VILNIAUS KOLEGIJA | UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT

ŠVIETIMO, MOKSLO IR SPORTO MINISTERIJA

*9-osios tarptautinės studentų konferencijos straipsnių rinkinys*

*Selected Papers of 9th International Students' Conference*

# JAUNIMAS BESIKEIČIANČIOJE VISUOMENĖJE

## YOUTH IN A CHANGING SOCIETY

Volume 2 Tomas

2020

El. leidinys
E-edition

VILNIAUS KOLEGIJA | UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT

# JAUNIMAS BESIKEIČIANČIOJE VISUOMENĖJE

Tarptautinės studentų konferencijos straipsnių rinkinys

Konferencija vyko 2020 m. lapkričio 24 d. nuotoliniu būdu

Vilnius, 2020

**Jungtinis organizacinis komitetas**

**Vadovai:**
Ramunė Rapkauskaitė, Turizmo katedros lektorė;
Ilona Kojelytė, Tarptautinio verslo katedros lektorė.

**Nariai:**
Vilma Gegužienė, Studentų mokslinės draugijos kuratorė, Vadybos katedros lektorė;
Jūratė Patackaitė, Užsienio kalbų centro vedėja, lektorė;
Flavius Streianu, Verslo inovacijų katedros lektorius;
Karolis Visockas, Kompiuterių centro vadovas;
Violeta Žemaitienė, Užsienio kalbų centro lektorė;
Paulius Jogminas, Studentų mokslinės draugijos pirmininkas;
Marija Buzaitė, Verslo inovacijų katedros administratorė;
Vaida Urbaitė, Mokymų ir bendradarbiavimo plėtros skyriaus projektų vadovė.

**Jungtinis mokslinis komitetas**

**Pirmininkas:**
Dr. Viktor Kozlovskij, Verslo inovacijų katedros docentas.

**Nariai:**
Dr. Aleksandra Pečiūrienė, Verslo inovacijų katedros docentė;
Dr. Margarita Išoraitė, Tarptautinio verslo katedros docentė;
Dr. Kristina Samašonok, Vadybos katedros docentė.

Leidinys recenzuojamas

ISSN 2669-221X

© Vilniaus kolegija, 2020
© Verslo vadybos fakultetas

# TURINYS

IŠŠŪKIAI TURIZMO SEKTORIUI COVID-19 PANDEMIJOS METU ..... 7
DVIEJŲ UŽSIENIO KALBŲ: ANGLŲ IR VOKIEČIŲ MOKĖJIMAS – SĖKMINGA INVESTICIJA Į SAVO ATEITĮ ..... 12
APLINKOSAUGINĖS ŽALIOJO RAKTO PROGRAMOS, TAIKOMOS APGYVENDINIMO SEKTORIUJE, ŽINOMUMAS ..... 20
SOCIALINIO TINKLO „FACEBOOK“ PANAUDOJIMO RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE TYRIMAS ..... 25
JAUNŲ DARBUOTOJŲ (IKI 25 METŲ) KAITOS PRIEŽASTYS IR JOS MAŽINIMO GALIMYBĖS ..... 32
SOCIALINIO TINKLO „INSTAGRAM“ PANAUDOJIMO RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE TYRIMAS ..... 40
KAINŲ KAITA COVID-19 SĄLYGOMIS LIETUVOJE ..... 46
BALTIJOS ŠALIŲ TRANSPORTO SEKTORIAUS VERSLO APLINKOS VERTINIMAS ..... 53
ŽMOGAUS INTELEKTO SEGMENTŲ REIKŠMĖ DARBO KONTEKSTE IR JŲ UGDYMO PASIRINKIMAS ..... 61
UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS PELNINGUMO RODIKLIŲ ANALIZĖ ..... 69
SOCIALINIO TINKLO „LINKEDIN“ PANAUDOJIMAS RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE ..... 76
BŪTINYBĖ KEISTIS: KOKIA VIDAUS KONTROLĖ TURI BŪTI LIETUVOJE? ..... 84
PRIEGLAUDOS GYVŪNAMS DRAUGIŠKA KAVOS STUDIJA ..... 92
KULTŪRINIO ŠOKO RAIŠKA: ATVEJO ANALIZĖ ..... 99
MIEGO KAVINĖS VERSLO IDĖJOS KŪRIMAS, REMIANTIS MIEGUISTUMO PROBLEMA VISUOMENĖJE ..... 105
SOCIALINIO TINKLO „YOUTUBE“ PANAUDOJIMO RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE TYRIMAS ..... 112
VILNIAUS KOLEGIJOS / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES VERSLO IR VADYBOS STUDENTŲ PASIRENGIMAS KURTI NUOSAVĄ VERSLĄ ..... 118
SOCIALINIŲ TINKLŲ SVARBA IR KIBERNETINIO SAUGUMO PAVOJAI ŠIANDIENĖJE VISUOMENĖJE ..... 126
APSAUGOS PRIEMONIŲ NUO COVID-19 NAUDOJIMO SVARBOS ŽMONĖMS TYRIMAS, MAŽINANT VIRUSO PLITIMĄ ..... 132
LIETUVIŲ POŽIŪRIS IR STEREOTIPAI APIE RUSŲ KULTŪRĄ IR JŲ ĮTAKA TARPKULTŪRINEI KOMUNIKACIJAI ..... 140
SOCIALIAI PAŽEIDŽIAMOS ŽMONIŲ GRUPĖS DARNAUS VYSTYMOSI KONTEKSTE LIETUVOJE ..... 146
ŠVENČIŲ TRADICIJOS LIETUVOJE IR VOKIETIJOJE, ŠVENTIMO YPATUMAI BEI SKIRTUMAI ..... 154
COVID-19 PANDEMIJOS POVEIKIS JAUNIMO DARBO RINKAI LIETUVOJE IR ATEITIES SCENARIJAI ..... 161
LIETUVOS IR KAZACHSTANO KROVINIŲ SRAUTŲ LOGISTINIO JUNGIAMUMO VERTINIMAS ..... 168
LIETUVOS IR UZBEKISTANO KROVINIŲ SRAUTŲ LOGISTINIO JUNGIAMUMO VERTINIMAS ..... 175
PANDEMIJOS POVEIKIO JŪRŲ TRANSPORTO SEKTORIUI VERTINIMAS ..... 183
LIETUVOS IR KIRGIZIJOS KROVINIŲ SRAUTŲ LOGISTINIO JUNGIAMUMO VERTINIMAS ..... 189
AUTONOMINIŲ LAIVŲ EKSPLOATAVIMO PERSPEKTYVŲ RINKOJE APŽVALGA ..... 197
JAUNIMO NUSIKALSTAMUMAS – ŽALA SAU AR VISUOMENEI? ..... 202
STUDIJOS NUOTOLINIU BŪDU: IŠŠŪKIAI IR GALIMYBĖS ..... 209

