos motyvacinės žinutės gali prisidėti prie jų asmeninio augimo, emocinio atsparumo ir tikslų siekimo besikeičiančioje visuomenėje.

Tyrimo duomenų rinkimo metodas – atvirojo tipo anoniminė apklausa, vykdyta naudojant internetinę platformą „Mentimeter“ (<https://www.menti.com/aln33j9k5nj2>). Ši platforma leido užtikrinti respondentų anonimiškumą ir laisvą saviraišką. Tyrime dalyvavo 69 Vilniaus kolegijos Pedagogikos fakulteto studentai, kurie Tarptautinės studentų dienos proga buvo kviečiami parašyti motyvacinę žinutę sau. Respondentai galėjo pasidalyti savo padaršinimais, tikslų priminimais ar trumpais palinkėjimais, orientuotais į savęs palaikymą ir savimotyvaciją.

Surinkti duomenys buvo analizuojami naudojant turinio analizės metodą, kuris leido identifikuoti pagrindines kategorijas ir temas, atspindinčias jaunimo savimotyvacijos, dėkingumo ir tikslų siekimo aspektus. Šis metodas yra lankstus ir prisitaikantis, leidžiantis atskleisti giluminius duomenų sluoksnius (Kvale & Brinkmann, 2015).

Tyrimo etika buvo užtikrinta laikantis konfidencialumo, informuoto sutikimo ir anonimiškumo principų. Respondentai buvo informuoti apie tyrimo tikslą ir savanorišką dalyvavimą. Visi duomenys buvo apdoroti laikantis etikos standartų, siekiant užtikrinti, kad nė vienas respondentas nebūtų identifikuotas.

Rezultatų analizė

Tikėjimas savimi ir motyvacija

Buvo siekiama ištirti pagrindinius veiksnius, lemiančius studentų motyvaciją ir tikėjimą savimi jų asmeninio tobulėjimo procese (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Tikėjimas savimi ir motyvacija

Kategorija	Subkategorija
Tikėjimas savimi ir motyvacija	Tikėjimas savo jėgomis
	Ryžtas siekti tikslų
	Įkvėpimas ir atkaklumas

Respondentai žinutėse akcentavo pasitikėjimą savimi bei atkaklumą, pavyzdžiui, pabrėždami, kad „viskas įmanoma“ (R1) arba „tikėk savimi ir savo svajonėmis“ (R13). Šie teiginiai rodo stiprų vidinį tikėjimą ir motyvaciją. Be to, studentai išskyrė atkaklumo svarbą, teigdami, kad „tavo tikslas laukia“ (R15) ir „atkakliai siek savo svajonių“ (R50), o tai iliustruoja jų ryžtą siekti ilgalaikių tikslų. Susidūrę su kliūtimis, studentai pabrėžė įkvėpimo ir emocinės stiprybės svarbą, nurodydami, kad „nenuleisk rankų net ir sunkiausiu momentu“ (R47) bei „būtent tada esi arčiausiai savo tikslų“ (R46). Šie teiginiai atskleidžia optimizmo ir atkaklumo reikšmę motyvacijai palaikyti. Ankstesni tyrimai patvirtina, kad pasitikėjimas savo gebėjimais ir atkaklumas yra lemiami sėkmingos savirealizacijos veiksniai (Ryan & Deci, 2020; Stoddard, 2022).

Jaunimo dėkingumas ir refleksija

Tyrimu siekta ištirti, kaip studentai interpretuoja ir naudoja „Motyvacinę žinutę sau“ kaip savirefleksijos įrankį. Analizuojami dėkingumo ir refleksijos aspektai suskirstyti į subkategorijas: dėkingumas sau, praeitis ir ateitis, maži laimėjimai (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Dėkingumas ir refleksija

Kategorija	Subkategorija
Dėkingumas ir refleksija	Dėkingumas sau
	Praeitis ir ateitis
	Maži laimėjimai

Respondentai akcentuoja stiprybę ir pasididžiavimą savimi, pavyzdžiui: „Noriu pasakyti sau „ačiū“ už tai, kad ryžausi mokytis ir esu pasirengusi įveikti visus sunkumus“ (R4). Šis požiūris dera su tyrimais, pabrėžiančiais, kad savęs vertinimas ir pozityvumas stiprina motyvaciją (Wood et al., 2010; Stefan et al., 2021). Praeities ir ateities refleksija atspindi studentų savęs priėmimą dabartyje ir ilgalaikių tikslų siekimą. Kaip pažymi R37: „Esu studentas – mokymasis yra ne tik pareiga, bet ir galimybė.“ Šie teiginiai rodo gilų gyvenimo etapo suvokimą ir tikslų reikšmę. Maži kasdieniai laimėjimai taip pat laikomi svarbia motyvacinio stiprinimo dalimi: „Džiaukis mažais laimėjimais ir mėgaukis studentavimo laikotarpiu“ (R69). Froh et al. (2021) teigia, kad toks požiūris prisideda prie psichologinio atsparumo ugdymo. Apibendrinant galima teigti, kad studentų motyvacinės žinutės grindžiamos dėkingumu, refleksija ir gebėjimu pastebėti gyvenimo prasmę kasdienybėje. Šios įžvalgos atitinka tyrimų išvadas, kad dėkingumas ir refleksija stiprina psichologinę gerovę bei mokymosi rezultatus (Wood et al., 2010; Bono et al., 2020; Stefan et al., 2021; Fuertes, 2024; Zhu et al., 2024).

Kova su sunkumais

Siekta ištirti, kaip respondentai įveikia gyvenimo sunkumus. Analizuojant motyvacines žinutes, išskirtos pagrindinės strategijos: streso ir nerimo valdymas, iššūkių įveikimas ir vilties išlaikymas (žr. 3 lentelę).

3 lentelė. Kova su sunkumais

Kategorija	Subkategorija
Kova su sunkumais	Streso ir nerimo valdymas
	Iššūkių įveikimas
	Vilties nepraradimas

Respondentai pabrėžia emocijų kontrolės ir savimotyvacijos svarbą, teigdami, kad svarbu „vyti mintis lauk“ ir siekti tikslų, nepaisant streso (6, 22). Ryžtingumas ir atkaklumas, jų nuomone, taip pat yra esminiai veiksniai, padedantys įveikti kliūtis, kai „nenuleidžiamos rankos ir tęsiama kelionė“ (9, 39). Be to, optimizmas ir tikėjimas ateitimi užtikrina, kad sunkumai suvokiami kaip laikini, o klaidos – kaip žingsniai į priekį (11, 58). Mokslininkai taip pat pabrėžia, kad pozityvi savimotyvacija ir emocinė stiprybė yra esminiai asmeninio augimo elementai (Ryan & Deci, 2020), o dėmesio valdymas ir sąmoningumas stiprina atsparumą stresui (Garland et al., 2019).

Tikslai ir svajonių siekimas

Remiantis studentų motyvacinėmis žinutėmis, siekta ištirti pagrindines temas, apibūdinančias tikslų siekimą ir svajonių realizaciją (žr. 4 lentelę).

4 lentelė. Tikslai ir svajonių siekimas

Kategorija	Subkategorija
Tikslai ir svajonių siekimas	Drąsa siekti daugiau
	Pedagoginės kelionės svarba
	Kantrybės svarba

Respondentai drąsą apibrėžė kaip pasitikėjimą savo galimybėmis, ryžtą nebijoti nesėkmių ir atkakliai siekti užsibrėžtų tikslų: „Linkiu sau nesinervinti, jei kas nors nepavyksta iš pirmo karto, ir toliau siekti savo tikslo nepaisant visų sunkumų“ (R20), „Nenuleisk rankų dėl baimės. Atėjai tapti pedagogu, todėl eik iki galo“ (R45). Pedagoginės kelionės svarba atspindėjo augimo ir mokymosi procesą, kur svarbus atsparumas nesėkmėms: „Nenuleiskite rankų net suklydę – parklupus visada galima atsistoti“ (R38), „Prisimink, kad kiekviena kliūtis yra galimybė augti“ (R51). Kantrybė, kaip ilgalaikio tikslo siekimo sąlyga, buvo pabrėžiama nuoseklumo ir užsispyrimo kontekste: „Linkiu sau kantrybės ir drąsos. Labai norėčiau sėkmingai baigti studijas“ (R27). Šie respondentų pastebėjimai dera su ankstesniais tyrimais, kuriuose pabrėžiama vidinės motyvacijos ir asmeninio atsparumo svarba akademinėje veikloje (Lukes et al., 2020; Khozhiakbar, 2021), nurodant, kad minėti veiksniai būtini tiek asmeniniam, tiek profesiniam tobulėjimui.

Studijų patirtis ir kasdienybė

Tyrimu siekta ištirti studentų motyvacinius palinkėjimus ir požiūrį į studijų procesą, analizuojant jų patirtį per studijų džiaugsmo, studentavimo ypatumų ir mokymosi motyvacijos kategorijas (žr. 5 lentelę).

5 lentelė. Studijų patirtis ir kasdienybė

Kategorija	Subkategorija
Studijų patirtis ir kasdienybė	Studijų džiaugsmas
	Studentavimo ypatumai
	Mokymosi motyvacija

Studijų džiaugsmas apibūdinamas kaip studentų vertinimas, jog studijų metai yra prasmingas gyvenimo etapas, formuojantis asmeninį tobulėjimą. Respondentas pabrėžia: „Sveikinu visus studentus ir linkiu studijų metus praleisti taip, kad jie taptų gyvenimo pamatu“ (R29), atskleisdamas gilų ryšį tarp studijų ir gyvenimo kokybės bei siekį patirti prasmingą laikotarpį. Studentavimo ypatumai akcentuoja linksmą studentavimo pusę ir atsakomybės svarbą. Kaip pažymi kitas respondentas: „Studijuokit studentaudami, studentaukit studijuodami!“ (R30). Tai atspindi balansą tarp akademinio ir asmeninio gyvenimo, kurį sustiprina poreikis planuoti laiką: „Linkiu nerašyti darbų paskutinę naktį!“ (R34), pabrėžiant atsakingą požiūrį į studijas. Mokymosi motyvacija grindžiama vidiniu smalsumu ir tikėjimu savimi: „Tikėkite savo svajonėmis, ieškokite atsakymų į visus rūpimus klausimus ir nebijokite klysti!“ (R31). Tai rodo, kad mokymosi procesą lydi ne tik žinių siekimas, bet ir asmeninis augimas. Šios respondentų išvalgos sutampa su ankstesnių tyrimų rezultatais, pabrėžiančiais studentų įsitraukimo svarbą, teigiamo požiūrio į studijas įtaką bei subalansuoto gyvenimo būdo reikšmę (Deci & Ryan, 2017; Ferrer et al., 2020).

Bendruomeniškumas ir palaikymas

Siekta ištirti, kaip „Motyvacinė žinutė sau“ skatina studentų bendruomeniškumą ir tarpusavio palaikymą. Analizuotos emocinės paramos sau ir kitiems išraiškos (žr. 6 lentelę).

6 lentelė. Bendruomeniškumas ir palaikymas

Kategorija	Subkategorija
Bendruomeniškumas ir palaikymas	Savęs palaikymas
	Kitų palaikymas

Studentai dažnai save motyvuoja ir skatina įveikti sunkumus, pabrėždami vidinę motyvaciją ir savivertės stiprinimą. Pavyzdžiui, „Linkiu niekada neužgesti pedagoginiame kelyje!“ (R2) akcentuoja tikslų siekimo svarbą, o „Esi šaunus! Didžiuojuosi tavimi ir tavo pastangomis“ (R49) išryškina teigiamo grįžtamojo ryšio reikšmę emociniam atsparumui ir akademiniam iššūkiams įveikti. Kolegoms skirtos žinutės, tokios kaip „Visiems studentams linkiu prasmingų studijų!“ (R33) ar „Nenuleiskite rankų net suklydę – parklupus visada galima atsistoti“ (R38) stiprina bendruomeniškumo jausmą, empatiją ir pozityvų požiūrį net susidūrus su nesėkmėmis. Šios žinutės atspindi tiek savęs, tiek kitų palaikymo svarbą, kuri prisideda prie studentų emocinės gerovės ir akademinės sėkmės. Gauti rezultatai dera su Rossetto ir Martin (2022) teiginiais apie bendruomeniškumo ir savęs motyvacijos reikšmę akademiniam rezultatams, taip pat patvirtina Shen ir kt. (2024) išvadas, kad savęs palaikymas ir psichologinis atsparumas yra būtini sėkmingai adaptacijai aukštesiose mokyklose.

Asmeninis augimas ir žinių vertė

Tyrimo metu siekta ištirti studentų motyvacijos raišką asmeninio augimo ir žinių vertės kontekste. Analizuojami linkėjimai „Motyvacinė žinutė sau“. Išskirtos pagrindinės kategorijos ir subkategorijos (žr. 7 lentelę).

7 lentelė. Asmeninis augimas ir žinių vertė

Kategorija	Subkategorija
Smalsumas ir žinių siekis	Žinių vertė
	Augimo procesas

Studentų atsakymai rodo, kad žinių vertė dažnai siejama su asmeniniu tobulėjimu ir įgyjamais naujais įgūdžiais. Respondentai pabrėžia smalsumą ir mokymosi motyvaciją: „Sveikinu! Linkiu kuo įdomesnių paskaitų, šaunių dėstytojų, naujų žinių“ (R32), taip pat akcentuoja žinių praktinio pritaikymo svarbą asmeninei gerovei: „Nepamiršk rūpintis savimi ir savo gerove“ (R19). Augimo procesas suprantamas kaip nuolatinis mokymasis ir atkaklumo reikšmė: „Kiekviena pastanga, net ir nedidelė, prisideda prie didelio tikslo“ (R43) bei „Prisimink, kad kiekviena kliūtis yra galimybė augti“ (R51). Šie rezultatai atspindi studentų siekį subalansuoti akademinis tikslus su asmenine gerove, o

refleksija padeda geriau suvokti mokymosi patirtį (Bubnys & Kaunickienė, 2022). Ryan ir Deci (2000) pabrėžia vidinės motyvacijos reikšmę asmeniniam augimui, o Elshareif ir Mohamed (2021) akcentuoja savarankiško mokymosi svarbą ilgalaikiam įsitrukimui. Tokia perspektyva atskleidžia studentų pastangas pritaikyti įgytas žinias praktikoje.

IŠVADOS

Motyvacinės žinutės reikšmingai prisideda prie jaunimo psichologinio atsparumo, savivertės ir vidinės motyvacijos stiprinimo. Ši praktika leidžia studentams geriau įveikti asmeninius ir akademinus iššūkius, skatina refleksiją ir atkaklų tikslų siekimą.

Tyrimas atskleidė, kad dėkingumo, refleksijos ir bendruomeniškumo praktikos yra pagrindiniai veiksniai, lemiantys motyvacinių žinučių efektyvumą. Studentų gebėjimas pastebėti mažus laimėjimus ir įvardyti ilgalaikius tikslus tiesiogiai prisideda prie jų emocinės gerovės ir asmeninio augimo.

Motyvacinės žinutės skatina studentų priklausymo jausmą ir socialinę paramą, stiprina tarpusavio palaikymą ir empatiją. Ši praktika ne tik didina įsitrukimą į mokymosi procesą, bet ir leidžia subalansuoti akademinus ir asmeninius tikslus.

Literatūros sąrašas

Bono, G., Mangan, S., Fauteux, M., & Sender, J. (2020). A new approach to gratitude interventions in high schools that supports student wellbeing. *The Journal of Positive Psychology, 15*(5), 657–665.

Bryman, A., & Cramer, D. (2012). *Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 ir 19: a guide for social scientists*. Routledge.

Bubnys, R., & Kaunickienė, N. (2022). Teacher's personal and professional growth through reflection: results of a long-term one case study. In *ICERI2022 Proceedings* (pp. 1527–1536). IATED.

Chukwuedo, S. O., Mbagwu, F. O., & Ogbuanya, T. C. (2021). Motivating academic engagement and lifelong learning among vocational and adult education students via self-direction in learning. *Learning and Motivation, 74*, 101729.

Demichelis, O. P., Fowler, J. A., & Young, T. (2024). Better emotion regulation mediates gratitude and increased stress in undergraduate students across a university semester. *Stress and Health, e3417*.

Duckworth, A. (2016). *Grit: the power of passion and perseverance* (vol. 234). Scribner.

Dweck, C. S. (2017). From needs to goals and representations: foundations for a unified theory of motivation, personality, and development. *Psychological Review, 124*(6), 689.

Elshareif, E., & Mohamed, E. A. (2021). The effects of e-learning on students' motivation to learn in higher education. *Online Learning, 25*(3), 128–143.

European Commission. (2020). *Youth Strategy 2019–2027*. <https://ec.europa.eu>.

Fatima, S., Waheed, S., Daud, S., & Aslam, S. (2022). Gratitude, self-regulation, and academic motivation during COVID-19 in university students: differential associations for earning and non-earning students. *Webology, 19*(2).

Ferrer, J., Ringer, A., Saville, K., Parris, M., & Kashi, K. (2022). Students' motivation and engagement in higher education: the importance of attitude to online learning. *Higher Education, 83*(2), 317–338.

Fuertes, A. (2024). Students in higher education explore the practice of gratitude as spirituality and its impact on well-being. *Religions, 15*(9), 1078.

Garland, E. L. (2021). Mindful positive emotion regulation as a treatment for addiction: from hedonic pleasure to self-transcendent meaning. *Current Opinion in Behavioral Sciences, 39*, 168–177.

Goldstein, S. (2023). Sam Goldstein and Robert B. Brooks. *Resilience in Children, 589*.

Innes, J. (2021). Communication and resilience in acting students: a qualitative study. *Voice and Speech Review*, 15(3), 252–274.

Johnson, M. D., Sprowles, A. E., Goldenberg, K. R., Margell, S. T., & Castellino, L. (2020). Effect of a place-based learning community on belonging, persistence, and equity gaps for first-year STEM students. *Innovative Higher Education*, 45, 509–531.

Khozhiakbar, N. (2021). Self-motivation and goal-orientation in a professional environment. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 9(12), 1327–1331.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interviews*. Sage.

Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija. (2021). *2021–2030 metų švietimo plėtros programa*. <https://smsm.lrv.lt>.

Lukes, L. A., Jones, J. P., & McConnell, D. A. (2020). Self-regulated learning: overview and potential future directions in geoscience. *Journal of Geoscience Education*, 69(1), 14–26.

Pedroso, J. E., Alcarde, M. L., Gordon, A. J., & Ponesto, C. B. (2022). Challenges and opportunities faced by working students amidst pandemic. *Journal of Digital Learning and Distance Education*, 1(5), 168–181.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 101860.

Rossetto, K. R., & Martin, E. M. (2022). “It’s always about challenging and supporting”: communicative processes of resilience in higher education. *Communication Education*, 71(4), 305–326.

Shen, Y., Feng, H., & Li, X. (2024). Academic resilience in nursing students: a concept analysis. *BMC Nursing*, 23(1), 466.

Şimşir, Z., & Dilmaç, B. (2022). The mediating roles of grit and life satisfaction in the relationship between self-discipline and peace: development of the self-discipline scale. *Current Psychology*, 41(12), 8322–8332.

Song, H., Lin, M., Ou, Y., & Wang, X. (2024). Reframing teacher well-being: a case study and a holistic exploration through a Chinese lens. *Teachers and Teaching*, 30(6), 818–834.

Stefan, D. R., Lefdahl-Davis, E. M., Alayan, A. J., Decker, M., Kulwicksi, T. M., Parsell, J. S., & Wittwer, J. L. (2021). The impact of gratitude letters and visits on relationships, happiness, well-being, and meaning of graduate students. *Journal of Positive School Psychology*, 5(2).

Stoddard, J. (2022). A review of “Grit – The Power of Passion and Perseverance”: Angela Duckworth, New York: Scribner (2016). *Journal of Character and Leadership Development*, 9(1).

UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: a new social contract for education; executive summary*. <https://unesdoc.unesco.org>

Wood, A. M., Froh, J. J., & Geraghty, A. W. (2010). Gratitude and well-being: a review and theoretical integration. *Clinical Psychology Review*, 30(7), 890–905.

Zhu, N., Ye, Y., Li, C., Wang, R., & Kong, F. (2024). Childhood maltreatment and gratitude: a multilevel, meta-analytic review. *Trauma, Violence, & Abuse*, 25(2), 1496–1510.

SUMMARY

MOTIVATIONAL MESSAGES TO ONESELF AS A TOOL FOR YOUTH EMPOWERMENT AND PURPOSE IN A CHANGING SOCIETY

Viltė Pilibaitytė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
vilte.pilibaityte@stud.viko.lt

Consulted by dr. Renata Kondratavičienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania
r.kondrataviciene@pdf.viko.lt

The study examines the role of self-directed motivational messages in enhancing resilience, self-belief, and goal-oriented behavior among young people. Conducted through qualitative methods, including open-ended surveys and content analysis, the research highlights how such messages contribute to the psychological and emotional well-being of students. The study emphasizes the importance of intrinsic motivation, reflective practices, and community support in fostering emotional resilience and perseverance.

Key findings reveal that motivational messages help students navigate challenges, strengthen their self-esteem, and maintain a positive outlook on achieving their aspirations. Additionally, the practice of gratitude and self-reflection emerges as critical in enhancing personal growth and emotional stability. These findings align with theories on self-determination and resilience, emphasizing autonomy, competence, and relatedness as pillars of sustained motivation.

The study underscores the need to integrate motivational practices into educational frameworks, advocating for reflective exercises and gratitude-based interventions. Practical recommendations include incorporating motivational writing tasks in classrooms, creating peer support systems, and using these messages as tools for promoting emotional well-being. Educational institutions and psychologists are encouraged to adopt these strategies to support students' academic engagement and holistic growth.

This research highlights the transformative potential of motivational messages, showing how they can build a sense of purpose, strengthen community bonds, and foster adaptive coping mechanisms. By focusing on small achievements and long-term aspirations, such practices can prepare youth to face societal changes with confidence and resilience. Ultimately, the study contributes valuable insights into the intersection of education, mental health, and youth development.

Pilibaitytė, V., Kondratavičienė, R. (2025). Motyvacinės žinutės sau, kaip jaunimo stiprybės ir tikslo siekimo priemonė, besikeičiančioje visuomenėje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 281-290, ISSN 2669-221X

SUNKUMAI DERINANT STUDIJAS IR DARBĄ: PASEKMĖS IR SPRENDIMO BŪDAI

Augustė Zakšauskaitė, Augustė Miliauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

auguste.zaksauskaite@stud.viko.lt, auguste.miliauskaite@stud.viko.lt

Konsultavo Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.rapkauskaite@vuf.viko.lt

IVADAS

Šiuolaikinėje visuomenėje vis daugiau studentų siekia derinti studijas su darbu, siekdami užtikrinti finansinį stabilumą, įgyti praktinės patirties ar pasiruošti būsimai karjerai. Šiuolaikinis jaunimas vis dažniau susiduria su sunkumais derindami studijas ir darbą, todėl jiems tai kelia stresą. Lietuvos studentų sąjungos tyrimo duomenimis, Lietuvoje dirba kas antras studentas (Lietuvos studentų sąjunga, 2022). Studijų derinimas su darbu kelia reikšmingų iššūkių. Laiko trūkumas, didelis darbo ir studijų krūvis, nuolatinis stresas ir pervargimas dirbantiems studentams dažnai tampa kasdienybe. Šie sunkumai gali neigiamai paveikti akademinį rezultatą.

Tinkamas darbo ir studijų derinimas reikalauja didelių asmeninių pastangų ir gebėjimo efektyviai valdyti laiką. Kaip teigia Baum (2023), studentai dirba tam, kad sumokėtų mokesčius už gyvenamąją vietą, sumokėtų už studijas, pagrindines pragyvenimo išlaidas, įgytų darbo patirties. Taigi studentai siekia derinti studijas su darbu, kad galėtų gyventi savarankiškai.

Tinkamas darbo ir studijų derinimas reikalauja didelių asmeninių pastangų ir gebėjimo efektyviai valdyti laiką. Nepavykus rasti pusiausvyros tarp darbo ir studijų, gali kilti neigiamų pasekmių tiek mokymosi, tiek darbo srityse. Taip pat išlieka aktualus klausimas, kaip institucijos ir darbdaviai galėtų prisidėti prie geresnių studento rezultatų?

Tyrimo objektas – darbo ir studijų derinimo iššūkiai, pasekmės ir sprendimo būdai.

Problema. Vis daugiau studentų siekia derinti studijas su darbu, tačiau šis derinimas kelia reikšmingų iššūkių, tokių kaip laiko trūkumas, pervargimas, streso lygio didėjimas ir akademinis rezultatai pablogėjimas. Negebėjimas tinkamai suderinti šias dvi veiklas gali neigiamai paveikti tiek asmeninę, tiek profesinę gerovę. Trūksta aiškumo, kokie sprendimo būdai efektyviausiai padeda įveikti šiuos sunkumus ir kaip institucijos bei darbdaviai gali prisidėti, mažindami darbo ir studijų derinimo krūvį.

Tikslas – ištirti darbo ir studijų derinimo keliamus sunkumus, jų poveikį studentų akademiniams ir profesiniams pasiekimams bei psichologinei gerovei, taip pat nustatyti veiksmingas strategijas, kurias padeda palengvinti šį derinimą ir gerina studentų gyvenimo kokybę.

Uždaviniai:

- išanalizuoti mokslinę teorinę literatūrą, susijusią su studijų ir darbo derinimu;
- išsiaiškinti, kokie pagrindiniai sunkumai pasireiškia derinant darbą ir studijas;
- įvertinti, kaip šis derinimas veikia mokymosi kokybę, darbo produktyvumą, psichologinę savijautą ir socialinį gyvenimą;
- nustatyti, kaip asmeninės motyvacijos ir tikslų aiškumas padeda studentams sėkmingai valdyti darbą ir studijas, mažinant stresą ir didinant pasitenkinimą veikla.

Tyrimo metodai – mokslinės teorinės literatūros analizė, tyrimų analizė.

Tyrimo metodologijos aprašymas. Pasirinkti du tyrimo metodai: mokslinės teorinės literatūros analizė ir tyrimo analizė. Kaip teigia Kardelis (2002), literatūros analizė skirta pasirinktos tyrimo srities teorinei daliai aprašyti. Pagal tai nustatomas pasirinktos srities tyrimų nepakankamumas ar

prieštaringumas. Kardelis (2002) taip pat išskiria keletą literatūros analizės etapų ir rašymo būdų, skaidymą detalesniais skyriais.

Kitas pasirinktas tyrimo metodas – kiekybinė apklausa. Kardelio (2002) teigimu, apklausa yra komunikacijos procesas, kurį sudaro net keli kintamieji, tačiau šis informacijos rinkimo būdas gali būti prieštaringas ir ne toks tikslus kaip kiti, nes tirama ir pasitikima tik žodiniais respondentų atsakymais.

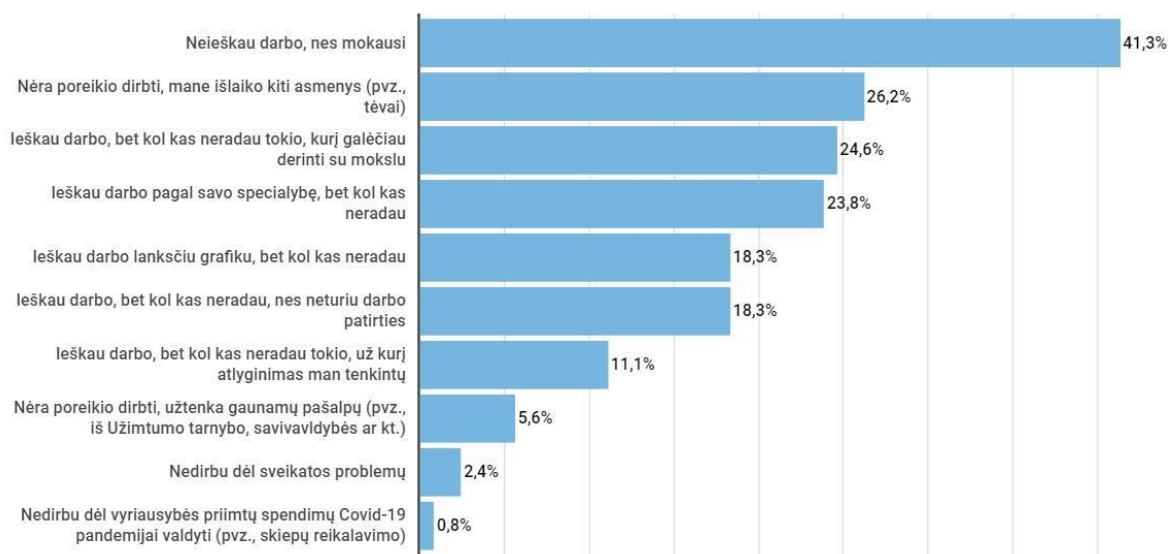
Studijų ir darbo derinimas: mokslinės teorinės literatūros analizė

Studijų ir darbo derinimas yra aktualus klausimas, nes dauguma studentų Lietuvoje dirba siekdami užtikrinti savo finansinį nepriklausomumą ar įgyti profesinės patirties. Kaip nurodo LSS (2022), Lietuvoje apmokamą darbą dirba kas antras studentas. Daugelis studentų darbą vertina kaip savirealizacijos ir įgyjamos naudingos patirties galimybę. Daugiau negu pusė apklaustųjų pripažįsta, kad be darbo negalėtų pragyventi. „LSS siekia, kad studentams Lietuvoje būtų sudarytos tokios finansinės paramos sąlygos, jog nereikėtų dirbti, siekiant save išlaikyti. Kol kas tai padaryti sudėtinga, jei studentas negauna finansinės paramos iš artimųjų. Dėl to LSS kviečia studentus žinoti savo teises ir jomis pasinaudoti, derinant studijas ir darbą“ (Šturkaitė, 2022).

Studijų ir darbo derinimas yra plačiai analizuojamas mokslinėje literatūroje. Tyrėjai dažnai akcentuoja, kad šis procesas gali turėti tiek teigiamų, tiek neigiamų pasekmių. Viena vertus, darbas suteikia finansinę nepriklausomybę ir praktinės patirties, kita vertus, jis gali trukdyti mokymosi procesui, paveikti psichologinę savijautą ir socialinį gyvenimą.

Mokslinėje literatūroje pabrėžiamos kelios teorijos, aiškinančios darbo ir studijų derinimo ypatybes. Viena iš teorijų yra apsisprendimo teorija (angl. *Self-Determination Theory*). Nurodoma, kad asmens motyvacija ir gebėjimas išlaikyti pusiausvyrą tarp darbo ir studijų labai priklauso nuo jo autonomijos, kompetencijos ir socialinių ryšių stiprumo. Laiko valdymas, t. y. gebėjimas efektyviai paskirstyti laiką, yra esminis veiksnys sėkmingai derinant abi veiklas.

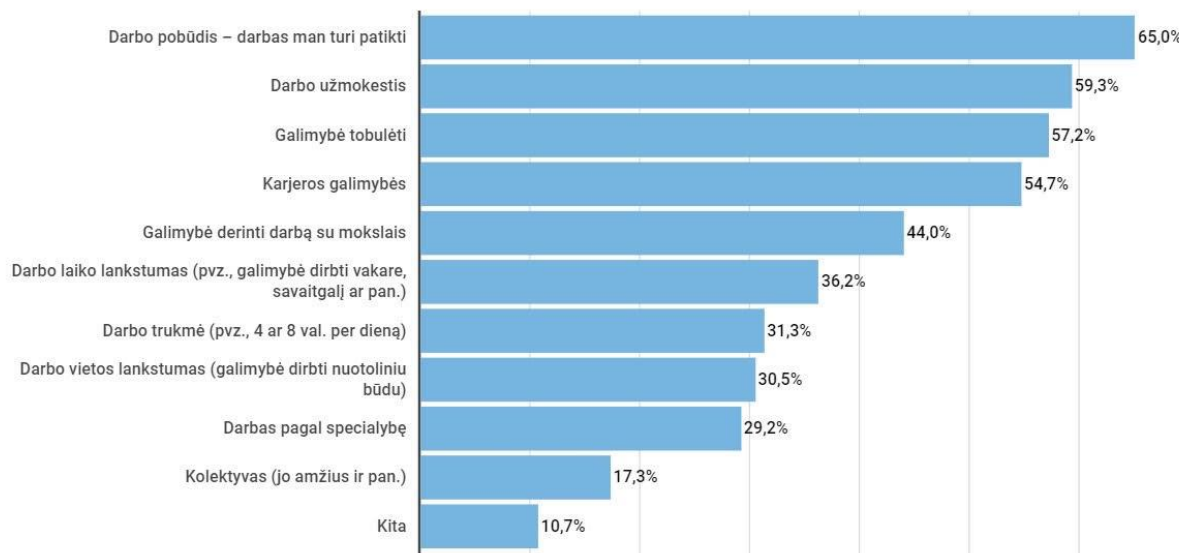
KTU mokslininkų tyrimas atskleidė, kad didžiausia respondentų dalis (41,3 proc. studentų) darbo neieško, nes mokosi. 26,2 proc. respondentų nedirba, nes jų finansinius poreikius patenkina kiti asmenys, pavyzdžiui, tėvai. Beveik ketvirtadalis respondentų (24,6 %) teigė ieškantys darbo, bet negalintys rasti tokio, kurį galėtų suderinti su mokymusi. Kiti dažniau minėti veiksniai: lankstumo trūkumas, netinkama darbo vieta, nedarbo priežastys, susijusios su sveikatos problemomis.



1 pav. Pagrindinės priežastys, kodėl nedirbama ar neieškoma darbo

Šaltinis: sudaryta remiantis (KTU, 2023)

KTU mokslininkų tyrimas parodė, kad pagrindiniai veiksniai, lemiantys jaunimo pasirinkimą dirbti studijuojant, – galimybė studijas derinti su darbu, darbo valandų lankstumas, darbas nuotoliu. 65 proc. respondentų labai svarbu, kad darbas patiktų. Antroje vietoje – darbo užmokestis (59,3 %). Kiti svarbūs aspektai: galimybė tobulėti (57,2 %), karjeros galimybės (54,7 %) ir galimybė derinti darbą su mokymusi (44 %). Mažiau reikšmingi, bet svarbūs kriterijai yra darbo laiko lankstumas, darbo trukmė, darbo vietos lankstumas, darbas pagal specialybę ir kolektyvas.



2 pav. Svarbiausi kriterijai renkantis darbą

Šaltinis: sudaryta remiantis (KTU, 2023)

Iš abiejų paveikslų matyti (*žr. 1 ir 2 pav.*), kad studentai pirmiausia siekia rasti darbą, kuris atitiktų darbo pobūdį ir darbo užmokestį, tačiau dažnai susiduria su sunkumais dėl grafiko lankstumo ir darbo suderinamumo su studijomis.

Pagrindiniai sunkumai derinant darbą ir studijas

KTU mokslininkai (2023) teigia, kad šiuolaikiniai jaunuoliai išsiskiria drąsa, komunikabilumu, polinkiu rizikuoti ir nebijo priimti iššūkių. Siekdami finansinio savarankiškumo, jauni žmonės ryžtingai įsitraukia į darbo rinką. Pastebima, kad jaunimas pradeda dirbti vis anksčiau. KTU mokslininkų atlikti tyrimai patvirtina, kad jauni žmonės noriai išbando save profesinėje veikloje. Vis dėlto jiems tenka įveikti nemažai sunkumų, ypač stengiantis suderinti darbą su studijomis.

Derinant darbą ir studijas, dažnai kyla įvairių sunkumų. Pagrindiniai jų yra:

- **Laiko trūkumas.** Derinant darbą ir studijas, laiko trūkumas dažnai tampa vienu iš didžiausių iššūkių. Darbas ir studijos užima labai daug laiko, todėl sunku rasti laiko pailsėti, asmeniniam gyvenimui, asmeniniams interesams. Kaip teigia McBeth (2020), prasti laiko valdymo įgūdžiai gali lemti vėluojančius darbus, prastą darbo kokybę ir didesnę stresą. Kai žmogus jaučiasi nuolat skubantis ir nesusėjęs atlikti visų užduočių, gali atsirasti nerimas ir susikaupti įvairių problemų. Tai gali sukelti nuolatinę įtampą ir baimę, kad nebus pasiekta užsibrėžtų tikslų. Laiko trūkumas dažniausiai lemia miego trūkumą ir fizinį išsekimą. Kai žmogus bando atlikti daug užduočių vienu metu arba nepakankamai planuoja savo laiką, jo produktyvumas gali sumažėti. Derinant darbą ir studijas, laiko trūkumas gali turėti rimtų pasekmių. Efektyvus laiko valdymas ir gebėjimas nustatyti prioritetus yra būtini, norint išlaikyti pusiausvyrą tarp profesinių ir asmeninių įsipareigojimų bei užtikrinti gerą savijautą ir pasiekimus.
- **Nuovargis ir perdegimas.** Ilgalaikė įtampa ir stresas pasireiškia nuovargiu. Mazilaukaitės (n. d.) teigimu, žmogus siekia dėti kuo daugiau pastangų, kad viskas būtų atlikta kuo geriau,

ir taip nuvargsta. Jaučiant nuovargį, atlikti pareigas darosi vis sudėtingiau, todėl, pastebėjus klaidų ar galvojant apie savo trūkumus, dedamos dar didesnės pastangos, kad darbas būtų atliktas geriau. Trūkstant poilsio ar ignoruojant organizmo siunčiamus signalus, kyla įvairių neigiamų pasekmių. Nuovargio kamuojamas žmogus jaučiasi išsekęs, dažniau patiria skausmų ir negalavimų. Dėl nuovargio nukenčia psichikos sveikata ir socialinis gyvenimas – dažniau pasireiškia apatija, nerimas, depresijos požymiai, pyktis ir kitos neigiamos emocijos. Darbas ir pareigos tampa pernelyg sudėtingi, todėl didėja klaidų, santykių problemų rizika. Nuovargis siejamas su situacinėmis aplinkybėmis ir praeina pailsėjus, o perdegimas yra ilgalaikio nuovargio pasekmė, pasireiškianti beprasmybės jausmu, atsiribojimu ir susidomėjimo praradimu. Perdegimas dažniausiai siejamas su profesine veikla. Minėtina, kad perdegimas daro neigiamą poveikį ir organizacijoms.

- Planavimo sudėtingumas. Studentams dažnai būna sunku suderinti paskaitų, užduočių ir darbo grafikus. Labai dažnai studentams tenka koreguoti darbo grafikus, jog galėtų suderinti paskaitas, darbą ir asmeninį gyvenimą. Dėl šių sunkumų, susijusių su laiką ribojančiais veiksniais, svarbu gerai planuoti ir nusistatyti prioritetus, kad būtų galima pasiekti užsibrėžtų tikslų tiek dirbant, tiek studijuojant.

Derinant darbą ir studijas, labai svarbu išmokti valdyti laiką ir prioritetus, kad būtų galima subalansuoti profesinius ir akademinus įsipareigojimus. Tai ne tik padeda pasiekti geresnių rezultatų, bet ir išlaikyti gerą psichologinę būseną, gerą savijautą. Svarbu rasti pusiausvyrą tarp profesinio tobulėjimo ir asmeninio gyvenimo, kad būtų galima pasiekti geriausių rezultatų.

KTU mokslininkų atlikto tyrimo kritinės išvagos

Išskirtinos Kauno technologijos universiteto mokslininkų Vildos Gižienės ir Alinos Stundžienės kritinės išvagos apie jaunimo įsitraukimą į darbo rinką.

Kaip teigia Gižienė ir Stundžienė (Kauno technologijos universitetas, 2023), pirmasis darbas įprastai būna laikinas, per vasaros atostogas (taip nurodė 75,6 proc. apklaustųjų), nekvalifikuotas (43,3 proc. atvejų). Jaunuoliams nereikia daug laiko darbui susirasti, jie gana dažnai jį keičia. „Jauni žmonės yra gana lankstūs, lengvai prisitaikantys ir nelabai reiklūs laikinam darbui. Dėl to su pirmo darbo paieška ilgai neužtruko: 84 proc. jį rado per mėnesį, 14 proc. – per 3 mėnesius. Jaunimo sieki dirbti lemia noras būti nepriklausomiems, turėti savo pinigų, būti savarankiškiems.“ Ši išvalga atskleidžia, kad jaunimas nebijo pradėti nuo paprastesnių darbų ir greitai priima sprendimus, siekdami įgyti darbo patirties bei finansinės laisvės. Vis dėlto ilgalaikėje perspektyvoje šis požiūris gali sukelti iššūkių, kai reikia ieškoti kvalifikuoto darbo arba derinti darbą su studijomis.

„Vis tik, jei jaunas žmogus gauna nuolatinį darbą, jis siekia jį išlaikyti. Pagrindinė priežastis, dėl ko kartais jaunuolis yra priverstas jo atsisakyti – nesugebėjimas derinti studijų ir darbo. Maždaug pusė respondentų nurodė, jog jie norėtų dirbti, bet neranda lankstaus grafiko darbo, kurį galima būtų derinti su studijomis. Pastebima ir tai, kad merginos labiau linkusios dirbti studijų metu nei vaikinai.“ Ši išvalga atskleidžia darbo rinkos trūkumus, kad jaunimui sunku rasti lankstų darbo grafiką, kuris atitiktų studijų reikalavimus. Darbdaviams reikėtų daugiau dėmesio skirti lankstesnėms darbo sąlygoms, tokioms kaip nuotolinis darbas, lankstus grafikas, kad jaunimas galėtų lengviau įsitraukti į darbo rinką ir sumažinti patiriamą stresą derindami dvi veiklas.

„Tai rodo, kad pasitenkinimas darbu prisideda prie sprendimo likti darbo rinkoje. Taip pat įtaką daro darbo trukmė bei lankstumas. Tie, kurie šiuo metu nebedirba, paskutiniame darbe dirbo ilgiau (40 val. ir daugiau) nei likę darbo rinkoje jauni žmonės.“ Ši išvalga rodo, kad pasitenkinimas darbu yra vienas svarbiausių veiksnių, lemiančių jaunų žmonių sprendimą likti darbo rinkoje. Labai svarbūs veiksniai yra ir darbo trukmė bei lankstumas.

Pasitenkinimas darbu ir darbo lankstumas – pagrindiniai veiksniai, lemiantys jaunų žmonių sprendimą likti darbo rinkoje, o ilgos darbo valandos dažnai tampa priežastimi, kodėl jaunuoliai palieka darbą.

Mokymosi kokybė, darbo produktyvumas, psichologinė savijauta ir socialinis gyvenimas

Derinant darbą ir studijas, mokymosi kokybė ir darbo produktyvumas dažnai patiria iššūkių. Ilgos darbo valandos gali neigimai paveikti studentų akademinis rezultatus. Daug dirbdami, studentai skiria mažiau laiko pasiruošti paskaitoms, savarankiškomis užduotims ar egzaminams, todėl mokymosi efektyvumas sumažėja.

Studijų ir darbo derinimas tampa kasdienybe studijas aukštosiose mokyklose pradėjusiems jaunuoliams. Siekis suderinti akademinį gyvenimą ir darbą ar karjeros pradžią dažnu atveju gali turėti įtakos ne vienai studento gyvenimo sričiai. Laiko ir jėgų skirstymas gali paveikti socialinį gyvenimą, darbo ir mokslo pasiekimus, psichologinę ar net fizinę sveikatą. Vokić ir kt. (2021) teigimu, sunkumai, kurių kyla derinant studijas, darbą ir asmeninį gyvenimą veikia neigiamai. Skundžiamasi psichologine ir net fizine gerove: jaučiamas didelis streso lygis, gali kankinti nemiga ir kiti fiziologiniai sutrikimai. Pittas ir kt. (2021), atlikę tyrimą, taip pat išskiria darbo ir mokymosi nesuderinimo pasekmes. Minėtinas žemas pasitenkinimas darbu, didesnė perdegimo ir išsekimo tikimybė, svarstoma atsisakyti užimamos darbo ar studento pozicijos. Svarstymą atsisakyti aukštojo išsilavinimo savo tyrimu patvirtina ir Toyonas (2024). Tyrėjo teigimu, darbo ir studijų derinimas dažnu atveju gali paskatinti atsisakyti pastarojo pasirinkimo, ypač jei akademinis pasirinkimas nesutampa su turima darbo pozicija ar darbo rinka reikalauja kitokio išsilavinimo. Apžvelgiant perdegimo ir fizinio išsekimo pasekmes, galima teigti, kad tai tiesiogiai veikia studijų rezultatus. Kaip nurodo Cazan ir Draghici (2022), darbo sukeltas stresas neretai yra dažnesnis ir stipresnis, jis gali tiesiogiai veikti ir akademinis pasiekimus, kai darbas derinamas su studijomis.

Vis dėlto yra būdų, kaip pagerinti studijų ir mokymosi pusiausvyrą. Tinkamas laiko planavimas, aiškių prioritetų nustatymas ir darbdavių lankstumas gali padėti išlaikyti tiek aukštą produktyvumą abiejose srityse, tiek gerą psichologinę savijautą.

Asmeninė motyvacija ir aiškus tikslas

Asmeninė motyvacija ir aiškus tikslas yra svarbūs veiksniai, padedantys sėkmingai derinti studijas ir darbą. Aptartos problemos ir sunkumai, su kuriais gali susidurti studijas ir darbą derinantys studentai, gali smarkiai mažinti pasitenkinimą akademinė veikla ar darbu.

Aiškūs tikslai padeda efektyviau planuoti laiką ir nustatyti prioritetus. Studentai, žinantys, ką jie nori pasiekti, geriau tvarkosi su stresu ir efektyviau paskirsto išteklius. Pavyzdžiui, jei tikslas – geras rezultatais baigti studijas, studentai linkę skirti daugiau laiko mokymuisi net aukodami tam tikrą dalį darbo valandų.

Motyvacija taip pat padeda išlaikyti pusiausvyrą esant sudėtingoms aplinkybėms. Pavyzdžiui, iškilus sunkumų, motyvuoti studentai dažniau ieško kūrybingų sprendimų, kaip derinti darbą ir mokymąsi, o ne atsisako vienos iš šių veiklų.

Deci ir Ryanas (2000) teorija apie savireguliaciją pabrėžia, kad vidinė motyvacija turi didelį poveikį, nes ji remiasi asmenine vertybių sistema ir savirealizacijos troškimu. Tai padeda studentams ne tik atlikti užduotis, bet ir rasti prasmę darbe ir studijose, taip sumažinti galimą nuovargį ir stresą. Loeasas (2022) atliko tyrimą, kurio metu nustatyta, kad vidinės motyvacijos svarba gali didinti įsitraukimą į darbinę ir akademinę veiklą. Tokia motyvacija veikiama socialiai, ji leidžia studentams geriau pažinti save, gerina studijų rezultatus. Kaip matyti, šie tyrimo rezultatai patvirtina Deci ir Ryanas (2000) teoriją. Kitas svarbus aspektas, į kurį turėtų atsižvelgti dirbantys studentai, – užsibrėžtų tikslų aiškumas. Smith ir kt. (2022) pabrėžia ir įrodo aiškaus pasirinkto kelio svarbą motyvacijai ir

pasiekimams. Nagrinėta, kaip akademinio pasirinkimo siejimas su tikslią karjera mažina atsiribojimą, lengvina užduočių atlikimą ir aktualios informacijos valdymą.

Rekomendacijos

Laiko valdymo įgūdžių stiprinimas. Studentai turėtų būti mokomi efektyvaus laiko planavimo metodų, kurie padėtų jiems tinkamai paskirstyti darbo ir studijų užduotis.

Darbdavių lankstumas. Darbdaviai turėtų įgyvendinti lankstesnes darbo valandas ar suteikti galimybę dirbti nuotoliniu būdu, ypač egzaminų ar atsiskaitymų laikotarpiu. Darbdaviams rekomenduojama suteikti daugiau lankstumo darbo valandų atžvilgiu, leisti studentams patiems pasirinkti, kada ir kiek laiko jie nori dirbti per savaitę.

Darbo valandų optimizavimas. Svarbu nustatyti tinkamiausią darbo valandų ribą, kuri nesumažintų akademinio produktyvumo ir nesukeltų perdegimo.

IŠVADOS

Studijos ir darbas Lietuvoje derinama dažnai, tačiau studentai susiduria su iššūkiais suderinti abi veiklas. Tyrimai rodo, kad daugelis studentų dirba siekdami finansinės nepriklausomybės ar profesinės patirties, vis dėlto lankstaus grafiko trūkumas ir darbdavių negebėjimas pritaikyti darbo sąlygų prie studijų tvarkaraščio dažnai apsunkina šį procesą. Darbo pasirinkimą studijų metu lemia ne tik finansiniai aspektai, bet ir asmeninės bei profesinės savirealizacijos siekiai. Respondentai, nurodo, kad, be darbo užmokesčio, svarbūs aspektai yra darbo pobūdis, galimybė tobulėti ir karjeros galimybės. Tai atskleidžia, kad studentai vertina darbą ne tik kaip pajamų šaltinį, bet ir kaip galimybę įgyti profesinės patirties bei asmeniškai augti.

Pagrindiniai sunkumai, su kuriais susiduria studentai, derindami darbą ir studijas, yra laiko trūkumas, nuovargis, perdegimas ir planavimo sudėtingumas. Šie veiksniai ne tik apsunkina akademinis rezultatus ir darbo produktyvumą, bet ir kelia grėsmę psichologinei bei fizinei gerovei. Nepakankamas poilsis ir prastas laiko valdymas gali sukelti ilgalaikį stresą, nuovargį bei motyvacijos praradimą, o tai neigiamai veikia tiek profesinę, tiek asmeninę sritį.

Galima pastebėti, kad sunkumai, kurių kyla derinant darbą ir studijas, neplanuojant laiko, gali paveikti tiek emocinę ar fizinę sveikatą, tiek ir darbo ar akademinis rezultatus. Yra tiesioginė koreliacija tarp perdegimo darbo aplinkoje ir pasiekimų bei motyvacijos mažėjimo aukštojoje mokykloje. Minėtina, kad sunkumai, kurių kyla studijų srityje, gali kelti stresą ir karjeroje.

Motyvacijos ir užsibrėžtų tikslų aiškumas turi didelę teigiamą įtaką: skatina įsitraukimą ir lengvina užduočių atlikimą. Aiškūs tikslai ir motyvacija yra esminiai veiksniai, siekiant sėkmingai suderinti studijas ir darbą. Studijuojantys ir dirbantys studentai, turintys aiškiai apibrėžtus tikslus, gali efektyviau planuoti savo laiką, nustatyti prioritetus ir geriau tvarkytis su stresu. Vidinė motyvacija ir tikslų aiškumas prisideda prie geresnių akademinų ir darbo rezultatų. Remiantis Deci ir Ryano (2000) teorija bei Loeaso (2022) tyrimu, galima teigti, kad vidinė motyvacija, paremta asmeninėmis vertybėmis ir savirealizacijos siekiu, padeda sumažinti nuovargį ir stresą, o aiškiai nustatyti tikslai leidžia efektyviau pasiekti norimų rezultatų tiek mokantis, tiek dirbant.

Literatūros sąrašas

Center for self-determination theory. (2024). *Theory*. <https://selfdeterminationtheory.org/theory/>

Draghici, G. L., & Cazan, A. M. (2022). Burnout and maladjustment among employed students. *Frontiers in Psychology*, 13.

Kardelis, K. (2002). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Edukologija ir kiti socialiniai mokslai*. Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.

Kauno technologijos universitetas. (2023, balandžio 24). *KTU mokslininkų tyrimas: anksti į darbo rinką norintys įsilieti jaunuoliai darbą ir studijas suderina sunkiai*. Prieiga per internetą: <https://ktu.edu/news/ktu-mokslininkiu-tyrimas-anksti-i-darbo-rinka-norintys-isilieti-jaunuoliai-darba-ir-studijas-suderina-sunkiai/>

Lacey, M. M., Shaw, H., Abbott, N., Dalton, C. J., & Smith, D. P. (2022). How students' inspirations and aspirations impact motivation and engagement in the first year of study. *Education Sciences*, 12(12), 885. <https://doi.org/10.3390/educsci12120885>

Lietuvos studentų sąjunga. (2022). *Ką reikėtų žinoti derinant studijas ir darbą?* <https://www.lss.lt/ka-reiketu-zinoti-derinant-studijas-ir-darba/>

Loes, C. N. (2022). The effect of collaborative learning on academic motivation. *Teaching and Learning Inquiry*, 10. <https://doi.org/10.20343/teachlearning.10.4>

Maziliauskienė, R. (n. d.). *Psichologinė įtampa, nuovargis ir perdegimas*. <https://zmogausinstitutas.lt/psichologine-itampa-nuovargis-ir-perdegimas/>

McBeth, J. (2020). *25 time management tips for work*. <https://quickbooks.intuit.com/r/manage-employees/time-management-tips/>

McCormick, A. C., Moore, J. V., & Kuh, G. D. (2023). Working during college: its relationship to student engagement and education outcomes. In *Understanding the working college student* (pp. 179–212). Routledge.

Pitt, R. N., Taskin Alp, Y., & Shell, I. A. (2021). The mental health consequences of work-life and life-work conflicts for STEM postdoctoral trainees. *Frontiers in Psychology*, 12.

Toyon, M. A. S. (2024). Sociodemographic attributes and dropout intentions of working university students: evidence from Estonia. *Societies*, 14(7), 116. <https://doi.org/10.3390/soc14070116>

Vokić, N. P., Bilušić, M. R., & Perić, I. (2021). Work-study-life balance – the concept, its dyads, socio-demographic predictors and emotional consequences. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 24, 77–94. <https://doi.org/10.2478/zireb-2021-0021>

SUMMARY

DIFFICULTIES IN COMBINATING STUDIES AND WORK, CONSEQUENCES AND SOLUTION WAYS

Augustė Zakšauskaitė, Augustė Miliauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

auguste.zaksauskaite@stud.viko.lt, auguste.miliauskaite@stud.viko.lt

Consulted by Ramunė Rapkauskaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

r.rapkauskaite@vfv.viko.lt

In today's society, an increasing number of students strive to balance their studies with employment, seeking financial stability, practical experience, or preparation for their future careers. Modern youth are increasingly facing challenges in combining studies and work, so it is leading to stress. According to the research data of the Lithuanian Student Union, it can be said that every second student in Lithuania works (Lithuanian Students Union, 2022). Balancing studies and work pose significant challenges. Lack of time, a heavy workload from both work and studies, constant stress, and overwork often become the daily reality for working students. These difficulties can negatively impact their academic performance.

Effective work-study balance requires significant personal effort and the ability to manage time efficiently. According to Sandy Baum (2023), students work to pay for housing, tuition, basic living expenses, and to gain work experience. Therefore, students seek to combine studies with work to be able to live independently.

A proper combination of work and studies requires great personal effort and time management abilities. Failure to find a balance between work and study can have negative consequences for both learning and work. Also, the relevant question remains, how can institution and employers contribute to better student results?

Research problem. More and more students are trying to combine and balance studies with work, but this combination can create significant challenges, such as lack of time, overwork, increased stress levels or deteriorating academic performance. Failure to properly balance these two activities can negatively affect both personal and professional well-being. There is a lack of clarity about which solutions are most effective in overcoming these problems and difficulties and how both academic institutions and employers can contribute by reducing the burden of combining work and studies.

Research object. Challenges, consequences and possible solutions of combining work and studies.

Purpose – to investigate and analyze the difficulties of combining work and studies, their impact on students academic and professional achievements and psychological well-being, as well as to identify effective strategies that help balance this combination and improve the quality of life of students.

Tasks:

- to analyze scientific theoretical literature related to combining studies and work;
- to identify the main difficulties that arise when combining work and studies;
- to evaluate how this alignment affects the quality of learning, work productivity, psychological well-being and social life;
- to determine how personal motivation and goal clarity helps students to successfully manage work and studies, reducing stress and increasing job satisfaction.

Zakšauskaitė, A., Miliauskaitė, A., Rapkauskaitė, R. (2025). Sunkumai derinant studijas ir darbą: pasekmės ir sprendimo būdai. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 291-298, ISSN 2669-221X

JAUNIMO UŽIMTUMO IR NEDARBO TENDENCIJOS LIETUVOJE EUROPOS SAJUNGOS KONTEKSTE

Deimantė Rauckytė, Greta Miliūtė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

deimante.rauckyte@ktu.edu, greta.miliute@ktu.edu

Konsultavo dr. Irena Pekarskienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

irena.pekarskiene@ktu.lt

IVADAS

Darbo rinkos dinamika Lietuvoje ir Europoje kelia itin daug iššūkių jaunimui, kurio sėkminga integracija tampa vis sudėtingesnė dėl sparčių ekonominių pokyčių, darbo rinkos globalizacijos ir didėjančių kvalifikacijos reikalavimų. Jaunimo nedarbo lygis išlieka didelis, o COVID-19 pandemija šią problemą sustiprino dar labiau. Kaip teigia Suppers ir kt. (2023), pandemijos metu daug jaunuolių susidūrė su darbo rinkos nestabilumu, sumažėjusiomis įsidarbinimo galimybėmis ir ilgalaikio nedarbo rizika. Didelis nedarbo lygis ne tik trukdo jauniems žmonėms pradėti savarankišką gyvenimą, bet ir silpnina jų pasitikėjimą savo gebėjimais bei perspektyvomis darbo rinkoje. Tokie pokyčiai kelia ilgalaikių socialinių ir ekonominių iššūkių, pabrėždami būtinybę ieškoti veiksmingų sprendimų jaunimo integracijai į darbo rinką.

Europos Sąjunga (ES) daug dėmesio skiria jaunimo užimtumo klausimams, vykdydama aktyvias darbo rinkos programas ir švietimo reformas. Lietuva, būdama ES narė, taip pat dalyvauja šiose iniciatyvose, tačiau statistika rodo, kad vis dar yra daug struktūrinių kliūčių, trukdančių jaunimui efektyviai integruotis į darbo rinką (Eurostat, 2023). Europos Komisija nuolat stengiasi stiprinti švietimo ir darbo rinkos sąsajas bei remti politiką, orientuotą į profesinį mokymą, siekdama sumažinti jaunimo nedarbo ir jaunimo, kuris nesimoko, nedirba ir nedalyvauja mokymuose (angl. *not involved in education, employment or vocational training*, NEET), rodiklius (Europos Komisija, 2021).

Problema. Mažas jaunimo užimtumas ir nedarbas yra viena iš pagrindinių socialinių ir ekonominių problemų Lietuvoje ir ES. Šios problemos pasekmės apima ne tik ekonominius nuostolius, bet ir socialinę atskirtį. Todėl svarbu suprasti priežastis ir išryškinti jaunimo užimtumo ir nedarbo tendencijas Lietuvoje, lyginant jas su ES tendencijomis.

Tyrimo objektas – jaunimo užimtumas ir nedarbas.

Tikslas – aptarus jaunimo užimtumo ir nedarbo teorines priežastis, identifikuoti jaunimo užimtumo ir nedarbo tendencijas Lietuvoje ES kontekste.

Uždaviniai:

- aptarti jaunimo nedarbo priežastis teoriniu aspektu;
- išanalizuoti jaunimo užimtumo ir nedarbo situaciją Lietuvoje;
- įvertinti jaunimo užimtumo ir nedarbo tendencijas Lietuvoje ES kontekste.

Metodai: mokslinės literatūros lyginamoji analizė ir apibendrinimas, statistinių duomenų analizė ir vertinimas, grafinė analizė, išvadų generavimas.

Jaunimo nedarbo priežasčių teorinis pagrindimas

Prieš analizuojant jaunimo nedarbo priežastis, tikslinga pristatyti mokslinėje literatūroje aptariamus jaunimo užimtumą skatinančius veiksnius. Jaunimo užimtumas apibrėžiamas kaip jaunų žmonių, paprastai 15–24 m. amžiaus grupės, dalyvavimas darbo rinkoje, apimantis įvairias darbo formas: visą ar tik dalį darbo dienos, savarankišką darbą, praktiką, mokymus darbo vietoje ar kitas su darbu susijusias veiklas. Gunko ir Dinukovos (2020) nuomone, jaunimo užimtumas ne tik prisideda prie

ekonomikos augimo, bet ir padeda pagrindus jaunų žmonių profesinei socializacijai bei suteikia jiems galimybę įgyti karjerai reikalingų įgūdžių ir patirties.

Jaunimo užimtumo priežastys įvairios, jos glaudžiai susijusios su ekonominiais, socialiniais ir profesiniais motyvais. Pagrindinė jaunimo motyvacija dirbti – finansinis savarankiškumas, siekiant uždirbti pinigų ir turėti finansinę nepriklausomybę. Be to, dalyvavimas darbo rinkoje padeda įgyti praktinių įgūdžių, kurie būtini karjeros plėtrai. Darbas taip pat leidžia jauniems žmonėms pasiekti geresnį socialinį statusą ir įgyti daugiau pasitikėjimo savimi, o tai svarbu pereinant iš švietimo sistemos į darbo rinką. Pavyzdžiui, tokios programos, kaip stažuotės ir profesinis mokymas, dažnai pasirenkamos kaip pirmas žingsnis, norint patekti į darbo rinką, nes jos suteikia tiek teorinių, tiek praktinių žinių, reikalingų darbo vietai gauti ir išlaikyti (Youth gov., 2023).

Jaunimo nedarbas yra socialinė ir ekonominė problema, apibūdinama kaip jaunų žmonių (15–24 m.) negebėjimas rasti darbo, nepaisant aktyvių darbo paieškų. Europoje tai itin aktuali problema, nes jaunimo nedarbo rodikliai smarkiai viršija bendruosius nedarbo rodiklius, o ilgalaikis jaunimo nedarbas sukelia ne tik ekonominių nuostolių, bet ir socialinių pasekmių, tokių kaip demotivacija ir socialinė atskirtis (Eichhorst et al., 2013).

Viena pagrindinių jaunimo nedarbo priežasčių Lietuvoje ir kitose ES šalyse yra švietimo sistemos ir darbo rinkos poreikių neatitikimas. Saar ir kt. (2008) nuomone, Rytų ir Vidurio Europos šalyse jaunimo įgytas aukštasis išsilavinimas nebūtinai užtikrina palankias sąlygas integruotis į darbo rinką. Daugelis jaunų žmonių baigia studijas tų sričių, kuriose darbo rinkos paklausa yra maža, o tai lemia, kad jiems sunku rasti tinkamą darbą arba jie priversti užimti žemesnės kvalifikacijos pozicijas, kurios neatitinka jų išsilavinimo (Dietrich, 2012). Švietimo sistema ne visada geba užtikrinti, kad jauni žmonės būtų pasirengę greitai prisitaikyti prie dinamiškų darbo rinkos pokyčių, o tai tik dar labiau sukelia sunkumų jauniems žmonėms integruotis į darbo rinką.

Kai kurių mokslininkų (Mursa et al., 2018) nuomone, minimaliojo darbo užmokesčio įstatymai gali turėti neigiamą poveikį jaunimo užimtumui, nes tai apsunkena galimybę įsidarbinti mažiau kvalifikuotiems jauniems asmenims. Didesnis minimalusis darbo užmokestis padidina darbo sąnaudas, todėl darbdaviai linkę vengti priimti į darbą nepatyrusius darbuotojus. Ši situacija ypač veikia jaunimą, kuris neturi pakankamai darbo patirties, kad pateisintų nustatytą minimalųjį darbo užmokestį.

Dar viena reikšminga jaunimo nedarbo priežastis yra psichologiniai veiksniai, tokie kaip motyvacijos stoka arba nusivylimas darbo paieškomis. Ilgalaikės darbo paieškų nesėkmės gali sukelti „nusivylusio darbuotojo“ efektą, kai jauni žmonės praranda tikėjimą savo galimybėmis rasti darbą ir galiausiai nustoja jo ieškoti, taip dar labiau didindami savo atskirtį nuo darbo rinkos (Mascherini et al., 2017). Tokie psichologiniai veiksniai ne tik didina jaunimo nedarbą, bet ir sukuria ilgalaikes socialines bei ekonomines pasekmes, apsunkinančias jaunų žmonių reintegraciją į darbo rinką.

Žema asmens savivertė taip pat turi neigiamą poveikį įsitraukimui į darbo rinką. Mendolios ir Walker (2015) atlikti tyrimai rodo, kad jaunuoliai, kuriems būdingas žemas savivertės lygis, dažniau tampa NEET grupės nariais. Žema savivertė neigiamai veikia pasitikėjimą savimi, gebėjimą planuoti karjerą ir priimti svarbius sprendimus dėl ateities. Jaunuoliai linkę manyti, kad jų pastangos neduoda norimų rezultatų, o tai mažina motyvaciją siekti užimtumo ar tęsti mokslus. Esama padėtis sukuria ilgalaikę riziką, kad jaunuoliai taps socialiai ir ekonomiškai atskirti, o tai gali turėti neigiamų pasekmių tiek jų asmeninei gerovei, tiek visuomenės vystymuisi.

Darbo rinkos lankstumas įprastai vertinamas teigiamai, tačiau jaunimui tai dažnai reiškia didesnę nestabilumą. Jauni darbuotojai dažnai įdarbinami pagal laikinas arba terminuotas darbo sutartis, o tai riboja jų galimybes užsitikrinti stabilų darbą. Remiantis O'Reilly ir kt. (2015) analize, galima teigti, kad net 42 proc. jaunesnių negu 25 m. darbuotojų ES dirba pagal laikinas darbo sutartis, palyginti su 10 proc. darbuotojų, priklausančių 25–64 m. amžiaus grupei. Tokia situacija ne tik didina pajamų neužtikrintumą, bet ir riboja jaunimo galimybes tobulėti ir kurti ilgalaikę karjerą. Dėl šios priežasties

jaunimui tampa sudėtinga pasiekti finansinį ir profesinį stabilumą, o tai ilgainiui gali neigiamai atsiliepti jų gyvenimo kokybei ir profesiniam augimui.

Jaunimo užimtumo ir nedarbo tendencijų Lietuvoje vertinimas

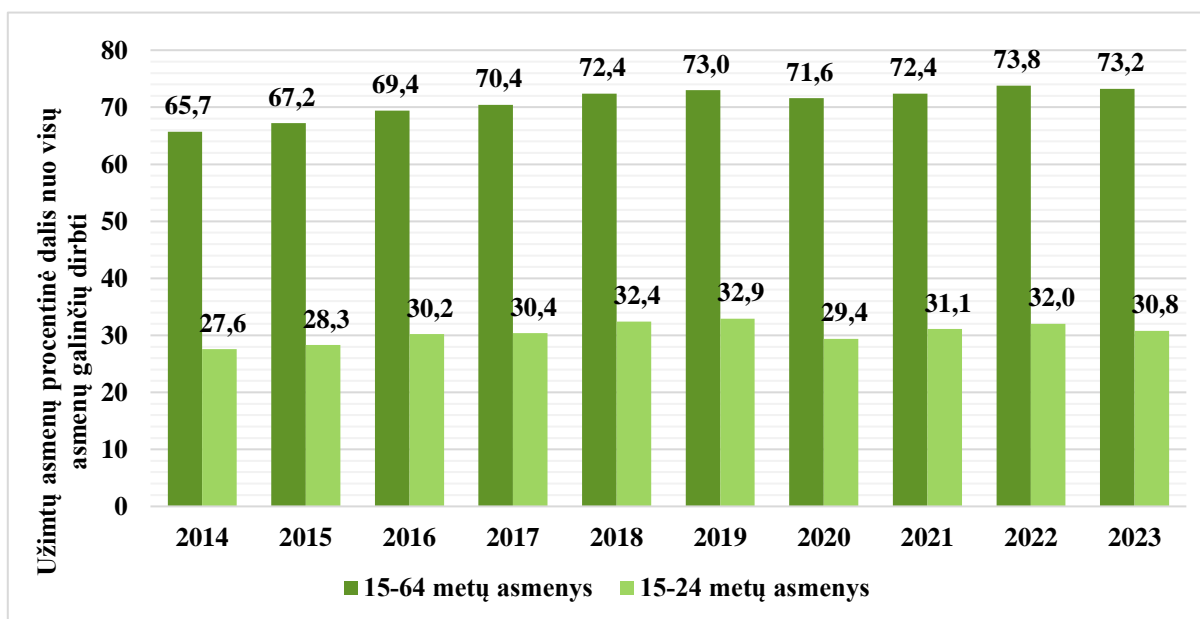
Tyrimo metodika. Tyrimą sudaro du etapai. Pirmame etape, analizuojant jaunimo užimtumą, pasirinktas jaunimo (15–24 m.) užimtumo lygio rodiklis, jis lygintas su bendrojo užimtumo (15–64 m.) lygiu. Vertinant jaunimo užimtumo tendencijas Lietuvoje ES kontekste, atlikta lyginamoji analizė su kitomis ES šalimis. Analizuojant jaunimo užimtumą ES šalyse, lyginamajai analizei atlikti naudotas vidutinis ES šalių jaunimo užimtumo lygio rodiklis. Atlikus ES šalių užimtumo lygio duomenų analizę, grafiniam analizės interpretavimui pasirinktos dvi šalys: vienoje jaunimo užimtumo lygis didžiausias, kitoje – mažiausias. Tai leido išryškinti jaunimo užimtumo tendencijas Lietuvoje nagrinėjamu laikotarpiu.

Antruoju tyrimo etapu analizuotas tos pačios amžiaus grupės (15–24 m.) nedarbo lygis. Pirmiausia atlikta jaunimo nedarbo lygio ir bendrojo nedarbo (15–74 m.) lygio Lietuvoje lyginamoji analizė. Vertinant jaunimo nedarbo tendencijas Lietuvoje ES kontekste, atlikta lyginamoji analizė su kitomis ES šalimis. Analizuojant jaunimo nedarbą ES šalyse, lyginamajai analizei atlikti naudotas vidutinis ES šalių jaunimo nedarbo lygio rodiklis. Atlikus ES šalių nedarbo lygio duomenų analizę, grafiniam analizės interpretavimui pasirinktos dvi šalys: vienoje jaunimo nedarbo lygis didžiausias, kitoje – mažiausias. Tai leido išryškinti jaunimo nedarbo tendencijas Lietuvoje nagrinėjamu laikotarpiu.

Siekiant įžvelgti ilgalaikes jaunimo užimtumo ir nedarbo tendencijas, pasirinktas tirti dešimties metų laikotarpis, apimantis 2014–2023 metus. Tyrime naudojami statistiniai duomenys iš Europos duomenų bazės „Eurostat“.

Tyrimo apribojimai. „Eurostat“ duomenų bazėje bendrieji (apimantys visas amžiaus grupes) užimtumo ir nedarbo lygio rodikliai pateikiami skirtingai nurodant amžiaus apribojimą, todėl tyrime bendrasis užimtumo rodiklis apima 15–64 m., o bendrasis nedarbo lygio rodiklis – 15–74 m.

Tyrimo rezultatai. Vertinant bendrojo užimtumo (15–64 m.) tendencijas (žr. 1 pav.), pastebima, kad per pastarąjį dešimtmetį bendrasis užimtumo lygis Lietuvoje nuosekliai augo, nors kai kuriais metais pastebima svyravimų, kuriuos lėmė išoriniai ekonominiai veiksniai.

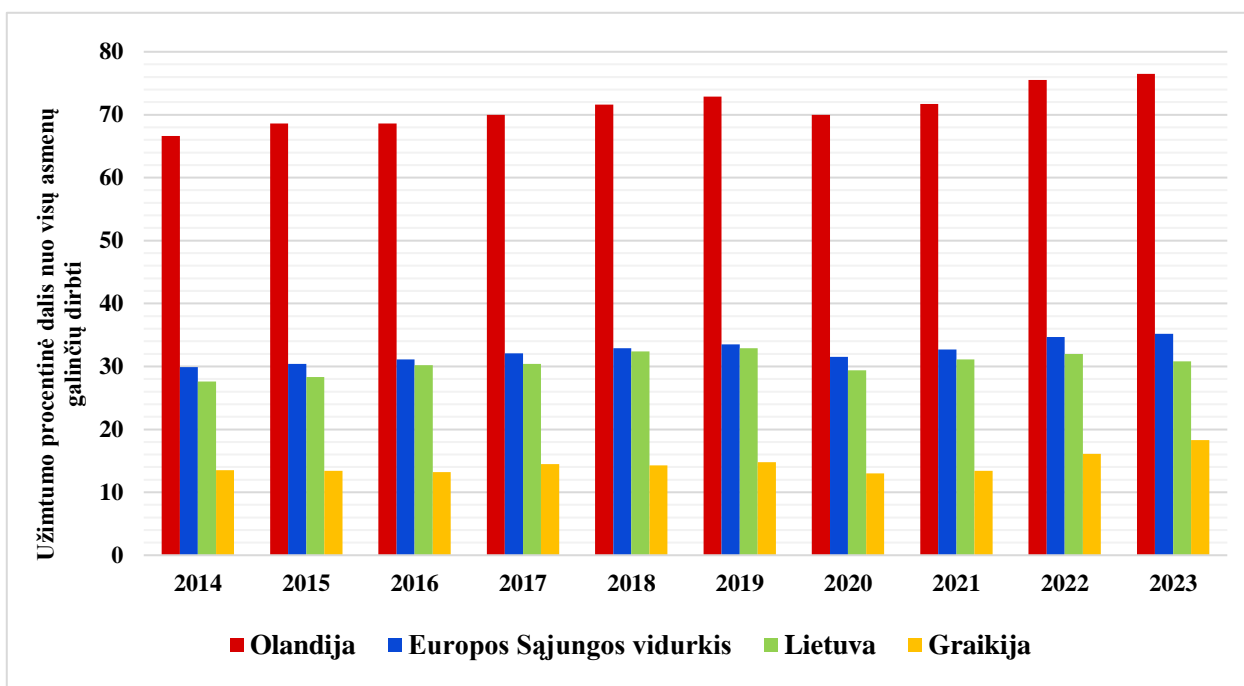


8 pav. Lietuvos bendras užimtumo lygis ir jaunimo užimtumo lygis 2014–2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis „Eurostat“ duomenimis

2020 m. COVID-19 pandemija reikšmingai paveikė darbo rinką, todėl užimtumo lygis sumažėjo iki 71,6 proc. Vis dėlto po šio nuosmukio užimtumo lygis pradėjo kilti ir 2021 m. bendrasis užimtumo lygis pasiekė 72,4 proc. 2014 m. jaunimo užimtumo lygis siekė 27,6 proc., 2014–2019 m. jis palaipsniui augo, tačiau nepasiekė bendrojo užimtumo lygio augimo tempo. 2019 m. siekė apie 32,9 proc., o 2020 m. dėl COVID-19 pandemijos jaunimo užimtumo lygis smuko labiau negu bendrasis užimtumo lygis ir pasiekė 29,4 proc. Nusmukęs jaunimo užimtumo lygis vėl pradėjo augti, tačiau 2023 m. jis buvo apie 30,8 proc. Kaip matyti iš 1 pav., tarp jaunimo užimtumo lygio ir bendrojo užimtumo lygio išlieka nuolatinis skirtumas, o tai atspindi darbo rinkos iššūkius jauniems žmonėms. Jaunimas dažnai susiduria su sunkumais rasti ilgalaikes darbo vietas, todėl jų užimtumo lygis išlieka žemesnis nei suaugusiųjų. Skirtumai tarp šių rodiklių išlieka reikšmingi per visą analizuotą laikotarpį. Tai informuoja apie struktūrinius darbo rinkos iššūkius, su kuriais susiduria jaunimas.

Atlikta ES šalių užimtumo lygio analizė parodė, kad nagrinėjamu laikotarpiu Nyderlanduose, Danijoje, Austrijoje, Maltoje, Vokietijoje, Švedijoje, Suomijoje, Airijoje ir Estijoje jaunimo užimtumo lygis buvo aukštesnis nei ES vidutinis jaunimo užimtumo lygis. Latvijoje šis rodiklis buvo artimas ES vidutiniam jaunimo užimtumo lygiui, bet šiek tiek mažesnis. Kitose ES šalyse jaunimo užimtumo lygis buvo mažesnis negu ES vidutinis jaunimo užimtumo lygis. Lyginamosios analizės metu nustatyta, kad nagrinėjamu laikotarpiu didžiausias jaunimo užimtumo lygis buvo Nyderlanduose (71,2 %), o mažiausias – Graikijoje (14,45 %). Siekiant užtikrinti grafinės iliustracijos aiškumą, Lietuvos jaunimo užimtumo rodiklis lyginamas su ES vidutiniu, Nyderlandų ir Graikijos jaunimo užimtumo lygiais (žr. 2 pav.).



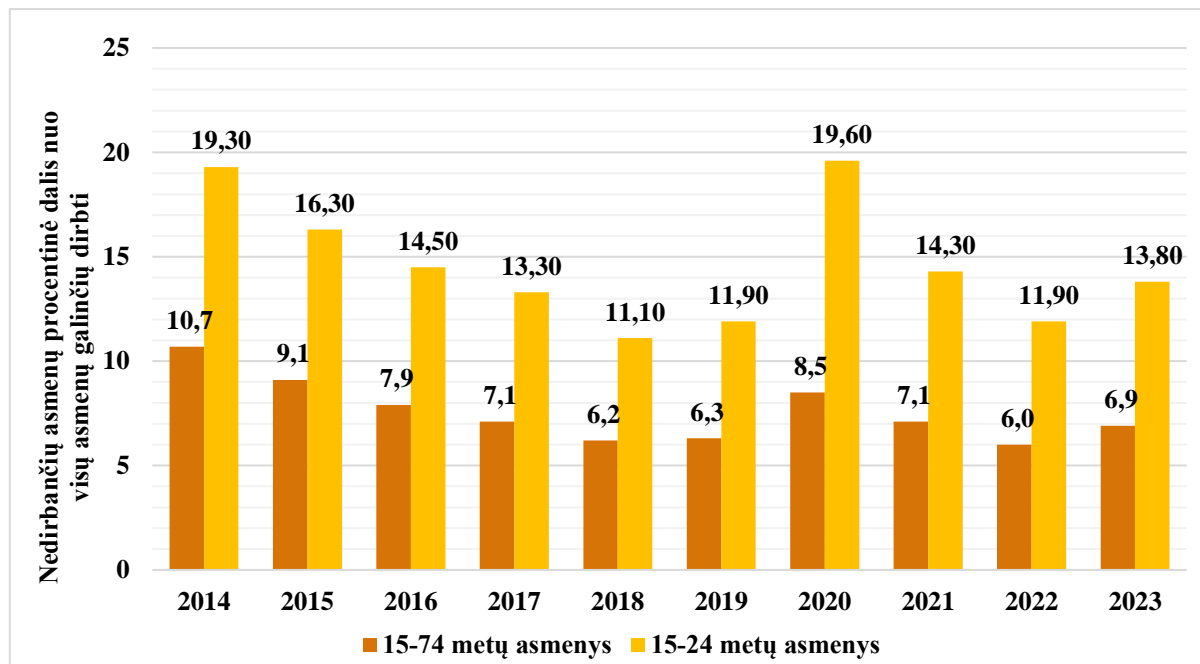
9 pav. Jaunimo užimtumo lygis (15–24 m.) 2014–2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis „Eurostat“ duomenimis

Lietuvoje jaunimo užimtumo lygis per nagrinėjamą laikotarpį (2014–2023 m.) augo nuo 27,6 proc. 2014 m. iki 30,8 proc. 2023 m., rodydamas stabilias teigiamas tendencijas. COVID-19 pandemijos metu 2020 m. jaunimo užimtumo lygis Lietuvoje smuko nuo 32,9 proc. iki 29,4 proc., tačiau jau 2021 m. pradėjo atsigaivinti ir artėjo prie užimtumo lygio, kuris buvo prieš pandemiją. Šie duomenys rodo, kad pandemijos poveikis jaunimo užimtumui Lietuvoje buvo pastebimas, tačiau laikinas. Lyginant Lietuvos duomenis su ES vidurkiu tendencijomis, kurios per analizuojamą laikotarpį išliko stabilios (apie 29,9–35,2 %), matyti, kad tendencijos Lietuvoje buvo panašios ir artimos ES jaunimo užimtumo lygio vidurkiui. Nyderlandai išlaikė itin aukštus jaunimo užimtumo rodiklius – nuo 66,6 proc. iki 76,5 proc., net pandemijos metu išlaikydama minimalų poveikį jaunimui įsidarbinti (70 %). Tai rodo

stiprią darbo rinkos struktūrą ir jaunimui palankias sąlygas. Graikijos jaunimo užimtumo rodikliai, priešingai, išliko žemiausi (13,5–18,3 %), o tai rodo, kad Graikijos darbo rinka yra viena iš sudėtingiausių jauniems žmonėms Europoje. Pandemija mažiau paveikė Graikijos jaunimo užimtumo rodiklius, tačiau tai buvo nulemta jau anksčiau vyravusių struktūrinių darbo rinkos problemų.

Lyginamosios analizės bendrojo nedarbo lygio (15–74 m.) ir jaunimo (15–24 m.) nedarbo lygio rezultatai atsispindi 3 pav., kuriame matyti ryški tendencija, kad jaunimo nedarbo lygis visu analizuojamu laikotarpiu buvo gerokai aukštesnis negu bendrasis šalies nedarbo lygis. Tai atskleidžia šios amžiaus grupės pažeidžiamumą Lietuvos darbo rinkoje.



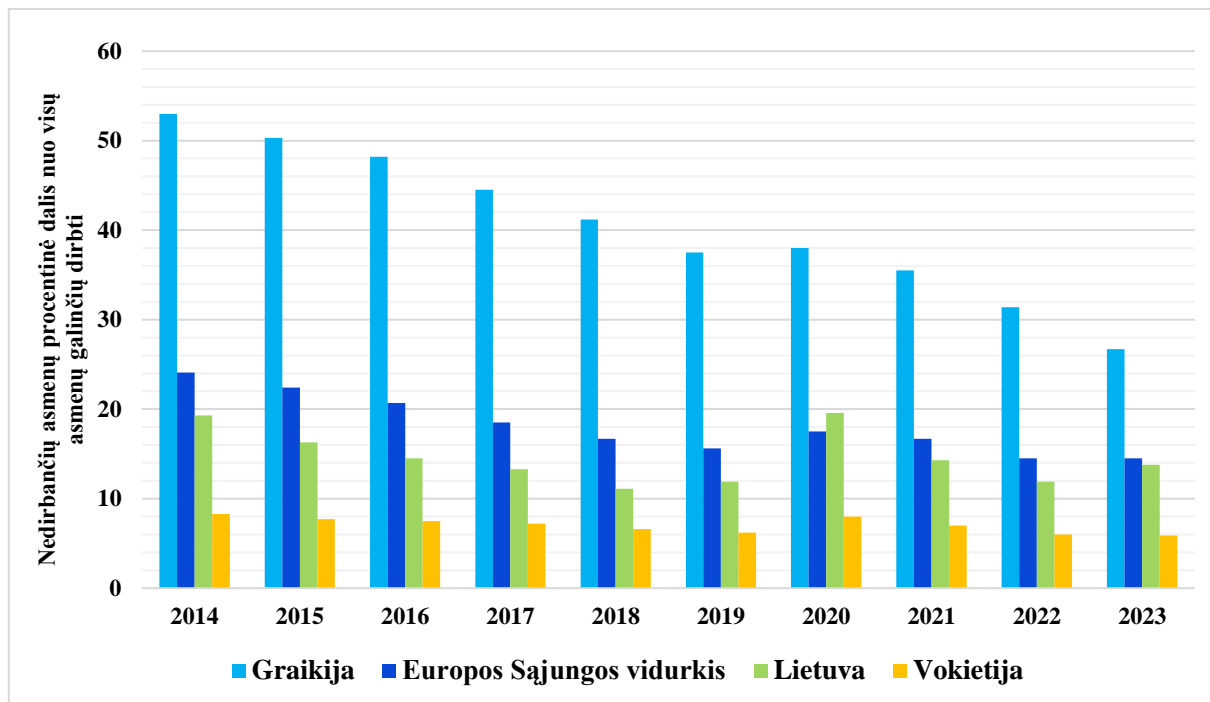
10 pav. Lietuvos bendras nedarbo lygis ir jaunimo nedarbo lygis 2014–2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis „Eurostat“ duomenimis

2014 m. jaunimo nedarbo lygis siekė net 19,3 proc., o tai yra beveik dvigubai daugiau nei bendrasis (15–74 m.) nedarbo lygis (10,7 %). Nuo 2014 m. iki 2018 m. jaunimo nedarbo lygis palaipsniui mažėjo ir 2018 m. pasiekė žemiausią reikšmę – 11,1 proc. Tačiau po šio laikotarpio stebimas laikinas padidėjimas iki 11,9 proc. 2019 m., kuris iš esmės koreliuoja su nežymiu bendrojo nedarbo lygio padidėjimu tais pačiais metais. 2020 m. įvyksta ryškus jaunimo nedarbo šuolis iki 19,6 proc., kuris siejamas su COVID-19 pandemijos sukeltais ekonominiais padariniais. Šiuo laikotarpiu jaunimo nedarbo lygis vėl beveik dvigubai viršija bendrąjį nedarbo lygį (8,5 %) ir suponuoja išvadą, kad jauni asmenys buvo vieni labiausiai paveiktų darbo rinkos nestabilumo. Pandemijai pasibaigus, padėtis gerėjo – jaunimo nedarbo lygis sumažėjo, tačiau vis dar išliko gerokai aukštesnis, t. y. beveik du kartus didesnis negu bendrasis šalies nedarbo lygis. Šios tendencijos rodo, kad, nors Lietuvos darbo rinkoje bendra padėtis gerėja, jaunimas susiduria su didesniais iššūkiais tiek ekonominių krizių laikotarpiu, tiek ekonomikos atsigavimo fazėse. Jaunimo nedarbo lygio svyravimai rodo ne tik jų pažeidžiamumą, bet ir poreikį taikyti specifines politikos priemones, orientuotas į šios grupės integraciją į darbo rinką. Problemos aktualumas dar labiau išryškėja lyginant Lietuvos jaunimo nedarbo rodiklius su kitų ES valstybių analogiškais rodikliais.

Atlikta ES šalių nedarbo lygio analizė parodė, kad nagrinėjamu laikotarpiu Graikijoje, Ispanijoje, Italijoje, Kroatijoje, Portugalijoje, Kipre, Rumunijoje, Slovakijoje, Prancūzijoje jaunimo nedarbo lygis viršijo ES vidutinį jaunimo nedarbo lygį. Nagrinėjamu laikotarpiu Švedijoje, Suomijoje ir Belgijoje šis rodiklis buvo artimas ES vidutiniam jaunimo nedarbo lygiui. Kitose ES šalyse, įskaitant ir Lietuvą, jaunimo nedarbo lygis buvo mažesnis nei ES vidutinis jaunimo nedarbo lygis. Lyginamosios analizės metu nustatyta, kad nagrinėjamu laikotarpiu mažiausias jaunimo nedarbo

lygis buvo Vokietijoje (7,04 %), didžiausias – Graikijoje (40,63 %). Dėl duomenų gausos (10 metų ir 27 šalys) 4 pav. apsiribojama lyginti Lietuvos jaunimo nedarbo rodiklį su ES vidutiniu, Vokietijos ir Graikijos jaunimo nedarbo lygiais (žr. 4 pav.).



11 pav. Jaunimo (15–24 m.) nedarbo lygis 2014–2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis „Eurostat“ duomenimis

Jaunimo (15–24 m.) nedarbo lygio 2014–2023 m. laikotarpiu Lietuvoje, Graikijoje, Vokietijoje duomenys ir ES vidurkio duomenys atskleidžia reikšmingus šalių skirtumus. Tai pagrindžia nevienodą jaunimo padėtį darbo rinkoje. Graikijoje jaunimo nedarbo lygis buvo pats aukščiausias visą laikotarpį, 2014 m. siekė 53 proc. ir tik palaipsniui mažėjo iki maždaug 26,7 proc. 2023 m. Šis rodiklis daugiau nei dvigubai viršija ES vidurkį. ES vidutinis jaunimo nedarbo lygis per dešimtmetį mažėjo nuosekliai – nuo 24,1 proc. 2014 m. iki maždaug 14,5 proc. 2023 m., išskyrus pandemijos laikotarpį 2020 m., kai buvo matyti laikinas augimas (17,5 %). Lietuvos jaunimo nedarbo lygis daugelį metų buvo artimas ES vidurkiui. 2014 m. jis siekė 19,3 proc., o 2023 m. sumažėjo iki 13,8 proc., išskyrus pandemijos laikotarpį, kai rodiklis smarkiai išaugo iki 19,6 proc. Vokietija išsiskyrė kaip šalis, kurios jaunimo nedarbo lygis buvo stabiliai žemiausias. 2014 m. jis siekė apie 8,3 proc., o 2023 m. buvo dar mažesnis (5,9 %), beveik nekintantis visą dešimtmetį. Lyginamoji analizė parodė, kad Lietuvos jaunimo nedarbo situacija yra geresnė negu vertintina ES mastu, t. y. per visą nagrinėjamą laikotarpį Lietuvos jaunimo nedarbo lygis buvo mažesnis už ES vidutinį jaunimo nedarbo lygį.

Lietuvos jaunimo užimtumo lygio ir nedarbo lygio kitimo tendencijos atitinka bendrąsias ES vidurkio tendencijas, o tai rodo, kad šalies jaunimo padėtis darbo rinkoje stipriai priklauso nuo bendrų ES ekonominių ir socialinių pokyčių.

IŠVADOS

Jaunimo nedarbo priežastis lemia įvairūs ekonominiai, socialiniai ir psichologiniai veiksniai. Nepaisant paplitusio aukštojo mokslo, švietimo sistema dažnai neatitinka darbo rinkos poreikių, todėl jaunimui sunku rasti darbą pagal įgytą specialybę arba jie priversti dirbti žemos kvalifikacijos darbą. Jaunimui integruotis į darbo rinką trukdo ir tokie psichologiniai veiksniai, kaip minimalusis darbo užmokestis, žema savivertė ir motyvacijos stoka. Didelė problema yra ir laikinosios darbo sutartys, ribojančios jaunuolių galimybes gauti ilgalaikį darbą ir užsitikrinti ilgalaikę darbo vietą.

Lietuvoje jaunimo užimtumo lygis pastarąjį dešimtmetį nuolat didėjo, tačiau išliko žemesnis už bendrąjį užimtumo lygį; COVID-19 pandemija laikinai pablogino padėtį, tačiau iki 2023 m. užimtumo lygis vėl pradėjo didėti. Nepaisant to, jaunimo nedarbo lygis išlieka gerokai aukštesnis nei vyresnio amžiaus asmenų grupių. Tai atspindi jaunimo pažeidžiamumą darbo rinkoje, ypač ekonominės krizės metu. Minėtina, kad Lietuvos jaunimo užimtumo ir nedarbo lygis artimas ES vidurkiui, o tai rodo, kad šalis susiduria su panašiais iššūkiais, kaip ir kitos ES valstybės narės.

Lietuvos jaunimo užimtumo ir nedarbo rodikliai šiek tiek žemesni už ES rodiklius. Tai galima vertinti dvejopai: viena vertus, mažesnis užimtumas kelia nerimą, tačiau, kita vertus, mažesnis nedarbo lygis nuteikia gana optimistiškai. Tobulinant Lietuvos darbo rinkos politiką, būtų galima suderinti švietimo sistemą su darbo rinkos poreikiais, taip pat didinti investicijas į profesinį mokymą, teikti subsidijas darbdaviams, įdarbinantiems jaunos specialistus, ir rengti psichologinės paramos iniciatyvas, skirtas jaunimo pasitikėjimui didinti. Lietuva, pasinaudodama sėkmingų ES šalių patirtimi, galėtų gerokai pagerinti jaunų žmonių integraciją į darbo rinką ir sumažinti jų socialinę bei ekonominę atskirtį.

Literatūros sąrašas

Dietrich, H. (2012). Youth unemployment in Europe. *Theoretical Considerations and Empirical Findings*, 16(7), 1–42. <https://library.fes.de/pdf-files/id/ipa/09227.pdf>

Eichhorst, W., Hinte, H., & Rinne, U. (2013). Youth unemployment in Europe: what to do about it? *IZA Policy Paper*, 65. <https://hdl.handle.net/10419/91749>

Europos Komisija. (2021, gruodžio 10). *Europos Komisija imasi veiksmų mokymosi visą gyvenimą ir įsidarbinimo galimybėms gerinti*. https://lithuania.representation.ec.europa.eu/news/europos-komisija-imasi-veiksmu-mokymosi-visa-gyvenima-ir-isdarbinimo-galimybes-gerinti-2021-12-10_lt

Eurostat. (2024b). *Employment and activity by sex and age – annual data*. https://doi.org/10.2908/LFSI_EMP_A

Eurostat. (2024c) *Unemployment by sex and age – annual data*. https://doi.org/10.2908/UNE_RT_A

Eurostat. (2024a). *Education, training and youth*. https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/education-training-and-youth_en

Gunko, N. N., & Dinukova, O. A. (2020). Impact of education on the structure of youth employment. In V. V. Mantulenko (Ed.), *Problems of enterprise development: theory and practice*, 82 (pp. 874–880). European Publisher. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.111>

Youth.gov. (2023). *Career exploration and skill development*. Youth.gov. <https://youth.gov/youth-topics/youth-employment/career-exploration-and-skill-development>

Mascherini, M., Ledermair, S., Vacas-Soriano, C., & Jacobs, L. (2017). *Long-term unemployed youth: characteristics and policy responses*. Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/s/z0Fg>

Mendolia, S., & Walker, I. (2015). Youth unemployment and personality traits. *IZA Journal of Labor Economics*, 4(19), 1–26. <https://doi.org/10.1186/s40172-015-0035-3>

Mursa, G. C., Iacobu, O., & Zanett, M. (2018). An EU level analysis of several youth unemployment-related factors. *Studies in Business and Economics*, 13(3), 105–117. <https://doi.org/10.2478/sbe-2018-0038>

O'Reilly, J., Eichhorst, W., Gábos, A., Hadjivassiliou, K., Lain, D., Leschke, J., McGuinness, S., Kureková, L. M., Nazio, T., Ortlieb, R., Russell, H., & Villa, P. (2015). Five characteristics of youth unemployment in Europe: flexibility, education, migration, family legacies, and EU policy. *Sage Open*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.1177/2158244015574962>

Saar, E., Unt, M., & Kogan, I. (2008). Transition from educational system to labour market in the European Union: a comparison between new and old members. *International Journal of Comparative Sociology*, 49(1), 31–59. <https://doi.org/10.1177/0020715207088586>

Suppers, J., Hanckel, B., Cook, J., & Hendry, N. A. (2023). Young citizens in intersecting crises: key debates in youth citizenship research. *Journal of Applied Youth Studies*, 6(1), 95–99. <https://doi.org/10.1007/s43151-023-00103-0>

SUMMARY

YOUTH EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT TRENDS IN LITHUANIA IN THE CONTEXT OF THE EUROPEAN UNION

Deimantė Rauckytė, Greta Miliūtė

Kaunas University of Technology, Lithuania

deimante.rauckyte@ktu.edu, greta.miliute@ktu.edu

Consulted by dr. Irena Pekarskienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

irena.pekarskiene@ktu.lt

Youth employment and unemployment in Lithuania are pressing issues within the broader context of the European Union (EU). The rapidly changing economic environment, globalization, and rising qualification demands have made youth integration into the labor market increasingly challenging, heightening the risks of unemployment and long-term social exclusion (Suppers et al., 2023). These challenges, observed across many EU countries, highlight the importance of understanding trends and implementing effective solutions. Over the past decade, Lithuania's youth employment rates have shown gradual improvement, closely aligning with the EU average. However, unemployment among young people remains significantly higher than that of the general population. The COVID-19 pandemic exacerbated this issue, with youth unemployment peaking at 19,6% in 2020. Although recovery has been steady, systemic vulnerabilities persist, including economic instability, a mismatch between education and labor market demands, and reliance on temporary or low-quality jobs (Dietrich, 2012). Such issues are compounded by psychological factors like demotivation and low self-esteem, which increase the risk of social and economic exclusion (Mendolia & Walker, 2015). Analyzing data from Eurostat (2014–2023) allows for a comparative perspective, with Lithuania's trends between high-performing nations like the Netherlands and struggling economies like Greece (Mascherini et al., 2017). The Netherlands demonstrates effective strategies, maintaining high youth employment even during economic disruptions, while Greece faces structural challenges that keep unemployment rates among the highest in the EU. Reforms are essential to address these persistent barriers. Better alignment of education systems with labor market demands can reduce skill mismatches, while expanded vocational training programs offer pathways to employment for young people. Policies such as subsidies for employers hiring inexperienced workers and psychological support initiatives to build confidence and resilience are crucial. Drawing inspiration from successful practices in countries like the Netherlands can further enhance these efforts. Achieving meaningful progress requires a multidimensional approach that bridges education and employment, fosters inclusivity, and creates opportunities for stable and quality jobs. By addressing these challenges, Lithuania can improve youth integration into the workforce, ensuring broader socio-economic development nationally and within the EU.

Rauckytė, D., Miliūtė, G., Pekarskienė, I. (2025). Jaunimo užimtumo ir nedarbo tendencijos Lietuvoje Europos sąjungos kontekste. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 299-306, ISSN 2669-221X

TVARUMO IDĖJŲ SKLAIDA BANKŲ SEKTORIUJE

Inga Minikauskienė

Panevėžio kolegija, Lietuva
ingute.juodyte@gmail.com

Konsultavo dr. Rasa Glinskienė

Panevėžio kolegija, Lietuva
rasa.glinskiene@panko.lt

ĮVADAS

Pasaulyje vis labiau akcentuojant tvarumo principus, bankų sektorius tampa svarbia grandimi, skatinančia socialiai atsakingas investicijas ir tvarią plėtrą. Tvarumo vaidmuo bankų sektoriuje tampa vis aktualesnis, nes finansinės institucijos vis aktyviau prisideda prie darnios plėtros tikslų įgyvendinimo. Vis dėlto, įgyvendinant tvarumo idėjas, kyla diskusijų dėl bankų įtakos ekonomikai ir aplinkai, tvarumo vertės supratimo, kultūrinių ir vidinių kliūčių, klientų ir investuotojų lūkesčių pokyčių.

Bankai yra pagrindiniai finansiniai tarpininkai, kurių sprendimai dėl kreditavimo ir investicijų gali tiesiogiai veikti aplinką, ekonomiką ir socialinius klausimus. Tradicinė bankų praktika neretai buvo orientuota į trumpalaikį pelną, nepaisant ilgalaikio poveikio aplinkai ar visuomenei. Šiuo požiūriu tvarumo principų integravimas reikalauja esminių strateginių ir kultūrinių pokyčių (Weber & Feltmate, 2016). Organizacijos viduje bankai gali susidurti su įvairiomis nuomonėmis dėl tvarumo idėjų integravimo, nes darbuotojai ar vadovai tvarumo idėjas gali suvokti kaip papildomas sąnaudas arba perteklinį darbą. Taigi bankų sektoriuje būtinas strateginis švietimas ir kultūrinė transformacija (Scholtens, 2009). Pažymėtina, kad minėtame sektoriuje kyla klausimų, kaip įvertinti tvarumo ekonominę vertę. Tvarumo principai dažnai susiję su ilgalaikiais rezultatais, kurių poveikį sunku tiesiogiai apskaičiuoti arba suderinti su tradiciniais finansiniais rodikliais. Tyrimai rodo, kad neretai trūksta įrankių ir kompetencijos tvarumo idėjoms įgyvendinti (Hölscher et al., 2018), nes vis daugiau klientų ir investuotojų reikalauja atsakingų finansinių sprendimų, tačiau ne visada aišku, kaip šiuos lūkesčius suderinti su tikslu siekti pelno. Pavyzdžiui, tyrimai rodo, kad klientai renkasi bankus, siūlančius žaliąsias paskolas ar investicinius produktus, tačiau šių produktų plėtra dažnai būna sudėtinga dėl technologinių ir teisinių kliūčių (OECD, 2020). Straipsnyje keliama **problema** – kaip efektyviai skleisti tvarumo idėjas bankų sektoriuje, kad jos taptų neatsiejama finansinės veiklos dalimi?

Tikslas – išanalizuoti tvarumo idėjų sklaidos praktiką bankų sektoriuje.

Tikslui pasiekti iškelti **uždaviniai**:

- apibrėžti tvarumo sąvoką bankų sektoriuje;
- išnagrinėti tvarumo idėjų sklaidos būdus bankų sektoriuje.

Metodai: mokslinės literatūros analizė, kokybinė dokumentų analizė. Analizuoti pasirinkta naujausia mokslinė literatūra, siekiant identifikuoti tyrimo aktualumą ir išryškinti svarbiausias sąvokas. Duomenų analizė naudota siekiant išnagrinėti oficialius, teisinius šaltinius, ataskaitas.

Tvarumo sąvoka ir jos svarba bankų sektoriuje

Tvarumo sąvoka pirmą kartą pavartota 1987 m. Jungtinių Tautų Pasaulinės aplinkos ir plėtros komisijos paskelbtame pranešime „Mūsų bendra ateitis“ (angl. *Our Common Future*), kurioje suformuluota tvaraus vystymosi vizija – harmonijos palaikymas tarp žmonių, gamtos ir visuomenės tarpusavio santykių.

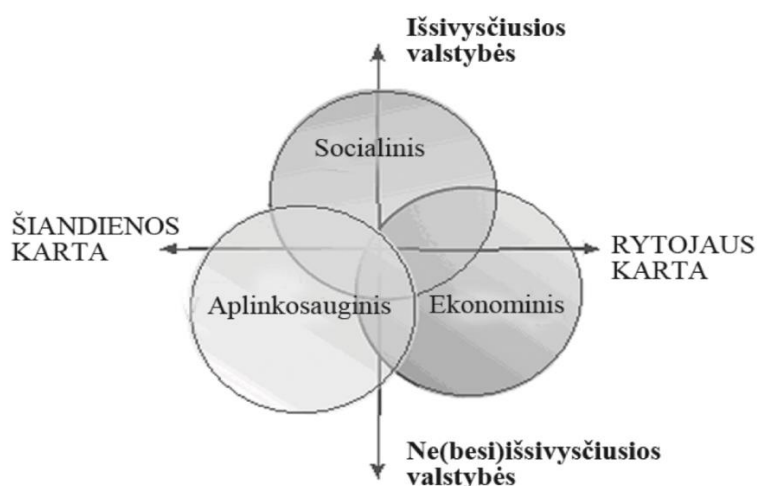
Tvarumo idėja pradėjo skverbtis į akademinį žodyną maždaug 1980-ųjų viduryje ir nuo tada ji išgyveno reikšmingą evoliuciją (Sustainability Kent E. Portney, n. d.). Įprastai tvarumas

konceptualizuojamas trimis dimensijomis arba ramsčiais: ekonominiu, socialiniu arba aplinkosauginiu. Viena svarbiausių šio konceptualizavimo ypatybių yra tvarumo sampratos plėtra (Building Sustainable Cities, 2020). Nors vis labiau sutariama dėl tvarumo tikslų, apimančių aplinkosaugos, socialinius ir ekonominius siekius, kurie dabar interpretuojami kaip žiedinės, mažo anglies dioksido kiekio ar žaliosios ekonomikos modeliai, mažai diskutuojama apie tai, kaip šių tikslų pasiekti ir kokių socialinių, kultūrinių, institucinių ir politinių iššūkių kyla šiame procese.

Verslo tvarumas gali būti apibrėžiamas kaip įmonių gebėjimas patenkinti savo trumpalaikius finansinius poreikius, nesumažinant savo (ar kitų) galimybių patenkinti ateities poreikius. Taigi laikas yra esminis tvarumo sąvokos elementas.

Tvarumo ir darnaus vystymosi principai

Norvegijos aplinkos ministrės Gro Harlem Brundtland pranešime „Mūsų bendra ateitis“ pateiktas toks apibrėžimas: darnus vystymasis – tai toks vystymasis, kuris tenkina dabartinius visuomenės poreikius, nemažinant ateinančių kartų galimybių tenkinti savo poreikius (Our Common Future, 1987). Argumentų pagrindas (žr. 1 pav.) – sąžiningas gamtos išteklių paskirstymas tiek tarp skirtingų kartų, tiek ir tarp pirmojo, antrojo ir trečiojo pasaulio šalių gyventojų dabartinės kartos. Minėtinas ir pozityvus vystymosi aplinkos, socialinės ir ekonominės dimensijų konsensusas (Čiegis et al., 2014).



1 pav. Darnaus vystymosi schema
Šaltinis: sudaryta remiantis (Čiegis et al., 2014)

Šio amžiaus valstybių valdymo aplinka pasižymi dinamiškumu, integruotumu, tarpdalykiškumu ir sudaro prielaidas rasti sąveikai tarp žiniomis grįstos ekonomikos ir darnaus vystymosi Lietuvoje (Čižauskaitė-Butkaliuk, 2014). Laikantis darnaus vystymosi principų, dabartinis požiūris yra toks: išsivysčiusiose šalyse, prie kurių, be abejo, priskirtina ir Lietuva, gamtinių aplinkos komponentų pakeitimo žmogaus sukurtais komponentais galimybės iš esmės jau išsemtos, todėl ES teisėje aiškiai apibrėžti tie išimtiniai atvejai ir kriterijai, kuriais vadovaujantis tai gali būti padaryta (Mikalauskienė, 2014).

Viena iš priežasčių, skatinanti bankus kuo greičiau imtis veiksmų tvarumo klausimais, – tarptautinių reguliavimo institucijų spaudimas. Pastaraisiais metais priimta net keletas itin svarbių tarptautinių susitarimų, konkrečiai orientuotų į finansų sektorių ir su juo susijusius klausimus (Dabulis, 2021). Vienos iš svarbiausių gairių – 2015 m. Jungtinių Tautų priimta Darnaus vystymosi darbotvarkė. Joje nustatyta 17 darnaus vystymosi tikslų ir 169 pamatiniai uždaviniai, kurių įgyvendinimas stebimas pagal 232 rodiklius (žr. 2 pav.). Šios darbotvarkės tikslas – iki 2030 m. visame pasaulyje pasiekti darnų socialinį, ekonominį ir aplinkosauginį vystymąsi.



2 pav. Darnaus vystymosi darbotvarkė

Šaltinis: sudaryta remiantis (Mykolo Romerio universitetas, n. d.)

Lietuvos Respublikos aplinkos ministerija buria socialinių partnerių ratą – Darnaus vystymosi tinklą. Nuo 2024 m. šio tinklo nariai periodiškai į savo el. pašto dėžutes gauna naujienlaiškius apie darnaus vystymosi aktualijas Lietuvoje ir tarptautinėje erdvėje. Taip pat diskutuojama dėl įvairių darnaus vystymosi tikslų įgyvendinimo veiklų ar pasiūlymų (Aplinkos ministerija, 2024).

Bankų vaidmuo tvarumo srityje

Kaip finansų sistema gali palengvinti sprendimų priėmimą dėl kompromisų tarp ekonominių, socialinių ir aplinkosaugos tikslų? Levine (2005) nurodo šias finansų sistemos funkcijas:

- iš anksto pateikti informaciją apie galimas investicijas ir paskirstyti kapitalą;
- stebėti investicijas ir vykdyti įmonių valdymą suteikus finansavimą;
- palengvinti prekybą, diversifikaciją ir rizikos valdymą;
- mobilizuoti ir sujungti santaupas;
- palengvinti prekių ir paslaugų mainus (Schoenmaker & Schramade, 2019).

Finansų sektoriaus išskirtinumas, itin kruopščiai ruošiantis žaliajo kurso įgyvendinimui ir edukuojant visuomenę bei verslą, drauge liudija ir jo suvokiamą didelę atsakomybę (Lietuvos bankų asociacija, 2022). Institucijos turi integruoti su klimatu susijusias ir aplinkosaugines rizikas, kaip esamų rizikos kategorijų veiksnius, į savo esamą rizikos valdymo sistemą, siekdamos valdyti ir stebėti šiuos veiksnius per pakankamai ilgą laikotarpį, taip pat reguliariai peržiūrėti savo priemones (European Central Bank, 2021). Kaip vienos iš svarbiausių gairių išskiriamas Europos Sąjungos (ES) tvaraus augimo finansavimo veiksmų planas. Keletas pagrindinių jo iškeliamų tikslų – kapitalo srauto nukreipimas į tvarias investicijas, tvarumo principų įtraukimas į finansų institucijų rizikų valdymą ir skaidrumo skatinimas (Dabulis, 2021).

Remiantis Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (2020), aplinkos atžvilgiu tvarios ekonominės veiklos tikslai yra:

- klimato kaitos švelninimas;
- prisitaikymas prie klimato kaitos;
- tausaus vandens ir jūrų išteklių naudojimas ir apsauga;
- perėjimas prie žiedinės ekonomikos;
- taršos prevencija ir kontrolė;
- biologinės įvairovės ir ekosistemų apsauga ir atkūrimas.

Veiksmų plane pripažįstama, jog tam, kad kapitalo srautai pasisuktų tvaresnės veiklos kryptimis, reikia, kad visi vienodai ir holistiškai suprastų, ką reiškia veiklos ir investicijų tvarumas aplinkos atžvilgiu. Visų pirma, aiškios rekomendacijos, kokios rūšies veikla laikytina padedančia siekti aplinkos tikslų, padėtų investuotojams geriau suprasti, kurios investicijos finansuoja aplinkosauginiu atžvilgiu tvarią ekonominę veiklą. Daugiau rekomendacijų dėl veiklos, kuria padedama siekti kitų darnumo tikslų, įskaitant socialinius tinklus, galėtų būti parengta vėlesniu etapu.

Tvarumo idėjų sklaidos būdai bankų sektoriuje

Tinkamas informacijos, susijusios su tvarumu, atskleidimas yra vienas iš esminių tvarių finansų sistemos veiksmų. Tai prisideda prie investuotojų apsaugos didinimo, mažina informacijos asimetriją rinkoje, taip pat ekomanipuliavimo (angl. *greenwashing*) riziką (Lietuvos bankas, 2023). ES teisės aktai nustato privalomus su tvarumu susijusios informacijos atskleidimo reikalavimus didelėms finansų ir ne finansų įmonėms.

1 lentelė. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas

ATSKLEIDŽIAMA INFORMACIJA	SKLAIDOS LYGIS	FRD / FP	SKLAIDOS KANALAS
Tvarumo rizikos integravimo politika	Įmonės lygiu	FRD ir FP	Interneto svetainėje
Investavimo sprendimų pagrindinis neigiamas poveikis (angl. principal adverse impacts, PAI) tvarumo veiksniams*	Įmonės lygiu	FRD ir FP	Interneto svetainėje
Jei neatsižvelgia į investavimo sprendimų PAI, nurodo priežastis	Įmonės lygiu	FRD ir FP	Interneto svetainėje
Informacija, kaip atlygio politika dera su tvarumo rizikos integravimu	Įmonės lygiu	FRD ir FP	Interneto svetainėje
Tvarumo rizikų integravimas į investavimo sprendimus ir konsultacijas dėl investicijų ir draudimo **	Produkto lygiu	FRD ir FP	Ikisutartinėje informacijoje
PAI produkto lygiu	Produkto lygiu	FRD	Ikisutartinėje informacijoje, periodinėse ataskaitose
Pateikiamas pareiškimas, kad neatsižvelgiama į PAI	Produkto lygiu	FRD	Ikisutartinėje informacijoje, periodinėse ataskaitose
Ikisutartinės informacijos atskleidimas, jei produktu skatinami aplinkos ir socialiniai ypatumai	Produkto lygiu	FRD	Ikisutartinėje informacijoje
Ikisutartinės informacijos atskleidimas, kai produkto tikslas tvarios investicijos***	Produkto lygiu	FRD	Ikisutartinėje informacijoje
Aplinkos ar socialinių ypatumų skatinimo ir tvarių investicijų atskleidimas***	Produkto lygiu	FRD	Interneto svetainėje, periodinėje informacijoje
Atskleistos informacijos peržiūra (nuolatinis atnaujinimas)	Įmonės lygiu ir produkto lygiu	FRD ir FP	
Rinkodaros pranešimai (neturi prieštarauti pagal SFDR atskleistai informacijai)	Įmonės lygiu ir produkto lygiu	FRD ir FP	

Šaltinis: sudaryta remiantis (Lietuvos bankas)

2019 m. lapkričio 27 d. Reglamentu dėl su tvarumu susijusios informacijos atskleidimo finansinių paslaugų sektoriuje (Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2019/2088 dėl su tvarumu susijusios informacijos atskleidimo finansinių paslaugų sektoriuje (angl. *Sustainable Finance Disclosure Regulation*, SFDR)) siekiama užtikrinti, kad ES investuotojai turėtų informaciją, kurios jiems reikia, siekdami pasirinkti investicijas pagal savo tvarumo tikslus. SFDR nustatyta informacija turi būti atskleista tiek įmonės, tiek finansinio produkto ir (arba) paslaugos lygiu (žr. 1 lentelę).

Tarptautinių atsiskaitymų bankas, Europos Centrinis Bankas ir Europos bankininkystės institucija reguliariai skelbia naujus dokumentus, siekiančius skatinti tvarumą finansų sektoriuje.

Bankų sektoriuje tvarumo idėjos skleidžiamos per įvairias strategijas ir iniciatyvas:

Tvarumo strategijų kūrimas ir įgyvendinimas. Turi būti atskleidžiama tinkamai subalansuota kokybinė ir kiekybinė informacija, tinkamai paaiškinti su tvarumu susiję klausimai, siekiant, kad informacija būtų aiški, suprantama ir naudinga ne tik patyrusiems investuotojams, bet ir mažiau patirties turintiems informacijos vartotojams (Lietuvos bankas, 2023).

Žaliųjų finansinių produktų siūlymas. Produktų ar paslaugų tiekimas ir vartojimas keičia vartotojų elgesį, skatina inovatyvių verslo sprendimų, pritaikytų aplinkosaugai, diegimą ir mažina neigiamą poveikį aplinkai. Rekomenduojama siūlyti finansinius produktus, kuriais siekiama aplinkos atžvilgiu tvarių tikslų, – veiksmingas būdas privačias investicijas nukreipti į tvarią veiklą (Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas, 2020).

Bendradarbiavimas su tarptautinėmis organizacijomis. Bankai prisijungia prie tarptautinių iniciatyvų, tokių kaip Jungtinių Tautų Atsakingos bankininkystės principai, siekdami skatinti tvarumo idėjų sklaidą ir įsipareigoti tvarumo tikslais.

Vidinių mokymų ir sąmoningumo didinimo programų vykdymas. Turėtų būti siekiama užtikrinti aukštą kompetencijos lygį, geografinę ir lyčių pusiausvyrą, taip pat proporcingą atitinkamos praktinės patirties atstovavimą (EU, 2020).

Ataskaitų teikimas ir skaidrumo užtikrinimas. Nuo 2024 m. įsigalioję Europos Sąjungos (ES) tvarumo atskaitomybės standartai, kad įmonės teiktų tvarumo ataskaitas, taps privalomi vis didesniai įmonių ratui (KTU, 2024). Kauno technologijos universiteto Aplinkos inžinerijos instituto (KTU APINI) direktorė Žaneta Stasiškienė teigia, kad ataskaitos turi būti naudojamos kaip strateginio ir sisteminio proceso tobulinimo įrankis, padedant įmonei suprasti ir geriau valdyti savo išteklius. Tvarumo ataskaitos taip pat yra pagrindinė platforma, skirta išorinei tvarumo veiklos rezultatų ir poveikio komunikacijai.

Tvarūs finansiniai produktai ir paslaugos

Kaip teigia E. Čipkutė, „finansų įstaigos ir toliau plečia skaitmeninių paslaugų infrastruktūrą, sudarydamos kuo patogesnes sąlygas už paslaugas ir prekes atsiskaityti mokėjimo kortelėmis – šitaip kuriama patogesnė aplinka vartotojui, prisidedama prie šešėlinės ekonomikos mažinimo. Kinta ir finansų įstaigos bei jos kliento santykis – viena vertus, į banko skyrių užsukti reikia vis rečiau, kita vertus, siūloma daugiau nuotolinių sprendimų ir įrankių, skirtų investuoti, taupyti, konsultuotis finansinio raštingumo klausimais. Lietuvos bankų asociacijos šiemet atlikto bankų įvaizdžio tyrimo metu daugiau nei 90 proc. respondentų nurodė, jog yra patenkinti savo banku“ (Lietuvos bankų asociacija, 2021).

2021 m. bankai su Lietuvos banku pasirašė memorandumą, kuriuo sutarė padidinti grynujų pinigų prieinamumą regionuose – iki 2022-ųjų liepos bankomatų skaičius mūsų šalyje turėjo padidėti 100 vienetų. Bankomatus planuota pastatyti tuose miestuose ir miesteliuose, kur, įvertinus grynujų prieinamumą, jis šiuo metu mažiausias (Lietuvos bankų asociacija, 2021).

E. Čipkutės teigimu, „bankai jau dabar aktyviai įsitraukia į finansinio sukčiavimo prevencijos veiklas, glaudžiai bendradarbiauja su teisėsaugos institucijomis, įsitraukė į Pinigų plovimo prevencijos centro

taikomą taktinio bendradarbiavimo formatą. Vis dėlto įvykdytų atakų skaičius rodo, jog skaitmeninio ir finansinio raštingumo ugdymo tempai mūsų šalyje vis dar yra per maži. Tam reikia ne tik finansų rinkos dalyvių, bet ir kitų institucijų įsitraukimo“ (Lietuvos bankų asociacija, 2021).

Dabulio (2021) manymu, be tarptautinės bendruomenės ir investuotojų, bankai pradeda jausti spaudimą ir iš savo esamų bei potencialių klientų – vis daugiau paslaugų gavėjų nori, kad jų vertybės atsispindėtų organizacijų veikloje. Pastebima, kad tai ypač aktualu jaunosios kartos atstovams, kurie, rinkdamiesi banką, papildomai atsižvelgia į jo ESG įsipareigojimus.

Vis daugiau vartotojų renkasi tvarius sprendimus, o tai atsispindi sparčiai augančiame žaliųjų paskolų ir lizingo sutarčių skaičiuje. SEB banko vadovės S. Gutauskaitės-Bubnelienės teigimu, prioritetas skatinti tvarumo pokytį, suteikiant reikalingas priemones ir paskatas savo klientams ir padedant jiems kelyje į tikslą, pasiteisina: „Pastebime, kad gyventojų ir verslo dėmesys vis labiau krypsta į tvarius sprendimus. Pernai, 2023 m., SEB banko žaliųjų verslo paskolų portfelis, palyginti su 2022 m., augo 67 proc. ir sudarė 447 mln. Eurų“ (ISM, 2024).

Bankų veiklos vidinė politika

Bankai yra viena svarbiausių finansų sistemos grandžių. Jie ypač svarbūs viso šalies ūkio mokėjimų mechanizme, skirstant finansinius išteklius tarp atskirų ūkio sektorių (Mackevičius, 2014). Kaip teigia Mackevičius (2014), bankų tarpusavio santykių racionalizavimas labiausiai pasireiškia atsiskaitymuose. Visi komerciniai bankai yra konkurentai, tačiau konkurencinė kova turi būti švari, t. y. vykti pagal profesinės etikos taisykles. Negali būti siekiama atlikti tokių operacijų, kurios kenktų to banko veiklai, jo pelningumui ir prestižui.

Žaliųjų finansų paklausos augimas ir visuomenės tvarumo vertybių stiprėjimas

„Swedbank“ Lietuvoje vadovės I. Skisaker vertinimu, susiklosčiusioje situacijoje svarbu skaidrumas ir laipsniška transformacija: „Turime suvokti, kad ateityje tai, ką šiandien laikome „žaliu“, po kurio laiko gali tokiu nebebūti. Todėl dabar svarbu apibrėžti ne tik kriterijus, bet ir pereinamąjį laikotarpį.“ Raginama pripažinti, kad, siekiant taršos mažinimo tikslų, globalioje aplinkoje yra gerokai atsiliekiama (Lietuvos bankų asociacija, 2022).

Nepaisant realių kliūčių, trukdančių tvariai bankininkystei tapti veiksminga pasauliniu mastu, pasiekta tam tikra pažanga. „Network for Greening the Financial System“ jungia daugumą pasaulio centrinių bankų ir siekia „geriau suprasti ir valdyti klimato kaitos finansinę riziką ir galimybes“. Be to, su klimatu susijusių finansinių atskleidimų darbo grupė (angl. *Task Force on Climate-related Financial Disclosures*) prisidėjo prie šių pastangų, kurdama savanoriškus ataskaitų teikimo standartus institucijoms ir įmonėms (Baraldi, 2019).

Remiantis Lietuvos banko atliktu tyrimu, kurio metu apklausta 17 investicines paslaugas mažmeniniams investuotojams teikiančių bendrovių, galima teigti, kad didžioji dalis subjektų planuoja platinti finansinius produktus, kurių tikslas – tvarios investicijos.

Visos finansų paslaugų organizacijos turės prisitaikyti prie gamybos, energijos naudojimo ir paskirstymo tinklų, tačiau daugelis šiandien susiduria su sunkumais nustatant, kur sutelkti savo pastangas (Baraldi, 2019).

IŠVADOS

Tvarumas bankų sektoriuje apibrėžiamas kaip harmonijos palaikymas tarp žmonių, gamtos bei visuomenės tarpusavio santykių. Laikas yra esminis tvarumo sąvokos elementas, nes tvarumas – tai įmonių gebėjimas patenkinti trumpalaikius finansinius poreikius, nesumažinant savo (ar kitų) galimybių patenkinti ateities poreikius.

Auga bankų supratimas, kad, sprendžiant tvarumo problemas, reikia įtraukti įvairias suinteresuotas šalis ir įvertinti jų lūkesčius bei interesus. Šiuo atveju daug dėmesio taip pat reikėtų skirti tvarumo ir ESG tikslų įgyvendinimą prižiūrinčioms reguliavimo institucijoms, nes nuolatinis dialogas su jomis bankams gali itin pasitarnauti strateginio planavimo metu. Bankų atstovams svarbu tiksliai išsiaiškinti, kokių konkrečių veikslių iš jų tikisi minėtos institucijos tiek trumpuoju laikotarpiu, tiek ilgesnėje perspektyvoje. Gautą informaciją galima integruoti į strateginius dokumentus. Be to, nuolat glaudžiai bendradarbiaudami su reguliavimo institucijomis, bankai patys gali prisidėti prie naujų standartų ir sprendimų kūrimo.

Bankų sektoriaus aktyvus įsitraukimas yra esminis sėkmės veiksnys. Bankai gali skatinti reikšmingus pokyčius, suderinti savo veiklą su tarptautiniais klimato tikslais ir užtikrinti savo atsparumą vis labiau klimatui dėmesingame pasaulyje. Atsakingas skolinimas, rizikos valdymas ir tvarios investicijos suteikia bankams galimybę paskatinti ekologiškesnę ir klestinčią ateitį.

Lietuvos bankas ir kiti bankai kasmet ir pamažu didina straipsnyje aktualizuotos informacijos apimtį. Finansų rinkos dalyviai pateikia paaiškinimų, kokią viso turto ar visos veiklos dalį tai sudaro.

Literatūros sąrašas

Baraldi, D. (2019, September 21). *Banking on sustainability – what’s next?* World Economic Forum. <https://www.weforum.org/stories/2019/09/how-banks-can-be-more-sustainable/>

Čižauskaitė-Butkaliuk, A. (2014). Žiniomis grįstos ekonomikos darnus vystymasis Lietuvoje: teorija ir praktika. *Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, 36(4), 775–783.

Dabulis, D. (2021). *Tvarumo principų nesilaikantys bankai rizikuoja verslo ateitimi*. Lrt.lt. <https://www.lrt.lt/naujienos/verslo-pozicija/692/1442097/domantas-dabulis-tvarumo-principu-nesilaikantys-bankai-rizikuoja-verslo-ateitimi>

Dilius, A., Ciegis, R., & Mikalauskiene, A. (2014). Darnaus vystymosi sričių dinamikos vertinimas Lietuvoje. *Regional Formation and Development Studies*, 12(1).

European Central Bank. (2021). *Publications*. <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/other-publications/publications/html/index.en.html>

Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2019/2088. (n. d.). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=CELEX%3A32020R0852&qid=1624953122726>

ISM. (2024, rugpjūčio 29). *Nauda visuomenei, pajamos imonėms: kaip verslui atsiperka tvarumas?* <https://www.ism.lt/nauda-visuomenei-pajamos-imonems-kaip-verslui-atsiperka-tvarumas/>

Hölscher, K., Wittmayer, J. M., & Loorbach, D. (2018). Transition management in practice: insights from 25 years of sustainable development. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 27, 1–18.

Lietuvos bankų asociacija. (2022). *Bankai skatina žaliąją ekonomiką, bet nori daugiau konkretumo*. <https://www.lba.lt/lt/apie-mus/asociacijos-naujienos/bankai-skatina-zalija-ekonomika-bet-nori-daugiau-konkretumo>

Mackevičius, J. (2014). Prof. Vlodo Jurgučio įžvalgos apie bankus ir jų plėtotė lietuvių autorių darbuose. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, 16, 128–139. <https://www.zurnalai.vu.lt/BATP/article/view/13032/11877>

Mykolo Romerio universitetas. (n. d.). *Darnus vystymasis*. <https://www.mruni.eu/darnus-vystymasis>

OECD. (2020). *Aligning policies for a low-carbon economy*. https://www.oecd.org/en/publications/aligning-policies-for-a-low-carbon-economy_9789264233294-en.html

Portney, E. (2015). *Sustainability*. MIT Press.

Schoenmaker, D., & Schramade, W. (2019). *Principles of sustainable finance*. Oxford University Press.

Scholtens, B. (2009). Corporate social responsibility in the international banking industry. *Journal of Business Ethics*, 86(2), 159–175.

The Finance Innovation Lab. (2023). *Shifting the financial system: accelerating sustainable finance at banks*. <https://financeinnovationlab.org/wp-content/uploads/2023/09/CSLN-Shifting-The-Banking-System-Report-09.23.pdf>

Weber, O., & Feltsmate, B. (2016). *Sustainable banking: managing the social and environmental impact of financial institutions*. University of Toronto Press.

SUMMARY

THE DISSEMINATION OF SUSTAINABILITY IN THE BANKING SECTOR

Inga Minikauskienė

Panevėžio Kolegija / State Higher Education Institution, Lithuania
ingute.juodyte@gmail.com

Consulted by dr. Rasa Glinskienė

Panevėžio Kolegija / State Higher Education Institution, Lithuania
rasa.glinskiene@panko.lt

Sustainability in the banking sector is a relevant topic that examines how financial institutions contribute to achieving sustainable development goals. Discussions on implementing sustainability ideas often arise regarding banks' impact on the economy and environment, the understanding of sustainability value, cultural and internal barriers, and the shifting expectations of clients and investors. Therefore, the article raises the problem: how to effectively promote sustainability ideas in the banking sector so that they become an integral part of financial activities? The aim is to analyze the practice of disseminating sustainability ideas in the banking sector. To achieve this aim, the following objectives were set: to define the concept of sustainability in the banking sector and to examine the methods of disseminating sustainability ideas in the banking sector. Scientific literature analysis was applied.

Conclusions. Sustainability is the maintenance of harmony between people, nature, and public relationships of society. It is conceptualized through three dimensions: economic, social, and environmental. The ideas of sustainability are promoted through various strategies and initiatives. In this context, significant attention should also be given to regulatory authorities overseeing the implementation of sustainability and ESG goals, as ongoing dialogue with them can greatly benefit banks during strategic planning.

Minikauskienė, I., Glinskienė, R. (2025). Tvarumo idėjų sklaida bankų sektoriuje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 307-314, ISSN 2669-221X

TIESIOGINIŲ UŽSIENIO INVESTICIJŲ PRITRAUKIMO VEIKSNIAI BALTIJOS ŠALYSE ŽALIOSIOS TRANSFORMACIJOS KONTEKSTE

Rugilė Juškytė, Karolina Zeiderytė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

rugile.juskyte@ktu.edu, karolina.zeideryte@ktu.edu

Konsultavo dr. Jurgita Bruneckienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

jurgita.bruneckiene@ktu.lt

IVADAS

Pritraukiamos tiesioginės užsienio investicijos (TUI) šalyje skatina inovacijų plėtrą, kuria darbo vietas ir gerina šalies ekonominę padėtį. TUI patiria vis didesnę spaudimą iš tikslinės ir kilmės šalių taikyti tvarią praktiką. Tokie sprendimai apima tvarias inovacijas, skirtas klimato kaitai ir aplinkosauginei rizikai valdyti. Pavyzdžiui, ekologiškai efektyvesni procesai ir technologijos, kurios leidžia mažinti anglies pėdsaką (Chen et al., 2023). Žiedinė ekonomika ir žaliąji transformacija yra dvi neatsiejamoms sąvokoms, kurios tampa vis aktualesnės, įgyvendinant tvaresnio pasaulio tikslus. Iki 2050 m. Europos Sąjunga siekia, kad ekonomika taptų neutrali klimato atžvilgiu, t. y. šiltnamio efekto sukeliančių dujų emisija turėtų būti lygi nuliui (Europos Komisija, 2024). Keičiantis tvarumo sampratai ir poreikiui, atsiranda investuotojų požiūrio pokytis į šalių klasikinius makroekonominis veiksniai, tokius kaip darbo rinka, šalies ekonominė ir politinė situacija bei įmonių pozicija tvarumo kontekste. Didėjant būtinybei pereiti prie žaliosios transformacijos, keičiasi svarbiausi investuotojų prioritetai. Tiesioginės užsienio investicijos orientuotos į įmones, tačiau investuotojas iš pradžių vertina šalies ekonominę padėtį. Investuotojai gali rinktis investuoti į pažengusią įmonę žiedinėje ekonomikoje arba ją keisti, siekdami, kad ji taptų ekologiškai efektyvesnė. Galima teigti, kad atsiranda ryšys tarp TUI ir žiedinės ekonomikos procesų. Pirma, ryšys nagrinėja, kaip pritrauktos TUI keičia tvarumo rodiklius. Antra, svarbu, kaip įmonių tvarumo rodikliai pritraukia tiesiogines užsienio investicijas. Mokslinėje literatūroje (Hunya, 2004) nurodoma, kad Baltijos šalys (Lietuva, Latvija ir Estija) pagal tiesioginių užsienio investicijų pritraukimą yra labai panašios. Vis dėlto svarbu išnagrinėti, kokį poveikį šioms valstybėms turi TUI. Taigi tikslinga analizuoti TUI ir jų svarbą Baltijos šalyse žiedinės ekonomikos kontekste.

Problema – kaip makroekonominiai ir žiedinės ekonomikos rodikliai veikia tiesioginių užsienio investicijų pritraukimą Baltijos šalyse žaliosios transformacijos kontekste?

Tikslas – nustatyti, kokie klasikiniai makroekonominiai ir žiedinės ekonomikos rodikliai veikia tiesiogines užsienio investicijas Baltijos valstybėse.

Uždaviniai:

- išanalizuoti tiesioginių užsienio investicijų ir žiedinės ekonomikos sampratas bei jų sąsają teoriniu aspektu;
- atlikti Baltijos valstybių tiesioginių užsienio investicijų ir klasikinių makroekonominių ir žiedinės ekonomikos veiksnių koreliacinę analizę 2014–2023 m. laikotarpiu.

Metodai. Mokslinės literatūros analizė ir sisteminimas, duomenų aprašomoji statistika, stacionarumo vertinimas ir koreliacinė rodiklių analizė.

Mokslinės literatūros apžvalga

Tiesioginės užsienio investicijos reiškia užsienio įmonės arba projekto nuosavybės dalį, kurią investuotojas, įmonė ar vyriausybė įsigyja iš kitos šalies (Hayes, 2024). TUI įprastai naudojamos apibūdinti sprendimus, susijusius su didelės užsienio verslo dalies įsigijimu arba tiesioginiu pirkimu, siekiant plėsti veiklą naujame regione (Hayes, 2024). Terminas dažniausiai reiškia ne tik

investicijas į užsienio įmones – tai svarbus tarptautinės ekonominės integracijos elementas, nes skatina ilgalaikius ir stabilius ekonominius šalių ryšius. Dažnai TUI apima ne tik kapitalo įnašus, bet ir valdymo praktiką, technologijas ir įrangą. Esminis TUI požymis – gebėjimas suteikti veiksmingą užsienio verslo kontrolę ar bent jau reikšmingą įtaką verslo sprendimų priėmimo procesams.

Žiedinė ekonomika – tai gamybos ir vartojimo modelis, kuriuo siekiama kuo ilgiau išlaikyti esamų medžiagų ir produktų vertę, jais dalijantis, nuomojant, pakartotinai naudojant, taisant, atnaujinant ir perdirbant. Taip pailginamas gaminių gyvavimo ciklas (Europos Parlamentas, 2023). Praktiškai tai reiškia, kad atliekų kiekis sumažinamas iki minimumo. Pasibaigus gaminio naudojimo laikui, jis perdirbamas, kad jo medžiagos išliktų ekonomiškai naudingos. Perdirbtos medžiagos gali būti produktyviai naudojamos pakartotinai, taip sukuriant papildomą vertę. Žiedinė ekonomika vertinama teigiamai dėl mažinamo energijos ir išteklių vartojimo, šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekio minimizavimo, biologinės įvairovės nykimo mažinimo (Europos Parlamentas, 2023). Kitas svarbus elementas – visuomenės sąmoningumo ugdymas ir aktyvus jos įtraukimas. Šiam procesui itin svarbus skirtingų visuomenės sektorių – verslo, nevyriausybių organizacijų, valdžios – bendradarbiavimas. Žalioji transformacija iškilo kaip atsakas į klimato kaitą, gamtinių išteklių mažėjimą ir aplinkosaugos problemas, o daugybė šalių ir organizacijų visame pasaulyje prisiėmė atsakomybę inicijuoti įvairias su tuo susijusias priemones (Green transition and technology association, 2018).

Pasauliui renkantis tvaresnius sprendimus ir siekiant gerovės ateities kartoms, investavimas į žiedinę ekonomiką tampa ypač svarbus. Mokslinėje literatūroje nurodoma, kad tiesioginės užsienio investicijos daro teigiamą įtaką šių procesų plėtrai. TUI gali turėti teigiamą poveikį aplinkai, skatindamos atsinaujinančios energijos vartojimą gamybos procesuose. Tokiu būdu šalys naudojasi TUI kaip priemone išlaidoms, susijusioms su infrastruktūros pritaikymu, padengti, kad būtų lengviau efektyviai paskirstyti atsinaujinančią energiją (Soto, 2024). Ateidama į naują rinką užsienio kapitalo įmonė naudoja naujas pažangias technologijas ir skatina vietines bendroves sekti jos pavyzdžiu, siekiant išlikti konkurencingoms.

Didėjant žaliosios transformacijos poreikiui, kinta investuotojų prioritetai. Vienas iš jų – žalioji infrastruktūra. Auga investicijos į elektrinius transporto sprendimus, atsinaujinančią energiją, ekologiškas ir efektyvesnes technologijas (Chau et al., 2023). Minėtina, kad TUI žaliosios transformacijos kontekste didėja technologijų ir paslaugų sektoriuose, o žemės ūkio ir miškininkystės sektoriuose mažai investicijų, orientuotų į tvarumą. Šiandienos geopolitiniai nestabilumai taip pat veikia TUI. Investuotojai skatinami sutelkti dėmesį į mažiau rizikingus sektorius (UNCTAD, 2024). Vis daugiau investuotojų dėmesio skiriama anglies dioksido pėdsakui vertės grandinėse mažinti (Chau et al., 2023). Teigiama, kad ateityje šalys, turinčios daug anglies dioksido į aplinką išskiriančią infrastruktūrą ir vertės grandines, taps vis labiau nepalankios verslui augti. Ir atvirkščiai, šalys, kurios sprendžia šiuos iššūkius, padidins savo konkurencingumą pasaulyje, o jų gyventojams bus sukuriamos geresnės darbo vietos bei užtikrinamas švaresnis oras, jei naudojamos CO₂ mažinančios technologijos (Chau et al., 2023). Perėjimas prie ekonomikos, mažinančios anglies dioksido kiekį, pakeis pasaulio ekonomiką ir sukels didžiulį kapitalo persikirstymą. Manoma, kad tai suteiks istorinę galimybę investuoti į įvairius sektorius, įskaitant energetiką, transportą ir pramonę (Botwright & Stephenson, 2023).

Tyrimo metodologija

Tiesioginės užsienio investicijos priklauso nuo keleto veiksnių. Pritrauktos investicijos keičia darbo rinką. Ši ekonominė veiksnį apibūdina tokie rodikliai: nedarbo lygis, dirbančiųjų lygis, darbo užmokestis. TUI didina sukuriamų darbo vietų skaičių, kartu mažina nedarbo lygį, todėl daugėja dirbančiųjų gyventojų. Užsienio investuotojai siekia pritraukti aukščiausios kvalifikacijos darbuotojų, taigi dažnai mokami didesni darbo užmokesčiai, taip didinantys vidutinį šalies darbo užmokestį. Minėtina ir tai, kad TUI gerina šalies ekonominę situaciją. Šio veiksnio rodikliai: eksportas, bendrasis vidaus produktas, tenkantis vienam gyventojui. Dėl pritrauktų TUI didėja šalies prekių eksportas, nes

sukurama daugiau produktų valstybės viduje. Tiesioginės užsienio investicijos didina bendrąjį vidaus produktą, tenkantį vienam šalies gyventojui. Svarbu įvertinti politinę šalies situaciją, o ją apibūdina šalies politinio stabilumo indeksas.

Populiarėjant tvarumo sampratai, vis daugiau investuotojų pirmenybę teikia pažangioms technologijoms, kurios sukuria didesnę pridėtinę vertę ir tausoja gamtą. Tikslinga analizuoti, kaip kito makroekonominiai žiedinės ekonomikos rodikliai, ir nustatyti, kurie žiedinės ekonomikos rodikliai daro įtaką tiesioginių užsienio investuotojų sprendimams investuoti į šalį. Investuotojų sprendimą lemia tiek ekonominė šalies situacija, tiek tvarumo rezultatai, todėl į empirinio tyrimo analizę įtraukiami dviejų tipų rodikliai, suskirstyti į dvi kategorijas: klasikiniai ir žiedinės ekonomikos. Pirmas rodiklis – išteklių produktyvumas. Didėjant gaunamoms investicijoms, auga produktyvumas, sukuriamas iš išteklių vieneto (Eurostat, 2023). Antras rodiklis – priklausomybė nuo medžiagų importo. Didėjant išteklių produktyvumui, turėtų mažėti priklausomybė nuo importo. Trečias – prekyba perdirbamomis žaliavomis. Tai rodo atliekų kiekius, kurie panaudojami kitose Europos Sąjungos valstybėse (Eurostat, 2023). Ketvirtas – medžiagos pėdsakas. Šis rodiklis atskleidžia, kiek žaliavų suvartoja namų ūkiai, vyriausybės ir įmonės (Eurostat, 2023). Penktas – žiedinių medžiagų naudojimo norma. Ji rodo perdirbtų ir į ekonomiką grąžintų medžiagų dalį bendrajame medžiagų suvartojimo skaičiuje (Eurostat, 2023). Šeštas – energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių. Ji rodo, kokia energijos dalis naudojama iš atsinaujinančios energetikos. Siekiant nustatyti ryšį tarp tiesioginių užsienio investicijų ir makroekonominių rodiklių, analizuojami šalių rodikliai suskirstyti į dvi kategorijas:

- Klasikiniai rodikliai (bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, nedarbo lygis, dirbančiųjų lygis, eksportas, darbo užmokestis, politinio stabilumo indeksas);
- žiedinės ekonomikos rodikliai (išteklių produktyvumas, priklausomybė nuo importuojamų žaliavų, žaliavų pėdsakas, prekyba perdirbtomis žaliavomis, žiedinių medžiagų naudojimo norma, energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių).

Empirinio tyrimo metodologiniai etapai pateikti 1 pav. (žr. 1 pav.):



1 pav. Tyrimo etapai

Empirinę tyrimo dalį sudarė duomenų analizė. Skirtini trys tyrimo etapai: aprašomoji statistika, stacionarumo vertinimas ir koreliacinė matrica. Aprašomoji statistika – pirminė duomenų analizė, kuri įvertina duomenų pasiskirstymą, vidurkį, medianą, standartinį nuokrypį, minimumo ir maksimumo reikšmes. Tai skaitinės charakteristikos, nusakančios duomenų sklaidą, dažnį ir pasiskirstymą (Čekanavičius & Murauskas, 2024). Šis etapas svarbus analizuojant duomenų bendrąsias tendencijas. Kitas svarbus žingsnis laiko eilučių analizėje – stacionarumo vertinimas. Dauguma statistinių modelių ir metodų reikalauja, kad duomenys būtų stacionarūs. Kintamieji yra stacionarūs, jei jų charakteristikos nekinta laike (Kvedaras, 2005). Vertinant duomenis, naudotas Dickey ir Fullerio stacionarumo testas. Paskutinis tyrimo etapas – koreliacinės matricos sudarymas. Ši matrica leidžia įvertinti skirtingų kintamųjų ryšius. Matricoje pateikiami Pearsono koreliacijos koeficientai, rodantys dviejų kintamųjų tarpusavio priklausomybės stiprumą ir kryptį (Pukėnas, 2009). Tai svarbus tyrimo etapas, siekiant nustatyti veiksmų ryšius ir suvokti, kurie kintamieji reikšmingi nagrinėjamam reiškiniui. Visi šie etapai kartu sudaro procesą – nuo pirminės duomenų peržiūros iki išsamios kintamųjų tarpusavio sąveikos analizės, kad būtų galima pateikti pagrįstas išvadas.

Tiriamasis laikotarpis – 10 metų (2014–2023 m.). Nagrinėjama 13 rodiklių. Stebinių skaičius – 130. Tyrime naudojami duomenys iš „Eurostat“ ir „World bank group“ duomenų bazės. Duomenys apdoroti „Eviews SV12“ programa.

Duomenų analizė: aprašomoji statistika ir stacionarumo vertinimas

Aprašomoji statistika yra svarbus žingsnis siekiant suprasti ir interpretuoti duomenis, kad jie būtų tinkami analizuoti ir objektyvioms išvadoms formuoti. Pateikiama empiriniame tyrime naudotų rodiklių aprašomoji statistika (žr. 1 lentelėje).

1 lentelė. Duomenų aprašomoji statistika

	ESTIJA				LATVIJA				LIETUVA			
	Minimali reikšmė	Maksimali reikšmė	Vidurkis	Standartinis nuokrypis	Minimali reikšmė	Maksimali reikšmė	Vidurkis	Standartinis nuokrypis	Minimali reikšmė	Maksimali reikšmė	Vidurkis	Standartinis nuokrypis
TUI, tūkst. Eur	18447	40490	27591,3	7692,7	14326	26595	19273,9	4347,16	16046	31564	21834,9	5343,23
Nedarbo lygis, %	3,9	6,6	5,38	0,82	5,9	10	7,66	1,44	5,6	9,9	7,02	1,36
Dirbančiųjų lygis, %	75	82,1	79,05	2,26	70,6	77,5	75,15	2,4	71,8	79	76,39	2,35
Eksportas, tūkst. DU, Eur	15975,5	31582,7	21230,73	5618,75	14488,4	27969,3	19169,93	4683,01	25686	58537,8	37808,73	12012,98
BVP/1 gyv.	13112	24899	18055,8	4016,92	11212	22293	15476,1	3368,39	10214	27178	16945,4	6100,71
Politinio stabilumo indeksas	15480	27960	20828	4418,92	11430	20770	15182	3084,31	12400	25700	17503	4552,09
Išteklių produktyvumas, Eur/kg	0,6	0,8	0,67	0,06	0,4	0,7	0,5	0,09	0,7	0,9	0,76	0,07
Priklausomybė nuo importuojamų žaliavų, %	0,55	0,74	0,63	0,06	0,89	1,09	0,97	0,06	0,77	0,86	0,82	0,03
Žaliavų pėdsakas, t. žmogui	19,2	30,4	23,25	3,55	28,6	32,9	31,31	1,14	34,2	41,4	38,77	2,29
Prekyba perdirbtomis žaliavomis, tūkst. Eur	24,3	30,58	27,44	2,15	14,5	19,83	17,22	1,79	16,57	23,21	20,28	2,31
Žiedinių medžiagų naudojimo norma, %	63729,3	143664,7	107558,7	28076,2	97194,3	238423,7	147948,9	49008,67	112928,2	365284,6	218765,3	96222,98
Energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių, %	11,3	21,4	15,21	3,67	4,5	6,6	5,19	0,58	3,7	4,6	4,1	0,27
	26,13	40,95	32,27	4,92	37,14	43,7	40,45	2,35	23,59	31,93	26,76	2,48

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Apibūdinant makroekonominis Baltijos valstybių rodiklius, tikslinga analizuoti kiekvieno rodiklio minimalią ir maksimalią reikšmes, vidurkį ir standartinį nuokrypį. Estijai būdinga aukščiausia vidutinė TUI reikšmė (27 591,3 tūkst. Eur), tačiau mažiausias standartinis nuokrypis, palyginti su kitomis analizuojamomis šalimis, rodo, kad svyravimai mažesni. Tai signalizuoja stabilesnę investicinę aplinką. Lietuvai būdingi vidutiniai TUI srantai, tačiau reikšmės yra labiau svyruojančios (standartinis nuokrypis – 5 343,23), o tai gali rodyti mažesnę investuotojų pasitikėjimą. Latvijos TUI vidurkis mažiausias (19 273,9 tūkst. Eur), tai rodo mažesnę investicijų srautą.

Estijoje mažiausias vidutinis nedarbo lygis (5,38 %). Taigi darbo rinkos padėtis gera. Lietuvoje ir Latvijoje šis rodiklis yra aukštesnis, atitinkamai 7,02 proc. ir 7,66 proc., tačiau panašus standartinis nuokrypis rodo nedidelį svyravimą, atsirandantį ilgainiui. Estijoje vidutinis dirbančiųjų lygis aukščiausias (79,05 %), tai patvirtina stiprią darbo rinką. Latvijos ir Lietuvos dirbančiųjų lygis yra mažesnis, tačiau skirtumas nėra reikšmingas. Lietuva akivaizdžiai išsiskiria eksportu (vidurkis – 37 808,73 tūkst. Eur), o tai pabrėžia stiprią eksporto ekonomiką. Estijoje ir Latvijoje eksportas vykdomas lėčiau, tačiau jis mažiau svyruoja negu Lietuvos. Estijoje aukščiausias vidutinis DU (18 055,8 Eur), Lietuva taip pat artėja prie šio lygio (16 945,4 Eur). Latvijoje DU siekia 15 476,1 Eur. Estija turi didžiausią bendrąjį vidaus produktą, tenkantį vienam gyventojui, – nagrinėjamu laikotarpiu jis buvo lygus vidutiniškai 20 828 Eur. Lietuvos bendrasis vidaus produktas, tenkantis vienam gyventojui, šiek tiek mažesnis – siekia 17 503 Eur. Latvijoje iš visų analizuojamų šalių BVP/1 gyv. yra mažiausias (15 182 Eur). Vertinant politinį stabilumą, galima pastebėti, kad šis indeksas aukščiausias Lietuvoje, žemiausias – Latvijoje.

Nagrinėtos tos pačios žiedinės ekonomikos rodiklių skaitinės charakteristikos. Latvijai būdingas aukščiausias išteklių produktyvumas (0,97 Eur/kg) ir mažesnė priklausomybė nuo importuojamų žaliavų (31,31 %). Lietuva pasižymi didžiausia priklausomybe nuo importuojamų žaliavų (38,77 %). Tai liudija globalių tiekimo grandinių pažeidžiamumą. Estijoje didžiausias žaliavų pėdsakas (27,44 t žmogui), tai rodo intensyviai naudojamus išteklius. Lietuva ir Latvija pasižymi mažesniais skaičiais, tačiau Lietuvos prekyba perdirbtomis žaliavomis didžiausia (218 765,3 tūkst. Eur), o tai rodo esant stiprų perdirbimo sektorių. Energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių didžiausia Latvijoje, analizuojamuoju laikotarpiu jos vidurkis siekė 40,45 proc. Lietuva šioje srityje ganėtinai smarkiai atsilieka nuo kitų Baltijos valstybių. Vidutinė energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių 2014–2023 m. laikotarpiu Lietuvoje buvo 26,76 proc. Apibendrinant galima teigti, kad Estija išsiskiria stipria darbo rinka ir investicine aplinka, Lietuva – stipriu eksporto ir perdirbimo sektoriumi, o Latvija demonstruoja aukštesnį išteklių produktyvumą bei mažesnę priklausomybę nuo importo. Ekonominiai ir ekologiniai rodikliai pabrėžia skirtingus šalių prioritetus ir iššūkius.

Prieš sudarant koreliacinę matricą, svarbu išsiaiškinti nagrinėjamų laiko eilučių duomenų stacionarumą. Jei gaunamos duomenų eilutės nėra stacionarios, jos diferencijuojamos ir tik tada įtraukiamos į koreliacinę matricą. Pateikiamas empiriniame tyrime naudotų rodiklių stacionarumo vertinimas (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Duomenų stacionarumo vertinimas

	ESTIJA	LATVIJA	LIETUVA
TUI, tūkst. Eur	I(1)	I(1)	I(1)
Nedarbo lygis, %	I(1)	I(1)	I(1)
Dirbančiųjų lygis, %	I(1)	I(1)	I(1)
Eksportas, tūkst.	I(1)	I(1)	I(2)
BVP/1 gyv.	I(1)	I(2)	I(1)
Politinio stabilumo indeksas	I(0)	I(1)	I(0)
DU, Eur	I(2)	I(2)	I(2)
Išteklių produktyvumas, Eur/kg	I(1)	I(0)	I(1)
Priklausomybė nuo importuojamų žaliavų, %	I(2)	I(1)	I(1)
Žaliavų pėdsakas, t. žmogui	I(1)	I(0)	I(1)
Prekyba perdirbtomis žaliavomis, tūkst. eurų	I(1)	I(1)	I(1)
Žiedinių medžiagų naudojimo norma, %	I(1)	I(1)	I(1)
Energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių, %	I(1)	I(2)	I(2)

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Vertinant laiko eilučių stacionarumą, tikrinama tikimybė. Ji turi būti mažesnė negu 0,05. I(0) – stacionari laiko eilutė, I(1) – vieną kartą diferencijuota, integruota pirmojo laipsnio laiko eilutė, I(2) – du kartus diferencijuota, integruota antrojo laipsnio laiko eilutė. Latvijos išteklių produktyvumas ir žaliavų pėdsakas, Lietuvos ir Estijos politinio stabilumo indeksas – nulinės eilės, stacionarios laiko eilutės. TUI, nedarbo lygis, dirbančiųjų lygis, prekyba perdirbtomis žaliavomis, žiedinių medžiagų naudojimo norma – integruotos pirmojo laipsnio laiko eilutės visose Baltijos šalyse. Taip pat pirmos eilės diferencijuotos laiko eilutės yra Estijos ir Latvijos eksportas bei šių šalių BVP/1 gyventojui, Estijos ir Lietuvos išteklių produktyvumas, Latvijos ir Lietuvos priklausomybė nuo importuojamų žaliavų, Estijos ir Lietuvos žaliavų pėdsakas, Latvijos politinio stabilumo indeksas, Estijos energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių. Darbo užmokestį Estijoje, Latvijoje ir Lietuvoje, Estijos priklausomybę nuo importuojamų žaliavų, Lietuvos eksportą ir Latvijos bei Lietuvos energijos dalį iš atsinaujinančių šaltinių reikėjo diferencijuoti du kartus.

Tyrimo rezultatai

Siekiant nustatyti tiesioginių užsienio investicijų sąsają su klasikiniiais makroekonominiais ir žiedinės ekonomikos rodikliais, atlikta koreliacinė Pearsono analizė. Į matricą įtrauktos stacionarios ir diferencijuotos laiko eilučių reikšmės. Koreliacijos rezultatai pateikiami matricoje (žr. 3 lentelę).

3 lentelė. Koreliacinė matrica. TUI ryšys su klasikiniiais ir žiedinės ekonomikos rodikliais

TUI ryšys su	ESTIJA		LATVIJA		LIETUVA	
	Pearson koreliacijos koeficientas	Tikimybė	Pearson koreliacijos koeficientas	Tikimybė	Pearson koreliacijos koeficientas	Tikimybė
Nedarbo lygis, %	-0,647	0,05	-0,5149	0,027	-0,633	0,0472
Dirbančių lygis, %	0,4686	0,2415	0,1817	0,06	0,7408	0,0024
Eksportas, tūkst.	0,7892	0,0199	0,2718	0,5149	0,5499	0,1256
DU, eurai	0,5427	0,049	0,7407	0,0355	0,666	0,05
BVP, 1 gyv.	0,7597	0,0287	0,3638	0,4223	0,2593	0,504
Politinio stabilumo indeksas	0,00876	0,9984	0,5553	0,1956	0,3549	0,3486
Išteklių produktyvumas, eur/kg.	-0,263	0,5291	-0,7632	0,0011	-0,6994	0,036
Priklausomybė nuo importuojamų žaliavų, %	0,0788	0,853	-0,3929	0,3356	-0,6947	0,0578
Žaliavų pėdsakas t. žmogui	0,3559	0,3869	0,3486	0,3974	0,5047	0,1659
Prekyba perdirbtomis žaliavomis tūkst. eurų	0,7861	0,0081	0,382	0,3504	0,1543	0,6918
Žiedinių medžiagų naudojimo norma, %	-0,5847	0,128	-0,2294	0,5847	-0,5835	0,0991
Energijos dalis iš atsinaujinančių šaltinių, %	0,2892	0,048	0,0775	0,8687	0,5954	0,0908

Šaltinis: sudaryta remiantis Eviews SV 12 atliktos analizės duomenimis

Atlikta Pearsono koreliacinė analizė rodo, kad nedarbo lygis yra vienintelis rodiklis, kuris visose Baltijos šalyse reikšmingai koreliuoja su TUI. Analizuojant kiekvienos šalies TUI koreliaciją, nustatyta, kad Estijos TUI 2014–2023 m. laikotarpiu turėjo stiprų reikšminį tiesinį ryšį ir su šiais rodikliais: eksportu, BVP/1 gyv., prekyba perdirbtomis žaliavomis, energijos dalimi iš atsinaujinančių šaltinių. Tuo pačiu laikotarpiu Latvijoje TUI reikšmingai koreliavo su darbo užmokesčiu ir išteklių produktyvumu. Lietuvoje TUI koreliacija pastebima su dirbančiųjų lygiu, darbo užmokesčiu, išteklių produktyvumu, priklausomybe nuo importuojamų žaliavų. Plačiau nagrinėjami rodikliai, kurie Baltijos valstybėse reikšmingai koreliuoja su tiesioginėmis užsienio investicijomis.

Tiriamuoju laikotarpiu stiprus reikšminis tiesinis ryšys nustatytas tarp TUI ir darbo rinkos veiksnius nusakančių rodiklių. Didėjant pritraukiamų investicijų srautams, šalyse auga dirbančiųjų lygis. Koreliacijos ryšys rodo, kad Lietuvai būdingas stiprus reikšminis tiesinis ryšys (0,7408) tarp dirbančiųjų ir TUI. Ateinančios naujos įmonės kuria darbo vietas, o tai mažina nedarbo lygį. Koreliacijos išvada – visose Baltijos šalyse nedarbo lygis turi reikšminę įtaką TUI. Tai patvirtina ir kitų mokslininkų gauti rezultatai. Craigwellas (2006), nagrinėdamas tiesioginių užsienio investicijų ir darbo rinkos tendencijas, nustatė, kad, investicijoms padidėjus 1 proc., gyventojų užimtumas išauga apie 3 proc. Malaizijos ekonomikos pokyčius analizavę Shaari ir kt. (2012) taip pat patvirtino, kad, TUI augant, nedarbo lygis mažėja ir didėja gyventojų užimtumas.

Šalių darbo užmokestis ir tiesioginės užsienio investicijos turi itin stiprų reikšminį tiesinį ryšį Latvijoje ir Lietuvoje. Mokslinėje literatūroje nurodoma, kad užsienio įmonės linkusios mokėti didesnius atlyginimus, siekdamos į įmonę pritraukti kvalifikuotų specialistų (Arnal & Hijzen, 2008).

Tai skatina vietinės įmonės mokėti didesnius darbo užmokesčius. Kiti mokslininkų atliktų tyrimų rezultatai rodo, kad TUI padidina darbo užmokestį 0,077 proc. (Laffineur & Gazaniol, 2019).

Tiesioginės užsienio investicijos Estijoje reikšmingai koreliuoja su šalies ekonominės padėties rodikliais. Eksportas ir BVP/1 gyv. turėjo stiprų reikšminį tiesinį ryšį. Naujos įmonės ar jų filialai gamina prekes, kurios patrauklios užsienio rinkoms, o tai didina valstybių prekių ir paslaugų importą. Mokslininkai nustatė, kad, TUI padidėjus 1 proc., eksportas auga iki 9 proc. (Craigwell, 2006). Kiti tyrėjai, naudodami Grangerio metodą, nustatė, kad jeigu per vienus metus TUI paauga 1 proc., eksportas didėja 0,25 proc. (Bhatt, 2013). Nors mokslininkai nustatė skirtingą procentinę poveikį eksportui, galima daryti bendrą išvadą, kad TUI didina eksporto kiekius šalyse.

Koreliacinės analizės rezultatai rodo, kad egzistuoja reikšminis atvirkštinis ryšys tarp TUI ir išteklių produktyvumo Latvijoje ir Lietuvoje. Mokslininkų tyrimų išvados rodo, kad yra stiprus ryšys, dažnai priklausantis nuo investicijų sektoriaus ir ekonominio konteksto (Barkauskaitė, 2014). Tiesioginės investicijos įprastai prisideda prie ekonomikos augimo, didindamos darbo našumą ir efektyvų išteklių naudojimą. Investuotojai į šalį atneša technologijas, gerina infrastruktūrą, didina konkurenciją ir verčia vietos įmones veikti efektyviau.

Dar vienas žiedinės ekonomikos rodiklis – prekyba perdirbtomis medžiagomis. Šio rodiklio koreliacija su tiesioginėmis užsienio investicijomis Estijoje stipri, tiesinė ir reikšminė. Tyrėjai teigia, kad dėl verslo ryšių užsienyje, rinkodaros įgūdžių ir aukštesnių technologijų tiek gaminių, tiek procesų srityje bei didesnės bendrosios praktinės patirties tarptautinės korporacijos gali turėti didesnę eksporto potencialą negu vietinės perdirbimo įmonės (Zhang, 2006). Vadinasi, TUI didina prekybą perdirbtomis medžiagomis.

Tiesioginės užsienio investicijos Estijoje reikšmingai koreliuoja su energijos dalimi iš atsinaujinančių šaltinių. Atsinaujinančios energijos šaltinių plėtroje TUI vadinamos *atramos tašku* (Dossou et al., 2023). Įrodyta, kad atsinaujinančios energijos sektorius gali būti finansuojamas užsienio (Dossou et al., 2023). Mokslininkų atlikti Indijos tyrimai rodo, kad, TUI padidėjus 1 proc., atsinaujinančios energijos šaltinių dalis didėja 0,3–0,5 proc. (Mishra, 2023).

IŠVADOS

TUI yra svarbus tarptautinės ekonominės integracijos komponentas, apimantis ne tik kapitalo įnašus, bet ir technologijų, valdymo praktikos ir naujovių įsigijimą. Tai skatina ekonomikos augimą ir vietos įmonių konkurencingumą, ypač orientuojantis į strategines sritis. Žiedinė ekonomika, kuria siekiama efektyvaus išteklių naudojimo ir atliekų mažinimo, yra tvarumo modelis, skatinantis ilgalaikį materialinių vertybių išsaugojimą ir perdirbimą. TUI ir žiedinė ekonomika susijusios plėtojant technologijas ir infrastruktūrą, kad būtų remiami tvarumo tikslai. Užsienio kapitalo investicijos dažnai finansuoja žaliąją infrastruktūrą, atsinaujinančios energijos projektus ir CO₂ mažinimo technologijas. Taip TUI prisideda prie perėjimo prie mažai anglies dioksido į aplinką išskiriančios ekonomikos ir didina šalių konkurencingumą pasaulio rinkose.

Tyrimas parodė, kad, pasauliui žengiant tvarios ekonomikos link, TUI pritraukia ne tik klasikiniai makroekonominiai veiksniai – vis svarbesni tampa žiedinės ekonomikos rodikliai. Tai rodo, kad TUI į šalį pritraukia stipri darbo rinka, atvira ekonomika ir pradėjusios populiarėti tvarios technologijos. Tiesioginės užsienio investicijos Baltijos šalyse turi reikšmingą poveikį darbo rinkai – jos mažina nedarbo lygį, didina darbo užmokestį ir skatina dirbančiųjų skaičiaus augimą. Estijoje TUI koreliuoja su ekonominiais rodikliais, tokiais kaip eksportas ir BVP vienam gyventojui, o tai rodo, jog investicijos yra esminė tiek prekybos, tiek bendrojo ekonomikos augimo skatinimo priemonė. Latvijoje ir Lietuvoje investicijos didina išteklių produktyvumą ir taip gerina įmonių veiklos efektyvumą ir konkurencingumą. Minėtina, kad Estijoje TUI turi tiesinį reikšminį ryšį su prekyba perdirbtomis medžiagomis. Visa tai skatina žiedinės ekonomikos principų įgyvendinimą ir ilgalaikį tvarumą. Galiausiai, atsinaujinančių energijos šaltinių plėtra Estijoje tiesiogiai susijusi su TUI,

rodančia investicijų svarbą šiuolaikiniams energetiniams sprendimams finansuoti, pereinant prie tvaresnės ekonomikos.

Literatūros sąrašas

Arnal, E., & Hijzen, A. (2008). The impact of foreign direct investment on wages and working conditions. *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, 68. <https://doi.org/10.1787/230184240223>

Barkauskaitė, A. (2014). Tiesioginių užsienio investicijų įtaka Lietuvos regionų ekonominei plėtrai. In *Lietuvos aukštųjų mokyklų vadybos ir ekonomikos jaunųjų mokslininkų konferencija* (p. 15–22). <https://portalcris.vdu.lt/server/api/core/bitstreams/21434b28-92e8-4cb4-b0d1-2157f1438b6f/content>

Bhatt, P. R. (2013). Causal relationship between exports, FDI and income: case of Vietnam. *Applied Econometrics & International Development*, 13(1), 161–176. <https://www.usc.es/economet/reviews/aeid13113.pdf>

Botwright, K., & Stephenson, M. (2023). Climate foreign direct investment: here's everything you need to know. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/stories/2023/07/climate-foreign-direct-investment-everything-you-need-to-know/>

Chau, V., Chojnowska, A., Dupoux, P., Rafih, R., Chiffelle, C., Tansan, B., Tber, H., & Warrach, H. (2023). Foreign direct investment and the greening of emerging markets. *BCG*. <https://www.bcg.com/publications/2023/growth-of-green-fdi>

Chen, L., Guo, F., & Huang, L. (2023). Impact of foreign direct investment on green innovation: evidence from China's provincial panel data. *Sustainability*, 15(4), 3318. <https://doi.org/10.3390/su15043318>

Craigwell, R. (2006). Foreign direct investment and employment in the English and Dutch-speaking Caribbean. *International Labour Office*. <https://www.ilo.org>

Čekanavičius, V., & Murauskas, G. (2024). Aprašomoji statistika. In *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. <https://www.vle.lt/straipsnis/aprasomoji-statistika/>

Dossou, T. A. M., Kambaye, E. N., Asongu, S. A., Alinsato, A. S., Berhe, M. W., & Dossou, K. P. (2023). Foreign direct investment and renewable energy development in sub-saharan Africa: does governance quality matter? *Renewable Energy*, 219(1). <https://doi.org/10.1016/j.renene.2023.119403>

European Parliament. (2023). *Circular economy: definition, importance and benefits*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

Europos Komisija. (2024). *2050 m. ilgalaikė strategija*. https://climate.ec.europa.eu/eu-action/climate-strategies-targets/2050-long-term-strategy_lt

Eurostat. (2023). *Glossary: resource productivity*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Resource_productivity

Green transition and technology association. (2018). *What is green transformation?* <https://www.replasteurasia.com/en/blog/what-is-green-transformation>

Hayes, A. (2024). *Foreign direct investment (FDI): what it is, types, and examples*. <https://www.investopedia.com/terms/f/fdi.asp>

Hunya, G. (2004). FDI in small accession countries: the Baltic states. *European Investment Bank*, 9(2), 92–115. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/44840/1/390945757.pdf>

Kvedaras, V. (2005). *Taikomoji laiko eilučių ekonometrija*. https://web.vu.lt/mif/v.kvedaras/files/2013/09/Konspektas_2005.pdf

Laffineur, C., & Gazaniol, A. (2019). Foreign direct investment and wage dispersion: evidence from French employer-employee data. *International Economics*, 157, 203–226. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2110701718300507>

Mishra, A. (2023). *India's renewable energy sector has received FDI equity investment*. <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1988293>

Pukėnas, K. (2009). *Kokybinių duomenų analizė SPSS programa*.
https://www.spssanalize.lt/wpcontent/uploads/2014/03/kokybiniu_duomenu_analize_SPSS_programa.pdf

Sharri, M. H., Halim, N. A., & Suberi, M. (2012). The impact of foreign direct investment on the unemployment rate and economic growth in Malaysia. *Journal of Applied Science Research*, 8, 4900–4906.

Soto, G. H. (2024). The role of foreign direct investment and green technologies in facilitating the transition toward green economies in Latin America. *Energy*, 288.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360544223033273>

UN trade & development (2024, April 23). *Shifting investment patterns: 5 key FDI trends and their impact on development*. <https://unctad.org/news/shifting-investment-patterns-5-key-fdi-trends-and-their-impact-development>

World Bank Group. (2024). *Politinio stabilumo indeksas*.
<https://databank.worldbank.org/source/worldwide-governance-indicators/Series/PV.EST>

Zhang, K. (2006). FDI and host countries' exports: the case of China. *International Economics*, 59, 113–127.
https://www.researchgate.net/publication/46558301_FDI_and_Host_Countries'_Exports_The_Case_of_China

SUMMARY

FACTORS OF ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN THE BALTIC STATES IN THE CONTEXT OF GREEN TRANSFORMATION

Rugilė Juškytė, Karolina Zeiderytė

Kaunas University of Technology, Lithuania
rugile.juskyte@ktu.edu, karolina.zeideryte@ktu.edu

Consulted by dr. Jurgita Bruneckienė

Kaunas University of Technology, Lithuania
jurgita.bruneckiene@ktu.lt

The article analyzes the factors influencing the attraction of foreign direct investment (FDI) in the Baltic States in the context of green transformation. The study revealed that investors' priorities are shifting, with increasing emphasis on sustainability indicators and circular economy principles. Additionally, investments promote the development of sustainable infrastructure, recycling technologies, and renewable energy projects. The analysis showed that traditional macroeconomic indicators, such as the labor market, wages, exports, and GDP per capita, still play a significant role in attracting FDI. However, circular economy indicators, such as resource productivity, trade in recycled materials, and the use of renewable energy, are becoming increasingly important. The trends examined in the Baltic States revealed that Estonia has the most factors (six) correlating with FDI, followed by Lithuania with four indicators and Latvia with three. The unemployment rate is the only indicator that significantly correlates with FDI across all three Baltic States. The article highlights that, in the context of green transformation, FDI not only contributes to economic growth but also facilitates the transition to more sustainable economic models, enhancing the competitiveness of countries in the global market.

Juškytė, R., Zeiderytė, K., Bruneckienė, J. (2025). Tiesioginių užsienio investicijų pritraukimo veiksniai Baltijos šalyse žaliosios transformacijos kontekste. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 315-323, ISSN 2669-221X

LIETUVOS APDIRBAMOSIOS PRAMONĖS POTENCIALO POKYČIŲ VERTINIMAS

Goda Zdanavičiūtė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
goda.zdanaviciute@ktu.lt

Konsultavo dr. Asta Baliutė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
asta.baliute@ktu.lt

IVADAS

Lietuvos apdirbamosios pramonės potencialo vertinimas, pasitelkiant ne vieną rodiklį, o rodiklių grupę, yra aktuali ekonominė mokslinė problema, siekiant prisitaikyti prie dinamiškų ekonominių pokyčių, globalizacijos iššūkių ir augančios konkurencijos pasaulinėje rinkoje. Naudojant sudėtinius indeksus, galima kompleksiskai įvertinti pramonės stiprybes ir trūkumus, identifikuoti augimo perspektyvas ir formuoti ilgalaikę strategiją. Lietuvai, kaip mažai ir atvirai ekonomikai, detalus pramonės potencialo pokyčių vertinimas yra svarbus, siekiant kryptingai plėtoti inovacijas, pritraukti investicijų ir stiprinti konkurencingumą globalioje rinkoje. Sudėtinių indeksų metodas leidžia sujungti skirtingus rodiklius, norint pateikti išsamią šalies pramonės vystymosi analizę.

Problema. Siekiant įvertinti Lietuvos apdirbamosios pramonės gebėjimą generuoti ilgalaikes pajamas globalios ekonomikos kontekste, pasirinkti nagrinėti svarbiausi pramonės veiklą charakterizuojantys ekonominiai rodikliai. Nepaisant tam tikrų šakų reikšmingumo ir augimo, kyla klausimas, kaip efektyviai įvertinti pramonės šakų potencialą ir prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos sąlygų, inovacijų ir technologinių pokyčių. Vertinant 2015–2023 m. duomenis, siekiama išsiaiškinti, kurios pramonės šakos turi didžiausią poveikį šalies ekonominei plėtrai ir kokie buvo potencialo pokyčiai tiriamuoju laikotarpiu.

Tikslas – išanalizuoti pagrindinių Lietuvos apdirbamosios pramonės rodiklių pokyčius ir jų pagrindų įvertinti šalies apdirbamosios pramonės šakų potencialo pokyčius.

Uždaviniai:

- išanalizuoti sudėtinio indekso struktūrą ir principus, naudojamus pramonės šakų potencialui vertinti teoriniu aspektu;
- išanalizuoti Lietuvos apdirbamosios pramonės ilgojo laikotarpio potencialą ir jo pokyčius, taikant sudėtinį indeksą;
- įvertinti atskirų Lietuvos pramonės šakų indėlį ir reikšmingumą formuojant ilgojo laikotarpio potencialą.

Metodai: lyginamoji, grafinė ir matematinė analizės, sudėtinių indeksų skaičiavimas.

Teorinė analizė

Ekonomistai, analizuojantys šalies ekonominės plėtros klausimus, sutaria, kad pramonės sektorius yra vienas iš svarbiausių, generuojantis aukštą pridėtinę vertę, todėl apdirbamoji pramonė yra gyvybiškai svarbus ekonomikos augimo ir socialinės gerovės sektorius. Remiantis Jungtinių Tautų pramonės plėtros organizacijos (UNIDO) duomenimis, galima teigti, kad pramonės sektorius veikia kaip produktyvumo didinimo variklis, kuris ne tik kuria darbo vietas, bet ir skatina inovacijas bei technologinę pažangą. Gamyba sukuria stiprią sąveiką su kitomis ekonomikos šakomis, tokiomis kaip paslaugos ir infrastruktūra, ir lemia papildomą ekonominę naudą visai šalies ekonomikai (Yong, 2021).

Kaip jau minėta, apdirbamoji pramonė yra reikšminga ekonominės plėtros ir socialinės gerovės sudedamoji dalis, ypač šiuolaikinėje globalioje ir skaitmenizuotoje pasaulio ekonomikoje. Pramonės

potencialas generuoti ilgalaikes pajamas tiesiogiai priklauso nuo jos gebėjimo prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos sąlygų, įvairių geopolitinių iššūkių, gebėjimo diegti naujas technologijas ir inovacijas, taip pat prie gebėjimo valdyti išteklius efektyviai, todėl svarbu įvertinti apdirbamosios pramonės potencialą generuoti pajamas skirtingose gamybos šakose. Pramonės struktūros analizė reikalauja integruoto požiūrio, leidžiančio įvertinti ne tik atskirus sektorius, bet ir bendrą ekonomikos pajėgumą globaliame kontekste. Tikhomirova (1997) pasiūlė taikyti sudėtinį rodiklį – pramonės ilgalaikio pajamų potencialo indeksą (CI), kuris leidžia įvertinti pramonės sektoriaus gebėjimą generuoti pajamas, atsižvelgiant į pasaulinės rinkos pokyčius ir inovacijų intensyvumą. Šis indeksas apima: darbo našumo rodiklį (rodo ekonominio efektyvumo potencialą); MTEP intensyvumo rodiklį (mokslinių tyrimų ir jų plėtros taikymo rodiklis, rodantis mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros potencialą); vidutinio darbo užmokesčio rodiklį (rodo pajamų generavimo potencialą); pritrauktų tiesioginių užsienio investicijų rodiklį (atspindi ekonominio efektyvumo potencialą); sektoriaus eksporto dalies ir eksporto intensyvumo rodiklius (suteikia išsamią informaciją apie pramonės sektoriaus galimybes kurti tvarias pajamas eksporto plėtros pagrindu). CI indeksą apibūdinanti formulė:

$$CI_T^i = \frac{\sum_j^n (X_j^i I_j)}{\sum_j^n X_j^i},$$

CI – ilgalaikio pramonės pajamų potencialo indeksas,

X – eksportas, tūkst. Eur,

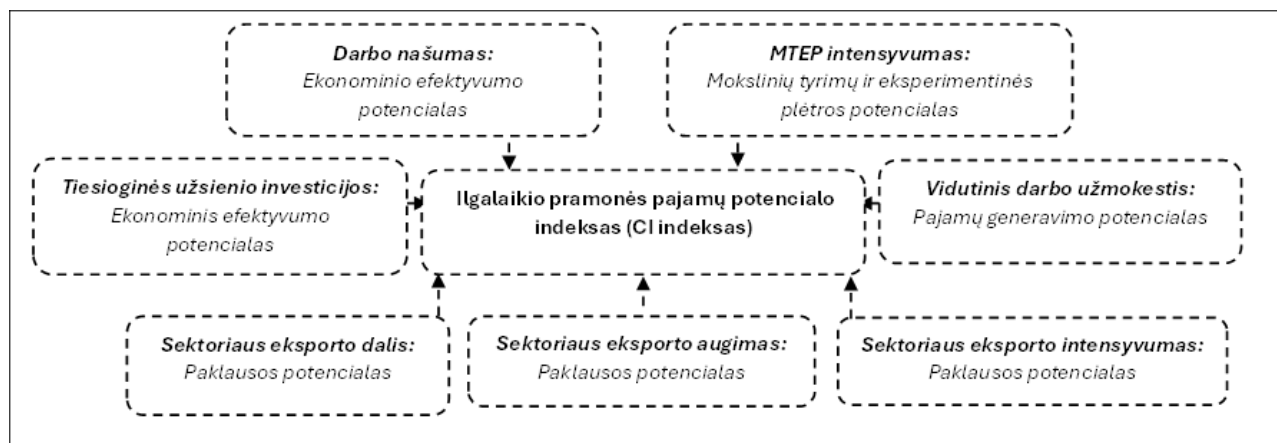
I – bendrasis sudėtinis reitingas, apskaičiuojamas kaip septynių pagrindinių rodiklių reitingų vidurkis. Kiekviena pramonės šaka j reitinguojama mažėjimo tvarka pagal kiekvieną iš septynių rodiklių (pridėtinė vertė vienam darbuotojui, vidutinis darbo užmokestis, eksporto apimtis, eksporto augimas, eksporto intensyvumas, tiesioginės užsienio investicijos ir MTEP intensyvumas), taigi bendrasis sudėtinis reitingas I apskaičiuojamas kaip reitingų suma, padalyta iš 7 (rodiklių skaičiaus),

i – šalis,

j – pramonės šaka,

n – bendras pramonės šakų skaičius.

Sudėtinis indeksas – įrankis, leidžiantis šalims ne tik įvertinti pramonės sektoriaus būklę, bet ir padedantis identifikuoti potencialias augimo kryptis ir pokyčius, kuriuos skatina intensyvi konkurencija. Tikhomirovos (1997) teigimu, šių rodiklių vertinimas suteikia galimybę išmatuoti pramonės potencialą ir įvertinti globalių ekonominių struktūrų pokyčius bei jų poveikį nacionalinėms ekonomikoms (Attiah, 2019). Indeksas leidžia kiekybiškai palyginti pramonės potencialą tarp šalių ir skirtingu laiku, teikia įžvalgų viešosios politikos formavimui ir strateginiam planavimui. CI indekso vertinimas (ilgalaikio pramonės pajamų potencialo indeksas) paremtas prielaida, kad, kitoms sąlygoms esant vienodoms, tam tikros šalies pramonės struktūra, pasižyminti aukšta CI indekso reikšme, atspindi aukštas pajamas, tenkančias tos šalies gyventojams (*žr. 1 pav.*).



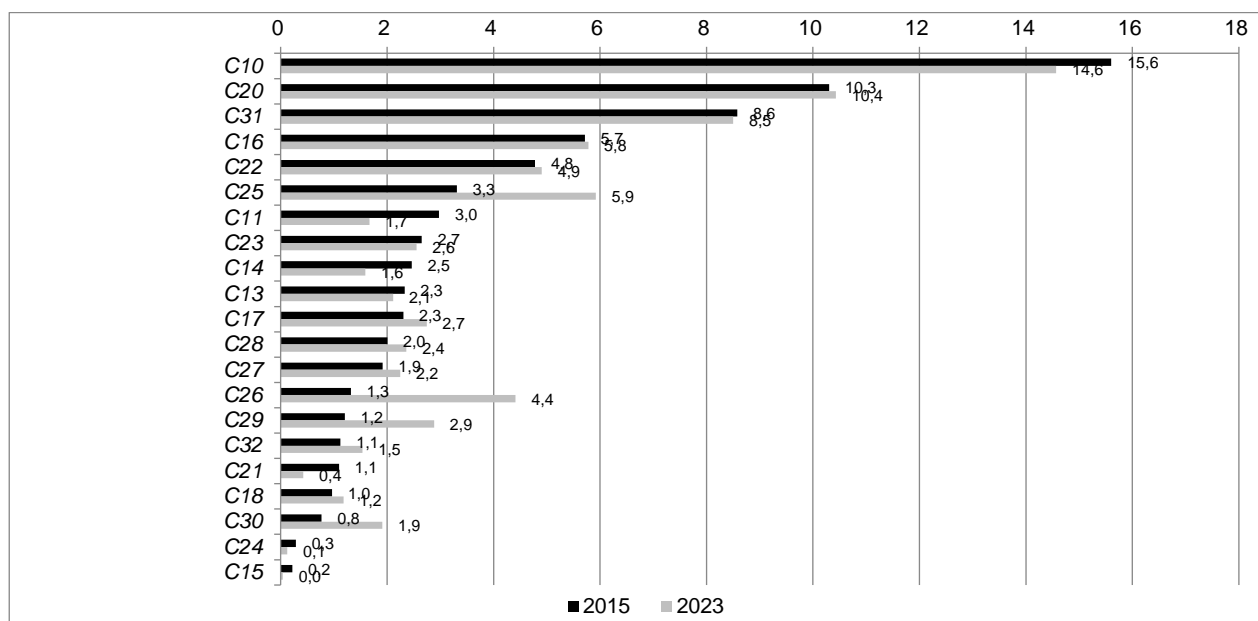
1 pav. Ilgalaikio pramonės potencialo indekso CI struktūra

Šaltinis: sudaryta remiantis (Tikhomirova, 1997)

Potencialo generuoti pajamas pagrindinis rodmuo yra eksportas, nes eksporto pajamos priskiriamos generuojamoms pajamoms toje pramonės šakoje. Ypač tada, kai dėl mažos vidaus rinkos negalima generuoti pakankamai aukštos apimtys pajamų šalies viduje. Minėtina, kad į sudėtinį indeksą įtraukti kintamieji yra tiek pramonei, tiek ekonomikai reikšmingi ekonominiai rodikliai. Kaip teigia Karahanas (2015), mokslinių tyrimų ir plėtros (MTEP) veikla, leidžianti kurti naujus gamybos procesus, visuotinai pripažįstama kaip pagrindinis techninių pokyčių šaltinis, lemiantis našumo augimą ekonomikoje. Moksliniai tyrimai ir plėtra yra pagrindinis inovacijų šaltinis, o MTEP išlaidos ir intensyvumas yra du pagrindiniai rodikliai, naudojami vertinant mokslui ir technologijoms skiriamų išteklių panaudojimo efektyvumą. Darbo našumas – tai rodiklis, kuris parodo, kiek pridėtinės vertės vidutiniškai sukuria vienas darbuotojas per tam tikrą laikotarpį. Tai svarbus ekonominis rodiklis, nes jis leidžia įvertinti darbo efektyvumą organizacijoje, sektoriuje ar visoje ekonomikoje. Mohammadrezos ir kt. (2013) teigimu, šiuolaikiniame konkurencingame pasaulyje našumas yra pagrindinė sąvoka vertinant organizacijų ekonominę veiklą. Dėl šios priežasties našumo didinimas tapo pagrindiniu pramonės tikslu. Minimas tikslas neatsiejamas nuo mokslinių tyrimų ir plėtros. Suhányi ir kt. (2023) teigia, kad atvirumas užsienio prekyboje ir globalizacija formuoja pramonės iššūkius. Tuo pat metu šiame procese labai išauga tiesioginių užsienio investicijų (TUI) srautai, apibrėžiami kaip ilgalaikiai kapitalo judėjimai į šalį. TUI gali būti svarbios pertvarkant gamybos sektorių, jos gali didinti gamybos pramonės konkurencingumą, suteikdamos tokių pranašumų kaip technologijos ir dalyvavimas tarptautiniuose tinkluose. Užsienio kapitalas gali būti vienas iš veiksnių, lemiančių darbo užmokesčio lygį atskirose įmonėse. Tiesioginės užsienio investicijos (TUI) yra neatskiriama atviros ir veiksmingos tarptautinės ekonominės sistemos dalis ir pagrindinis ekonomikos katalizatorius. Easterly ir kt. (2009) pritaria teiginiui, kad gamybos eksporto sėkmė ir plėtros sėkmė yra beveik tas pat. Atlikus mokslinės literatūros analizę, galima teigti, kad pramonės šakų potencialo ir jo pokyčių vertinimas, remiantis pasirinktais ekonominiais kintamaisiais, itin aktualus globalių ekonominių iššūkių kontekste.

Empirinis tyrimas

Atliekant empirinį tyrimą, siekiant įvertinti Lietuvos pramonės potencialą ir jo pokyčius, analizuoti 2015–2023 m. laikotarpio duomenys. Empirinei analizei naudoti Valstybės duomenų agentūros pateikiami statistiniai rodikliai: eksporto apimtys pagal pramonės šakas, tiesioginės užsienio investicijos, išlaidos MTEP, vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis, darbo našumas vienam užimtajam. Vertinant Lietuvos apdirbamosios pramonės šakas pagal jų pardavimų apimtį šalies ir užsienio rinkose, didžiausias pardavimų procentines dalis apdirbamosios pramonės struktūroje 2015–2023 m. laikotarpiu (žr. 2 pav.) sudarė maisto (C10), chemijos ir chemikalų (C20) ir baldų (C31) pramonės šakos.



2 pav. Lietuvos apdirbamosios pramonės pardavimų struktūra 2015 m. ir 2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta autorės

Tiriamuoju laikotarpiu mažėjo maisto ir baldų pramonės dalis (C10 ir C31), o chemijos pramonė (C20) nesmarkiai augo. Nepaisant pokyčių, šios trys pramonės šakos 2015–2023 m. laikotarpiu išliko labiausiai dominuojančios.

Aukštųjų ir aukštųjų vidutinių technologijų pramonės šakos, kurioms priskiriamos kompiuterių ir elektronikos (C26), metalo gaminių (C25), transporto priemonių (C29 ir C30) šakos, sudaro mažesnes dalis pramonės struktūroje, tačiau 2023 m., palyginti su 2015 m., jų struktūrinės dalys smarkiai išaugo, palyginti su kitomis pramonės šakomis. Galima teigti, kad nepakanka nustatyti tik pramonės pardavimų apimtį ir pokyčius, nes tai neatskleidžia tikrųjų pramonės šakų veiklos rezultatų, vertinant jų veiklą. Sudėtinis indeksas leidžia vertinti pramonės potencialą kompleksiskai.

Apskaičiavus visų sudėtinį indeksą sudarančių rodiklių (žr. 1 lentelę) procentinius pokyčius tiriamuoju 2015–2023 m. laikotarpiu, gautiems duomenimis priskirti svoriniai koeficientai ir išvestas bendras sudėtinis reitingas pagal 7 komponentų (darbo našumas, MTEP intensyvumas, vidutinis darbo užmokestis, tiesioginės užsienio investicijos, sektoriaus eksporto dalis augimas ir intensyvumas) aritmetinį vidurkį.

Kiekvieno iš trijų laikotarpių sudėtiniai reitingai pateikti 1 lentelėje.

Bendrojo sudėtinio reitingo pokyčiai atspindi apdirbamosios pramonės šakų reikšmingumo šalies ekonomikai pasikeitimus. Atsižvelgiant į procentinius pokyčius bendrojo sudėtinio reitingo reikšmėse, išvelgiama, kad jis labiausiai padidėjo popieriaus ir popieriaus gaminių gamybos šakoje (C17–18) (36,8 %), farmacinių preparatų, medicininių chemikalų šakoje (C21) išaugo 29,8 proc., niekur kitur nepriskirtų mašinų ir įrangos gamybos šakoje (C28) pakilo 25,0 proc. Reitingas labiausiai sumažėjo tekstilės gaminių gamybos šakoje (C13) (43,8 %), drabužių siuvimo šakoje (C14) sumažėjo 37,3 proc., odos ir odos dirbinių gamybos šakoje (C15) – 29,1 proc., metalo gaminių, išskyrus mašinas ir įrengimus, gamybos šakoje (C25) – 20,5 proc.

1 lentelė. Lietuvos pramonės šakų sudėtiniai reitingai ir jų pokyčiai 2015–2023 m.

Pramonės šaka	2015-2017 Bendras sudėtinis reitingas	Rangas	2018-2020 Bendras sudėtinis reitingas	Rangas	2021-2023 Bendras sudėtinis reitingas	Rangas	Bendro sudėtinio reitingo pokytis, lyginant 2015– 2017 m. su 2021– 2023 m.
C10-11 Maisto produktų ir gėrimų gamyba	10.4	9	11.3	7	11.4	7	9.6
C13 Tekstilės gaminių gamyba	9.1	18	5.0	18	5.1	19	-43.8
C14 Drabužių siuvimas (gamyba)	9.6	17	5.1	17	6.0	17	-37.3
C15 Odos ir odos dirbinių gamyba	7.9	19	4.6	19	5.6	18	-29.1
C16 Medienos bei medienos ir kamštinių gaminių gamyba	9.1	12	7.9	15	10.7	8	17.2
C17-18 Popieriaus ir popieriaus gaminių gamyba; Spausdinimas ir įrašytų laikmenų tiražavimas	5.4	15	11.0	9	7.4	15	36.8
C20 Chemikalų ir chemijos produktų gamyba	14.3	1	16.7	1	17.3	1	21.0
C21 Farmacinių preparatų, medicininių chemikalų ir botanikos gaminių	8.1	7	9.3	13	10.6	9	29.8
C22 Guminių ir plastikinių gaminių gamyba	12.0	4	12.3	5	11.6	6	-3.6
C23 Kitų nemetalo mineralinių produktų gamyba	7.4	8	11.1	8	9.1	12	23.1
C24 Pagrindinių metalų gamyba	7.4	16	6.0	16	7.3	16	-1.9
C25 Metalų gaminių, išskyrus mašinas ir įrengimus, gamyba	10.4	13	8.4	14	8.3	14	-20.5
C26 Kompiuterinių, elektroninių ir optinių gaminių gamyba	12.9	2	13.4	2	14.0	2	8.9
C27 Elektros įrangos gamyba	9.3	11	10.4	10	10.4	10	12.3
C28 Niekur kitur nepriskirtų mašinų ir įrangos gamyba	9.7	10	13.1	3	12.1	3	25.0
C29 Variklinių transporto priemonių, priekabų gamyba	10.3	3	13.0	4	8.9	13	-13.9
C30 Kitų transporto priemonių ir įrangos gamyba	11.0	14	10.3	11	9.4	11	-14.3
C31 Baldų gamyba	11.7	6	12.3	6	11.9	5	1.2
C32 Kita gamyba	11.1	5	9.4	12	12.0	4	7.7

Šaltinis: sudaryta autorės

Skaiciuojant bendrą Lietuvos apdirbamosios pramonės CI indeksą, vertintas kiekvienos apdirbamosios pramonės šakos indėlis (žr. 2 lentelę).

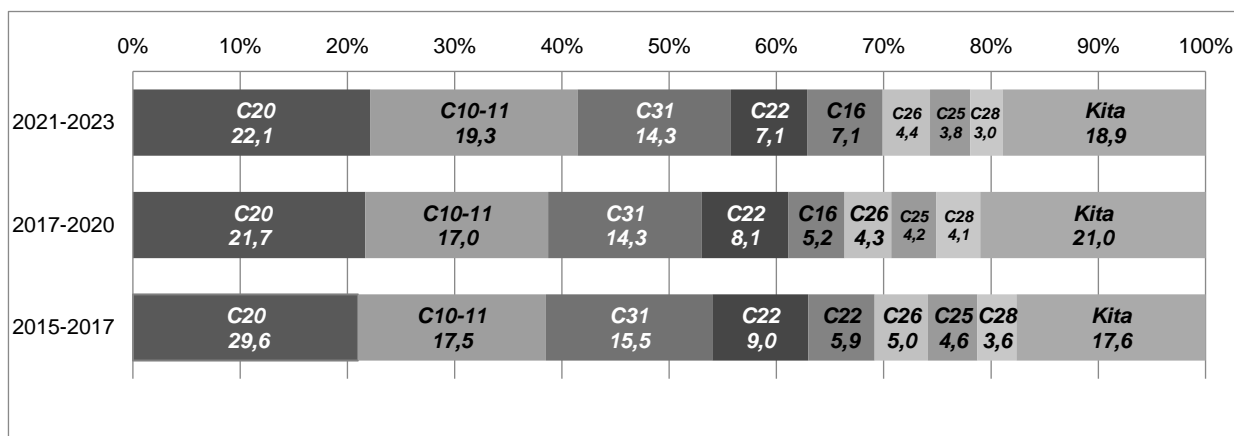
2 lentelė. Pramonės ilgalaikio pajamų potencialo (CI) indeksas, įvertintas Lietuvos apdirbamajai pramonei

Pramonės šaka	2015-2017	2018-2020	2021-2023
C10-11 Maisto produktų ir gėrimų gamyba	2.18	2.21	2.05
C13 Tekstilės gaminių gamyba	0.21	0.17	0.15
C14 Drabužių siuvimas (gamyba)	0.30	0.17	0.12
C15 Odos ir odos dirbinių gamyba	0.03	0.02	0.01
C16 Medienos bei medienos ir kamštinių gaminių gamyba	0.76	0.62	0.90
C17-18 Popieriaus ir popieriaus gaminių gamyba; Spausdinimas ir įrašytų laikmenų tiražavimas	0.18	0.30	0.19
C20 Chemikalų ir chemijos produktų gamyba	2.64	2.74	3.50
C21 Farmacinių preparatų, medicininių chemikalų ir botanikos gaminių	0.04	0.04	0.05
C22 Guminių ir plastikinių gaminių gamyba	0.77	0.80	0.72
C23 Kitų nemetalo mineralinių produktų gamyba	0.23	0.25	0.19
C24 Pagrindinių metalų gamyba	0.08	0.09	0.08
C25 Metalų gaminių, išskyrus mašinas ir įrengimus, gamyba	0.38	0.42	0.41
C26 Kompiuterinių, elektroninių ir optinių gaminių gamyba	0.43	0.46	0.59
C27 Elektros įrangos gamyba	0.30	0.35	0.35
C28 Niekur kitur nepriskirtų mašinų ir įrangos gamyba	0.33	0.46	0.40
C29 Variklinių transporto priemonių, priekabų gamyba	0.29	0.48	0.23
C30 Kitų transporto priemonių ir įrangos gamyba	0.09	0.10	0.12
C31 Baldų gamyba	1.55	1.74	1.68
C32 Kita gamyba	0.24	0.16	0.24
CI	11.05	11.57	11.98

Šaltinis: sudaryta autorės

Apskaičiuotas bendrasis ilgalaikio pajamų potencialo indeksas (CI) tiriamuoju laikotarpiu didėjo nuo 11,05 2015–2017 m. laikotarpiu iki 11,98 2021–2023 m. Tai rodo teigiamas pramonės plėtros perspektyvas, vertinant pramonės veiklą apibūdinančių ekonominių rodiklių pokyčius. Bendrąjį potencialo indeksą sudaro pramonės šakų indėliai. Kuo didesnis šakos indėlis į CI indeksą, tuo ta pramonės šaka svariau prisideda prie bendrojo šalies apdirbamosios pramonės struktūros potencialo generuojant didesnes pajamas. Galima išskirti tris reikšmingiausias apdirbamosios pramonės šakas, kurių indėliai į CI indeksą kiekvienu tiriamuoju laikotarpiu buvo didžiausi – tai maisto produktų ir gėrimų gamybos, chemikalų ir chemijos produktų gamybos, baldų gamybos šakos.

Lietuvos pramonės šakų pasiskirstymas pagal jų indėlį į CI indeksą ir pokyčiai 2015–2023 m. laikotarpiu pateikti 3 pav.



3 pav. Lietuvos apdirbamosios pramonės šakų procentinis indėlis į CI indeksą
Šaltinis: sudaryta autorės

Visais tiriamais laikotarpiais labiausiai išsiskyrė trys apdirbamosios pramonės šakos: chemikalų ir chemijos pramonė (C20), maisto produktų ir gėrimų pramonė (C10–11) bei baldų gamybos pramonė (C31). Šių pramonės šakų indėlis į CI indeksą didžiausias. Minėtų šakų procentiniai indėliai per 9 m. šiek tiek svyravo. Minėtinos ir kompiuterių ir elektronikos (C26), metalų (C25), gumos ir plastikinių gaminių (C22) bei medienos šakos (C16). Tai pramonės šakos, svarbios mūsų šaliai. Šių pramonės šakų procentinis indėlis į CI indeksą kito nevienodai. Kompiuterių ir elektronikos (C26), metalų (C25), gumos ir plastikinių gaminių (C22) pramonės šakų rodikliai tiriamuoju laikotarpiu mažėjo. Medienos pramonės indėlis kito nevienodai: 2017–2020 m. laikotarpiu, palyginti su pirmuoju 2015–2017 m. laikotarpiu, mažėjo, tačiau paskutiniu 2021–2023 m. laikotarpiu didėjo. Remiantis atlikta empirine analize, galima daryti išvadą, kad tradicinis žemųjų technologijų sektorius išlieka labai reikšmingas Lietuvos apdirbamosios pramonės potencialui, o atskirų pramonės šakų indėlio poslinkiai skiriasi.

IŠVADOS

Vertinant pramonės konkurencingumą ir potencialą, nepakanka naudoti vieną rodiklį, todėl skaičiuojami sudėtiniai indeksai, kurie integruoja svarbiausius pramonės veiklą charakterizuojančius rodiklius, tokius kaip darbo našumas, MTEP veikla, investicijos ir eksporto apimtis ir augimas. Ilgalaikio pramonės pajamų potencialo indekso pokyčiai atspindi pramonės raidos tendencijas ir konkurencingumą.

Apskaičiuoto Lietuvos apdirbamosios pramonės potencialo indekso reikšmė analizuotu laikotarpiu didėjo nuo 11,05 2015–2017 m. laikotarpiu iki 11,98 2021–2023 m. Tai rodo teigiamas Lietuvos pramonės plėtros perspektyvas vertinant pramonės veiklą charakterizuojančių ekonominių rodiklių pokyčius.

Lietuvos apdirbamosios pramonės potencialo analizė 2015–2023 m. laikotarpiu atskleidė, kad dominuojančios šakos yra maisto produktų ir gėrimų (C10–11), chemikalų ir chemijos produktų (C20) bei baldų gamybos (C31). Šios šakos turi didžiausią procentinį indėlį į CI indeksą, kuris atskleidžia reikšmingą jų vaidmenį šalies pramonės potencialui generuoti pajamas. Aukštųjų technologijų pramonės šakų, tokių kaip kompiuterių ir elektronikos (C26) ar metalo gaminių (C25), indėlis į bendrąjį CI indeksą išlieka mažesnis. Tyrimas parodė, kad tradicinis žemųjų technologijų sektorius išlieka svarbus Lietuvos ekonomikai, tačiau tam tikrų šakų, tokių kaip tekstilės ir odos gamybos (C13–C15), reikšmingumas mažėjo. Tai rodo, kad pramonės šakų struktūros kitimas ir CI indekso pokyčiai atspindi ne tik vidinius ekonominius pokyčius, bet ir globalių rinkų bei technologinių inovacijų poveikį.

Literatūros sąrašas

Attiah, E. (2019). The role of manufacturing and service sectors in economic growth: an empirical study of developing countries. *European Research Studies Journal*, 22(1), 112–127. <https://doi.org/10.35808/ersj/1411>

Easterly, W., Reshef, A., & Schwenkenberg, J. (2009). *The power of exports*. <https://www.researchgate.net/publication/46444049> The Power of Exports

Yong, L. (2021). *Why industrial development matters now more than ever before*. <https://iap.unido.org/articles/why-industrial-development-matters-now-more-ever>

Janeková, J., Kadarova, J., Suhányiová, A., & Suhányi, L. (2023). Relationships between average wages in the manufacturing sector and economic indicators of the manufacturing sector in the region of Visegrad group countries. *Sustainability*, 15(5), 4164. <http://dx.doi.org/10.3390/su15054164>

Karahan, Ö. (2015). Intensity of business enterprise R&D expenditure and high-tech specification in European manufacturing sector. *Procedia – Social & Behavioral Sciences*, 195, 806–813. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.180>

Mohammadreza, S., Shirouyehzad, H., & Reza, D. (2013). Labour productivity measurement through classification and standardisation of products. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 11(1), 57–72. <http://dx.doi.org/10.1504/IJPQM.2013.050568>

Tikhomirova, G. (1997). Analysing changes in industry structure. *CSES Working Paper*, 11. <https://visses.org.au/documents/wp11cses.pdf>

SUMMARY**ASSESSMENT OF CHANGES IN LITHUANIAN MANUFACTURING INDUSTRY POTENTIAL****Goda Zdanavičiūtė**

Kaunas University of Technology, Lithuania

goda.zdanaviciute@ktu.lt**Consulted by dr. Asta Baliutė**

Kaunas University of Technology, Lithuania

asta.baliute@ktu.lt

Assessing Lithuania's manufacturing industry potential by applying composite index is crucial for responding effectively to dynamic economic shifts, addressing globalization challenges, and maintaining competitiveness in the global market. This method provides a holistic evaluation of the industry's strengths and weaknesses, highlights growth opportunities, and supports the development of long-term strategies. For Lithuania, as a small and open economy, such assessments guide efforts to promote R&D and innovations, attract investments, and strengthen global competitiveness. Moreover, composite indices allow for the integration of various indicators, offering a detailed and systematic overview of the country's industrial development and potential. The manufacturing industry plays a pivotal role in driving economic growth by enhancing productivity, fostering technological innovation, creating employment, and establishing strong linkages with other sectors such as services and infrastructure. The long-term income potential of the industrial sector is determined by its ability to adapt to global market changes, embrace innovation, integrate new technologies, and manage resources efficiently. To evaluate industrial performance – the Index of Long-Run Income Potential of Industry Structure, which incorporates key indicators such as labour productivity, R&D intensity, average wages, FDI, and sectoral export growth and intensity, was calculated. This CI index serves as a quantitative tool for assessing industrial performance across countries and over time, helping to identify growth opportunities, address sectoral challenges, and guide strategic economic policymaking. The problem of this research is identified as a lack of comprehensive research of manufacturing industry potential and its changes. The main aim of the

paper is to examine the shifts of key indicators of Lithuania's manufacturing industry and based on these findings, evaluate the sector's potential changes. The tasks of this study include the analysis of theoretical aspects on the topic; evaluation of Lithuanian manufacturing industry potential and its changes; determination of most significant branches according to their contribution to CI index. The analysis employs comparative, graphical, and mathematical methods, along with the calculation of a composite index. An empirical study revealed that the index value of Lithuania's manufacturing industry potential increased during the analysed period of 2015–2023. This indicates positive prospects for the development of Lithuania's industry, considering the changes in economic indicators characterizing industrial activity. The analysis of Lithuania's manufacturing industry potential showed that the dominant sectors are food and beverage production (C10–11), chemical and chemical product manufacturing (C20), and furniture production (C31).

Zdanavičiūtė, G., Baliutė, A. (2025). Tiesioginių užsienio investicijų pritraukimo veiksniai Baltijos šalyse žaliosios transformacijos kontekste. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 324-331, ISSN 2669-221X

DIRBANČIŲ ASMENŲ SKURDO ANALIZĖ BALTIJOS ŠALYSE

Austėja Laukytė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
auslau@ktu.lt

Konsultavo dr. Daiva Laskienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
daiva.laskiene@ktu.lt

IVADAS

Įprastai manoma, kad, jei asmuo turi darbą, skurdo rizika yra labai maža, tačiau šiuolaikinėje visuomenėje vis dažniau pastebima, jog turimas darbo ir pajamų šaltinis neužtikrina tikimybės išvengti skurdo rizikos. Kaip nurodo Liu (2022), dirbančių asmenų skurdo problema tampa vis aktualesnė globaliu mastu, o jos sprendimas reikalauja įvairių politikos priemonių, orientuotų į socialinę apsaugą ir darbo rinkos lankstumą. Nors dirbančių asmenų skurdas dažnai minimas bendroje kovos su skurdu ir socialine atskirtimi politikoje, daugumoje šalių šis klausimas nėra nei vyriausybės, nei socialinių partnerių politikos prioritetas. Pastebima, kad dirbančiųjų skurdo problematikai daugiau dėmesio skiriama mokslinėje literatūroje. Tyrėjų teigimu (Gataūlinas, 2015; Bekker et al., 2021; Gindling, 2024), nepakankamas ar žemas darbo užmokestis yra vienas svarbiausių veiksnių, lemiančių dirbančio asmens skurdą. Vis dėlto galima manyti, kad dirbančių asmenų skurdą lemia ne tik žemas darbo užmokestis, bet ir daugelis kitų priežasčių. Tai, kad dirbantis asmuo patiria skurdą, gali būti lemiamas ir šeiminės jo padėties, ilgų nedarbingumo laikotarpių, nenuolatinio darbo, lyties ar rasės. Atsižvelgiant į visa tai, tikslinga detaliau panagrinėti dirbančių asmenų skurdo priežastis ir pobūdį Baltijos šalyse.

Problema – manoma, kad, turint darbą ir stabilias pajamas, galima išvengti skurdo, tačiau dėl tam tikrų priežasčių tai ne visada yra tiesa.

Tikslas – ištirti dirbančių asmenų skurdo mastą ir pobūdį Baltijos šalyse.

Uždaviniai:

- teoriškai išnagrinėti dirbančių asmenų skurdą ir jį lemiančias priežastis;
- atlikti Baltijos šalių statistinių duomenų lyginamąją analizę atsižvelgiant į ES kontekstą ir remiantis skirtingais skurstančių dirbančių asmenų požymiais.

Metodai. Mokslinės literatūros lyginamoji analizė, statistinių duomenų analizė, grafinė analizė.

Dirbančių asmenų skurdas ir jį lemiantys veiksniai

Dirbančiųjų skurdas yra kompleksinė sąvoka, neturinti vieno tikslaus apibrėžimo. Įvairiuose mokslo darbuose ši sąvoka apibūdinama skirtingai. Sąvoką sudaro du žodžiai (*darbas* ir *skurdas*), prieštaraujantys vienas kitam. Siekiant tiksliai apibrėžti *dirbančiųjų skurdo* sąvoką, aktualu pirmiausia išnagrinėti *skurdo* sąvoką.

Mokslinėje literatūroje *skurdas* apibrėžiamas kaip socialinis reiškinys, kuriam būdinga ekonominių gėrybių nepakankamumas būtiniausiems poreikiams patenkinti. Skurstančiais laikomi žmonės, kurių pajamos ir kiti išteklių yra tokie menki, kad visuomenėje jie negali dalyvauti kitiems žmonėms įprastoje veikloje (Gataūlinas, 2015). Skurdo sąvoka yra santykinė ir priklauso nuo šalies ekonomikos, visuomenės gyvenimo lygio bei vykdomos socialinės politikos.

Skurdas skirstomas į absoliutųjį ir santykinį (Miežienė & Krutulienė, 2017). Tyrėjų teigimu, absoliutusias skurdas siejamas su negebėjimu patenkinti minimalių asmeninių poreikių. Tokia padėtis susidaro, kai asmens turimi ekonominiai išteklių neužtikrina būtiniausių poreikių patenkinimo. Minėtu atveju asmenys priskiriami skurstantiesiems. Santykinis skurdas matuojamas kaip vieno individo pragyvenimo lygio santykis su vidutiniu pragyvenimo lygiu šalyje. Šiuo atveju skurstantis

asmuo yra tas, kurio pragyvenimo lygis, taip pat atitinkamai ir uždirbamos pajamos yra žemesni už šalies vidurkį.

Dirbančiųjų skurdas – situacija, kai darbą turintis asmuo negauna pakankamų pajamų poreikių patenkinimui užtikrinti, gyvena nepasiturinčiame namų ūkyje ir patiria skurdą (Miežienė & Krutulienė, 2017). Tyrėjų teigimu, siekiant nustatyti dirbančiųjų asmenų skurdo paplitimą ES, dažniausiai taikytinas dirbančiųjų skurdo rizikos lygio rodiklis. Šis rodiklis rodo, kokia dalis dirbančiųjų asmenų uždirba pajamas, žemesnes už nustatytą skurdo ribą. Joassartas-Marcelli (2005) teigia, kad dirbančiųjų skurdo rodiklis nėra tikslus, jis neatspindi tikrojo skurdo masto. Tyrėjas nustatė, kad, naudojant skirtingus skurdo matavimo rodiklius, Kalifornijoje skurdą patiriančių dirbančiųjų skaičius svyravo nuo 500 tūkst. iki 4,5 mln.

Dirbančiųjų skurdą lemia įvairios priežastys. Jos dažnai analizuojamos remiantis skirtingais veiksniais: teoriniu pagrindu, dirbančiųjų skurdo apibrėžimu ir analizės lygmeniu (Miežienė & Krutulienė, 2017):

- Teoriškai analizuojant dirbančiųjų asmenų skurdo priežastis, nustatyta, kad skurdas kyla dėl ribotų struktūrinių ar asmeninių pajėgumų trūkumo.
- Dirbančiųjų skurdo apibrėžimas sąlygoja skirtingas skurdo priežastis. Mokslininkai įvairiai interpretuoja dirbančiųjų skurdą, taigi, priklausomai nuo dirbančiųjų skurdo apibrėžimo, skurdo priežastys gali būti siejamos su nedarbu, ne visu darbo laiku ar žemu darbo užmokesčiu.
- Mokslinėje literatūroje dirbančiųjų skurdo priežastys dažniausiai grupuojamos pagal analizės lygmenis į individo, namų ūkio ir institucinį lygmenis, atitinkamai ir į mikro-, mezo- ir makrolygmenis. Šias priežastis analizuojant individo (mikro)lygmeniu, nustatyta, kad skurdą lemia nepakankamas darbo užmokestis ir žemas darbo intensyvumas (Gataūlinas, 2015; Miežienė & Krutulienė, 2017). Minėtų tyrėjų teigimu, namų ūkio (mezo)lygmenyje dirbančiųjų skurdo priežastys siejamos su namų ūkio ypatybėmis, tokiomis kaip: sudėtis, dirbančiųjų ir vaikų skaičius, darbo intensyvumas ir užmokestis. Instituciniame (makro)lygmenyje skurdo priežastys siejamos su darbo rinkos, politiniais, kultūriniais, ekonominiais ir sociodemografiniais veiksniais.

Dažniausiai skurdą patiria tie dirbantys asmenys, kurie dirba pagal netipiškas sutartis ar kurių darbo intensyvumas yra kintantis ir nepastovus (Miežienė & Krutulienė, 2017). Tokie asmenys įprastai patiria ilgesnius nedarbo laikotarpius. Dėl nepastovių ir žemų pajamų šiems asmenims kyla didesnė rizika patirti dirbančiojo skurdą. Padėtį blogina neefektyvi socialinio draudimo išmokų sistema, neužtikrinanti finansinio stabilumo asmeniui praradus pajamų šaltinį (Miežienė & Krutulienė, 2017). Socialinės gerovės svarbą išskiria ir Houwerzijlas ir kt. (2022). Tyrėjų teigimu, socialinės apsaugos priemonės nepakankamai apsaugo savarankiškai dirbančius asmenis. Hickas ir Marxas (2022) nustatė, kad šalyse, kuriose stipri socialinės apsaugos sistema, dirbančiųjų skurdo lygis gerokai mažesnis, palyginti su šalimis, kuriose socialinė apsaugos sistema veikia neefektyviai. Tyrėjai taip pat pabrėžė socialinių išmokų svarbą – darbą praradusiam asmeniui tai suteikia finansinį stabilumą.

Dirbančiųjų skurdui reikšmingą įtaką turi namų ūkyje esantis dirbančiųjų asmenų skaičius. Nustatyta, kad didesnis dirbančiųjų asmenų skaičius sumažina dirbančiųjų skurdo riziką (Maleček & Čermáková, 2015; Houwerzijl et al., 2022; Polizzi et al., 2022). Tyrėjų teigimu, ši tendencija pastebima ir analizuojant pensinio amžiaus asmenų duomenis. Pensinio amžiaus asmenys nėra aktyvūs darbo rinkoje, tačiau gauna mėnesines pajamas ir teigiamai prisideda prie namų ūkio skurdo rizikos mažinimo. Teigiama, kad kuo nedarbančiųjų asmenų skaičius namų ūkyje didesnis, palyginti su dirbančiųjų skaičiumi, tuo didesnė rizika patirti dirbančiųjų skurdą. Taigi galima teigti, kad didesnis užimtumas šeimos ūkyje mažina riziką patirti skurdą.

Didesnę skurdo riziką patiria vieniši namų ūkiai, daugiavaikės šeimos (Miežienė & Krutulienė, 2017; Houwerzijl et al., 2022) ir namų ūkiai, kuriuose bent vienas iš suaugusiųjų nedirba (Gataūlinas, 2015).

Čekijoje atliktas dirbančiųjų skurdo tyrimas parodė, kad vieniši asmenys, turintys vaikų, dažniau patiria dirbančiųjų skurdą negu asmenys, neturintys vaikų, ar šeimos ūkiai, kuriuose yra du dirbantieji (Maleček & Čermáková, 2015). Šiai hipotezei pritaria Gataūlinas (2015) ir Joassartas-Marcelli (2005). Tyrėjų nuomone, namų ūkiai, kuriuose yra daugiau vaikų, atitinkamai patiria didesnę skurdo riziką. Teigiama, kad namų ūkyje esant vaikams išauga išlaidos, reikalingos poreikiams patenkinti. Padėtį gali sunkinti vieno dirbančiojo, dažniausiai motinos, nedarbas. Dėl šios priežasties dauguma šeimų patiria dirbančiųjų skurdą. Nustatyta, kad šeimos ūkiai, kuriuose patiriamos skyrybos, turi didesnę tikimybę patirti skurdą, nes, išsiskyrus namų ūkiui, poreikiai sumažėja minimaliai, tačiau išlaidos išauga, kadangi tuos pačius poreikius turi patenkinti vienas dirbantysis (Krutulienė, 2015; Polizzi et al., 2022). Minėtina, kad, palyginti su asmenimis, kurie neturi vaikų, vieniši asmenys, turintys aukštąjį išsilavinimą ir dirbantys gerai apmokamą darbą, dažniau susiduria su dirbančiųjų skurdo problema, jei augina vaiką (Maleček & Čermáková, 2015).

Dirbančiųjų skurdo lygiui įtakos taip pat turi veiksniai, susiję su darbo pobūdžiu ir asmeninėmis savybėmis: ne visas užimtumas (Gataūlinas, 2015), minimalus atlyginimas ir išsilavinimas (Joassart-Marcelli, 2005; Gataūlinas, 2015; Houwerzijl et al., 2022), asmeninės darbuotojo savybės ir darbo specifiška (Bodea & Herman, 2014). Šie veiksniai lemia žemesnę darbo užmokestį, o tai sąlygoja didesnę riziką patirti skurdą. Nustatyta, kad asmenys, įgiję aukštąjį išsilavinimą, rečiau negu turintieji žemesnę išsilavinimą patiria dirbančiųjų skurdą (Joassart-Marcelli, 2005; Maleček & Čermáková, 2015). Dažniausiai gerai apmokamos darbo vietos reikalauja aukštos kvalifikacijos ir įvairių profesinių įgūdžių. Aukštąjį išsilavinimą įgiję asmenys dažniau dirba gerai apmokamus kvalifikuotus darbus, todėl rečiau susiduria su skurdo ir dirbančiųjų skurdo problema. Asmenys, dirbantys aptarnavimo ar statybų sektoriuose, susiduria su didesne rizika patirti skurdą (Joassart-Marcelli, 2005). Teigiama, kad įgūdžių gerinimas ir kvalifikacijos kėlimas padeda sumažinti dirbančiųjų skurdo riziką (Cooke & Lawton, 2008). Tyrėjų teigimu, itin svarbu skatinti gerai apmokamų darbo vietų prieinamumą skurdo riziką patiriantiems asmenims. Rumunijos dirbančiųjų skurdo tyrimas parodė užimtumo didinimo svarbą (Bodea & Herman, 2014). Tyrimą atlikę mokslininkai teigia, kad aukštas užimtumas žemės ūkyje, žemas darbo našumo ir išsilavinimo lygis didina darbuotojų pažeidžiamumą. Darbuotojai nėra konkurencingi darbo rinkoje, juos lengva pakeisti, todėl jie patiria didesnę skurdo riziką. Rumunijos atveju nustatyta, kad žemas darbo našumas, lemiantis žemą darbo užmokestį, yra pagrindinė plačiai šalyje paplitusio dirbančiųjų skurdo priežastis.

Dirbančiųjų skurdui įtakos turi ir diskriminaciją pagal lytį ir rasę. Struffolino ir van Winkle (2021) nustatė, kad su dirbančiųjų skurdo problema dažniau susiduria moterys ir rasinių mažumų atstovai. Teigiama, kad dažniau paaukštinamos baltaodžių vyrų pareigos. Tai lemia tiek karjeros, tiek pajamų augimą ir padeda išvengti skurdo. Priešinga tendencija vyrauja tarp moterų ir rasinių mažumų – dažniausiai šie asmenys, atleisti iš darbo, išgyvena ilgesnius nedarbo laikotarpius. Minėtina, kad moterims, siekiančioms grįžti į darbo rinką, tai padaryti sunkiau negu vyrams, o rasinių mažumų atstovams – sunkiau negu baltaodžiams (Struffolino & van Winkle, 2021). Tai ypač aktualu analizuojant gerai apmokamas darbo vietas. Nustatyta, kad ilgesni nedarbingumo laikotarpiai ar kitos su užimtumu susijusios problemos gali turėti ilgalaikį neigiamą poveikį siekiant grįžti į darbo rinką ir įsidarbinti (Gangopadhyay et al., 2014). Tyrėjų teigimu, dažniau dirbančiųjų skurdą patiria moterys ir vyresnio amžiaus žmonės.

Dirbančiųjų skurdo problema turi didesnę neigiamą poveikį lėtėjant ekonomikai, kartu ir žemėjant darbo užmokesčiui. Analizuojant situaciją Lietuvoje, nustatyta, kad dirbančiųjų skurdo lygiui didžiausią poveikį turi ekonominiai svyravimai (Gataūlinas, 2015). Šie svyravimai lemia ne tik namų ūkio užimtumo lygio pokyčius, bet daro įtaką ir bendrosioms namų ūkio pajamoms. Mažesnės pajamos sąlygoja didesnę riziką patirti skurdą. Bavaro ir Raitano (2024) teigimu, su žemo darbo užmokesčio rizika dažniau susiduria moterys, jauni specialistai, darbuotojai, dirbantys pagal netipiškas sutartis, mažose įmonėse ar paslaugų sektoriuje dirbantys asmenys. Žemos pajamos neužtikrina aukšto pragyvenimo lygio ir didina skurdo riziką. Ypač ši rizika išauga, jei asmuo gyvena

tik iš savo uždirbtų pajamų ir neturi kitų finansavimo šaltinių. Nustatyta, kad įsigijus nekilnojamąjį turtą, skurstančiojo rizika patirti nepriteklių mažėja (Gangopadhyay et al., 2014).

Baltijos šalių dirbančiųjų skurdo analizė

Tyrimo metodika. Atliekant tyrimą, siekta įvertinti dirbančiųjų skurdo mastą ir pobūdį Baltijos šalyse – Estijoje, Latvijoje ir Lietuvoje. Analizei pasirinktos Baltijos šalys dėl panašaus ekonomikos dydžio, išsivystymo lygio, panašios ekonomikos raidos ir struktūros. Šios šalys priklauso Europos Sąjungai, todėl jos susiduria su panašiomis darbo rinkos ir socialinės politikos sąlygomis, o tai leidžia jas palyginti tarpusavyje. Statistinių duomenų analizė apima lyginamąją ir grafinę analizes, siekiant išryškinti Baltijos šalių ir ES vidurkio skirtumus ir panašumus. Statistinių duomenų šaltinis – „Eurostat“ (2024).

Atliekant analizę, pirmiausia įvertintas bendrasis dirbančiųjų skurdo pokytis per pastarąjį penkerių metų laikotarpį (2018–2023 m.). Šis laikotarpis pasirinktas siekiant užfiksuoti tendencijas prieš COVID-19 pandemiją ir jai pasibaigus. Pandemija, kaip žinoma, turėjo didelį poveikį darbo rinkai. Tolesnei analizei atlikti taikytas dirbančiųjų skurdo lygio rodiklis, atsižvelgiant į įvairius aspektus (lytį, amžių, išsilavinimą, pilietybę, darbo pobūdį ir namų ūkio sudėtį). Rodikliai analizuoti įvairiais pjūviais, siekiant išskirti pažeidžiamiausias socialines grupes ir nustatyti veiksnius, lemiančius dirbančiųjų skurdą.

Tyrimo rezultatai. Nagrinėtas bendrasis dirbančiųjų skurdo lygis Baltijos šalyse. Analizuojant Baltijos šalių ir ES dirbančiųjų skurdo kitimą, nustatyta, kad šalyse rodiklis kito skirtingai (žr. 1 lentelę).

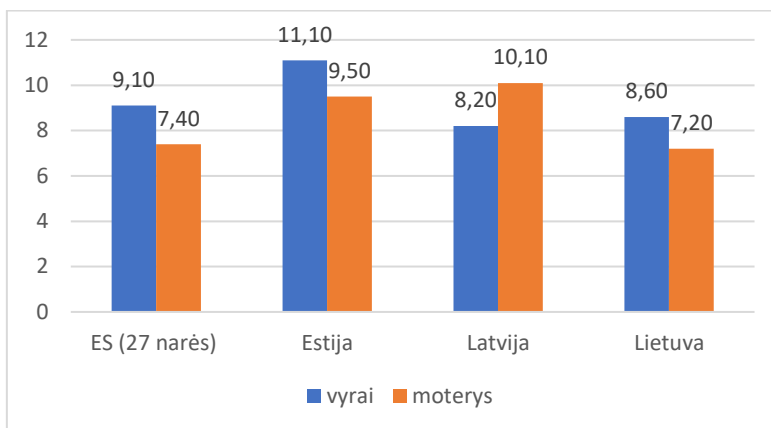
1 lentelė. Bendrasis dirbančiųjų skurdas Baltijos šalyse ir ES, 2023 m., proc.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
27 ES narės	9,3	9,0	8,8	8,9	8,5	8,3
Estija	9,3	10,0	10,0	10,0	10,5	10,3
Latvija	8,1	8,5	8,2	9,8	9,2	9,2
Lietuva	8,1	7,9	8,0	7,5	7,6	7,9

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Estijoje ir Latvijoje per paskutinius šešerius metus dirbančiųjų skurdas išaugo apie 1 proc. Priešinga tendencija pastebima Lietuvoje ir analizuojant ES vidurkį – čia dirbančiųjų skurdas sumažėjo atitinkamai 0,2 proc. p. ir 1 proc. p. Bendrą dirbančiųjų skurdo augimą ir stagnaciją galima sieti su COVID-19 pandemija ir ekonomikos neužtikrintumo laikotarpiais. Vis dėlto analizuojamose šalyse pastebimos skirtingos tendencijos ir priežastys. Estijoje ir Latvijoje dirbančiųjų skurdas augo dėl mažesnio darbo užmokesčio ir silpnesnės socialinės apsaugos. Analizuojant Lietuvos atvejį, galima teigti, kad dirbančiųjų skurdas turėjo tendenciją nedaug mažėti dėl socialinės paramos ir atsigaujančios ekonomikos.

Analizuojant dirbančiųjų skurdą, atsižvelgiant į lytį, nustatyta, kad vyrai patiria didesnę riziką. Išsiskyrė Latvija, kurioje pastebima priešinga tendencija (žr. 1 pav.).



1 pav. Dirbančiųjų skurdas pagal lytį Baltijos šalyse ir ES, 2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Galima daryti prielaidą, kad dažniausiai šeimos ūkyje dirba tik vyrai. Šeimos ūkyje esant tik vienam dirbančiajam, rizika patirti skurdą išauga, nes vienas pajamų šaltinis neužtikrina šeimos ūkio poreikių patenkinimo. Priešinga tendencija pastebėta Latvijoje – šioje šalyje moterys patiria didesnę dirbančiojo skurdą negu vyrai. Tai galima sieti su lyties diskriminacija ir prastai apmokamomis darbo vietomis. Minėtina ir tai, kad moterys dažniau renkasi studijuoti ar dirbti darbus, kuriems atlikti reikia mažiau techninių žinių, todėl dažniausiai šie darbai yra prasčiau apmokami.

Analizuojant dirbančiųjų skurdą pagal amžių, nustatyta, kad jauni asmenys (18–24 m.) patiria didesnę riziką (žr. 2 lentelę). Jaunuoliai dar tik žengia į darbo rinką, neretai jie neturi reikiamo išsilavinimo ar praktinių įgūdžių. Dėl minėtų priežasčių jauni asmenys dažniau dirba prastai apmokamus darbus.

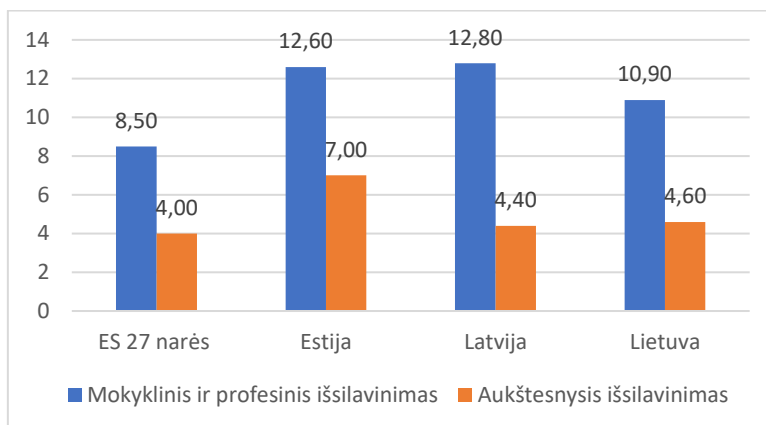
2 lentelė. Dirbančiųjų skurdas pagal amžių Baltijos šalyse ir ES, 2023 m., proc.

	18–24 m.	25–54 m.	55–64 m.
27 ES narės	11,6	8,3	7,4
Estija	20,1	10,0	10,2
Latvija	8,9	8,5	12,7
Lietuva	8,6	8,3	7,0

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Nustatyta, kad Estijoje ir Latvijoje vyresniems žmonėms (55–64 m.) kyla didesnė rizika patirti skurdą negu vidutinio amžiaus (25–54 m.) asmenims (žr. 2 lentelę). Galima daryti prielaidą, kad vyresni žmonės diskriminuojami dėl amžiaus ir technologinių įgūdžių trūkumo. Tikėtina, kad darbdaviai palankiau vertina jaunesnius asmenis, kurie greičiau prisitaiko prie naujausių technologijų ir turi įgūdžių, atitinkančių rinkos poreikius. Dėl minėtų priežasčių 25–54 m. amžiaus darbuotojams lengviau susirasti gerai apmokamą darbą ir išvengti dirbančiojo skurdo rizikos.

Toliau analizuojamas dirbančiųjų skurdas, atsižvelgiant į išsilavinimą (žr. 2 pav.).

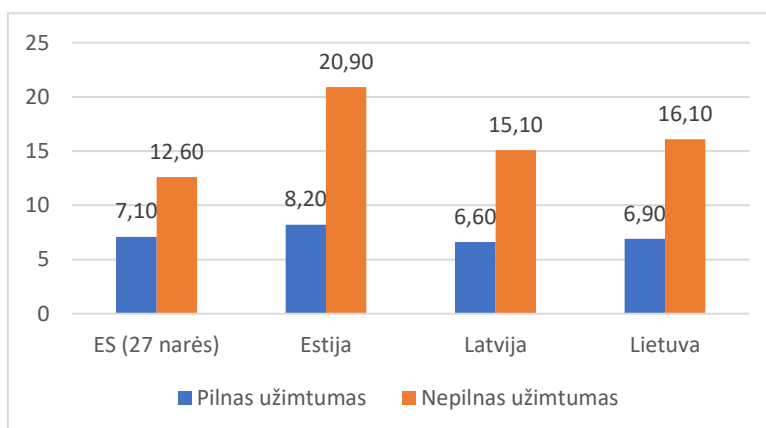


2 pav. Dirbančiųjų skurdas pagal išsilavinimą Baltijos šalyse ir ES, 2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Asmenys, įgiję aukštesnį išsilavinimą, visose analizuojamose valstybėse patiria žemesnę dirbančiojo skurdo riziką, o asmenims, įgijusiems žemesnį išsilavinimą (analizuojamu atveju – mokyklinį ar profesinį), būdinga daug didesnė dirbančiojo skurdo rizika. Galima teigti, kad išsilavinimas yra vienas iš svarbiausių veiksnių, lemiančių mažesnę riziką patirti skurdą. Aukštesnysis išsilavinimas suteikia žinių ir įgūdžių, reikalingų šiuolaikinėje darbo rinkoje. Tai lemia ne tik aukštesnes kvalifikacijos darbo galimybes, bet ir užtikrina reikšmingai didesnes pajamas. Dėl šių priežasčių asmenys, įgiję aukštesnį išsilavinimą, įprastai rečiau patiria dirbančiojo skurdą.

Analizuojant dirbančiųjų skurdą, atsižvelgiant į užimtumą, nustatyta, kad asmenys, dirbantys visą darbo dieną, visose analizuojamose valstybėse patiria žemesnę dirbančiojo skurdo riziką (žr. 3 pav.).

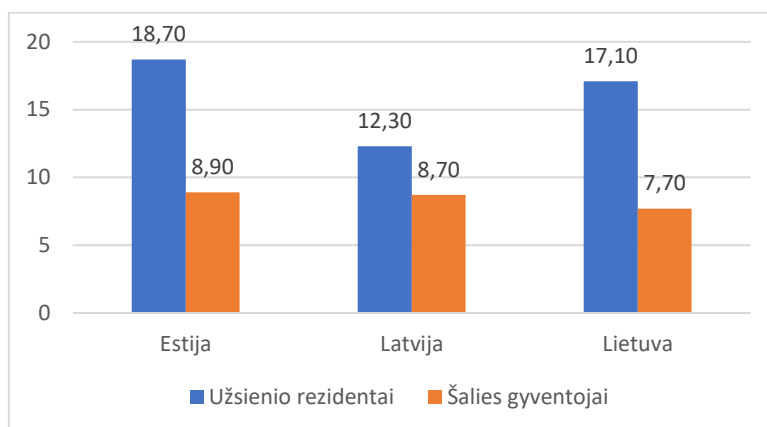


3 pav. Dirbančiųjų skurdas pagal užimtumą Baltijos šalyse ir ES, 2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Darbas ne visu etatu dažniausiai neužtikrina pragyvenimui reikalingų pajamų. Ypač ši tendencija pastebima Estijoje. Tad, esant visiškam užimtumui, mažėja dirbančiojo skurdo rizika.

Analizuojant dirbančiųjų skurdą, atsižvelgiant į pilietybę, nustatyta, kad Baltijos šalyse užsienio piliečiai turi didesnę riziką patirti dirbančiojo skurdą negu šalies gyventojai (žr. 4 pav.).



4 pav. Dirbančiųjų skurdas pagal pilietybę Baltijos šalyse, 2023 m., proc.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Didžiausia rizika užsieniečiams patirti dirbančiojo skurdą yra Estijoje ir Lietuvoje, mažiausia rizika – Latvijoje (12,3 %). Galima daryti prielaidą, kad užsienio piliečiai dažniau diskriminuojami dėl rasės, jiems nėra užtikrinama galimybė gauti pajamas, garantuojančias poreikių patenkinimą. Pastebima, kad šalies gyventojai įprastai susiduria su žemesne rizika patirti dirbančiojo skurdą. Ši rizika analizuojamose šalyse gana panaši.

Siekta įvertinti, kokią įtaką dirbančiojo skurdui turi namų ūkio sudėtis. Analizuojant dirbančiųjų skurdo lygį, atsižvelgiant į namų ūkio sudėtį, patvirtintos visos teorinės prielaidos (*žr. 3 lentelę*).

3 lentelė. Dirbančiųjų skurdas pagal namų ūkio sudėtį Baltijos šalyse ir ES, 2023 m., proc.

	Vienas dirbantysis	Vienas dirbantysis, auginantis vaiką (-us)	Du ir daugiau dirbančiųjų	Du ir daugiau dirbančiųjų, auginančių vaiką (-us)
27 ES narės	11,6	19,9	4,8	9,3
Estija	16,3	23,2	6,0	9,2
Latvija	13,5	18,3	7,9	7,0
Lietuva	10,2	16,7	5,1	7,3

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Asmenys, turintys vaikų, patiria didesnę skurdo riziką negu vaikų neturintieji. Vienas dirbantysis, auginantis vaikus, patiria didesnę riziką negu du dirbantieji, auginantys vaikus, o vienas dirbantysis, neturintis vaikų, patiria didesnę riziką negu du dirbantieji, neturintys vaikų. Duomenys patvirtina prielaidą, kad, šeimoje atsiradus vaikų, asmens ar asmenų rizika patirti skurdą išauga, o namų ūkyje esant dviem dirbantiems, dirbančiojo skurdo rizika mažėja, palyginti su vienu dirbančiuoju. Šios tendencijos pastebimos visose analizuotose šalyse.

IŠVADOS

Dirbančiųjų skurdas – situacija, kai darbą turintis asmuo patiria skurdą. Atlikus mokslinės literatūros analizę nustatyta, kad dirbančiųjų skurdą lemiantys veiksniai dažniausiai grupuojami pagal analizės lygmenį į individo, namų ūkio ir institucinį lygmenį, atitinkamai į mikro-, mezo- ir makrolygmenis. Šiame tyrime nagrinėti veiksniai apima visus lygmenis: lytį, amžių, pilietybę, išsilavinimą, darbo pobūdį, užimtumą ir namų ūkio sudėtį, ekonominę padėtį.

Atlikus statistinių duomenų analizę, nustatyta, kad Baltijos šalyse dirbančiųjų skurdą lemiantys veiksniai yra panašaus pobūdžio. Visose analizuojamose šalyse didžiausią tikimybę patirti dirbančiųjų skurdą turi užsienio piliečiai ir namų ūkiai, kuriuose yra vienas dirbantysis, auginantis vaiką (-us). Siekiant mažinti dirbančiųjų skurdą, rekomenduojama skirti dideles socialines išmokas,

kurios būtų orientuotos į vaikus ir šeimas. Šios išmokos reikšmingai prisidėtų prie socialiai pažeidžiamų grupių ir rasinių mažumų gerovės. Taip pat turėtų būti teikiamos mokesčių lengvatos, skirtos santuokinėms poroms. Tikėtina, kad šios lengvatos sumažintų dirbančių vyrų skurdo riziką.

Literatūros sąrašas

Bavaro, M., & Raitano, M. (2024). Is working enough to escape poverty? Evidence on low-paid workers in Italy. *Structural Change and Economic Dynamics*, 69, 495–511.

Bekker, S., Evers, M., Houwerzijl, M., & Zekic, N. (2021). *In-work poverty: an image of the working poor in the Netherlands*. <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/in-work-poverty-an-image-of-the-working-poor-in-the-netherlands>

Bodea, G., & Herman, E. (2014). Factors behind working poverty in Romania. *Procedia Economics and Finance*, 15, 711–720.

Cooke, G., & Lawton, K. (2008, January 3). Working out of poverty: a study of the low-paid and the “working poor”. *Institute for Public Policy Research*. <https://www.ippr.org/articles/working-out-of-poverty-a-study-of-the-low-paid-and-the-working-poor>

Eurostat. (2024). *Database*. <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

Gangopadhyay, P., Shankar, S., & Rahman, M. A. (2014). Working poverty, social exclusion and destitution: an empirical study. *Economic Modelling*, 37, 241–250.

Gataūlinas, A. (2015). Dirbančiųjų skurdas Lietuvoje ES kontekste: socialinės, ekonominės ir demografinės priežastys. In *Lietuvos socialinė raida: užimtumo politikos ir socialinės pagalbos įtaka socialinei stratifikacijai* (p. 75–87).

Gindling, T. H. (2024). Does increasing the minimum wage reduce poverty in developing countries? *IZA World of Labor*. <https://wol.iza.org/articles/does-increasing-the-minimum-wage-reduce-poverty-in-developing-countries/long>

Herman, E. (2014). Working poverty in the European Union and its main determinants: an empirical analysis. *Engineering Economics*, 25(4), 427–436.

Hick, R., & Marx, I. (2022). Poor workers in rich democracies: on the nature of in-work poverty and its relationship to labour market policies. In *Research Handbook of Labour Market Policy in Rich Democracies*. Edward Elgar.

Houwerzijl, M. S., Zekić, N., Bekker, S., & Evers, M. (2022). In-work poverty in the Netherlands. In *In-Work Poverty in Europe: Vulnerable and Under-Represented Persons in a Comparative Perspective* (pp. 193–239).

Joassart-Marcelli, P. (2005). Working poverty in southern California: towards an operational measure. *Social Science Research*, 34(1), 20–43.

Karpušienė, V. (2018). Skurdas. In *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. <https://www.vle.lt/straipsnis/skurdas/>

Levanon, A., Saburov, E., Gangl, M., & Brülle, J. (2019). Trends in the demographic composition of poverty among working families in Germany and in Israel, 1991–2011. *Social Science Research*, 83, 102318.

Liu, J. (2022). Rethinking the defining contextualization of in-work poverty: the challenge of individualism and globalization. *The Journal of Chinese Sociology*, 9(1), 1.

Maleček, P., & Čermáková, K. (2015). In-work poverty in the Czech Republic: identification of the most vulnerable groups. *Procedia Economics and Finance*, 30, 566–572.

Miežienė, R., & Krutulienė, S. (2017). Dirbančiųjų skurdo fenomenas Lietuvoje. Lietuvos socialinė raida. In *Darbo rinkos pokyčiai: problemas ir galimybės* (p. 193–209).

Polizzi, A., Struffolino, E., & van Winkle, Z. (2022). Family demographic processes and in-work poverty: a systematic review. *Advances in Life Course Research*, 52, 100462.

Struffolino, E., & van Winkle, Z. (2021). Gender and race differences in pathways out of in-work poverty in the US. *Social Science Research*, 99, 102585.

SUMMARY

IN-WORK POVERTY IN THE BALTIC STATES

Austėja Laukytė

Kaunas University of Technology, Lithuania

auslau@ktu.lt

Consulted by dr. Daiva Laskienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

daiva.laskiene@ktu.lt

It is assumed that if a person has a job, the risk of poverty is very low. This phenomenon is observed not only in Lithuania but also globally. Despite being in work, people may be at risk of poverty for a variety of reasons: poor working conditions, low wages, or inadequate social protection. Although in-work poverty is often addressed in general policies to combat poverty and social exclusion, in most countries it is not a policy priority for either the government or the social partners. The proportion of working poor varies between countries and social groups. The extent of in-work poverty varies by gender, age, type of work, education, and other factors. Many regions and communities have elevated levels of in-work poverty, and the proportion has increased significantly in the context of the COVID-19 pandemic, although little evidence has been collected to date. Therefore, this study aims to investigate the extent and nature of working poverty in the Baltic States. To achieve this goal, the following objectives were set: analyse the factors determining in-work poverty and determine the impact of working poverty factors in the Baltic States. Various methods are used to achieve these goals: comparative analysis of scientific literature, analysis of statistical data, and graphic analysis. In-work poverty is a situation where a person with a job experiences poverty. An analysis of the scientific literature has shown that the factors determining in-work poverty are usually grouped according to the levels of analysis into the individual, household and institutional levels. The factors examined in this study cover all levels: gender, age, citizenship, education, type of work, employment and household composition, economic situation. An analysis of statistical data has shown that the factors determining in-work poverty in the Baltic States are of a similar nature. It has been found that in all the countries, foreign citizens and households with one worker raising a child(ren) are most likely to experience in-work poverty. The risk of in-work poverty decreases when a person has higher education.

Laukytė, A., Laskienė, D. (2025). Dirbančių asmenų skurdo analizė Baltijos šalyse. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 332-340, ISSN 2669-221X

MINIMALIOJO DARBO UŽMOKESČIO POVEIKIS DIRBANČIŲ ASMENŲ SKURDUI LIETUVOJE

Iveta Sakalavičiūtė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
iveta.sakalaviciute@ktu.edu

Konsultavo dr. Daiva Laskienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva
daiva.laskiene@ktu.lt

IVADAS

Darbo užmokestis yra esminis žmonių pragyvenimo šaltinis, leidžiantis ne tik patenkinti būtinus poreikius, tokius kaip komunalinių paslaugų apmokėjimas ar būtiniausių prekių įsigijimas, bet ir suteikiantis galimybę mėgautis laisvalaikiu bei jaustis visuomenėje lygiaverčiam. Kai atlyginimas yra mažas ir neleidžia darbuotojams padengti pagrindinių pragyvenimo išlaidų, kyla rizika, kad dirbantieji gyvens skurde, net jei jie turi nuolatinę darbą. Dirbančiųjų skurdas – tai situacija, kai asmuo, nepaisant to, kad yra užimtas darbo rinkoje ir gauna atlyginimą, vis tiek gyvena žemiau skurdo ribos. Tai gali atsitikti dėl keleto priežasčių, įskaitant mažus atlyginimus, nepakankamą darbo valandų skaičių, dideles gyvenimo išlaidas ir šeimos narių priklausomybę nuo dirbančiojo pajamų.

Valstybės nustatytas minimalusis darbo užmokestis turėtų užtikrinti darbuotojams orų gyvenimą ir apsaugoti nuo skurdo. Vis dėlto Lietuvoje, kaip ir daugelyje kitų šalių, ši priemonė ne visada pasiekia savo tikslą. Nors minimalusis darbo užmokestis Lietuvoje pastaraisiais metais didinamas kasmet, dirbančiųjų skurdo problema išlieka reikšminga. Statistiniai duomenys rodo, kad net ir dirbantys asmenys, gaunantys minimalųjį darbo užmokestį, neretai susiduria su finansiniais sunkumais. Ši problema tampa vis labiau pastebima, tačiau Lietuvoje vis dar trūksta išsamių tyrimų, aiškinančių tikrąjį minimaliosios algos didinimo poveikį dirbančiųjų gerovei ir skurdo lygiui mažinti. Problema atpažįstama ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje. Europoje šią temą nagrinėjo Barbieri ir kt. (2024) bei Herman (2014), Azijos šalyse šios temos aktualumą išskyrė Feriyanto ir kt. (2020), aptarę Indonezijos situaciją, autoriai Abe ir kt. (2022) išskyrė šią problemą keturiose Azijos vietose: Japonijoje, Taivane, Pietų Korėjoje ir Honkonge. Pietų Amerikoje šią temą nagrinėjo Poy (2023) bei Hickas ir Marxas (2022).

Problema. Minimalusis darbo užmokestis asmenis, gaunančius mažiausias pajamas, turėtų apsaugoti nuo skurdo, tačiau dirbančiųjų skurdo problema Lietuvoje išlieka ir reikšmingai nesikeičia, nepaisant nustatyto ir augančio minimaliojo darbo užmokesčio.

Tikslas – išanalizuoti minimaliojo darbo užmokesčio poveikį dirbančiųjų skurdo lygiui Lietuvoje.

Uždaviniai:

- teoriškai išnagrinėti minimalųjį darbo užmokestį ir jo ryšį su dirbančiųjų skurdu;
- atlikti minimaliojo darbo užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo ryšio Lietuvoje statistinę analizę.

Metodai: mokslinė literatūros analizė, statistinių duomenų grafinė analizė, koreliacinė analizė.

Mokslinės literatūros apžvalga

Darbo trūkumas dažnai laikomas pagrindine skurdo priežastimi, todėl atrodo, kad apmokamas darbas galėtų būti viena veiksmingiausių priemonių skurdui mažinti. Vis dėlto užimtumas ne visada užtikrina apsaugą nuo skurdo. Remiantis naujausiais „Eurostat“ duomenimis, 2023 m. 27 ES šalyse skurdą patyrė 8,3 proc. dirbančiųjų asmenų. Lietuvoje šis rodiklis siekė 7,9 proc.

Dirbančiųjų skurdo sąvoka apibrėžiama kaip situacija, kai asmuo dirba, tačiau jo gautos pajamos yra nepakankamos gerai ir stabiliai gyventi. Tai reiškia, kad, nepaisant to, jog žmogus dirba, jis negali užtikrinti savo arba savo šeimos pagrindinių pragyvenimo poreikių, tokių kaip maistas, būstas ar

sveikatos priežiūra (Seubert et al., 2021). Ši situacija gali sukelti ne tik finansinę įtampą, bet ir stresą, nerimą, tai gali turėti ilgalaikių pasekmių tiek asmeniniam, tiek socialiniam gyvenimui (Gerbery & Miklošovič, 2024). Halleröd ir kt. (2015) teigimu, pagrindinė dirbančiųjų skurdo priežastis yra žemas darbo intensyvumas ir nevisiškas užimtumas. Becker (2023) prideda, kad tai gali būti susiję su darbuotojais, kurių darbo sutartis yra terminuota, arba su asmenimis, vykdančiais individualią veiklą. Taip pat ši problema nebūtinai turi būti susijusi tik su darbo intensyvumu ar netipine darbo sutartimi – tai gali lemti ir išsilavinimo lygis. Mihai ir kt. (2015) nuomone, žemas išsilavinimo lygis apriboja dirbančio asmens galimybes ieškoti darbo aukštesnėse pozicijose, kur darbo užmokestis yra kur kas aukštesnis. Taigi dirbančiųjų skurdas yra daugialypė socialinė problema, kurios priežastys gali būti įvairios, įskaitant mažą darbo užmokestį, kuris neleidžia gauti pakankamai pajamų. Siekiant, kad mažas pajamas gaunantys asmenys būtų kuo labiau apsaugoti nuo skurdo, valstybės dažnai nustato minimalųjį darbo užmokestį.

Istoriškai minimalusis darbo užmokestis atsirado kaip atsakas į prastą darbo rinkos reguliavimą ir darbuotojų apsaugos trūkumą. De Simone (2020) atkreipia dėmesį, kad minimaliojo darbo užmokesčio sistema atsirado po reikšmingo Naujosios Zelandijos laivybos darbuotojų streiko 1894 m. Vyriausybė, siekdama spręsti prekybos ginčus, sukūrė Pramonės taikinimo ir arbitražo įstatymą, kuris tapo pirmąja pasaulyje minimaliojo darbo užmokesčio reguliavimo sistema. Nuo tada ši priemonė tapo visuotiniu instrumentu darbo rinkai reguliuoti. Ji taikoma siekiant užtikrinti minimalųjį pragyvenimo lygį ir sumažinti nelygybę.

Minimalusis darbo užmokestis yra viena iš svarbiausių ekonominės politikos priemonių, siekiant skatinti šalies ekonomiką ir kovoti su dirbančiųjų asmenų skurdu (Kamandulienė & Paulauskaitė, 2013). Lietuvoje, kaip ir kitose valstybėse, minimaliojo darbo užmokesčio nustatymas ir jo dydžio koregavimas turi tiesioginį poveikį mažiausias pajamas gaunančių namų ūkių gyvenimo kokybei. Pagrindinis šios priemonės tikslas – garantuoti, kad net ir tie darbuotojai, kurie dirba žemos kvalifikacijos darbus, galėtų gauti pajamas, artimas pragyvenimo lygiui, ir taip būtų sumažinta jų patiriama skurdo rizika. Hicco ir Marxo (2022) nuomone, minimaliojo atlyginimo didinimas ir tinkamas jo nustatymas turėtų užtikrinti, kad darbuotojai gautų pakankamas pajamas, leidžiančias patenkinti jų poreikius. Tai reiškia, kad darbo užmokestis turėtų būti pakankamas, kad darbuotojai galėtų ne tik finansuoti būtinus pragyvenimo poreikius, bet ir turėti galimybę dalyvauti visuomenės gyvenime ir jaustis visuomenėje priimti.

Lietuvos valstybinė darbo inspekcija darbo kodekse yra numačiusi, kad minimalusis darbo užmokestis (t. y. minimalusis valandinis atlygis arba minimalioji mėnesinė alga) yra mažiausias leidžiamas atlyginimas už nekvalifikuotą darbo poziciją, kur darbuotojui mokama už vieną valandą ar visą kalendorinio mėnesio darbo laiką. Darbo kodeksas išskiria, kad nekvalifikuotas darbas yra laikomas tokiu, kuriam nenurodomi jokie specialūs įgūdžiai ar profesiniai gebėjimai (Lietuvos valstybinė darbo inspekcija, 2024). Tai reiškia, kad minimalusis darbo užmokestis skirtas apsaugoti tik tuos darbuotojus, kurių atliekami darbai nereikalauja specifinių įgūdžių ar kvalifikacijos, ir užtikrinti, kad jų atlyginimas atitiktų bent minimalius gyvenimo standartus. Visi kiti darbuotojai, iš kurių reikalaujama turėti specifinių įgūdžių ar kvalifikaciją, privalo gauti didesnę negu minimalųjį atlyginimą.

Tam, kad minimalusis darbo užmokestis padėtų dirbantiems asmenims, jis turi būti peržiūrimas bent kartą per metus ir, remiantis gautais rezultatais, būtų galima svarstyti apie jo koregavimą. Vis dėlto minimaliojo darbo užmokesčio kėlimas gali būti vertinamas įvairiapusiškai: viena vertus, tai gali būti potenciali priemonė skurdui mažinti, kita vertus, ji gali turėti ribotą poveikį ar net neigiamų pasekmių. Minimaliojo darbo užmokesčio poveikis dirbančiųjų skurdui, atrodo, turi teigiamą reikšmę, tačiau jis gali sukelti tam tikrų rizikų tiek darbuotojams, tiek darbdaviams, nes darbdaviai gali būti linkę mažinti darbo vietų skaičių, siekdami kompensuoti padidėjusias išlaidas darbo užmokesčiui, arba kelti prekių ar paslaugų kainas, kad padidintų pajamas, kurios padengtų kylančius atlyginimus (Manning, 2021). Kita vertus, mokslinėje literatūroje pabrėžiamas teigiamas poveikis

skurstantiesiems, nes minimaliojo darbo užmokesčio kėlimas gali padidinti bendrąją perkamąją galią, ypač žemas pajamas gaunančių darbuotojų. Padidintos pajamos skatina vartojimą, kuris prisideda prie ekonomikos augimo, o tai ilgainiui gali sukurti papildomų darbo vietų ir mažinti dirbančiųjų skurdo riziką (Kamandulienė & Paulauskaitė, 2013).

Lietuvoje minimaliojo darbo užmokesčio politika ypač aktuali, atsižvelgiant į augantį gyvenimo lygį ir didėjančias išlaidas. Dirbantiems asmenims, gaunantiems minimalų atlyginimą, dažnai sunku patenkinti net būtiniausias poreikius, todėl darbo užmokesčio didinimas tampa priemone, kuria siekiama pagerinti jų materialinę padėtį. Svarbu atsižvelgti į infliacijos poveikį: atlyginimų didinimas neretai lemia prekių ir paslaugų kainų augimą, o tai galiausiai mažina dirbančiųjų perkamąją galią ir gali iš dalies kompensuoti minimaliojo darbo užmokesčio kėlimo teigiamą efektą.

Minimaliojo darbo užmokesčio įtakos dirbančiųjų skurdui analizė

Tyrimo metodika

Siekiant nustatyti, kokį poveikį minimalusis darbo užmokestis turi dirbančiųjų skurdo lygiui Lietuvoje, atlikta grafinė statistinių duomenų analizė ir palyginimas su Vokietijos situacija. Analizės laikotarpis – 2017–2023 metai. Tyrimo metu analizuoti du pagrindiniai rodikliai: minimalusis darbo užmokestis, išreikštas eurais, ir dirbančiųjų skurdo lygis, išreikštas procentais, apibūdinantis dirbančių asmenų dalį, kurios pajamos neviršija skurdo rizikos ribos. Be grafinės analizės, atlikta ir koreliacinė analizė SPSS programa, siekiant statistiškai įvertinti minimaliojo darbo užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo lygio sąryšį, kai dirbančiųjų skurdo lygis yra priklausomas, o minimalusis darbo užmokestis – nepriklausomas kintamasis. Statistinių duomenų šaltinis – „Eurostat“.

Lietuva ir Vokietija pasirinktos kaip tyrimo objektai dėl jų ekonominių skirtumų. Lietuvą galima priskirti prie sparčiai besivystančios ekonomikos šalies, kurioje minimalusis darbo užmokestis yra reikšminga priemonė socialinei nelygybei mažinti ir užtikrinti geresnį gyvenimą mažas pajamas gaunantiems darbuotojams. Vokietija, kaip viena iš labiausiai ekonomiškai išsivysčiusių Europos Sąjungos valstybių, pasižymi aukštu bendruoju vidaus produktu (BVP). Šių dviejų valstybių lyginimas leidžia išsamiau analizuoti minimaliojo darbo užmokesčio poveikį skurdo lygiui, atsižvelgiant į skirtingus ekonominio išsivystymo kontekstus.

Tyrimo rezultatai

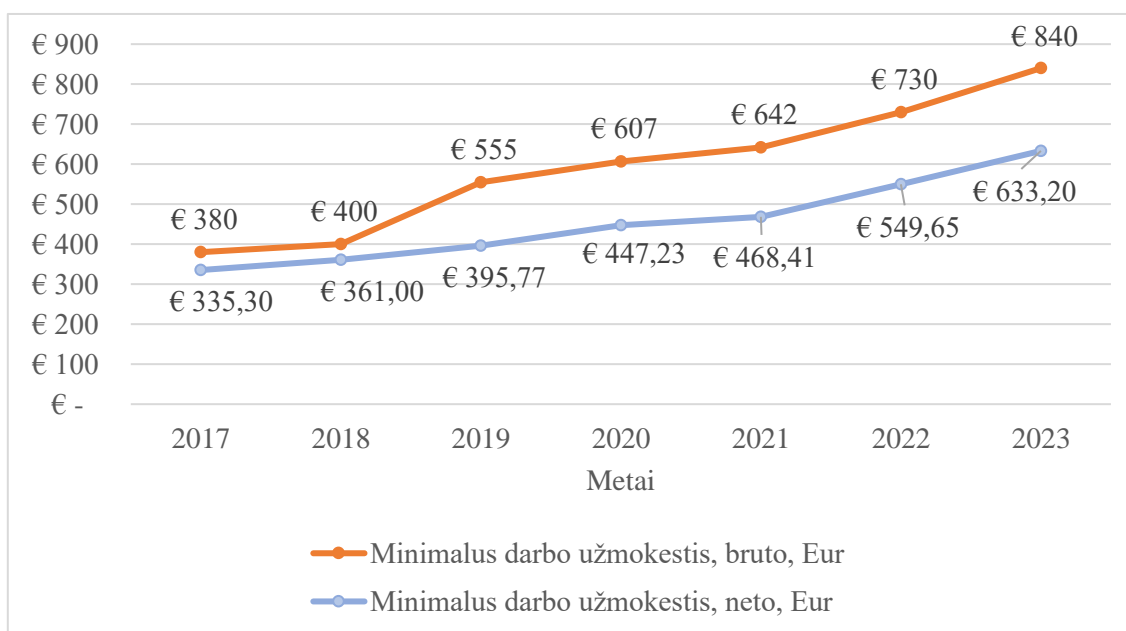
Pastaruoju metu Lietuvoje minimalusis darbo užmokestis didinamas kiekvienais metais. Iš 1 lentelės galima matyti, kaip keitėsi minimalusis atlyginimas neatskaičius mokesčių (bruto) ir kokių pokyčių atsirado. Analizuojamu laikotarpiu minimalusis darbo užmokestis buvo didintas kasmet, o jo pokytis svyravo nuo 5,26 iki 38,75 proc. Didžiausias pokytis matyti 2019 m., kai minimalusis darbo užmokestis padidintas 155 Eur. Didelis atlyginimo pokytis susijęs su 2019 m. sausio 1 d. įsigaliojusiu darbdavio ir darbuotojo mokamų valstybinio socialinio draudimo įmokų tarifų pakeitimu, dėl kurio minimalusis darbo užmokestis neatskaičius mokesčių buvo indeksuotas 1,289 karto. Dėl šios priežasties minimaliojo darbo užmokesčio neatskaičius mokesčių didėjimas yra ženkliai didesnis negu užmokestis atskaičius mokesčius. Norint apskaičiuoti realų minimaliojo darbo užmokesčio pokytį 2019 m., galima eliminuoti mokesčių reformos poveikį. Kadangi minimalusis darbo užmokestis indeksuotas 1,289 karto dėl reformos, reikia padalyti nominalią 2019 m. minimaliojo darbo užmokesčio sumą (555 Eur) iš indekso, kad būtų gautas realus tuometis pokytis. Gauti rezultatai rodo, kad realus minimalusis darbo užmokestis 2019 m. turėjo būti apie 430 Eur. Realus pokytis sudaro tik 30,7 Eur (7,68 %), o ne 155 Eur (38,75 %), kaip buvo nominaliai nurodyta. Reformos poveikio eliminavimas leidžia tiksliau įvertinti tikrąjį minimaliojo darbo užmokesčio didėjimą.

1 lentelė. Minimalusis darbo užmokestis (bruto) ir jo pokytis Lietuvoje 2017–2023 m.

Metai	Minimalusis darbo užmokestis (Eur)	Pokytis (Eur)	Pokytis (%)	Realus pokytis (Eur)	Realus pokytis (%)
2017	380	–	–	–	–
2018	400	20	5,26	–	–
2019	555	155	38,75	30,7	7,68
2020	607	52	9,37	–	–
2021	642	35	5,77	–	–
2022	730	88	13,71	–	–
2023	840	110	15,07	–	–

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

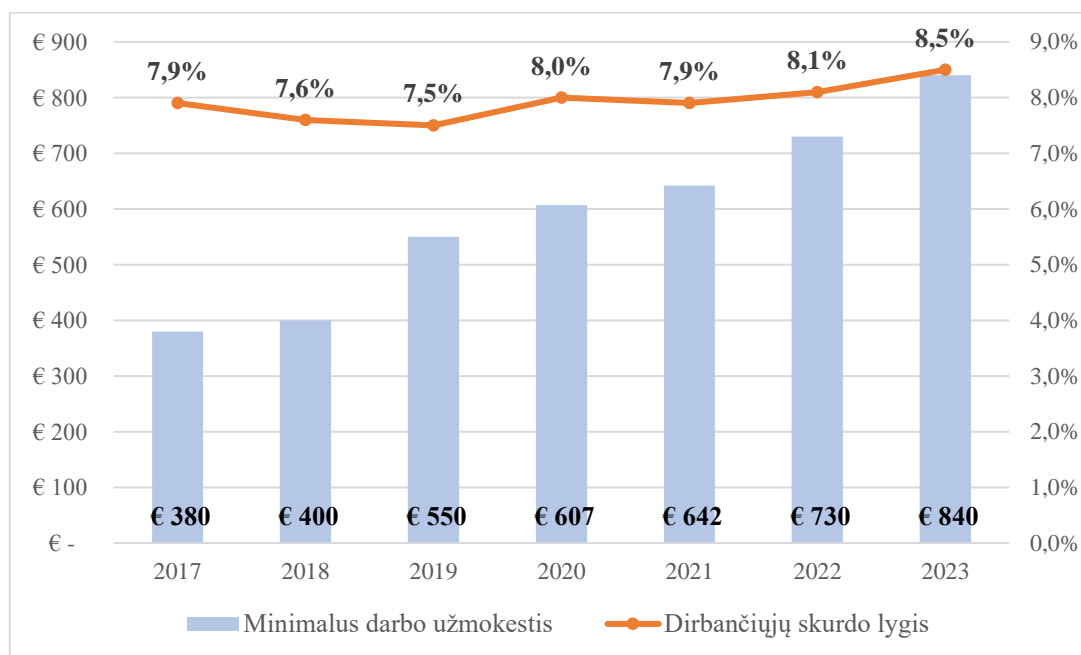
Minimaliojo darbo užmokesčio (bruto ir neto) pokyčius galima matyti 1 pav.

**1 pav.** Minimaliojo darbo užmokesčio (bruto ir neto) kitimas Lietuvoje 2017–2023 m., EUR

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

1 pav. pateiktas minimalusis darbo užmokestis Lietuvoje, atskirai nurodant bruto (prieš mokesčius) ir neto (po mokesčių) atlyginimą 2017–2023 m. laikotarpiu. 2017 m. bruto atlyginimas buvo 380 Eur, o 2023 m. pasiekė 840 Eur, tai reiškia, kad per septynerius metus bruto atlyginimas paaugo daugiau negu du kartus. Neto atlyginimas taip pat nuolat didėjo, tačiau augimo tempai buvo kiek mažesni negu bruto atlyginimo. 2017 m. neto atlyginimas siekė 335,30 Eur, o 2023 m. – 633,20 Eur. Per šį laikotarpį neto atlyginimas padidėjo beveik 89 proc. 2023 m. bruto atlyginimas siekė 840 Eur, o neto – 633,20 Eur. Tai reiškia, kad mokesčiai sudarė apie 24,6 proc. bruto atlyginimo. Analizuojant lentelės duomenis, matyti, kad bruto darbo užmokesčio augimo tempas yra spartesnis negu neto darbo užmokesčio. Tai reiškia, kad minimalusis darbo užmokestis po mokesčių (neto) didėja, tačiau jo augimas nėra toks ryškus, kaip bruto atlyginimo. Šis skirtumas svarbus, nes žmonėms, gaunantiems minimalųjį darbo užmokestį, labiau rūpi neto atlyginimo augimas – tai reali suma, kurią jie gali skirti savo poreikiams ir būtinoms išlaidoms. Taigi minimaliosios algos pokyčiai turėtų būti vertinami ne tik bruto, bet ir neto kontekste, atsižvelgiant į tai, kaip mokesstinė sistema paveikia darbuotojų pajamas.

2 pav. pateikiama minimaliojo darbo užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo lygio dinamika Lietuvoje nuo 2017 m. iki 2023 m.



2 pav. Minimaliojo mėnesinio užmokesčio (bruto) ir dirbančiųjų skurdo lygio Lietuvoje santykis 2017–2023 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Kaip matyti iš 2 pav., analizuojamu periodu minimalusis darbo užmokestis nuosekliai augo: nuo 380 Eur 2017 m. iki 840 Eur 2023 m., t. y. jis išaugo daugiau negu dvigubai. Nepaisant šio augimo, dirbančiųjų skurdo ribos lygis reikšmingai nesumažėjo. 2017 m. jis siekė 7,9 proc., o 2023 m. išaugo iki 8,5 proc. Nors nuo 2017 m. iki 2020 m. šis rodiklis iš dalies mažėjo, vėliau jis pradėjo vėl kilti, net ir tuo metu, kai minimalusis darbo užmokestis didėjo. Tai rodo, kad minimaliojo darbo užmokesčio didėjimas ne visada užtikrina, kad gaunantieji minimalųjį atlyginimą bus apsaugoti nuo skurdo. Gauti duomenys iš dalies paneigia mokslinėje literatūroje aptariamus teiginius, kad dirbančiųjų skurdą tiesiogiai lemia minimaliojo uždarbio didinimas. Kiti veiksniai, tokie kaip gyvenimo išlaidų augimas, infliacija ir bendrosios ekonominės sąlygos, taip pat turi didelę įtaką dirbančiųjų skurdo ribai. Tai gali reikšti, kad minimaliojo darbo užmokesčio augimas nėra pakankamas arba nėra pakankamai spartus, kad reikšmingai sumažintų dirbančiųjų skurdą.

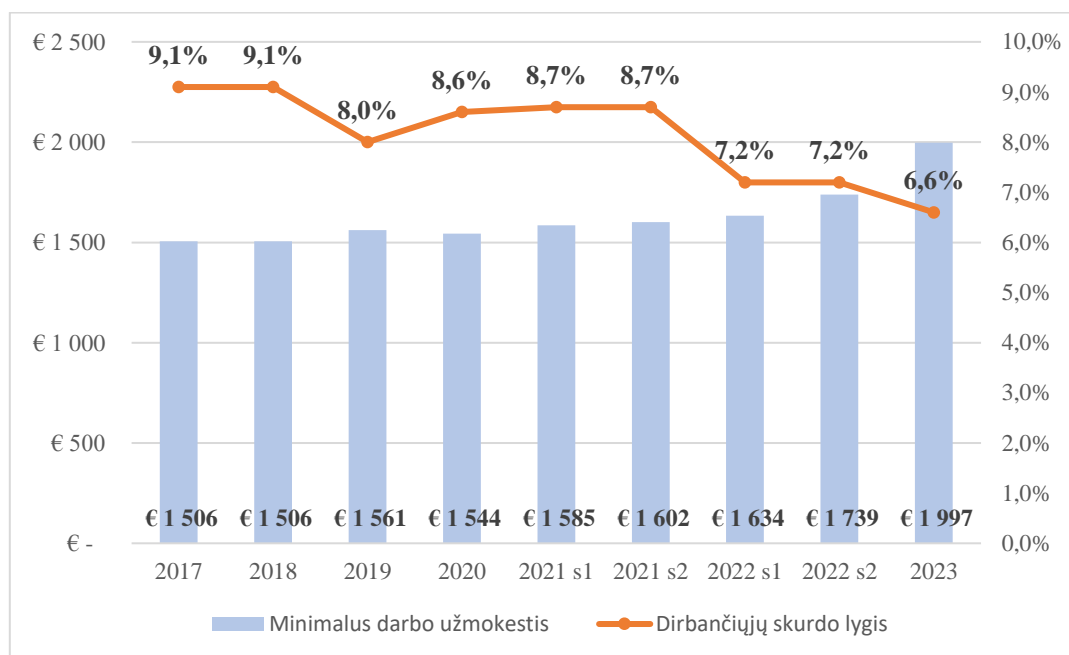
Siekiant įvertinti minimaliojo darbo užmokesčio poveikį dirbančiųjų skurdo lygiui Lietuvoje, atlikta koreliacinė analizė. Norėta nustatyti, ar tarp šių dviejų kintamųjų egzistuoja statistiškai reikšmingas ryšys. Gauti rezultatai parodė, kad egzistuoja stiprus teigiamas ryšys tarp dirbančiųjų skurdo lygio ir minimaliojo darbo užmokesčio ($r = 0,763$, $p = 0,046$) (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Koreliacinė analizė

Kintamieji	Koreliacijos koeficientas (r)	p reikšmė (Sig.)	Imtis (N)
Dirbančiųjų skurdo lygis ir minimalusis darbo užmokestis	0,763	0,046	7

Tiesioginis ryšys tarp minimaliojo darbo užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo rodo, kad minimaliojo darbo užmokesčio didinimas nemažina dirbančiųjų skurdo, todėl reikėtų apsvarstyti kias priemones, kurios padėtų sumažinti dirbančiųjų skurdo problemą.

Tai, kad tinkamai nustatytas minimalusis darbo užmokestis gali padėti sumažinti dirbančiųjų skurdą, rodo Vokietijos atvejis, pavaizduotas 3 pav. Šiame paveiksle pateikiami minimaliojo darbo užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo lygio duomenys Vokietijoje nuo 2017 m. iki 2023 m.



3 pav. Minimaliojo mėnesinio (bruto) užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo Vokietijoje santykis 2017–2023 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis (Eurostat, 2024)

Kaip matyti iš 3 pav., per analizuojamą laikotarpį Vokietijoje minimalusis darbo užmokestis kito nuo 1 506 Eur 2017 m. iki 1 997 Eur 2023 m. Augimas vyko palaipsniui, tačiau ne taip sparčiai kaip Lietuvoje. Nepaisant šio lėtesnio augimo, dirbančiųjų skurdo lygis per šį laikotarpį nuolat mažėjo. 2017 m. jis siekė 9,1 proc., o 2023 m. sumažėjo iki 6,6 proc.

Analizuojant Lietuvos ir Vokietijos minimaliojo darbo užmokesčio ir dirbančiųjų skurdo pokyčius 2017–2023 m. laikotarpiu, pastebima, kad Vokietijoje, kurioje minimalusis darbo užmokestis buvo stabiliai didinamas, skurdo lygis tarp dirbančiųjų smarkiai sumažėjo (nuo 9,1 % iki 6,6 %). Minėtina, kad minimalusis darbo užmokestis Vokietijoje apskritai įvestas tik 2015 m. Lietuvoje minimalusis darbo užmokestis stipriai kilo (nuo 380 Eur iki 840 Eur), tačiau dirbančiųjų skurdo lygis liko pakankamai stabilus (nuo 7,9 % iki 8,5 %). Tai rodo, kad tik minimaliojo darbo užmokesčio didinimo neužtenka, siekiant reikšmingai sumažinti dirbančiųjų skurdo lygį Lietuvoje. Minimaliojo atlyginimo dydis yra svarbus veiksnys, galintis turėti tiesioginį poveikį dirbančiųjų skurdo lygiui, tačiau, norint veiksmingai kovoti su šia problema, reikia atsižvelgti ir į kitus veiksnius, galinčius sumažinti dirbančiųjų skurdą.

IŠVADOS

Atlikus mokslinės literatūros analizę, galima teigti, kad minimaliojo darbo užmokesčio didinimas laikomas svarbia priemone kovojant su skurdu. Pokyčiai padeda padidinti mažiausiai uždirbančiųjų pajamas, vis dėlto šis poveikis gali būti trumpalaikis, jei atlyginimų augimą lydi infliacija ar darbo vietų mažėjimas dėl padidėjusių darbdavių išlaidų atlyginimams.

Analizuojant bruto ir neto minimaliojo darbo užmokesčio pokyčius, pastebima, kad bruto atlyginimas tiriamuoju laikotarpiu augo sparčiau negu neto. Nors bruto minimalusis užmokestis nuo 2017 iki 2023 m. padvigubėjo, darbuotojams likusi suma po mokesčių (neto) didėjo lėčiau. Šis skirtumas akcentuoja būtinybę peržiūrėti mokesčines reformas, siekiant užtikrinti, kad minimaliosios algos didinimas iš tiesų padidintų dirbančiųjų galimybę gauti didesnes pajamas savo reikmėms.

Atlikus minimaliojo darbo užmokesčio lyginamąją analizę, galima matyti, kad Lietuvoje, didėjant minimaliajam darbo užmokesčiui, dirbančiųjų skurdo lygis išlieka stabilus, pakildamas ar nusileisdamas šimtajai procento dalimi, tačiau reikšmingo mažėjimo nematome. Vokietijoje,

skirtingai negu Lietuvoje, kur minimalusis darbo užmokestis buvo įvestas tik 2015 m., didėjant minimaliajam darbo užmokesčiui, dirbančiųjų skurdo lygis mažėja.

Atlikta koreliacinė analizė atskleidė stiprų teigiamą ryšį tarp dirbančiųjų skurdo lygio ir minimaliojo darbo užmokesčio Lietuvoje. Tai reiškia, kad, didėjant minimaliajam darbo užmokesčiui, dirbančiųjų skurdo lygis taip pat didėja. Tokia situacija gali būti susijusi su tuo, kad minimalusis darbo užmokestis nėra pakankamai didelis, jog reikšmingai sumažintų skurdo riziką Lietuvoje. Vokietijoje, tikėtina, padėtis kiek kitokia – minimaliojo darbo užmokesčio didėjimas gali padėti efektyviau mažinti skurdo lygį dėl stipresnių socialinių garantijų ir gerai išvystytos ekonominės aplinkos.

Minimaliojo darbo užmokesčio dydis yra svarbus veiksnys, galintis turėti tiesioginį poveikį dirbančiųjų skurdo lygiui, tačiau, siekiant veiksmingai spręsti šią problemą, būtina atsižvelgti ir į kitus veiksnius. Vien minimaliojo darbo užmokesčio didinimas gali būti nepakankamas, jei nėra kartu įgyvendinamos papildomos priemonės, tokios kaip socialinės ir ekonominės politikos priemonių paketas, apimantis darbo rinkos reguliavimą, siekiant užtikrinti teisingą ir subalansuotą darbo užmokesčio ir darbo sąlygų santykį.

Literatūros sąrašas

Abe, A., Chang, Y. L., Kang, J. Y., Romich, J., & Wang, J. S. H. (2022). Working poverty and anti-poverty policy in Four East Asian societies. In I. Ku & P. Saunders (Eds.), *Poverty and inequality in East Asia: work family and policy* (pp. 14–37). Santa Barbara, Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.

Barbieri, P., Cutuli, G., & Scherer, S. (2024). In-work poverty in Western Europe. A longitudinal perspective. *European Societies*, 26(4), 1232–1264. <https://doi.org/10.1080/14616696.2024.2307013>

De Becker, E. (2023). Social security in the combat of in-work poverty. In L. Ratti & P. Schoukens (Eds.), *Working yet poor: challenges to EU social citizenship* (pp. 139–186). Hart Publishing. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4431610>

DeSimone, B. (2020). *From the serial set: The history of the minimum wage*. Library of Congress Blogs. <https://blogs.loc.gov/law/2020/09/from-the-serial-set-the-history-of-the-minimum-wage/>

Eurostat. (2024). *Database*. <https://ec.europa.eu/eurostat>

Feriyanto, N., El Aiyubbi, D., & Nurdany, A. (2020). The impact of unemployment, minimum wage, and real gross regional domestic product on poverty reduction in provinces of Indonesia. *Asian Economic and Financial Review*, 10, 1088–1099. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.1010.1088.1099>

Gerbery, D., & Miklošovič, T. (2024). What prospects for working poor? Central Europe's experience with dynamics of in-work poverty. *International Journal of Sociology*, 54(4), 265–285.

Halleröd, B., Ekbrand, H., & Bengtsson, M. (2015). In-work poverty and labour market trajectories: poverty risks among the working population in 22 European countries. *Journal of European Social Policy*, 25(5), 473–488. <https://doi.org/10.1177/0958928715608794>

Herman, E. (2014). Working poverty in the European Union and its main determinants: an empirical analysis. *Engineering Economics*, 25, 427–436. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.25.4.6339>

Hick, R., & Marx, I. (2022). Poor workers in rich democracies: on the nature of in-work poverty and its relationship to labour market policies. *IZA Discussion Paper*, 15163.

Kamandulienė, A., & Paulauskaitė, G. (2013). Assessment of economic and social impact of minimum wage on individuals. *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai*, 7(1), 117–135.

Lietuvos Respublikos Vyriausybė. (n. d.). *Valstybinė darbo inspekcija*. <https://vdi.lrv.lt/lt/>

Manning, A. (2021). The elusive employment effect of the minimum wage. *Journal of Economic Perspectives*, 35(1), 3–26.

Mihai, M., Titan, E., & Manea Todose, D. (2015). Education and poverty. *Procedia Economics and Finance*, 32, 855–860. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01532-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01532-4)

Poy, S. (2023). In-work poverty dynamics: trigger events and short-term trajectories in Argentina. *Journal for Labour Market Research*, 57(24). <https://doi.org/10.1186/s12651-023-00348-5>

Seubert, C., Hopfgartner, L., & Glaser, J. (2021). Living wages, decent work, and need satisfaction: an integrated perspective. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(6), 808–823.

SUMMARY

THE IMPACT OF MINIMUM WAGES ON IN-WORK POVERTY IN LITHUANIA

Iveta Sakalavičiūtė

Kaunas University of Technology, Lithuania

iveta.sakalaviciute@ktu.edu

Consulted by dr. Daiva Laskienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

daiva.laskiene@ktu.lt

Wages are essential to people's livelihoods, not only to meet basic needs such as paying for utilities or buying basic goods, but also to enjoy leisure time and feel equal in society. When wages are low and do not allow workers to cover basic living costs, there is a risk that workers will live in poverty, even if they have a regular job. This study aims to analyse the impact of the minimum wage on the level of in-work poverty in Lithuania over a six-year period. To this end, the aim was to carry out a statistical analysis of the relationship between the minimum wage and in-work poverty in Lithuania and to compare the results with Germany. Several methods were used to achieve this objective: analysis of scientific literature and graphical analysis of statistical data. The study showed that the minimum wage in Lithuania is increased every year, but it is important to note that the pre-tax wage is growing much faster than the after-tax wage, which is more important for minimum wage earners as it is the amount they can spend on their own needs. A comparative analysis of the minimum wage shows that in Lithuania, as the minimum wage rises, the in-work poverty rate remains stable, rising or falling by a hundredth of a percentage point, but we do not see a significant decline. In Germany, in contrast to Lithuania, where the minimum wage was only introduced in 2015, the in-work poverty rate is decreasing as the minimum wage increases. While the level of the minimum wage is an important factor that can have a direct impact on the in-work poverty rate, other factors and an integrated package of socio-economic policies must be taken into account in order to effectively combat this problem.

Sakalavičiūtė, I., Laskienė, D. (2025). Minimaliojo darbo užmokesčio poveikis dirbančių asmenų skurdui Lietuvoje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 341-348, ISSN 2669-221X

EKONOMINIŲ RODIKLIŲ ĮTAKA TIESIOGINĖMS UŽSIENIO INVESTICIJOMS LIETUVOJE

Daniel Doveiko

Vilniaus universitetas, Lietuva
daniel.doveiko@gmail.com

Konsultavo dr. Laimutė Urbšienė

Vilniaus universitetas, Lietuva
laimute.urbsiene@ef.vu.lt

IVADAS

Tiesioginės užsienio investicijos (TUI) yra svarbus šalies ekonomikos plėtros, globalizacijos ir integracijos į pasaulio rinką veiksnys, o jų pritraukimas įvardijamas kaip vienas svarbiausių ekonominės politikos tikslų. TUI grindžiamas visuomenės ekonominis vystymasis: didina šalies konkurencingumą tarptautiniame lygmenyje, bendrąjį vidaus produktą (BVP), naujas darbo vietas, didina visuomenės gerovę ir kuria patrauklią investicinę aplinką. Investuotojai linkę atlikti išsamią šalies analizę, prieš nukreipdami tiesiogines investicijas į konkrečią šalį, todėl įvertina šalies ekonominių rodiklių kaitą.

Problema – kokie ekonominiai rodikliai daro didžiausią įtaką TUI pritraukti Lietuvoje?

Tikslas – nustatyti šalies ekonominių rodiklių poveikį TUI Lietuvoje. Skirtingi tyrėjai, atlikdami tyrimus, nagrinėja įvairius laikotarpius, šalis, taiko skirtingus tyrimo metodus, tačiau bendros nuomonės kol kas nėra.

Uždaviniai:

- atlikus literatūros analizę, įvardyti TUI veikiančius ekonominius rodiklius;
- parengti tyrimo metodologiją ir aprašyti pagrindinius analizuojamus ekonominius rodiklius;
- atlikus koreliacinę ir regresinę analizę, nustatyti TUI priklausomybę nuo šalies ekonominių rodiklių.

Metodai: mokslinės literatūros analizė, Valstybės duomenų agentūros, „Eurostat“, „Tradingeconomics“, „Worldbank“, „Countryeconomy“ duomenų regresinė ir koreliacinė analizė.

TUI ir jas lemiantys veiksniai

Remiantis Europos Sąjungos statistikos tarnyba („Eurostat“), TUI apibrėžiamos kaip siekis įgyti ilgalaikį interesą kitos ekonomikos subjekte (rezidente). Ilgalaikis interesas reiškia ilgalaikį tiesioginio investuotojo ir įmonės ryšį bei reikšmingą investuotojo įtaką įmonei valdyti. Ilgalaikis ryšys atsiranda, kai investuotojas įgyja ne mažiau kaip 10 proc. įmonės valdymo balsų (Eurostat, 2018). Lietuvos Respublikos investicijų įstatyme TUI apibrėžimo nepateikiama, tačiau, klasifikuojant investicijas pagal jų įtaką ūkio subjektui, jos skirstomos į tiesiogines ir netiesiogines bei sukonkretina „Eurostat“ tiesioginių investicijų apibrėžimą ir investicijų formą: investicijos ūkio subjektui steigti bei įregistruoto ūkio subjekto kapitalui ar jo daliai įsigyti, taip pat reinvesticijos, paskolos ūkio subjektams, kuriuose investuotojui priklauso kapitalas ar jo dalis, subordinuotos paskolos, jei investuojama siekiant užmegzti arba palaikyti ilgalaikius tiesioginius investuotojo ir ūkio subjekto ryšius (Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 2024). Lietuvos bankas TUI apibūdina kaip tarptautinių investicijų kategoriją, apimančią ilgalaikius ekonominius finansinius santykius ir interesus tarp tiesioginio užsienio investuotojo (nerezidento) ir šalies tiesioginio investavimo subjekto (rezidento) (Lietuvos bankas, 2024). Mokslinėje literatūroje pritariama įvardytoms apibrėžtims, kad, TUI susijusios su ilgalaikiu investuotojo ir įmonės ryšiu, apima atvejus, kai investuotojai bando perimti įmonių kontrolę arba plėtoja savo verslą šalyje, turėdami ilgalaikių tikslų (Stompfe, 2021), o tai pagrindiniai elementai, atskiriantys TUI nuo įprastų investuotojų, orientuotų į užsienio įmonių

finansinius instrumentus (Corporate Finance Institute, 2024). Tarptautinis finansų institutas (Corporate Finance Institute, 2024) nurodo, kad TUI apima keturias rūšis: horizontaliąją, vertikaliąją, konglomerato ir platformos.

TUI srautai naudojami naujoms įmonėms, filialams steigti, įsigyjant ar prisijungiant jau veikiančias bendroves, papildomoms įmonių akcijoms pirkti, užsienio pelnui reinvestuoti suteikiant paskolas vietinėms įmonėms. TUI lemia pasaulinės vertės grandinės (GVC) teorija, apimanti tarptautinį gamybos pasidalijimą, kai gamyba skirstoma į veiklas ir užduotis, atliekamas skirtingose šalyse (Seric & Tong, 2019). Sprendimą, kurioje šalyje vykdyti veiklą, lemia skirtingi šalių ekonominiai veiksniai: BVP ir jo augimo tempas; darbo jėgos sąnaudos ir našumas; palūkanų normos; mokesčių sistema; valiutos kursas; prekybos politika ir rinkos atvirumas; infrastruktūra; investicijų apsauga ir teisinė sistema; politinis ir ekonominis stabilumas.

BVP ir jo augimo tempas turi įtakos TUI įplaukoms pritraukti. Augantis BVP rodo stipresnę ekonomiką, didesnę gyventojų perkamumą ir daugiau galimybių investicijoms. Kosma (2015), išanalizavusi 2001–2013 m. Graikijos duomenis, nustatė teigiamą ir statistiškai reikšmingą ryšį tarp investicijų santykio ir BVP augimo tempo. Hlaváček ir Bal-Domańska (2016) pabrėžia, kad TUI turėjo išskirtinį vaidmenį vykdamas ekonomikos transformaciją, nes prisidėjo prie Vidurio ir Rytų Europos šalių ekonomikos augimo ir tapo pereinamojo laikotarpio ekonomikų integracijos į pasaulines gamybos grandines priemone.

Darbo jėgos sąnaudos yra svarbus veiksnys užsienio investuotojams. Žemos darbo jėgos sąnaudos mažina verslo išlaidas, skatina verslo plėtrą. Nuosekliai kylantis darbo užmokestis šalyje taip pat rodo šalies ekonominį stabilumą. Atlikus minimalaus darbo užmokesčio įtakos investicijoms Kinijoje analizę, pastebėta, kad brangstanti darbo jėga tam tikruose regionuose mažina įmonių investicijas, o tai ypač aktualu privačiam sektoriui (Han et al., 2024). Pirju ir kt. (2023) nagrinėjo TUI priklausomumą nuo vidutinio darbo užmokesčio Austrijoje ir Vokietijoje. Mokslininkai pastebėjo, kad vienu procentu išaugusios TUI 2022 m. buvo siejamos su 0,01 proc. darbo užmokesčio sumažėjimu. Atgavus nepriklausomybę, pirmaisiais dešimtmečiais Lietuvą investuotojai rinkosi kaip santykinai mažesnių darbo jėgos kaštų valstybę, palyginti su Vakarų Europa (Šečkutė & Tvaronavičius, 2007). Šis pranašumas, palyginti su kitomis ES šalimis, sudarė prielaidą pritraukti daugiau užsienio investicijų, tačiau pastaraisiais metais sparčiai kylantis vidutinis darbo užmokestis (apie 10–12 proc. kasmet¹) mažina šalies konkurencingumą, ypač gamybos pramonėje. Nagrinėjant ryšį tarp vidutinio mėnesinio atlyginimo ir TUI lemiančių veiksnių stiprumo Baltijos šalyse, pastebima labai stipri koreliacija (koreliacijos koeficientas viršija 0,939) (Stankevičienė & Lakštutienė, 2012). Vis dėlto ne visi užsienio investuotojai orientuojasi į žemus veiklos kaštus. Kai kurie prioritetą teikia veiklos specializacijai ar technologinei ir mokslinei pažangai, net jei darbo jėgos sąnaudos yra didesnės (Sakalauskaitė & Miškinis, 2014).

Mokestinė našta – svarbus veiksnys, lemiantis TUI šalyje. Stabili, maža šalies mokestinė našta ir galiojančios lengvatos užsienio verslui didina investuotojų pelningumą ir pasitikėjimą. Pelno mokesčio padidinimas (sumažinimas) vienu procentiniu punktu susijęs su 0,3073 procentinio punkto investicijų sumažėjimu (padidėjimu) (Kosma, 2015).

Žemos ir stabilios palūkanos šalyje mažina finansavimo sąnaudas. Egzistuoja neigiamas ir statistiškai reikšmingas ryšys tarp investicijų normos ir realios palūkanų normos: realios palūkanų normos padidinimas (sumažinimas) vienu procentiniu punktu susijęs su investicijų normos sumažėjimu (padidėjimu) 0,1228 procentinio punkto (Kosma, 2015). Žemesnė palūkanų norma veikia kaip paskata investuoti šalyje ir pritraukia daugiau TUI įplaukų dėl pigesnių skolinimosi galimybių (Emmanuel et al., 2019), tačiau aukštesnės palūkanų normos šalyje suteikia skolintojams geresnę grąžą, palyginti su kitomis valstybėmis, ir pritraukia užsienio kapitalą.

¹ Žr. <https://tradingeconomics.com/lithuania/wages>.

Investuotojams svarbus *valiutos kursas* bei stabilios ir stiprios valiutos, pavyzdžiui, JAV doleris, Šveicarijos frankas. Užsienio investicijos į šalies vidaus turtą, veiklos šalyje steigimas didina valstybės pinigų paklausą dėl valiutos konvertavimo, o tai skatina valiutos kurso ir palūkanų normos kilimą (Fornah & Yuehua, 2017). Moraghenas ir kt. (2023), atlikę tyrimą, pastebėjo, kad realus Mauricijaus rupijos nuvertėjimas JAV dolerio atžvilgiu per pastaruosius dešimtmečius buvo naudingas, nes padidino TUI įplaukas šalyje.

Atvira ekonomika ir liberali užsienio prekyba pritraukia TUI srautus. Ma'inas ir kt. (2018), atlikę tyrimą Malaizijoje, naudodami 1982–2015 m. duomenis ir sudarę regresijos modelį su keturiais kintamaisiais, iš kurių vienas yra prekybos atvirumas, nustatė stiprų ilgalaikį ryšį: pritraukiant daugiau investicijų, pasiekama ekonomikos augimo. Taip pat dėl atviros rinkos tampa paprastesnis importo ir eksporto procesas.

Infrastruktūra taip pat yra vienas iš esminių TUI veiksmų, nes investuotojų sprendimą dažnai lemia inžineriniai tinklai, susisiekimo ar prekybos objektai šalyje. Šis rodiklis ypač svarbus investuotojams, orientuotiems į gamybos, statybos ar turizmo šakas (Moraghen et al., 2023). Dažnai prie investicinės aplinkos formavimo prisideda savivaldybių skiriamos išlaidos infrastruktūrai gerinti, keliams tiesti (Sakalauskaitė & Miškinis, 2014).

Vis dėlto ne vien tik išvardyti ekonominiai veiksniai lemia TUI dydį. Camposas ir Kinoshita (2008), nagrinėdami empirinį ryšį tarp TUI ir Rytų Europos bei Lotynų Amerikos regionų reformų privatizavimo, finansų reformos ir prekybos liberalizavimo srityse, nurodė, kad užsienio investuotojams svarbūs rodikliai yra šalies institucijų vykdoma politika, liberalus prekybos režimas, infliacija, teisinė aplinka, bankų efektyvumas. Anyanwu (2012), analizavęs Afrikos regionui skirtų TUI dydį, papildomai įvardija finansinį išsivystymą ir šalies korupcijos lygį. Užsienio investuotojams dažnai svarbi sklypų pasiūla, tačiau vien jos užtikrinimas nėra pakankamas – svarbu ir infrastruktūros išvystymo lygis.

1 lentelė. TUI lemiantys veiksniai

Autoriai	Kintamieji, veikiantys TUI	Tyrimo laikotarpis	Taikomi metodai	Rezultatai
Pirju et al., 2023	Vidutinis darbo užmokestis; užimtų asmenų skaičius šalyje.	1992–2019 m.	Koreliacinė ir regresinė analizė	TUI padidėjimas susijęs su darbuotojų darbo užmokesčio sumažėjimu.
Moraghen et al., 2023	Prekybos atvirumas; BVP; vidutinis darbo užmokestis; valiutos kursas.	1990–2015 m.	ARDL modelis	Šalies prekybos atvirumas, BVP augimas, šalies valiutos nuvertėjimas didina TUI srautus.
Vukmirović et al., 2021	BVP; nedarbo lygis; pasaulinio konkurencingumo indeksas (GCI).	2010–2019 m.	Analizė, surinktų oficialių šaltinių duomenų lyginimas, prognozavimas	Serbijoje palyginus TUI įplaukas iš Kinijos, Rusijos ir ES šalių, nustatytas laipsniškas BVP, TUI ir pasaulinio konkurencingumo indekso (GCI) didėjimas ir nedarbo lygio mažėjimas per ateinančius 5 metus.
Ma'in et al., 2018	BVP; prekybos atvirumas; gyventojų skaičius.	1982–2015 m.	Dickey ir Fullerio testas, Johanseno kointegracijos testas ir vektoriaus klaidų taisymo modelis (VECM)	Besivystančių šalių ekonomikos atvirumas didina investuotojų TUI srautus, orientuotų į žemas darbo sąnaudas.
Hlavacek et al., 2016	BVP	2000–2012 m.	Endogeninis augimo modelis	BVP augimas stipriai koreliuoja su TUI metiniais pokyčiais.

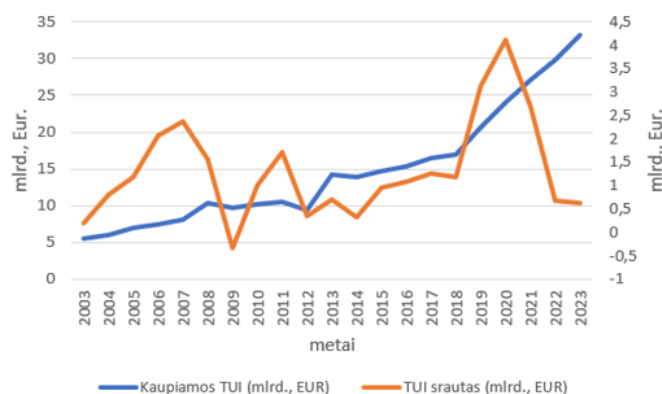
Kosma, 2015	BVP; reali palūkanų norma; privataus kredito augimas; pelno mokesčio tarifo pokyčiai.	2001–2013 m.	Tiesinis ekonometrinis modelis	Žema vidaus palūkanų norma, palankios skolinimosi galimybės, mokestinės lengvatos užsienio investuotojams didina TUI srautus.
Sakalauskaitė & Miškinis, 2014	BVP; išsilavinimas; darbo užmokestis.	2000–2011 m.	Abstrakcija, sisteminė lyginamoji analizė, loginė mokslinių tyrimų rezultatų analizė ir sintezė.	Investuotojų TUI srautai orientuoti į aukštos kvalifikacijos specialistus tuose Lietuvos regionuose, kuriuose darbo užmokestis ir išsilavinimo lygis yra aukšti.
Stankevičienė & Lakštutienė, 2012	BVP; rinkos dydis; eksportas; ekonominis atvirumas; mokesčių našta; vidutinis mėnesio atlyginimas; išlaidos moksliniams tyrimams ir technologijų plėtrai (MTTP).	2000–2011 m.	Mokslinės literatūros analizė, statistinė tyrimo duomenų analizė, grafinis duomenų vaizdavimas ir koreliacinė analizė.	Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje egzistuoja stipri priklausomybė tarp TUI srautų ir rinkos dydžio, ekonominio atvirumo, išlaidų MTTP, vidutinio mėnesinio atlyginimo.

Minėtini TUI privalumai ir trūkumai. TUI didina užimtumą, stimuliuoja šalies ekonomiką, suteikia galimybę vietinėms įmonėms pasisemti patirties ir žinių, tačiau gali kelti ir problemų: išstumia vietines įmones, kurios negali konkuruoti su didelėmis užsienio įmonėmis, o uždirtbę pelną vengia reinvestuoti šalyje ir nukreipia jį į pagrindinę šalį (Corporate Finance Institute, 2024).

TUI apibrėžiamos kaip siekis įgyti ilgalaikį interesą kitos ekonomikos subjekte. Įmonės valdymo kontrolės siekis ir ilgalaikių ryšių su užsienio įmone kūrimas yra pagrindiniai elementai, atskiriantys TUI nuo įprastų investuotojų, orientuotų į užsienio įmonių finansinius instrumentus. TUI lemia daugybę ekonominių veiksnių: BVP, rinkos dydis, ekonominis atvirumas, palūkanų norma, mokestinė našta, vidutinis mėnesio atlyginimas ir kt.

TUI Lietuvoje

Remiantis Lietuvos oficialiosios statistikos portalo duomenimis, kaupiamos TUI Lietuvoje auga (žr. 1 pav.), tačiau pastaraisiais metais pastebimas TUI srautų mažėjimas. TUI srautų augimas siejamas su sėkmingomis plyno lauko investicijomis iki 2007 m. (Sakalauskaitė & Miškinis, 2014), tačiau krizės laikotarpiu TUI buvo net neigiamos (–0,3276 mlrd. Eur 2009 m.). Vėliau iki 2020 m. pastebimas TUI srautų didėjimas. Nepaisant sudėtingos ekonominės, geopolitinės ir konkurencinės aplinkos, TUI srautai pastaraisiais metais vis dar išlieka teigiami, nors ir mažėjantys – nesiekia 1 mlrd. eurų.



1 pav. TUI Lietuvoje

Šaltinis: sudaryta remiantis Lietuvos oficialiosios statistikos portalu ir „Macrotrends“ duomenų šaltiniu

Per 2023 m. daugiausia TUI gauta iš Vokietijos – 5,7 mlrd. Eur. Didžiausią TUI dalį (11,6 mlrd. Eur) pritraukė finansinę ir draudimo veiklą vykdančios įmonės – investicijos padidėjo 12,1 proc. punkto iki 39 proc. (Lietuvos bankas, 2023). 2022 m. pabaigoje Lietuvos įmonių investicijos užsienyje siekė 10,6 mlrd. Eur, pusė jų buvo orientuotos į profesinę, mokslinę ir techninę veiklą. Daugiausia investuota JAV (40,4 proc. visų tiesioginių investicijų užsienyje), Latvijoje (18,1 proc.), Estijoje (11,3 proc.), Kipre (7,5 proc.) (Lietuvos oficialios statistikos portalas, 2023).

Sukaupta TUI suma Lietuvoje auga, tačiau nuo 2020 m. pastebimas TUI srautų mažėjimas. Nepaisant sudėtingos ekonominės, geopolitinės ir konkurencinės aplinkos, TUI srautai vis dar išlieka teigiami.

Tyrimo metodologija

Skirtingi autoriai įvardija įvairius TUI lemiančius ekonominius veiksnius, tačiau neturima vienos nuomonės, taikomi įvairūs tyrimo metodai, nagrinėjami skirtingi laikotarpiai. Straipsnyje pristatomu tyrimu siekta nustatyti šalies ekonominių rodiklių poveikį TUI. Tyrimui atlikti pasitelktas priklausomas kintamasis (y – TUI srautų metinio procentinio pokyčio rodiklis) ir nepriklausomi kintamieji (žr. 2 lentelę). Siekiant sumažinti nestacionarumą, regresoriai išreikšti metiniu procentiniu pokyčiu, o ne absoliučiais dydžiais.

2 lentelė. Analizuojami ekonominiai rodikliai

Matavimas	Rodiklis	Šaltinis	Kaip matuojami?
Ekonomikos augimas	BVP – bendrasis vidaus produktas Vartojimas + investicijos + valstybės išlaidos + (eksportas – importas)	„Macrotrends“ ²	Metinis procentinis pokytis
Ekonomikos atvirumas	PS – prekybos santykis su BVP	„Macrotrends“ ³	
Ekonomikos efektyvumas	DN – darbo našumas Ūkio produkcija, padalyta iš dirbtų valandų skaičiaus	„Trading Economics“ ⁴	
Patrauklumas skolintis	VTPN – kiekvienų metų vidutinė tarpbankinė palūkanų norma EURIBOR	Euribor rates.eu ⁵	
Darbo jėgos kaina	VDU – vidutinis darbo užmokestis	Oficialiosios statistikos portalas ⁶	
Užsienio kapitalo judėjimas į šalį	TUI – tiesioginių užsienio investicijų srautai	„Macrotrends“ ⁷	

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Sudarius koreliacinę matricą, pasirinktas reikšmingumo lygmuo $\alpha = 0,15$. Jei p reikšmė $\geq \alpha$, regresorius neįtraukiamas į modelį, nes koreliacijos koeficientas nelaikomas reikšmingu. Siekiant išvengti multikolinearumo, į regresijos modelį nuspręsta neįtraukti regresorių, kurių r reikšmė $\geq 0,5$ kartu su TUI srautų metiniais procentiniais pokyčiais koreliacinėje matricoje (žr. 4 lentelę). Sudarytas daugianarės regresijos modelis su likusiais regresoriais (1), jis įvertintas pagal 3 lentelėje pateiktus rodiklius.

² Žr. <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/LTU/lithuania/gdp-gross-domestic-product>.

³ Žr. <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/LTU/lithuania/trade-gdp-ratio>.

⁴ Žr. <https://tradingeconomics.com/lithuania/productivity>.

⁵ Žr. <https://www.euribor-rates.eu/en/euribor-rates-by-year/2023/>.

⁶ Žr. <https://osp.stat.gov.lt/darbo-rinka-lietuvoje-2023/darbo-uzmokestis-darbo-sanaudos-ir-streikai/darbo-uzmokestis-darbo-laikas-ir-darbo-sanaudos>.

⁷ Žr. <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/LTU/lithuania/foreign-direct-investment>.

Daugianarės regresijos modelis

$$TUI = a + BVP \cdot b_1 + VTPN \cdot b_2 + VDU \cdot b_3 + DN \cdot b_4 (1)$$

3 lentelė. Modelio tinkamumo vertinimas

Matavimas	Rodikliai	Tinkamos reikšmės
Priklausomų kintamųjų kitimas paaiškinamas nepriklausomu kintamuoju	R^2 ir R^2_{adj} F	>0,2 >2,5
Multikolinearumas	Dispersijos mažėjimo rodiklis (VIF)	<4
Skirtumų tarp grupių vidurkių statistinis reikšmingumas	ANOVA p	<0,05
Modelio išskirčių nustatymas	DFBeta	<1
Autokoreliacijos įvertinimas	–	>0; <4

Šaltinis: sudaryta remiantis (Čekanavičius & Murauskas, 2014)

Tirti pasirinktas 2003–2023 m. laikotarpis. Duomenys imti iš Valstybės duomenų agentūros, „Eurostat“, „Tradingeconomics“, „Global-rates“, „Macrotrends“, „Tradingeconomics“, „Macrotrends“ duomenų bazių.

Tyrimo rezultatai

Siekiant įvertinti, kuriuos kintamuosius įtraukti į regresijos modelį, sudaryta koreliacinė matrica (žr. 4 lentelę). Palyginus patikimumo reikšmes su reikšmingumo lygmeniu, matyti, kad p reikšmė viršija reikšmingumo lygį prekybos santykyje su BVP. Tarp TUI srautų ir vidutinio darbo užmokesčio, BVP ir darbo našumo nustatyta vidutinio stiprumo koreliacija (žr. 4 lentelę). Kiekvienam investuotojui darbo našumas yra svarbus rodiklis, nes jis atspindi darbo jėgos produktyvumą šalyje. Didėjant vidutiniam Lietuvos darbo užmokesčiui, daugėja į šalį pritrauktų tiesioginių investicijų, o tai galima paaiškinti bendru šalies ekonomikos išsivystymo lygiu: šalies konkurencingumas, verslo aplinka, ekonomikos atvirumo lygis, aukštos kvalifikacijos darbo jėga atsveria trūkumus, susijusius su darbo jėgos kaina ir neturi neigiamos įtakos pritraukiamoms TUI. Atvirkštinė koreliacija nustatyta tarp tarpbankinės palūkanų normos ir TUI srautų. Jei tarpbankinė palūkanų norma žema, investicijų srautai yra didesni.

4 lentelė. Koreliacinė matrica

	TUI srautų metinis proc. pokytis	BVP metinis proc. pokytis	Vidutinio metinio EURIBOR metinis proc. pokytis	Vidutinio darbo užmokesčio metinis proc. pokytis	Prekybos santykio su BVP metinis proc. pokytis	Darbo našumo metinis proc. pokytis
TUI srautų metinis proc. pokytis	1					
BVP metinis proc. pokytis	r = 0,25 p = 0,12	1				
Vidutinio metinio EURIBOR metinis proc. pokytis	r = -0,11 p = 0,10	r = 0,28 p = 0,09	1			
Vidutinio darbo užmokesčio metinis proc. pokytis	r = 0,41 p = 0,03	r = 0,40 p = 0,03	r = 0,10 p = 0,1	1		
Prekybos santykio su BVP metinis proc. pokytis	r = 0,01 p = 0,48	r = 0,13 p = 0,28	r = -0,01 p = 0,48	0,03 p = 0,44	1	
Darbo našumo metinis proc. pokytis	r = 0,22 p = 0,05	r = 0,53 p = 0	r = 0,49 p = 0,01	0,32 p = 0,07	0,31 p = 0,07	1

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis oficialiais Valstybės duomenų agentūros, „Tradingeconomics“, „Global-rates“, „Tradingeconomics“ duomenimis

Sudaryta daugianarės regresijos lygtis (2) su likusiais regresoriais pagal regresijos modelį pateikta toliau.

Daugianarės regresijos lygtis

$$\text{TUI} = 946,2653 - 0,2104x_1 - 0,2408x_2 + 6295x_3 + 5,266x_4 \quad (2),$$

kur x_1 – BVP metinis proc. pokytis, x_2 – vidutinio metinio EURIBOR metinis proc. pokytis, x_3 – vidutinio darbo užmokesčio metinis proc. pokytis, x_4 – darbo našumo metinis proc. pokytis.

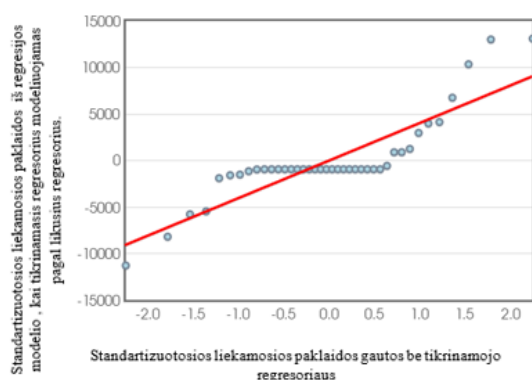
Sukurto regresijos modelio patikimumo analizė parodė, kad Lietuvos modelis pasižymi aukštu determinacijos ir koreguotu determinacijos koeficientu, turi žemą klaidos tikimybę, nėra multikolinearumo ir išskirčių (žr. 5 lentelę).

5 lentelė. TUI srautų ir ekonominių rodiklių regresinė analizė

R ²	R ² adj	p	F	VIF
0,49	0,44	0,001	5,82	1,79

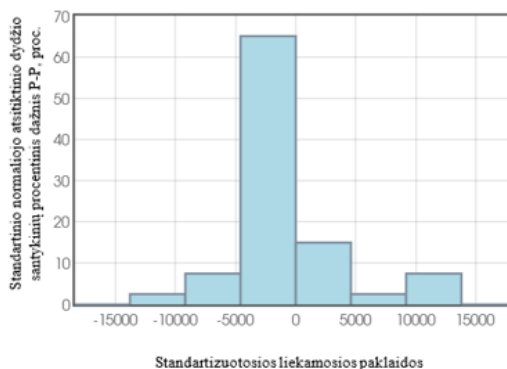
Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis „Multiple Linear Regression Calculator“ programa

Siekiant patikrinti, ar Y normaliai pasiskirstęs, sudaryta histograma, patikrintos standartizuotos liekamosios paklaidos, jos palygintos su normaliaja kreive. Pastebėti neženkliūs skirtumai – kuo taškai arčiau nubrėžtos tiesės, tuo duomenys normalesni (žr. 2 ir 3 pav.).



2 pav. Liekamųjų paklaidų grafikas

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis Multiple Linear Regression Calculator programa



3 pav. Standartizuotų liekamųjų paklaidų histograma

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis Multiple Linear Regression Calculator programa

Naudojant „Excel“ funkciją SUMPRODUCT, skaičiuojant autokoreliaciją, ji nenustatyta, reikšmės artimos 1. Autokoreliaciją mažina tai, kad tyrimui parinkti kintamųjų metiniai procentiniai pokyčiai, o ne absoliutieji dydžiai.

Prekybos atvirumas skirtingų užsienio tyrėjų įvardijamas kaip TUI srautus lemiantis rodiklis, tačiau atlikto tyrimo rezultatai parodė, jog tarp minėtų rodiklių nėra stiprios koreliacijos ir priklausomybės. Tam įtakos galėjo turėti analizuojamas laikotarpis, reikšmingi rinkos įvykiai (finansų krizė, pandemija, karas Ukrainoje). Dėl šių priežasčių prekybos ir BVP santykis galėjo greitai kisti. Kaip žinoma, TUI srautai įprastai reikalauja ilgalaikio planavimo, šie srautai ne visada atspindi tų metų ekonominę padėtį rinkoje. Prekybos atvirumą labiausiai lemia tokie veiksniai, kaip tarptautinių rinkų paklausa, geografija ir tarptautinės prekybos politika, o TUI srautai labiau priklauso nuo specifinių investicinių sąlygų (darbo jėgos sąnaudų, tarpbankinės palūkanų normos ir kt.).

Į sukurtą regresijos modelį neįtrauktas prekybos santykis BVP dėl multikolinearumo rizikos. Tarp TUI srautų ir vidutinio darbo užmokesčio, BVP ir darbo našumo nustatyta vidutinio stiprumo koreliacija. Atvirkštinė koreliacija nustatyta tarp tarpbankinės palūkanų normos ir TUI srautų.

IŠVADOS

Skirtingi tyrimai rodo, kad tiesioginės užsienio investicijos reikšmingai susijusios su prekybos atvirumu, BVP, gyventojų skaičiumi, realia palūkanų norma, privataus kredito augimu, pelno mokesčio tarifo pokyčiais. Tyrėjai pastebi, kad pelno mokesčio padidinimas vienu procentiniu punktu susijęs su 0,3073 procentinio punkto investicijų sumažėjimu, o vienu procentu išaugusios TUI 2022 m. siejamos su 0,01 proc. darbo užmokesčio sumažėjimu. Vis dėlto ne tik šie išvardyti ekonominiai veiksniai lemia TUI dydį. Svarbūs rodikliai užsienio investuotojams yra šalies institucijų vykdoma politika, liberalus prekybos režimas, infliacija, teisinė aplinka, bankų efektyvumas. Lietuvoje per pastaruosius dešimtmečius pastebimas tiesioginių užsienio investicijų srautų mažėjimas. Nepaisant sudėtingos ekonominės, geopolitinės ir konkurencinės aplinkos, TUI srautai pastaraisiais metais vis dar išlieka teigiami, nors ir mažėjantys, jie nesiekia 1 mlrd. JAV dolerių.

Remiantis 2003–2023 m. duomenimis iš Valstybės duomenų agentūros ir Europos Sąjungos duomenų bazių, tyrimu siekta nustatyti, kaip TUI veikia skirtingi šalies ekonominiai rodikliai. Tyrimui atlikti taikyta koreliacinė ir regresinė analizės. Pasirinkti tirti šie ekonominiai rodikliai: BVP, tarpbankinė palūkanų norma, vidutinis darbo užmokestis, prekybos santykis su BVP ir darbo našumas.

Sukurtas regresijos modelis parodė, kad tarp TUI srautų ir vidutinio darbo užmokesčio, BVP ir darbo našumo nustatyta tiesioginė priklausomybė ir vidutinio stiprumo koreliacija. Palūkanų normai mažėjant, investicijų srautai auga, nes skolinimasis tampa pigesnis.

Literatūros sąrašas

Anyanwu, J. C. (2012). Why does foreign direct investment go where it goes?: new evidence from African countries. *Annals of Economics and Finance*, 13(2).

Aswata, M. B., Nnyanzi, J. B., & Bbale, J. M. (2018). Debt, corruption and investment in East Africa: a panel ARDL analysis. *Modern Economy*, 9(12), 2012–2038.

Campos, F. N., & Kinoshita, Y. (2008). Foreign direct investment and structural reforms: evidence from Eastern Europe and Latin America. *International Monetary Fund Working Paper*, 26.

Corporate Finance Institute. (2024). *Foreign Direct Investment (FDI)*. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/foreign-direct-investment-fdi/>

Čekanavičius, V., & Murauskas, G. (2014). *Taikomoji regresinė analizė socialiniuose tyrimuose*. Vilniaus universiteto leidykla.

Emmanuel, B., Ike, E. C., & Alhasan, Y. (2019). Effect of exchange and interest rates on foreign direct investment in Nigeria 2006–2018. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 10(7), 21572–21585.

Eurostat. (2018). *Tiesioginės užsienio investicijos*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Foreign_direct_investment_\(FDI\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Foreign_direct_investment_(FDI))

Fornah, S., & Yuehua, Z. (2017). Empirical analysis on the influence of interest rates on foreign direct investment in Sierra Leone. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4(12), 28–35.

Han, J., Zhang, M., & Long, J. (2024). Minimum wage standards and corporate short-term and long-term investment preferences. *Finance Research Letters*, 67, 105810.

Hlaváček, P., & Bal-Domańska, B. (2016). Impact of foreign direct investment on economic growth in Central European countries. *Engineering Economics*, 27(3), 294–303.

Kosma, O. (2015). Determinants of investment activity: the case of Greece. *Eurobank Research*, 9(7), 1–21.

Lietuvos bankas. (2024). *Tiesioginės investicijos 2023 m. IV ketvirtį*. <https://www.lb.lt/en/news/direct-investment-in-q4-2023>

Lietuvos bankas. (2024). *Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje pagal šalį*. <https://www.lb.lt/lt/tiesiogines-uzsienio-investicijos-lietuvoje-pagal-sali-1>

Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas Nr. 66-2127. (2024). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalActEditions/lt/TAD/TAIS.84573?faces-redirect=true>

Ma'in, M., Nordin, N., Zailan, I. H., Sulaiman, S., & Ismail, Z. (2018). Investment and economic indicators in Malaysia. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(2), 23.

Moraghen, W., Seetanah, B., & Sookia, N. U. H. (2023). The impact of exchange rate and exchange rate volatility on Mauritius foreign direct investment: a sector-wise analysis. *International Journal of Finance & Economics*, 28(1), 208–224.

Oficialiosios statistikos portalas. (2023). *Lietuva skaičiais (2023 m. leidimas). Tiesioginės užsienio investicijos*. <https://osp.stat.gov.lt/tiesiogines-uzsienio-investicijos>

Pirju, I. S., Marchis, G., Panaitescu, M., Prunău, N. F., & Ambrozie, A. M. (2023). Foreign direct investments – a perspective of sustainability: evidence from the Austrian and German labor market. *Sustainability*, 15(18), 13457.

Sakalauskaitė, R., & Miškinis, A. (2014). Tiesioginių užsienio investicijų Lietuvoje regioninė analizė. *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai*, 8(2), 27–43.

Seric, A., & Tong, Y. S. (2019). *What are global value chains and why do they matter?* <https://iap.unido.org/articles/what-are-global-value-chains-and-why-do-they-matter>

Stankevičienė, J., & Lakštutienė, A. (2012). Tiesioginių užsienio investicijų pritraukimą lemiančių veiksnių ir jų kitimo tendencijų tyrimas Baltijos šalyse. *Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, 33(4), 69–79.

Stompfe, P. (2021). Foreign investment screening in Germany and France. In *YSEC Yearbook of Socio-Economic Constitutions 2020: A Common European Law on Investment Screening (CELIS)*, 79–115.

Šečkutė, L., & Tvaronavičius, V. (2007). Tiesioginių užsienio investicijų Baltijos šalyse tyrimas. *Business: Theory & Practice*, 8(3).

Vukmirović, V., Kostić-Stanković, M., Pavlović, D., Ateljević, J., Bjelica, D., Radonić, M., & Sekulić, D. (2021). Foreign direct investments' impact on economic growth in Serbia. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 23(1), 122–143.

SUMMARY

THE IMPACT OF ECONOMIC INDICATORS ON FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN LITHUANIA

Daniel Doveiko

Vilnius University, Lithuania

daniel.doveiko@gmail.com

Consulted by dr. Laimutė Urbšienė

Vilnius University, Lithuania

laimute.urbsiene@ef.vu.lt

Foreign direct investment (FDI) is a category of international investment that includes long-term economic and financial relations and interests between a direct foreign investor (non-resident) and a country's direct investment entity (resident). Foreign direct investments are used to establish new companies, branches, by acquiring or joining already operating companies, by buying additional shares in companies, for reinvesting foreign profits through granting loans to local companies. Studies conducted by different authors show that foreign direct investments are significantly related to trade openness, GDP, population, real interest rate, private credit growth, and changes in the corporate tax rate. However, not only the economic activities listed above determine the amount of foreign direct investment. The authors noticed that the policies carried out by the country's institutions, the liberal

trade regime, inflation, the legal environment, and the efficiency of banks are important indicators for foreign investors.

Analyzing the dependence of each variable on foreign direct investment, it was observed that there is a direct dependence and moderate correlation between foreign direct investment and average wages, GDP and labor productivity. As the average Lithuanian wage increases, direct foreign investments are attracted to the country. An inverse correlation has been found between the interbank rate and FDI, meaning that when some interest rates are low, investment flows are higher because borrowing becomes cheaper.

Doveiko, D., Urbšienė, L. (2025). Ekonominių rodiklių įtaka tiesioginėms užsienio investicijoms Lietuvoje. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 349-358, ISSN 2669-221X

TREČIOS KLASĖS MOKINIŲ KRITINIO MĄSTYMO GEBĖJIMŲ ANALIZĖ MATEMATIKOS PAMOKOSE

Laura Staponaitė

Vilniaus kolegija, Lietuva

laura.staponaitė@stud.viko.lt

Konsultavo dr. Renata Kondratavičienė

Vilniaus kolegija, Lietuva

r.kondrataviciene@pdf.viko.lt

IVADAS

Kritinio mąstymo gebėjimų svarba akcentuojama tiek tarptautiniuose, tiek nacionaliniuose švietimo dokumentuose. Šis gebėjimas itin svarbus sprendžiant problemas, analizuojant informaciją ir kuriant naujas idėjas (OECD, 2019; Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija [ŠMSM], 2022). Viena iš sričių, kur kritinis mąstymas gali būti efektyviai ugdomas ir taikomas, yra matematika. Matematikos pamokų metu mokiniai susiduria su situacijomis, reikalaujančiomis ne tik taikyti matematinės procedūras, bet ir pastebėti dėsningumus, argumentuoti, vertinti matematinės idėjas, modeliuoti bei spręsti įvairias problemas (ŠMSM, 2022). Kritinis mąstymas matematikoje apima gebėjimą atpažinti ar kurti argumentus, pagrįstai kritikuoti teiginius, naudojant įrodymus, taip pat vertinti įvairių informacijos šaltinių tinkamumą.

Pastarųjų metų tyrimai atskleidžia, kad kritinio mąstymo gebėjimų ugdymas neatsiejamas nuo pradinio matematikos ugdymo (Akpur, 2020; Erdoğan, 2020; Warsah et al., 2021; Klizienė et al., 2022). Kritinio mąstymo ugdymas tampa vis svarbesnis XXI a., kai problemų sprendimo ir argumentavimo gebėjimai pripažįstami esminiais ugdant savarankiškus, kūrybiškus mokinius (Su et al., 2016; Lestari et al., 2021). Yra daug tyrimų apie kritinio mąstymo poveikį mokymosi rezultatams (Erdoğan, 2020), tačiau trečios klasės mokinių kritinio mąstymo ugdymo galimybės matematikos pamokose dar nėra pakankamai išnagrinėtos, ypač Lietuvos kontekste. Minėtina ir tai, kad 2024 m. įsigaliojusi atnaujinta matematikos programa pabrėžia kritinio mąstymo gebėjimų ugdymą ir jų integraciją į pradinį ugdymą, todėl ši tema ypač aktuali.

Problema. Problematika išryškėja atsižvelgiant į 2022 m. atnaujintą matematikos ugdymo programą, kurioje pabrėžiamas kritinio mąstymo ir matematikos pasiekimų ryšys. Tokios užduotys reikalauja ne tik matematikos žinių, bet ir kritinio mąstymo gebėjimų. Vis dėlto kyla klausimas – kaip trečios klasės mokinių matematikos pasiekimai atspindi jų kritinio mąstymo gebėjimus ir kokios strategijos galėtų efektyviausiai prisidėti prie šių gebėjimų plėtojimo?

Tikslas – ištirti trečios klasės mokinių kritinio mąstymo gebėjimų raišką matematikos pamokose.

Uždaviniai:

- aptarti kritinio mąstymo pasiekimus matematikos programoje;
- pristatyti kritinio mąstymo ugdymo metodus;
- įvertinti trečios klasės mokinių kritinio mąstymo gebėjimus pagal matematikos pasiekimų sritis.

Tyrimo metodai: mokslinės ir metodinės literatūros analizė, testas, statistinė analizė.

Mokslinės literatūros apžvalga

Kritinio mąstymo ugdymas mokant matematikos

Mokslinėje literatūroje kritinis mąstymas suvokiamas kaip esminis gebėjimas, skatinamas matematikos mokymo programose. OECD (2019) ir Akpuras (2020) pabrėžia, kad kritinio mąstymo ugdymas ne tik prisideda prie akademinų rezultatų gerinimo, bet ir skatina kūrybiškumą.

Matematikos bendrojoje programoje (2022) teigiama, kad kritinis mąstymas neatsiejamas nuo gebėjimo modeliuoti ir spręsti problemas, analizuoti veiklos rezultatus ir daryti pagrįstas išvadas. Tyrimai rodo, kad šių gebėjimų ugdymas ankstyvajame amžiuje ypač svarbus. Klizienės ir kt. (2022) atliktas tyrimas parodė, kad matematikos mokymas(is) stiprina pažintinius įgūdžius, tokius kaip orientacija erdvėje ir sistemingas tyrinėjimas, kurie būtini sprendžiant kasdienes problemas. Tyrėjų teiginį patvirtina ir straipsnyje pristatomo tyrimo išvados, rodančios, kad stipresnius pažintinius gebėjimus turintys mokiniai puikiai atlieka matematinės komunikacijos užduotis. Taigi kognityvinių įgūdžių tobulinimas gali pagerinti matematikos rezultatus.

Kaip teigia Kondratavičienė (2021), virtualiosios mokymo(si) aplinkos, ypač apimančios interaktyvias užduotis, skatina mokinių loginį ir kūrybinį mąstymą. Kiti tyrėjai (Lestari et al., 2021) nurodo, kad kontekstualus mokymas, naudojant inovatyvias priemones, pavyzdžiui, matematikos komiksus, efektyviai ugdo kritinį mąstymą, motyvaciją ir charakterio savybes. Warsahas ir kt. (2021) pabrėžia bendradarbiavimo veiklų svarbą, teigdamas, kad grupiniai praktikumai lavina analizės, argumentavimo ir kolektyvinio sprendimų priėmimo įgūdžius. Arisoy ir Aybek (2021) pastebi, kad matematikos mokymas gali būti struktūrizuotas taip, jog mokiniai įgytų aukštesnio lygio mąstymo įgūdžių, o tai prisideda prie jų pasiekimų ir vertybių ugdymo. Matematikos bendrojoje programoje (ŠMSM, 2022) akcentuojama, kad kritinis mąstymas padeda ne tik spręsti užduotis, bet ir analizuoti bei vertinti strategijas. Visa tai skatina mokinius įgyti platesnę pasaulėžiūrą ir prisitaikyti įvairiose situacijose. Tyrimo duomenys parodė, kad stipresni matematinio komunikavimo ir problemų sprendimo įgūdžiai leidžia mokiniams efektyviau taikyti šias strategijas. Ši išvada koreliuoja su programoje numatytu tikslu ugdyti aukštesnio lygio mąstymo gebėjimus.

Gilaus supratimo ir argumentavimo reikšmė šiuolaikiniame mokyme

Mokymosi procesas yra daugialypis reiškinys, apimantis ne tik žinių įsisavinimą, bet ir jų pritaikymą praktiškai. Kaip teigia Petty (2009) ir Bowkettas (2014), mokymosi sėkmė vertinama ne tik pagal žinių kiekį, bet ir pagal jų pritaikymo galimybes. Gilus supratimas būtinas siekiant efektyviai spręsti problemas (Mažylienė et al., 2011, ŠMSM, 2022). Tyrimai rodo, kad mokinių gebėjimas analizuoti ir pagrįsti argumentus stiprina kritinį mąstymą ir conceptualų supratimą (Wood et al., 2006; Dogruer & Akyuz, 2020). Matematinio samprotavimo procesai, tokie kaip indukcinis ir dedukcinis mąstymas, remiasi loginių principų taikymu, kuris padeda įtvirtinti sąvokų supratimą (Pólya, 2014; Harel & Weber, 2020). Šiuolaikinėje informacijos aplinkoje gebėjimas kritiškai vertinti argumentus tampa būtinu įgūdžiu, leidžiančiu ugdyti informacinį raštingumą ir atskirti faktus nuo nuomonių (Dagys, 2017; Wang & Seshaiyer, 2021). Šis požiūris pabrėžia, kad matematikos mokymas turėtų būti orientuotas ne tik į procedūrinius įgūdžius, bet ir į gilų supratimą bei gebėjimą pagrįsti sprendimus.

Matematinio komunikavimo svarba pradinio ugdymo procese

Matematika, kaip struktūruota disciplininė sritis, skatina mokinius lavinti loginį mąstymą ir analizuoti pasaulio reiškinius remiantis logikos principais (van de Walle, 2022). Matematikos bendrojoje programoje (ŠMSM, 2022) nurodoma, kad matematika yra daugiau negu skaičių rinkinys – tai kalba, suteikianti galimybes komunikuoti tarpdisciplininėse srityse ir ugdanti aukštesniojo lygio mąstymo gebėjimus. Mokymosi proceso metu daug dėmesio skiriama matematinio pranešimo analizei ir interpretacijai, naudojant įvairias formas, tokias kaip tekstai, piešiniai, lentelės ar grafikai. Tai svarbu ugdant jaunųjų mokinių gebėjimą suvokti sudėtingesnes matematikos sąvokas ir jas taikyti realiame gyvenime (Johnson, 2019; Smith, 2020).

Mokiniai, komunikuodami taisyklinga matematine kalba, įgyja galimybę efektyviau rinkti ir interpretuoti informaciją bei ją taikyti kasdienėse situacijose (ŠMSM, 2022). Šie įgūdžiai apima kategorizavimą (Facione, 1990), reikšmės dekodavimą ir prasmės supratimą, o tai lemia gebėjimą taikyti matematiką sprendžiant problemas realiame kontekste. Kritinis mąstymas, ugdomas hierarchinių matematikos žinių pagrindu, sustiprina mąstymo procesus ir leidžia efektyviau organizuoti informaciją (Willingham, 2019). Klizienė ir kt. (2022) pabrėžia, kad matematikos mokymas ugdo ne tik pradinių klasių mokinių kognityvinius gebėjimus, bet ir gebėjimą argumentuoti

bei reflektuoti. Akpuro (2020) teigimu, diskusijos ir praktiniai uždaviniai padeda plėtoti kritinį mąstymą, todėl pradiniam ugdyme matematinio komunikavimo gebėjimai turėtų būti sistemingai integruojami į mokymo strategijas, siekiant užtikrinti sėkmingą lavinimą.

Problemų sprendimo svarba ugdymo procese

Problemos apibrėžimas, remiantis „Oksfordo anglų kalbos žodynu“, susideda iš „abejotinų ar gluminančių klausimų ar užduočių; sunkiai suprantamo dalyko; pasiūlymo, apimančio kažko konstravimą“ (Kirkpatrick, 1995). Problemų sprendimas laikomas pažinimo procesu, apimančiu esamos situacijos pavertimą norima ateities būseną, vengiant akivaizdaus sprendimo (Fogler et al., 2014). Ši procedūra palengvina gebėjimą formuluoti hipotezes, ištirti alternatyvius variantus ir daryti išvadas (Beaumont, 2010). EBPO (2019) problemų sprendimo gebėjimą apibūdina kaip gebėjimą dalyvauti pažinimo procesuose, siekiant suvokti ir išspręsti sudėtingas problemas, kurių sprendimai anksčiau nebuvo žinomi.

Matematikos mokymo programoje (ŠMSM, 2022) pabrėžiamas mokinių gebėjimas siūlyti, vertinti ir taikyti skirtingas matematinių uždavinių sprendimo strategijas. Ši programa pabrėžia logikos taikymą ir informacijos sisteminimą priimant tinkamiausius sprendimus bei ugdo gebėjimą analizuoti duomenis ir formuluoti pagrįstas išvadas. Be to, problemų sprendimas skatina praktinį matematikos žinių taikymą realiose situacijose (Padmavathy & Mareesh, 2013). Kritinis mąstymas matematikoje, Beers (2011) nuomone, padeda giliau suprasti sąvokas, mažina priklausomą nuo atminties ir parengia priimti XXI a. iššūkius (Tondeur et al., 2019). Galiausiai, kritinis mąstymas prisideda prie teigiamo požiūrio į matematiką, didesnio pasitikėjimo savimi ir susidomėjimo mokymosi procesu (Blazar, 2015).

Kritinio mąstymo ugdymo metodai matematikos pamokose

Kritinio mąstymo ugdymas matematikos pamokose yra svarbi šiuolaikinio švietimo užduotis, akcentuojama tiek Lietuvos, tiek pasauliniuose švietimo dokumentuose. Lietuvos Matematikos bendrojoje programoje (ŠMSM, 2022) pabrėžiamas gebėjimas analizuoti, vertinti ir kurti sprendimus, įtraukiant inovatyvius ugdymo metodus, tokius kaip interaktyvios strategijos, technologijų naudojimas (pavyzdžiui, „GeoGebra“) ir kūrybiniai sprendimai (pavyzdžiui, matematiniai komiksai). Pasauliniai dokumentai, tokie kaip UNESCO švietimo gairės apibrėžiantis dokumentas (2020), taip pat pabrėžia kritinio mąstymo ugdymo svarbą kaip vieną iš XXI a. gebėjimų, skatinantį analitinį mąstymą, kūrybingumą ir problemų sprendimą.

Mokslinėje literatūroje kritinio mąstymo ugdymo metodų įvairovė pabrėžiama jau keleri metai. Akpuras (2020) analizuoja interaktyvių diskusijų ir praktinių užduočių naudą kritiniam mąstymui ugdyti, pabrėždamas, kad šie metodai leidžia mokiniams ne tik įgyti žinių, bet ir jas giliau analizuoti bei taikyti. Lestari ir kt. (2021) savo tyrimuose akcentuoja kontekstinį mokymąsi, kai teorija integruojama į praktinius gyvenimiškus kontekstus ir taip didinama mokinių motyvacija ir mokymosi efektyvumas.

Technologijų vaidmenį kritinio mąstymo ugdyme aptaria Rahmatika (2022). Nagrinėjama „GeoGebra“ programinės įrangos nauda mokiniams, skatinant gilų matematikos problemų suvokimą ir sprendimų paiešką. Sutiani ir kt. (2021) aptaria tyrimais grįsto mokymo (angl. inquiry-based learning) reikšmę matematikos pamokose, kuriose mokiniai ugdomi gebėjimą savarankiškai formuluoti klausimus, ieškoti atsakymų ir reflektuoti procesą.

Analizuodamas kritinio mąstymo struktūrą, Pólya (2014) išskiria keturis pagrindinius etapus: problemos suvokimą, strategijos planavimą, sprendimų vykdymą ir rezultatų vertinimą. Ši struktūra leidžia sistemingai ugdyti analitinius ir kūrybinius gebėjimus. Vis dėlto naujesni tyrimai rodo, kad ypač svarbu mokytojų sukurta bendradarbiavimo atmosfera ir įtraukiosios veiklos. Mokinių motyvacija ir rezultatų kokybė gerėja, kai užduotys skatina refleksiją ir komandinį darbą.

Apibendrinant galima teigti, kad kritinio mąstymo ugdymo metodai matematikos pamokose turėtų būti grindžiami giliu supratimu, interaktyviomis veiklomis, technologijų taikymu ir kūrybiniais sprendimais. Tyrimai rodo, kad minėtos strategijos leidžia ugdyti loginius, dedukcinius ir kūrybinius gebėjimus, reikalingus sprendžiant kompleksines problemas.

Tyrimo metodologija

Tyrimo dizainas

Tyrimui pasirinktas kiekybinių tyrimų metodas leido objektyviai vertinti mokinių kritinio mąstymo gebėjimus ir šių gebėjimų ryšį su matematikos pasiekimais. Pasirinktas metodas užtikrino galimybę surinkti tikslius ir patikimus duomenis, kurie atspindi trečios klasės mokinių gebėjimų raišką Lietuvos pradinio ugdymo kontekste. Tyrimo tikslas – nustatyti, kaip įvairūs matematiniai gebėjimai (gilus supratimas, argumentavimas, matematinis komunikavimas ir problemų sprendimas) prisideda prie kritinio mąstymo ugdymo.

Tyrimo instrumentas

Tyrimo instrumentas – testas – apėmė uždavinius, skirtus įvertinti tris pagrindines pasiekimų sritis: gilų supratimą ir argumentavimą (A1, A2), matematinį komunikavimą (B1) ir problemų sprendimą (C2, C3). Uždavinių parinkimas ir jų vertinimo kriterijai suderinti su tyrimo tikslu, pasiekimų sritys išskirtos remiantis Matematikos bendrąja programa (ŠMSM, 2022). Užduotys vertintos remiantis aiškiai suformuluotais kriterijais, taip užtikrinant vertinimo objektyvumą. Siekiant išsiaiškinti užduočių patikimumą ir tinkamumą šiam tyrimui, testas atliktas mažesnėje mokinių grupėje.

Tiriamųjų atranka

Tyrimo dalyvavo 24 trečios klasės mokiniai – 15 berniukų ir 9 mergaitės. Mokiniai atrinkti iš dviejų Lietuvos miesto mokyklų, taikant patogiosios atrankos metodą (angl. availability sampling). Nepaisant reikšmingų tyrimo išvadų, svarbu pripažinti ribotą imties dydį, kuris gali trukdyti ją apibendrinti. Ateityje tikimasi įtraukti daugiau miestų ir kaimų mokyklų, siekiant užtikrinti, kad tyrimo rezultatai būtų reprezentatyvūs.

Tyrimo eiga ir analizė

Tyrimas vyko keturiais etapais:

- *Parengiamasis etapas.* Atlikta literatūros analizė ir, remiantis moksliniais šaltiniais ir matematikos ugdymo gairėmis, parengtas testas.
- *Testavimo etapas.* Testas atliktas rugsėjo mėn., kai mokiniai pradėjo lankyti trečią klasę. Mokinių rezultatai buvo vertinami pagal parengtus kriterijus (Emapamokos.lt, 2024).
- *Duomenų analizės etapas.* Duomenų analizė atlikta IBM SPSS (angl. Statistical Package for the Social Sciences) programine įranga. Cronbacho alfa koeficientas ($\alpha = 0,775$) patvirtino testo patikimumą.
- *Rezultatų interpretacija ir rekomendacijos.* Išvados grindžiamos kiekybinės analizės duomenimis, pateikiant įžvalgas mokymo metodams tobulinti.

Tyrimo etikos principai

Atliekant tyrimą, vadovautasi savanoriškumo, privatumo ir konfidencialumo principais. Visi tyrimo dalyviai buvo informuoti apie tyrimo tikslus, o jų rezultatai analizuoti anonimiškai (Žydžiūnaitė & Sabaliauskas, 2017). Mokinių tėvai taip pat informuoti apie tyrimo tikslus ir pateikė raštišką sutikimą dėl savo vaikų dalyvavimo tyrimo.

Statistiniai rodikliai

Rezultatai analizuoti remiantis vidurkiu, mediana, standartiniu nuokrypiu, skirstinio asimetrija ir ekscesu. Pavyzdžiui, „matematikos testo rezultatų vidurkis – 33,71 taško, o standartinis nuokrypis – 5,14 taško, rodantis nedidelius mokinių rezultatų skirtumus“ (žr. 1 lentelę).

Rezultatų analizė

Matematikos testo statistinės analizės rezultatai

Šiuo tyrimu siekta ištirti 24 trečios klasės mokinių matematikos testo rezultatų pasiskirstymą ir nustatyti pagrindines statistines charakteristikas, tokias kaip vidurkis, mediana, standartinis nuokrypis, skirstinio asimetrija (angl. skewness) ir ekscesas (angl. kurtosis) (žr. 1 lentelę).

6 lentelė. Trečios klasės mokinių matematikos testo rezultatų statistiniai rodikliai

Parametrai		Procentai
Vidurkio įvertis (angl. <i>Average grade</i>)		33,7083
Medianos įvertis (angl. <i>Median grade</i>)		34,0000
Standartinis nuokrypis (angl. <i>Std. Deviation grade</i>)		5,13707
Balų pasiskirstymo asimetrijos koeficientas (angl. <i>Skewness</i>)		-0,371
Balų pasiskirstymo ekscesas (angl. <i>Kurtosis</i>)		-0,816
Mažiausia reikšmė (angl. <i>Minimum</i>)		23,00
Didžiausia reikšmė (angl. <i>Maximum</i>)		41,00
Kvartiliai	25	29,250
	50	34,000
	75	37,7500

Matematikos testo statistinė analizė atskleidė, kad vidutinis surinktų taškų skaičius siekė 33,71, o mediana – 34 taškus. Tai rodo bendrąją klasės pasirengimo lygį. Standartinis nuokrypis (5,14) rodo rezultatų pasiskirstymo diapazoną apie ± 5 taškus nuo vidurkio. Galima teigti, kad klasėje nėra ryškaus atotrūkio tarp stipriausių ir silpniausių mokinių. Balų pasiskirstymo asimetrija (-0,37) rodo, kad didesnė mokinių dalis pasiekė aukštesnių rezultatų, o ekscesas (-0,82) atskleidžia, kad rezultatų pasiskirstymas yra plokštesnis negu normalusis. Analizuojant atskiras sritis, matyti, kad matematinio komunikavimo ir problemų sprendimų srityje mokiniai demonstravo geresnius rezultatus (vidurkis 13,58) negu gilaus supratimo ir argumentavimo srityje (vidurkis 12,08). Tai rodo stipresnę minėtos srities įgūdžių ugdymą. Kvartilių analizė išryškino grupes, kurioms reikalinga individualizuota pagalba (žemiausias kvartilis), ir atskleidė toliau stiprintiną potencialą (aukščiausias kvartilis).

Kvartilių analizė leido nustatyti mokinių pasiekimų lygių grupes: mažiausią (25 %) mokinių grupę (balai iki 29,25), kuriai gali reikėti individualios pagalbos, ir stipresnę akademinį potencialą demonstruojančią grupę, kurios rezultatai aukščiausi (> 37,75). Histogramos duomenys patvirtino šias tendencijas – dauguma rezultatų buvo sutelkti 33–34 balų intervale, o tai rodo gana vienodą klasės mokymosi lygį.

Gauti rezultatai sutampa su Klizienės ir kt. (2022) pastebėjimais, kad matematikos mokymas skatina mokinių kognityvinius gebėjimus ir padeda ugdyti problemų sprendimo įgūdžius. Kondratavičienės (2021) tyrimai parodė, kad virtualiosios mokymosi aplinkos mažina rezultatų dispersiją. Išvada atitinka straipsnyje pristatomo tyrimo pastebėjimus apie nedidelį mokinių rezultatų skirtumą. Lestari ir kt. (2021) išskyrė inovatyvių metodų, tokių kaip matematikos komiksai, naudą, mažinant mokinių rezultatų dispersiją ir stiprinant kritinį mąstymą. Tyrėjų duomenys patvirtina atlikto tyrimo rezultatus, nurodančius tolygų pasiekimų pasiskirstymą ir bendrą mokinių pasiruošimo stiprumą.

Koreliacija tarp mokinių pasiekimų ir matematikos testo rezultatų pagal lytį

Siekta iširti ryšį tarp trečios klasės mokinių pasiekimų lygio ir matematikos teste surinktų taškų, atsižvelgiant į mokinių lytį. Atlikta koreliacinė analizė parodė, kad abiejose grupėse (mergaičių ir berniukų) egzistuoja teigiamas koreliacinis ryšys tarp šių kintamųjų, tačiau ryšio stiprumas ir reikšmingumas skiriasi (žr. 2 lentelę).

7 lentelė. Pearsono koreliacija tarp mokinių pasiekimų lygio ir matematikos testo rezultatų pagal lytį

Lytis			Pasiekimų lygis	Taškų suma
Mergaitė (N = 9)	Pasiekimų lygis	<i>Pearson Correlation</i>	1	0,741*
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		0,022
	Taškų suma	<i>Pearson Correlation</i>	0,741*	1
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,022	
Berniukas (N = 15)	Pasiekimų lygis	<i>Pearson Correlation</i>	1	0,632*
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		0,011
	Taškų suma	<i>Pearson Correlation</i>	0,632*	1
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,011	

*Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

Koreliacinė analizė buvo naudojama tiriant ryšį tarp matematikos pasiekimų lygio ir faktinio testo balo, atsižvelgiant į mokinių lytį. Taikant Pearsono koreliacijos koeficientą, nustatyta statistiškai reikšminga teigiama koreliacija tiek mergaičių ($r = 0,741$, $p = 0,022$), tiek berniukų ($r = 0,632$, $p = 0,011$) grupėse. Kaip matyti, mergaičių grupėje, palyginti su berniukų grupe, ši koreliacija daug stipresnė, o tai rodo, kad mergaičių akademiniai pasiekimai labiau priklauso nuo matematikos pasiekimų. Gauti duomenys atskleidžia, kad mergaičių mokymosi procesas yra linijinis ir nuoseklus, o berniukų rezultatai, nors ir priklauso nuo pasiekimų lygio, yra mažiau paaiškinami.

Kondratavičienė (2021) pažymi, kad interaktyvios užduotys leidžia mergaitėms pasiekti geresnių rezultatų. Tai atitinka tyrimo rezultatus, rodančius stipresnę koreliaciją mergaičių grupėje. Warsahas ir kt. (2021) akcentuoja grupinio mokymosi svarbą akademiniams pasiekimams. Ši išvada gali pagrįsti abiejų lyčių stiprius ryšius tarp pasiekimų lygio ir užduočių atlikimo rezultatų. Apibendrinant galima teigti, kad atliktas tyrimas atskleidžia statistiškai reikšmingą ryšį tarp mokinių pasiekimų lygio ir matematikos rezultatų, ypač mergaičių atveju, ir pabrėžia individualių bei pedagoginių veiksnių svarbą ugdymo procese.

Mokinių testo rezultatų statistinė analizė pagal pasiekimų sritis

Siekta išanalizuoti trečios klasės mokinių matematikos testo rezultatus pagal dvi pasiekimų sritis: gilus supratimas ir argumentavimas (A1–A2) bei matematinis komunikavimas ir problemų sprendimai (B1 ir C2–C3). Analize siekta nustatyti pagrindines statistines charakteristikas (vidurkį, medianą, standartinį nuokrypį, asimetriją ir ekscesą), leidžiančias suvokti mokinių pasiekimų pasiskirstymą ir tendencijas (žr. 3 lentelę).

8 lentelė. Trečios klasės mokinių rezultatų statistiniai rodikliai pagal pasiekimų sritis

Parametrai	Pasiekimai		
	Gilus supratimas ir argumentavimas	Matematinis komunikavimas ir problemų sprendimus	
N	24	24	
Vidurkis	12,0833	13,5833	
Mediana	12,5000	14,5000	
Standartinis nuokrypis	2,84248	2,35753	
Asimetrija	-0,773	-0,972	
Ekscesas	0,180	-0,001	
Minimumas	5,00	8,00	
Maksimumas	16,00	16,00	
Kvartiliai	25	10,2500	12,0000
	50	12,5000	14,5000
	75	14,7500	15,0000

Tyrimo rezultatai parodė, kad trečios klasės mokinių matematikos pasiekimų analizė pagal dvi sritis – gilų supratimą ir argumentavimą bei matematinį komunikavimą ir problemų sprendimus – atskleidė skirtingas tendencijas. Gilus supratimas ir argumentavimas buvo įvertintas vidutiniu 12,08 balo rezultatu, o pasiskirstymo asimetrija (–0,773) parodė, kad dalis mokinių pasiekė aukštesnius rezultatus negu vidutiniai, tačiau standartinis nuokrypis (2,84) išryškino rezultatų įvairovę. Minėtina, kad matematinis komunikavimas ir problemų sprendimai buvo įvertinti aukštesniu 13,58 balo vidurkiu, mažesniu standartiniu nuokrypiu (2,36) ir ryškesne asimetrija (–0,972). Tai rodo, kad daugiau mokinių pasiekė gerus rezultatus. Šių sričių palyginimas atskleidžia, kad komunikavimo gebėjimai yra labiau išplėtoti, tikėtina, dėl didesnio dėmesio šioms kompetencijoms ugdyti. Tai atitinka Klizienės ir kt. (2022) bei Lestari ir kt. (2021) išvalgas, pabrėžiančias kritinio mąstymo ir matematinio komunikavimo svarbą ugdant gebėjimą analizuoti informaciją ir pritaikyti ją sprendimams. Rekomenduojama daugiau dėmesio skirti gilaus supratimo ir argumentavimo įgūdžiams, organizuojant individualizuotas užduotis, kurios skatintų matematinio mąstymo gilumą ir mažintų mokinių rezultatų skirtumus.

Mokinių matematinio argumentavimo pasiekimų statistinė analizė

Tyrimu siekta nustatyti, kiek gerai trečios klasės mokiniai išmano matematinės procedūras, tokias kaip skaičiavimo, palyginimo, santykių nustatymo ir loginių uždavinių sprendimo įgūdžiai.

Tyrimui atlikti naudoti uždaviniai iš antros klasės mokymosi programos diagnostinio testo. Uždaviniai buvo analizuojami atsižvelgiant į sprendimo rezultatus. Kiekvienam testo uždaviniui suteiktas kodas (pavyzdžiui, K2 reiškia testo 2 uždavinį) (žr. 4 lentelę). Uždaviniai apėmė įvairias skaičiavimo, logikos, lyginimo ir laiko analizės procedūras (pavyzdžiui, K2 – skaičių rikiavimas mažėjimo tvarka, K13 – tinkamai atliekamas skaičiavimas, K28 – tinkamai atliekama lyginimo procedūra).

9 lentelė. Trečios klasės mokinių testo rezultatų pasiskirstymas pagal A1 pasiekimo uždavinius

	Vidurkis	Standartinis nuokrypis	Skirstinio asimetrija	Skirstinio ekscesas
K2	0,88	0,338	–2,422	4,210
K3	0,79	0,415	–1,534	0,377
K5	0,83	0,381	–1,910	1,792
K6	0,92	0,282	–3,220	9,124
K11	1,79	0,509	–2,539	6,258
K13	0,42	0,504	0,361	–2,048
K14.2	0,63	0,495	–0,551	–1,859
K16	0,67	0,482	–0,755	–1,568
K17	0,88	0,338	–2,422	4,210
K20	1,46	0,779	–1,054	–0,430
K28	0,63	0,495	–0,551	–1,859
K33	0,50	0,511	0,000	–2,190

Statistinė trečios klasės mokinių matematinio argumentavimo rezultatų analizė atskleidė užduočių įveikimo skirtumus, priklausomai nuo jų sudėtingumo ir reikalaujamų gebėjimų pobūdžio. Vertinant pagal kriterijų „A1. Tinkamai atlieka matematinės procedūras, argumentuoja, kodėl jas taip atlieka“, mokiniai demonstravo aukščiausius K6 užduoties rezultatus (vidurkis = 0,92; standartinis nuokrypis = 0,282). Šiai užduočiai atlikti reikėjo tiksliai įvykdyti bazinius aritmetinius veiksmus. Visa tai rodo mokinių gebėjimą efektyviai naudotis pagrindinėmis matematinėmis procedūromis. Minėtina, kad K13 užduotis (vidurkis = 0,42; standartinis nuokrypis = 0,504), reikalaujanti samprotavimo ir veiksmų logikos pagrindimo, sukėlė daugiausia sunkumų, atskleidė ribotą gebėjimą argumentuoti. K20 užduoties analizė (vidurkis = 1,46; standartinis nuokrypis = 0,779) parodė

nevienodą mokinių pasirengimą lyginti kiekybinius duomenis ir nustatyti santykius. Tyrimo rezultatai koreliuoja su Klizienės ir kt. (2022) pastebėjimu, kad loginio mąstymo ugdymas yra svarbus ankstyvosiose klasėse. Warsahas ir kt. (2021) pabrėžia bendradarbiavimo mokantis naudą, kuri galėtų padėti sprendžiant sudėtingus uždavinius. Apibendrinant galima teigti, kad paprastesnių matematinių veiksmų užduotys buvo įveikiamos lengviau, o užduotys, reikalaujančios sudėtingesnių procedūrų ar loginių argumentų, atskleidė sritis, kuriose reikalinga tolesnė pagalba ir mokymosi priemonių tobulinimas.

Matematinio komunikavimo analizė

Tyrimu siekta įvertinti, kaip trečios klasės mokiniai supranta ir interpretuoja įvairiomis formomis pateiktą matematinę informaciją pagal B1 lygio reikalavimus. Atlikta kiekvieno uždavinio (pavyzdžiui, K8, K10, K12) rezultatų analizė. Rezultatai atspindi mokinių gebėjimą spręsti specifines užduotis, susijusias su loginių ryšių suvokimu ir taikymu (žr. 5 lentelę).

10 lentelė. Trečios klasės mokinių testo rezultatų pasiskirstymas pagal B1 pasiekimo uždavinius

	Vidurkis	Standartinis nuokrypis	Skirstinio asimetrija	Skirstinio ekscesas
K8	0,96	0,204	-4,899	24,000
K10	0,71	0,464	-0,979	-1,145
K12	0,92	0,282	-3,220	9,124
K14.1	0,63	0,495	-0,551	-1,859
K15	0,92	0,282	-3,220	9,124
K18	1,00	0,000		
K19	1,00	0,000		
K21	,67	0,482	-0,755	-1,568
K22	0,92	0,282	-3,220	9,124
K23	1,00	0,000		
K27	1,63	0,711	-1,671	1,368
K30	0,42	0,504	0,361	-2,048
K32.1	0,79	0,415	-1,534	0,377

Tyrimu siekta nustatyti, kaip trečios klasės mokiniai supranta ir interpretuoja įvairiomis formomis pateiktą matematinę informaciją pagal B1 pasiekimo lygį. Statistinė analizė atskleidė, kad užduočių atlikimo sudėtingumas nevienodas. K30 užduotis, reikalaujanti loginių santykių tarp paveikslėlių formulavimo ir vertinimo, buvo sunkiausiai įveikiama (vidutiniškai pasiekta tik 0,42 balo). Lengviausiai įvykdytos K18, K19 ir K23 užduotys (rezultatai maksimalūs – vidurkis 1,00, tai atskleidžia per mažo sudėtingumo lygį). Standartinio nuokrypio analizė parodė, kad labiausiai išsiskyrė (0,711) K27 užduoties rezultatai. Galima manyti, kad tai lėmė užduoties, susijusios su grafiko interpretacija, sudėtingumas. Asimetrijos ir eksceso vertės leido įvertinti rezultatų pasiskirstymo ypatumus: daugelyje užduočių pastebėta neigiama asimetrija, rodanti aukštus mokinių pasiekimus, o tokios užduotys, kaip K30, turėjo neigiamą eksceso reikšmę ir atskleidė dalies mokinių sunkumus. Gauti rezultatai atitinka Akpuro (2020) bei Warsaho ir kt. (2021) išvadas, pabrėžiančius, kad kritinis mąstymas geriausiai lavinamas sudėtingomis, loginio ryšio analizės reikalaujančiomis užduotimis, o per lengvos užduotys gali būti nepakankamos kognityviniams gebėjimams ugdyti. Kondratavičienės (2021) tyrimai patvirtina, kad interaktyvios užduotys, kaip K27, padeda lavinti kognityvinius gebėjimus, nors minėtos užduotys daliai mokinių gali būti sudėtingos. Tyrimas patvirtino, kad mokinių gebėjimai analizuoti loginius ryšius yra nevienodi, todėl siūloma subalansuoti užduočių sudėtingumą, siekiant skatinti tiek stipresnių, tiek silpnesnių mokinių ugdymą.

IŠVADOS

Kritinis mąstymas Matematikos bendrojoje programoje (ŠMSM, 2022) apima tris pagrindines sritis: gilų supratimą ir argumentavimą, matematinį komunikavimą ir problemų sprendimą. Dėl šių pasiekimų mokiniai ne tik tobulina matematikos sąvokų ir procedūrų supratimą, bet ir geba argumentuoti sprendimus, analizuoti ir interpretuoti informaciją įvairiomis formomis. Be to, akcentuojamas gebėjimas kūrybiškai ir kritiškai spręsti problemas, vertinti rezultatus ir formuluoti pagrįstas išvadas. Visa tai skatina mokinius ugdyti aukštesnio lygio mąstymo įgūdžius, būtinus šiuolaikiniame gyvenime.

Kritinio mąstymo ugdymas matematikos pamokose sėkmingai realizuojamas per interaktyvias strategijas, kūrybinius sprendimus ir skaitmeninių technologijų integraciją. Mokiniai skatinami sistemingai vertinti ir analizuoti informaciją, sprenddami tiek praktinius, tiek teorinius uždavinius. Kūrybinės veiklos, pavyzdžiui, problemų formulavimas ar matematinės vizualizacijos kūrimas, prisideda prie savarankiško žinių taikymo įgūdžių ugdymo. Bendradarbiavimo ir mokymosi įrankiai, kaip „GeoGebra“, stiprina refleksijos ir analitinio mąstymo gebėjimus, taip formuojant kūrybingus ir kritiškai mąstančius mokinius, pasirengusius įgytas žinias taikyti praktikoje.

Analizuojant trečios klasės matematikos testo statistinius rodiklius ir veiklos sritis, nustatyta, kad mokinių balai buvo vienerūšiai, dauguma mokinių pasiekė aukštesnius balus. Rezultatų pasiskirstymas parodė, kad klasėje dominuoja vidutinio ar aukštesnio lygio mokiniai, nors mažai daliai prireikė individualios pagalbos. Pastebėta, kad mergaičių grupėje, palyginti su berniukų grupe, teigiama koreliacija tarp pasiekimų lygio ir testo rezultatų buvo stipresnė. Tai leidžia daryti prielaidą apie skirtingus mokymosi poreikius. Skirtingose pasiekimų srityse stabiliausi rezultatai užfiksuoti matematinio komunikavimo ir problemų sprendimo užduotyse, o didesnė rezultatų įvairovė pastebėta gilaus supratimo ir argumentavimo srityse. Gauti rezultatai gali būti susiję su užduočių sudėtingumu. Taip pat nustatyta, kad mokiniai geriau atliko procedūrines užduotis, o loginio mąstymo reikalaujančios užduotys atskleidė pasirengimo skirtumus, ypač vertinant erdvinės vaizduotės ir laiko analizės gebėjimus.

Literatūros sąrašas

- Akpur, U. (2020). Critical, reflective, creative thinking and their reflections on academic achievement. *Thinking Skills and Creativity*, 37, 100683.
- Arisoy, B., & Aybek, B. (2021). The effects of subject-based critical thinking education in mathematics on students' critical thinking skills and virtues. *Eurasian Journal of Educational Research*, 92, 99–119.
- Beaumont, J. (2010). A sequence of critical thinking tasks. *Tesol Journal*, 1(4), 427–448.
- Beers, S. Z. (2011). *21st century skills: preparing students for THEIR future*. STEM. http://cosee.umaine.edu/files/coseeos/21st_century_skills.pdf
- Blazar, D. (2015). Effective teaching in elementary mathematics: identifying classroom practices that support student achievement. *Economics of Education Review*, 48, 16–29.
- Bono, G., Mangan, S., Fauteux, M., & Sender, J. (2020). A new approach to gratitude interventions in high schools that supports student wellbeing. *The Journal of Positive Psychology*, 15(5), 657–665.
- Bowkett, S. (2014). *Jumpstart! Thinking skills and problem solving: games and activities for ages 7–14*. Routledge.
- Dagys, D. (2017). *7–8 klasės mokinių informacinių gebėjimų ugdymas(is) taikant tyrinėjimais grindžiamą fizikos mokymąsi* [daktaro disertacija, Lietuvos edukologijos universitetas]. eLABa. <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:24448843/datastreams/MAIN/content>
- Davis, G. A. (2021). *Creativity is forever*. Kendall Hunt.

Dogruer, S. S., & Akyuz, D. (2020). Mathematical practices of eighth graders about 3D shapes in an argumentation, technology, and design-based classroom environment. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 18(8), 1485–1505.

Erdoğan, F. (2020). The relationship between prospective middle school mathematics teachers' critical thinking skills and reflective thinking skills. *Participatory Educational Research*, 7(1), 220–241.

Facione, P. A. (1990). *Critical thinking: a statement of expert consensus for purposes of educational assessment and instruction. The Delphi Report*. https://www.researchgate.net/publication/242279575_Critical_Thinking_A_Statement_of_Expert_Consensus_for_Purposes_of_Educational_Assessment_and_Instruction

Fogler, H. S., LeBlanc, S. E., & Rizzo, B. R. (2014). *Strategies for creative problem solving*. Prentice Hall.

Harel, G., & Weber, K. (2020). Deductive reasoning in mathematics education. In *Encyclopedia of Mathematics Education* (pp. 183–190).

Hiebert, J., & Lefevre, P. (2013). Conceptual and procedural knowledge in mathematics: an introductory analysis. In *Conceptual and procedural knowledge* (pp. 1–27). Routledge.

Yayuk, E., & As'ari, A. R. (2020). Primary school students' creative thinking skills in mathematics problem solving. *European Journal of Educational Research*, 9(3), 1281–1295.

Johnson, L. L. (2021). *Critical race English education: new visions, new possibilities*. Routledge.

Kirkpatrick, B. (1995). *The Concise Oxford Thesaurus*. Oxford University Press.

Kliziene, I., Paskovske, A., Cizauskas, G., Augustiniene, A., Simonaitiene, B., & Kubiliunas, R. (2022). The impact of achievements in mathematics on cognitive ability in primary school. *Brain Sciences*, 12(6), 736.

Kondratavičienė, R. (2021). *Pradinių klasių mokinių kritinio ir kūrybinio mąstymo gebėjimai matematikoje ir jų ugdymas(is) naudojant virtualią mokymosi aplinką* [daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas]. <https://www.lituanistika.lt/content/95597>

Lestari, F. P., Ahmadi, F., & Rochmad, R. (2021). The implementation of mathematics comic through contextual teaching and learning to improve critical thinking ability and character. *European Journal of Educational Research*, 10(1), 497–508. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1283880>

Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija. (2022). *Matematikos bendroji programa*. <https://emokykla.lt/bendrosios-programos/visos-bendrosios-programos/5>

Liu, O. L., Frankel, L., & Roohr, K. C. (2014). Assessing critical thinking in higher education: current state and directions for next-generation assessment. *ETS Research Report Series*, 2014(1), 1–23.

Mažylienė, A., Gutauskienė, R., Tumelienė, R., & Špokienė, R. (2011). Inkluzinis ugdymas ir komandinė pagalba mokiniui. *Metodinės rekomendacijos mokytojams, švietimo pagalbos teikėjams*. Specialiosios pedagogikos ir psichologijos centras.

Padmavathy, R. D., & Mareesh, K. (2013). Effectiveness of problem based learning in mathematics. *International Multidisciplinary E-Journal*, 2(1), 45–51.

Petty, G. (2009). *Evidence based teaching: a practical approach*. Nelson Thornes Ltd.

PISA (Programme for International Student Assessment). (2012). PISA 2012 mathematics framework. In *PISA 2012 assessment and analytical framework: mathematics, reading science problem solving and financial literacy* (pp. 25–46). OECD Publishing.

Pólya, G. (2014). *How to solve it: a new aspect of mathematical method*. Princeton University Press.

Rahmatika, A. (2022). The effect of think-talk-write cooperative learning assisted by GeoGebra Software on students' critical thinking (case study of SMA ALHIDAYAH Medan). *IJEMS: Indonesian Journal of Education and Mathematical Science*, 3(1), 1–8.

Schoenfeld, A. H. (2016). Learning to think mathematically: problem solving, metacognition, and sense making in mathematics (reprint). *Journal of Education*, 196(2), 1–38.

Sičiūnienė, V. (2019). *Matematika. Papildomi mokomieji objektai. 4 klasė*. „Baltų lankų“ vadovėliai.

Smith, M. (2020). *Is critical thinking really critical? A research study of the intentional planning for the teaching of critical thinking in the middle grades*. <https://digitalcommons.nl.edu/diss/464/>

Sutiani, A., Situmorang, M., & Silalahi, A. (2021). Implementation of an inquiry learning model with science literacy to improve student critical thinking skills. *International Journal of Instruction*, 14(2), 117–138.

Tondeur, J., Scherer, R., Baran, E., Siddiq, F., Valtonen, T., & Sointu, E. (2019). Teacher educators as gatekeepers: preparing the next generation of teachers for technology integration in education. *British Journal of Educational Technology*, 50(3), 1189–1209.

Van de Walle, J. A., Karp, K. S., & Bay-Williams, J. M. (2022). *Elementary and middle school mathematics: teaching developmentally*. Pearson.

Wang, W., & Seshaiyer, P. (2021). Engaging students in applied mathematics education and research for global problem solving. In *Improving Applied Mathematics Education* (pp. 27–49). Springer International Publishing.

Warsah, I., Morganna, R., Uyun, M., Afandi, M., & Hamengkubuwono, H. (2021). The impact of collaborative learning on learners' critical thinking skills. *International Journal of Instruction*, 14(2), 443–460.

Willingham, D. T. (2007). Critical thinking: why it is so hard to teach? In *American Federation of Teachers Summer 2007* (pp. 8–19). https://eduq.info/xmlui/bitstream/handle/11515/19710/Crit_Thinking.pdf

Woods, T., Williams, G., & McNeal, B. (2006). Children's mathematical thinking in different classroom cultures. *Journal for Research in Mathematics Education*, 37(3), 222–255.

Žydzūnaitė, V., & Sabaliauskas, S. (2017). *Kokybiniai tyrimai: principai ir metodai. Vadovėlis socialinių mokslų studijų programų studentams*. Vaga.

SUMMARY

ANALYSING THE CRITICAL THINKING SKILLS OF YEAR 3 PUPILS IN MATHEMATICS LESSONS

Laura Staponaitė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

laura.staponaitė@stud.viko.lt

Consulted by dr. Renata Kondratavičienė

Vilniaus Kolegija / Higher Education Institution, Lithuania

r.kondrataviciene@pdf.viko.lt

The research focuses on the critical thinking skills of 3rd-grade students during mathematics lessons, emphasizing their development and application in problem-solving, reasoning, and communication. This topic is particularly relevant as critical thinking is a priority in both national and international education frameworks, being vital for navigating complex challenges and fostering adaptable learning capabilities. Mathematics is highlighted as an effective discipline for cultivating these competencies through structured reasoning and creative problem-solving tasks.

Despite evidence suggesting the positive impact of critical thinking on academic performance and motivation, there is a gap in understanding how to optimally foster these skills in primary education, particularly in Lithuania. The recent 2024 Mathematics Curriculum updates, which stress the integration of cognitive competencies like critical thinking, underline the need for innovative teaching strategies and comprehensive evaluation methods.

The study aims to explore the extent to which critical thinking skills manifest in mathematics lessons and identify effective teaching methods. Specific objectives include:

- analyzing critical thinking components in mathematics curricula;

- demonstrating effective strategies for skill development;
- assessing students' achievements across reasoning, problem-solving, and communication domains.

Using a quantitative methodology, data were collected from 24 3rd-grade students through standardized tests and analyzed with SPSS software. Ethical principles such as informed consent and confidentiality were strictly upheld.

The findings reveal:

Students excelled in mathematical communication and problem-solving compared to reasoning and deep understanding.

A significant correlation exists between test results and academic performance, with stronger associations observed among female students.

Variations in achievements highlight the need for tailored educational approaches to address diverse learning needs.

To enhance critical thinking development in mathematics, the study recommends:

Focusing on reasoning tasks that require justification of solutions.

Employing interactive, context-rich tools like digital platforms and educational comics.

Providing differentiated support to cater to underperforming students while challenging high-achievers with advanced tasks.

This research underscores the necessity of targeted strategies to effectively integrate critical thinking development into primary education, leveraging mathematics as a powerful framework for cognitive growth.

Staponaitė, L., Kondratavičienė, R. (2025). Trečios klasės mokinių kritinio mąstymo gebėjimų analizė matematikos pamokose. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 359-370, ISSN 2669-221X

KARO UKRAINOJE SUKELTO IMIGRANTŲ SRAUTO POVEIKIS LIETUVOS DARBO RINKAI

Milda Laskauskaitė, Miglė Rapkevičiūtė, Ema Žliobaitė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

milda.laskauskaite@ktu.edu; migle.rapkeviciute@ktu.edu; ema.zliobaite@ktu.edu

Konsultavo dr. Rozita Susnienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

rozita.susniene@ktu.lt

ĮVADAS

Imigracija – sudėtingas socialinis reiškinys, turintis reikšmingą įtaką imigrantus priimančioms šalims. Tai procesas, apimantis individų persikėlimą į kitą šalį, siekiant išvengti politinių konfliktų, persekiojimų ar ieškant geresnių gyvenimo sąlygų. Taigi imigracija gali būti savanoriška ir (ar) priverstinė. Priverstinė imigracija dažniausiai kyla dėl politinių neramumų, karo ar stichinių nelaimių. Imigracijos procesas daro poveikį šalies demografiniams rodikliams, ekonominiams procesams, lemia pokyčius darbo rinkoje. Veiksmingas imigracijos valdymas gali paskatinti ekonomikos augimą, kultūrinę įvairovę ir socialinę gerovę, tačiau negebėjimas tinkamai ją valdyti gali sukelti socialinę ir ekonominę įtampą ir politinį nestabilumą.

Nuolatinis geresnių galimybių, saugumo ir stabilumo ieškančių žmonių srautas Europos šalims atnešė ir iššūkių, ir galimybių. Pastaruoju metu imigracijos dinamikai Europoje daug įtakos turėjo įvairūs geopolitiniai įvykiai, ypač tebesitęsiantis Rusijos ir Ukrainos karas. Dėl 2014 m. prasidėjusio ir 2022 m. vasario mėn. smarkiai paaštrėjusio karinio konflikto kilo didelio masto pabėgėlių perkėlimo krizė, kuri Europos šalims dar labiau apsukino galimybę valdyti migrantų ir pabėgėlių srautus. UNHCR (angl. *United Nations High Commissioner for Refugees*) (2022) duomenimis, dėl įtemptos padėties Ukrainoje daugiau negu 6,3 mln. ukrainiečių buvo priversti trauktis iš šalies ir įsikurti kitur, jiems teko integruotis į priimančiųjų šalių darbo rinkas. Europos centrinio banko (2023) vertinimu, Ukrainos karo pabėgėliai 2022 m. euro zonoje išaugino darbo jėgą 0,3–0,5 proc. EUAA (angl. *European Union Agency for Asylum*) (2022) atliktos apklausos rezultatai rodo, kad nemaža dalis šio karo pabėgėlių atvyksta siekdami įsitraukti į šalių darbo rinkas, nes iš 4 000 apklaustųjų, kurių nemaža dalis turėjo aukštąjį išsilavinimą, net 50 proc. teigė šalį laikinam prieglobsčiui rinkęsi atsižvelgdami į įsidarbinimo galimybes. Dėl gausaus ir staigaus imigrantų antplūdžio Europa susidūrė su dideliais iššūkiais integruodama karo pabėgėlius.

Lietuvos banko (2022) pateiktoje šalies ekonomikos apžvalgoje matyti, kad 2022 m. šalies nedarbo lygis mažėjo – išaugo dirbančiųjų skaičius. Karo pabėgėliai iš Ukrainos sėkmingai integravosi į Lietuvos darbo rinką, todėl padidėjo šalies darbo jėga ir užimtųjų skaičius. Didžioji dalis imigrantų specializavosi paslaugų sektoriuose. Vis dėlto nėra aišku, kokią įtaką imigrantų srautai, sąlygoti karo Ukrainoje, turėjo Lietuvos ekonomikai, ypač šalies darbo rinkai.

Problema. Kaip Ukrainos pabėgėlių antplūdis po 2022 m. Rusijos invazijos paveikė Lietuvos darbo rinką? Kaip staigus pabėgėlių skaičiaus didėjimas paveikė užimtumo ir darbo užmokesčio lygį?

Tikslas – išanalizuoti karo Ukrainoje sukeltą imigrantų srauto poveikį Lietuvos darbo rinkai.

Uždaviniai:

- išnagrinėti karo sukeltos imigracijos poveikio priimančių šalių darbo rinkoms teorines prielaidas;
- išanalizuoti imigracijos srautų į Lietuvą mastą, tendencijas ir ypatumus 2011–2023 m. laikotarpiu;
- ištirti imigracijos srautų poveikį Lietuvos darbo rinkos rodikliams.

Metodai: mokslinės literatūros analizė, sisteminimas ir apibendrinimas, statistinių duomenų analizė, lyginamoji analizė, grafinė analizė, koreliacinė analizė.

Karo pabėgėlių poveikis priimančiųjų šalių darbo rinkoms

Pasaulyje vykstantys geopolitiniai konfliktai ir kariniai neramumai didelę dalį žmonių priverčia palikti savo šalį. Žmonėms tenka ieškoti prieglobsčio ar geresnių gyvenimo sąlygų kitose šalyse. Neretai karo pabėgėliai turi reikšmingos įtakos juos priimančių šalių darbo rinkai, nes nemaža dalis asmenų įsidarbina vietovėse, kuriose labai trūksta darbuotojų. Taip karo pabėgėliai didina darbo jėgos pasiūlą. Vis dėlto nepakankamas ar poreikių neatitinkantis karo pabėgėlių išsilavinimas, įgytas gimtojoje šalyje, gali riboti šių asmenų galimybes sėkmingai integruotis į darbo rinką juos priimančioje šalyje. Ludolpho (2023) teigimu, dauguma pabėgėlių ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse dažnai dirba žemos kvalifikacijos darbus, nepaisant to, kokį išsilavinimą yra įgiję savo šalyje. Ludolphas tyrė 90 tūkst. Bosnijos pabėgėlių srauto integraciją į Austrijos darbo rinką Bosnijos karo metu (1992–1995). Tyrimo rezultatai atskleidė, kad pabėgėlius priėmusioje šalyje įgytas diplomats statistiškai reikšmingai pagerino migrantų padėtį darbo rinkoje. Pabėgėlių, turėjusių aukštesnį negu vidurinį išsilavinimą, bet neįgijusių formalaus išsilavinimo šiuos asmenis priėmusioje šalyje, valandinis darbo užmokestis buvo 16 proc. mažesnis. Taigi išsilavinimo neatitikimas, kalbos barjerai ir kultūriniai skirtumai gali sumažinti galimybes karo pabėgėliams sėkmingai įsiliesti į priimančiosios šalies darbo rinką.

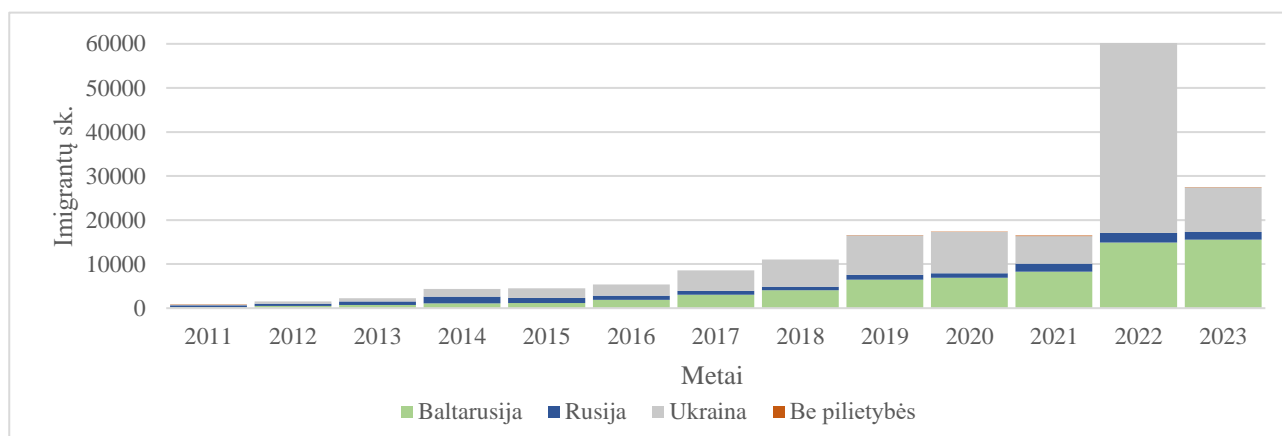
Imigrantų srautai keičia darbo rinkos struktūrą, prisideda prie darbo pasiūlos ir paklausos formavimo. Karo pabėgėlių įsiliejimas į darbo rinką gali turėti įtakos šalies demografiniams pokyčiams. Duszczuko ir kt. (2023) atliktas tyrimas, kurio metu nagrinėtas dėl karo Ukrainoje Lenkiją užplūdusios imigrantų bangos poveikis, atskleidė, kad demografiniai pokyčiai turėjo poveikį mažos kvalifikacijos darbo jėgai paklausiems sektoriams (pavyzdžiui, transportas ar statybos), kuriuose ukrainiečiai vyrai daugiausia dirbo prieš karą. Minėtini ne tik demografiniai pokyčiai dėl padidėjusių imigrantų srautų, bet ir visoje šalyje pagausėjęs imigrantų iš trečiųjų šalių įdarbinimas. Dėl karo poveikio Lenkijos darbo rinkoje padidėjo užsieniečių dalis. Didžiausią grupę sudarė ukrainiečiai. Duszczuko ir kt. (2023) teigimu, karo pabėgėliai, užpildę darbo vietas ir tinkamai įsilieję į darbo rinką, padėjo sumažinti 2022 m. pradžioje dėl didelės darbo jėgos paklausos atsiradusį bene didžiausią šalies istorijoje laisvų darbo vietų skaičių. Taip pat sumažėjo ir šalies nedarbo lygis (iki 3 proc.). Tyrėjų nuomone, šalyje siekiantiems įsidarbinti vietiniams gyventojams imigrantų banga didelių grėsmių nesukėlė.

Europos šalys, negalėdamos uždaryti sienų karo pabėgėliams, turėjo ieškoti būdų, kaip šiuos asmenis sėkmingai integruoti į savo socialinį ir ekonominį gyvenimą. Kaip teigia Şahinas (2016), tyręs imigrantų iš Sirijos integraciją Turkijoje, karo pabėgėliai, pasiėmę su savimi tik būtiniausius daiktus, juos priimančių šalių valdžioms gali pasiūlyti žmogiškuosius išteklius, todėl itin svarbu tinkamai orientuoti šią naują visuomenės dalį. Aracı ir kt. (2022), atlikę Sirijos pabėgėlių į Turkiją poveikio analizę, nustatė, kad pabėgėliai labiau linkę dirbti žemesnės kvalifikacijos darbus. Pabėgėlių iš Sirijos integracija stipriai paveikė šalies viduje esančius mažiau išplėtotus regionus ir minimaliai paveikė išvystytus. Tariant atskirus teritorinius vienetų, šalies regione žemėjant pragyvenimo lygiui, tiek tarp vyrų, tiek tarp moterų didėjo neigiamas karo pabėgėlių poveikis darbo rinkos rodikliams, tokiems kaip įsitraukimas į darbo rinką ir oficialus (registruotas) užimtumas. Aksu ir kt. (2022) teigimu, Turkijai priėmus karo pabėgėlius, sumažėjo vietinių moterų bendrasis užimtumas, nes netekusios darbo šios moterys buvo linkusios visiškai pasitraukti iš darbo rinkos. Vis dėlto bendrasis dirbančiųjų skaičius, ypač moterų grupėje, augo. Dėl sąlygiškai pigios pabėgėlių siūlomos darbo jėgos kai kuriuose sektoriuose sumažėjo darbuotojų atlyginimai. Tai sumažino vietinių vyrų užimtumą statybos sektoriuje ir vietinių vyrų ir moterų užimtumą žemės ūkio sektoriuje, paskatino vietinius dirbančiuosius pereiti dirbti į kitus sektorius. Dėl didelės pabėgėlių bangos šalyje išaugus vartotojų skaičiui, vartojimui paskatinta gamyba, plėtėsi gamybos ir paslaugų sektoriai. Taip šalyje atitinkamai išaugo darbo jėgos paklausa – sukurta daug naujų darbo vietų.

Cortes (2004) atkreipė dėmesį į ekonominių migrantų ir pabėgėlių skirtumus. Išanalizavus 1990 m. JAV imigrantų situaciją nustatyta, kad pabėgėlių statusą turinčiųjų grupė uždirbo 20 proc. daugiau ir dirbo 4 proc. daugiau valandų, palyginti su ekonominiais migrantais. Tai įrodo, kad karo pabėgėliai santykinai labiau negu ekonominiai imigrantai veikia juos priėmusios šalies ekonomiką ir darbo rodiklius.

Ukrainos karo sukulto pabėgėlių srauto tendencijų analizė

Prieš atliekant karo pabėgėlių srautų poveikio Lietuvos darbo rinkai analizę, tikslinga panagrinėti imigrantų iš šalių, susijusių su karu Ukrainoje, srautų į Lietuvą struktūrą ir kitimo tendencijas. 2008–2010 m. dėl pasaulinės ekonominės krizės imigrantų skaičius mažėjo, nors prieš tai jis augo, todėl tirti pasirinktas 2011–2023 m. laikotarpis, kai imigrantų skaičius tendencingai didėjo. Imigracijos sulėtėjimas vėl nustatytas tik 2020–2021 m. (žr. 1 pav.), kai dėl pandemijos įvesti apribojimai, tiek tiesiogiai, tiek netiesiogiai galėję paveikti atvykstančių į šalį asmenų srautą. Labai didelis imigrantų skaičiaus šuolis įvyko 2022 m., prasidėjus didelio masto invazijai į Ukrainą. Išaugo imigracija į Lietuvą iš karo paveiktų šalių: Ukrainos, Baltarusijos ir Rusijos. Galima manyti, kad dėl uždaramų valstybių sienų, įvedamų sankcijų ar apribojimų tiek rusai ir baltarusiai, tiek lietuvių kilmės asmenys buvo priversti trauktis iš minėtų šalių.

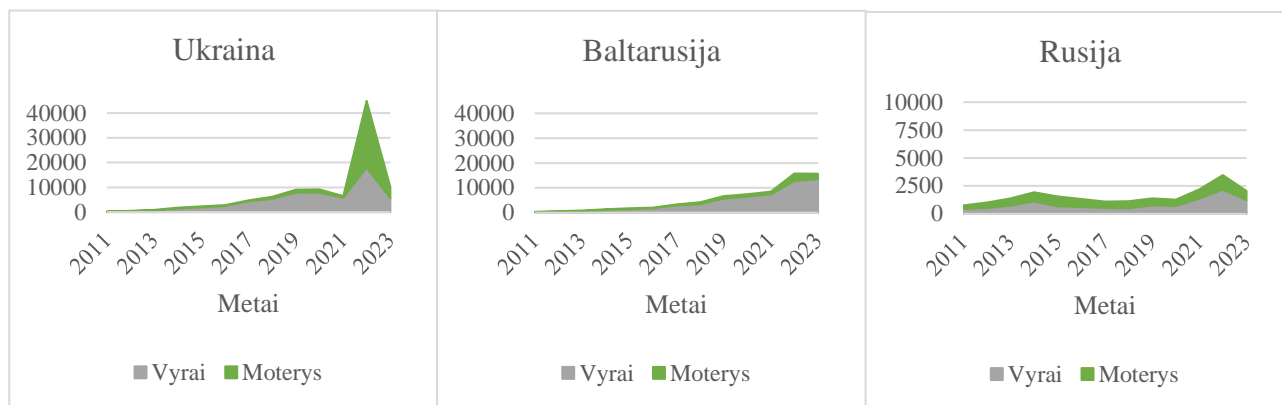


12 pav. Į Lietuvos teritoriją iš Baltarusijos, Rusijos ir Ukrainos imigravusių asmenų skaičius 2011–2023 m.
Šaltinis: sudaryta remiantis Valstybės duomenų agentūros (2024) duomenimis

Iki karo buvo pastebimas nemažas imigrantų iš Ukrainos srautas į mažos kvalifikacijos sektorius. Tai lėmė įsidarbinimo galimybes. Prasidėjus karui, migracija išaugo, nesant tikslo įsilieti į šalies darbo rinką. Migracijos tarnybos (2024) duomenimis, 2023 m. ukrainiečiai sudarė gausiausią Lietuvoje gyvenančių užsieniečių bendruomenę, iš jų net 52 tūkst. (63 proc.) asmenų turėjo pabėgėlio statusą. 2022 m. Ukrainos pabėgėlių skaičius staigiai išaugo (43 905 asmenys). 2022 m. pabėgėliai iš Ukrainos sudarė 50,3 proc. visų tais metais imigravusiųjų į Lietuvą.

Baltarusijos ir Rusijos teritorijose tiesioginiai karo veiksmai nevyko, tačiau dėl karo metu įvestų griežtų sankcijų ir apribojimų, taip pat dėl asmeninių ar politinių priežasčių kai kurie Baltarusijos ir Rusijos gyventojai rinkosi emigruoti. Taigi, prasidėjus karui, į Lietuvą atvyko imigrantų ne tik iš Ukrainos, bet ir iš Rusijos bei Baltarusijos. 2022 m. lapkričio mėn. Lietuvoje įvedus sugriežtintą tvarką Baltarusijos ir Rusijos piliečiams vizai įgyti, 2023 m. pastebimas imigrantų srautų iš minėtų šalių mažėjimas. Sugriežtinta vizų išdavimo tvarka leidžia neišduoti vizų ar laikinųjų leidimų gyventi šalyje, panaikinti galiojančius dokumentus ir net visiškai uždrausti asmenims patekti į šalies teritoriją.

Iki karinio konflikto buvusias imigrantų tendencijas pakeitė naujos pabėgėlių srautų didėjimo tendencijos, kurios matyti analizuojant imigrantų srautus, atsižvelgiant į lytį (žr. 2 pav.).

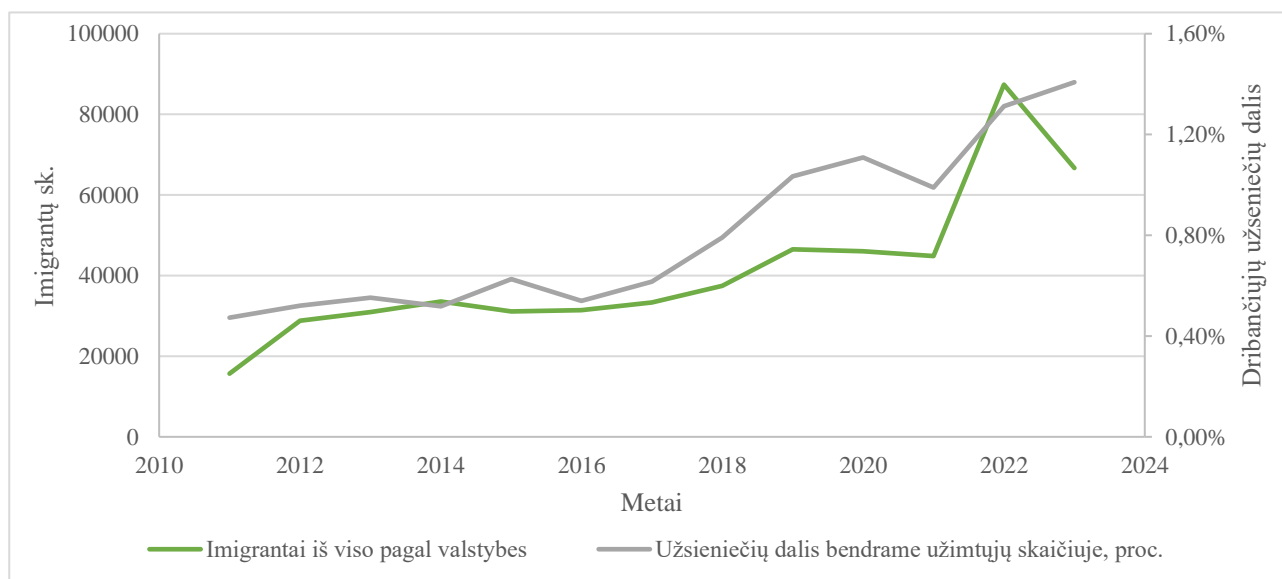


13 pav. Asmenų, imigravusių į Lietuvą iš Ukrainos, Baltarusijos ir Rusijos, pasiskirstymas pagal lytį, 2011–2023 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis Valstybės duomenų agentūros (2024) duomenimis

Prieš prasidedant Rusijos ir Ukrainos konfliktui, į Lietuvą, ieškodami neaukštos kvalifikacijos reikalaujančių darbų, dažnai atvykdavo ukrainiečiai vyrai, tačiau, prasidėjus karui, dalis šių imigravusių asmenų grįžo į kilmės šalį. Skirtingai negu vyrai, moterys, vaikai ir senyvo amžiaus asmenys aktyviai skatinti trauktis iš karo veikiančių teritorijų, todėl stipriai išaugo šių grupių imigracija. Migracijos tendencijų pokytis ypač akivaizdus 2022 m., kai reikšmingai išaugo moterų imigracija.

Pabėgėlių įsitraukimas į darbo rinką atsispindi lyginant imigrantų srauto tendencijas ir užsieniečių dalį bendrajame užimtųjų skaičiuje (*žr. 3 pav.*).



14 pav. Į Lietuvą imigravusių asmenų skaičius ir užsieniečių dalis darbo rinkoje 2011–2023 m.

Šaltinis: sudaryta remiantis Valstybės duomenų agentūros (2024) duomenimis

2022 m., prasidėjus karui ir į Lietuvą plūstelėjus imigrantų srautui, užsieniečių dalis šalies darbo jėgos bendrajame skaičiuje labai išaugo ir net viršijo prieš COVID-19 pandemiją buvusias tendencijas. Vėliau karo imigracijos srautai mažėjo, tačiau užsieniečių dalis bendrajame užimtųjų skaičiuje ir toliau augo. Užsieniečių dalies bendrajame dirbančiųjų skaičiuje augimas indikuoja, kad karo pabėgėliai 2022–2023 m. aktyviai įsitraukė į darbo rinką. Galima teigti, kad aktyvus šių asmenų įsitraukimas į Lietuvos darbo rinką galėjo daryti poveikį minėtai rinkai.

Imigrantų iš Ukrainos skaičiaus ir Lietuvos darbo rinkos rodiklių sąryšio tyrimas

Tyrimo metodika. Siekiant išanalizuoti karo Ukrainoje sukulto imigrantų srauto poveikį Lietuvos darbo rinkai, atliktas imigrantų iš Ukrainos skaičiaus ir pagrindinių Lietuvos darbo rinkos rodiklių sąryšio tyrimas. Koreliacinei analizei atlikti kaip nepriklausomas kintamasis pasirinktas asmenų, imigravusių iš Ukrainos į Lietuvą, skaičius, priklausomi kintamieji – Lietuvos darbo jėga, nedarbo lygis, užimtų darbo vietų skaičius, registruotų bedarbių skaičius, įtampos darbo rinkoje rodiklis, vidutinis neto darbo užmokeskis, laisvų darbo vietų skaičius. Prieš atliekant koreliacinę analizę, buvo tikrinamas rodiklių stacionarumas, nestacionarios kintamųjų laiko eilutės buvo diferencijuojamos, apskaičiuojamas Pearsono koreliacijos koeficientas, tikrinamos tikimybės (pasirinktas $p < 0,05$ reikšmingumo lygmuo).

Tyrimo rezultatai. Patikrinus pasirinktų kintamųjų laiko eilučių stacionarumą, nustatyta, kad imigrantų iš Ukrainos skaičiaus ir nedarbo lygio laiko eilutės buvo stacionarios; darbo jėgos, įtampos darbo rinkoje, laisvų darbo vietų skaičiaus, registruotų bedarbių skaičiaus ir užimtų darbo vietų skaičiaus laiko eilutėms prireikė pirmo laipsnio diferencijavimo, vidutinio darbo užmokesčio laiko eilutei prireikė antrojo laipsnio diferencijavimo. Gavus stacionarias laiko eilutes, vertinta priklausomų kintamųjų koreliacija su nepriklausomu kintamuoju, apskaičiuojant Pearsono koreliacijos koeficientą ir tikimybes (žr. 1 lentelę).

5 lentelė. Koreliacinės analizės rezultatai

		<i>Imig- rantų skaičius</i>	<i>Darbo jėga (1 dif.)</i>	<i>Įtampa darbo rinkoje (1 dif.)</i>	<i>Laisvų darbo vietų skaičius (1 dif.)</i>	<i>Regist- ruotų be- darbių skaičius (1 dif.)</i>	<i>Užimtų darbo vietų skaičius (1 dif.)</i>	<i>Vidutinis darbo užmokes- tis (2 dif.)</i>	<i>Nedarbo lygis</i>
Imig- rantų skaičius	Korelaci- jos koefi- cientas	1,00000 0	0,64221 4	0,41174 5	- 0,04505 7	-0,475584	0,48426 1	0,397522	- 0,51533 7
	Tikimybė		0,0331	0,2083	0,8953	0,1393	0,1312	0,226	0,1047

Šaltinis: sudaryta remiantis Valstybės duomenų agentūros (2024) duomenimis

Įvertinus tikimybes nustatyta, kad tarp imigrantų iš Ukrainos skaičiaus ir darbo jėgos rodiklio yra reikšminis tiesioginis vidutinio stiprumo tiesinis ryšys (0,642214). Šis ryšys rodo, kad, augant imigrantų skaičiui, didėja ir darbo jėgos apimtys. Galima teigti, kad imigrantų srautų padidėjimas prisideda prie darbo rinkos stiprinimo. Taip pat nustatytas atvirkštinis ryšys tarp imigrantų iš Ukrainos srauto ir nedarbo lygio, todėl galima teigti, kad imigracija prisideda prie nedarbo lygio šalyje mažėjimo. Vis dėlto tikimybė viršijo pasirinktą reikšmingumo lygmenį, todėl šiam ryšiui patvirtinti reikia išsamesnių tyrimų. Atvirkštinis ryšys su imigrantų skaičiumi nustatytas ir laisvų darbo vietų skaičiui (su užimtų darbo vietų skaičiumi nustatytas teigiamas ryšys). Pastebėta, kad, imigrantams įsidarbinant, laisvų darbo vietų skaičius mažėja, o užimtų darbo vietų skaičius auga. Minėtas ryšys rodo, kad, imigrantams gebant integruotis į juos priėmusios šalies darbo rinką, augantis imigrantų srautas prisideda prie užimtumo didėjimo šalyje.

Tyrimas nepatvirtino statistiškai reikšmingo ryšio tarp įtampos darbo rinkoje rodiklio ir imigrantų iš Ukrainos skaičiaus. Prieš prasidedant karui, verslo sektorius labai nukentėjo dėl 2020–2021 m. COVID-19 ribojimų. 2022 m. verslas pamažu pradėjo atsigaivinti nuo pandemijos sukeltų padarinių, aktyviai kurtos naujos darbo vietos. Vis dėlto įtampa darbo rinkoje stipriai nepasikeitė, nes į darbo rinką įsiliejo didelė imigrantų banga.

Tyrimas neparodė statistiškai reikšmingo ryšio tarp imigrantų srauto ir vidutinio darbo užmokesčio, taigi tikėtina, kad įdarbintiems pabėgėliams buvo mokami įprasto dydžio atlyginimai. Vidutinio darbo užmokesčio sumažėjimas nenustatytas. Lietuvoje atlyginimai nuolat didėja, todėl galima teigti, kad imigrantų iš Ukrainos įsiliejimas į Lietuvos darbo rinką neturėjo reikšmingos įtakos vidutiniam atlyginimui augti.

IŠVADOS

Imigrantų atvykimas turi tiek teigiamų, tiek neigiamų pasekmių šiuos asmenis priimančios šalies darbo rinkai. Moksliniai tyrimai rodo, kad karo pabėgėliai, turintys mažesnę kvalifikaciją, dažniausiai užima tas darbo vietas, kurių vietos gyventojai nenori arba tokių darbų nedirba. Taip karo pabėgėliai prisideda prie tam tikrų sektorių augimo. Užpildydami laisvas darbo vietas, imigrantai sumažina nedarbo lygį, tačiau karo pabėgėliai gali lemti ir darbo užmokesčio mažėjimą, nes dažnai dirba už mažesnį atlyginimą negu vietos gyventojai. Dėl padidėjusio pabėgėlių srauto gali išaugti vartojimas. Tai skatina gamybos augimą ir naujų darbo vietų kūrimą.

Lietuvoje imigrantų skaičius kasmet auga. 2008–2010 m. sumažėjusį imigrantų skaičių galėjo lemti pasaulinė ekonomikos krizė. 2020 m. imigrantų skaičius mažėjo dėl COVID-19 pandemijos, kai buvo įvesta nemažai ribojimų. 2022 m. imigrantų skaičius smarkiai išaugo dėl Ukrainoje prasidėjusio karo. Į Lietuvą atvyko nemažai karo pabėgėlių: ukrainiečių, rusų ir baltarusių. Didelį imigrantų srautą galėjo lemti įvedamos sankcijos, apribojimai ir uždaromos valstybių sienos.

Imigrantų iš Ukrainos skaičiaus ir pagrindinių darbo rinkos rodiklių koreliacinė analizė atskleidė, kad augantis imigrantų iš Ukrainos skaičius turėjo tiesioginį reikšminį poveikį darbo jėgai Lietuvoje augti. Reikšminės tiesinės priklausomybės tarp imigrantų iš Ukrainos skaičiaus ir įtampos darbo rinkoje rodiklio bei vidutinio darbo užmokesčio nenustatyta. Galima teigti, kad, pasibaigus pandemijos suvaržymams ir šalies verslams pradėjus aktyviai atsigausti, imigrantų srautų padidėjimas neturėjo reikšmingos įtakos įtampai darbo rinkoje ir vidutinio darbo užmokesčiui. Lietuva gebėjo išlaikyti stabilumą darbo rinkoje, sukurdama imigrantams papildomas darbo vietas.

Literatūros sąrašas

Aksu, E., Erzan, R., & Kırdar, M. G. (2022). The impact of mass migration of Syrians on the Turkish labor market. *Labour Economics*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2022.102183>

Aracı, D. T., Demirci, M., & Kırdar, M. G. (2022). Development level of hosting areas and the impact of refugees on natives' labor market outcomes in Turkey. *European Economic Review*, 145. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2022.104132>

Cortes, K. E. (2004). Are refugees different from economic immigrants? Some empirical evidence on the heterogeneity of immigrant groups in the United States. *The Review of Economics and Statistics*, 86(2), 465–480. <https://doi.org/10.1162/003465304323031058>

Duszczak, M., Górny, A., Kaczmarczyk, P., & Kubisiak, A. (2023). War refugees from Ukraine in Poland – one year after the Russian aggression. Socioeconomic consequences and challenges. *Regional Science Policy & Practice*, 15(1), 181–199.

European Central Bank. (2023, March 1). *Integrating Ukrainian refugees into the euro area labour market*. <https://www.ecb.europa.eu/press/blog/date/2023/html/ecb.blog.230301~3bb24371c8.en.html>

European Union Agency for Asylum. (2022, October 28). *The people displaced by the Russian invasion of Ukraine*. <https://euaa.europa.eu/news-events/joint-euaa-iom-and-oecd-report-provides-new-insights-displacement-and-within-ukraine>

Lietuvos bankas. (2022, rugsėjis). *Lietuvos ekonomikos apžvalga*. https://www.lb.lt/uploads/publications/docs/38813_9b7324848a43c61dbfa8c7287de5445f.pdf

Lietuvos bankas. (2022, gruodžio 19). *Prognozė: šalies ekonomika išsilaikys augimo kelyje, atsparumą stiprina į darbo rinką įsilieję ukrainiečiai*. <https://www.lb.lt/lt/naujienos/prognoze-salies-ekonomika-issilaikys-augimo-kelyje-atsparuma-stiprina-i-darbo-rinka-isilieje-ukrainieciai>

Ludolph, L. (2023). The value of formal host-country education for the labour market position of refugees: Evidence from Austria. *Economics of Education Review*, 92. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2022.102334>

The Polish Institute of International Affairs. (2023, March 16). *Refugees from Ukraine adapting to the European Labour Market*. <https://pism.pl/publications/refugees-from-ukraine-adapting-to-the-european-labour-market>

The UN Refugee Agency. (n. d.) 2025 *situation overview*. <https://reporting.unhcr.org/operational/situations/ukraine-situation>

Valstybės duomenų agentūra. (2024). *Oficialiosios statistikos portalas*. <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>

SUMMARY

THE IMPACT OF THE WAR IN UKRAINE ON THE LITHUANIAN LABOUR MARKET

Milda Laskauskaitė, Miglė Rapkevičiūtė, Ema Žliobaitė

Kaunas University of Technology, Lithuania

milda.laskauskaite@ktu.edu; migle.rapkeviciute@ktu.edu; ema.zliobaite@ktu.edu

Consulted by dr. Rozita Susnienė

Kaunas University of Technology, Lithuania

rozita.susniene@ktu.lt

Immigration is a complex social process with major implications for the demography, economy and labour market of host countries. Geopolitical conflicts and military unrest often force people to leave their home countries in search of asylum or better living conditions in other countries. Such migration processes, in particular flows of war refugees, can have a significant impact on the labour markets of host countries. War refugees often take up jobs where there is a shortage of workers, thus increasing labour supply, but their integration into the labour market is not always smooth. Refugees often face challenges such as lack of education, language barriers and cultural differences, which often lead to lower-skilled jobs, regardless of their educational background. Refugees who have higher education but have not acquired formal qualifications in the host country often earn lower wages and work in lower skilled jobs. Refugees contribute to labour supply, change the structure of the labour market and can stimulate demand in certain sectors. Refugees have helped to reduce the number of job vacancies and increase the number of occupied jobs by integrating into the labour market. It also shows that refugees can have a positive impact on a country's economy and labour market if they are properly integrated. Since the outbreak of the war in Ukraine, a large number of refugees have arrived in Lithuania, with a particular increase in 2022, and the majority of refugees have integrated into the labour market. According to data from the Migration Service, in 2023, Ukrainians constituted the largest community of foreigners in Lithuania, and most of them were employed in the service sectors. Although refugees mostly occupied lower-skilled jobs, their arrival helped to alleviate labour shortages, fill vacancies and contribute to job growth. In the analysis of the Lithuanian labour market, the number of immigrants and its impact on labour market indicators were assessed using correlation methodologies. The correlation showed that the number of immigrants has a direct impact on labour supply and the number of vacancies. The arrival of immigrants reduced the number of vacancies and increased the number of occupied jobs, but the unemployment rate, although inversely correlated with the number of immigrants, was not significantly affected by active integration policies. Moreover, average wages in Lithuania have remained stable despite the arrival of refugees, as the increase in labour supply has not led to a fall in wages.

Laskauskaitė, M., Rapkevičiūtė, M., Žliobaitė, E., Susnienė, R. (2025). Karo Ukrainoje sukelta imigrantų srauto poveikis Lietuvos darbo rinkai. *Youth in a Changing Society: 13th International Students' Conference Proceeding*, p. 371-377, ISSN 2669-221X

ISSN 2669-221X

Viko VILNIAUS | HIGHER EDUCATION
KOLEGIJA | INSTITUTION
FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT

Didlaukio str. 49, Vilnius, LT-08303, vfv.viko.lt

**We.
Business.
Here.**