THE EFFICIENCY OF MOBILE APPS AND WEBSITES IN LEARNING ENGLISH ..... 220
SOCIAL MEDIA POSITIVE IMPACT ON YOUTH DAILY LIFE ..... 225
THE IMPACT OF COVID – 19 ON UNIVERSITY STUDENTS ..... 232
FEATURE FILMS AS A WAY OF LEARNING ENGLISH ..... 239
IMPORTANCE OF ECOLOGY FOR A YOUNG PERSON ..... 244
STUDY OF THE EDUCATIONAL RESULT OF INTELLECTUAL AND CREATIVE CONTESTS PARTICIPANTS ON THE ALL-RUSSIAN INTERNET PORTAL FOR ADDITIONAL EDUCATION "GIFTED CHILDREN" ..... 250
STARTUPS IN THE WORLD ..... 255

# IŠŠŪKIAI TURIZMO SEKTORIUI COVID-19 PANDEMIJOS METU

**Justas Aleksandravičius, Vita Juravičiūtė**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
justas.aleksandravicius@stud.viko.lt, vita.juraviciute@stud.viko.lt

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Ramunė Rapkauskaitė

**Anotacija**

Koronaviruso (COVID-19) infekcija sukėlė globalią krizę. Praėjus trims mėnesiams nuo pirmojo užfiksuoto naujo viruso atvejo, infekcija pasklido po visą pasaulį. Pasaulio sveikatos organizacijos paskelbta pandemija paveikė daugiau nei 110 šalių. COVID-19 tapo visuomenės, žiniasklaidos, politikos ir medikų dėmesio centru. COVID-19 pandemija sukėlė didelių ekonominių, socialinių problemų turizmo sektoriui, dalis turizmo įmonių bankrutavo ir taip sukėlė dar didesnį bedarbystės lygį šalyje. Taip pat viruso pandemija pakeitė ir ugdymosi procesą. Dalis besimokančiųjų teigia patyrę sunkumų rasti praktikos vietą pandemijos metu, o studijas baigę studentai pastebi ypač sumažėjusį darbo vietų skaičių turizmo įmonėse. Svarbu paminėti, kad ES ir pačios šalys imasi įvairių priemonių, kad viruso plitimas būtų kuo greičiau suvaldytas. Europos Sąjunga ėmėsi griežtų priemonių, tokių kaip karantino įvedimas, apribojamas žmonių fizinis kontaktas, kai kurie verslai sustabdė savo veiklą ir pan. Kasdien pasaulyje vyksta daugybė diskusijų su ES šalių ministrais, kurių tikslas – sukurti strategiją, padėsiančią turizmo sektoriui bei kitiems verslams atsigauti. Straipsnio tikslas – remiantis moksliniais šaltiniais, literatūra, anketos rezultatais ir savo patirtimi įvertinti bei išanalizuoti COVID-19 pandemijos iššūkius turizmo sektoriui. Šioje literatūros apžvalgoje bus aptariama ir pateikiama COVID-19 pandemijos įtaka turizmo sektoriui, ugdymosi procesui, pateikiami sukeltų padarinių sprendimo būdai. Straipsnyje pateikiami trys darbo uždaviniai ir išnagrinėtos trys išvados.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: turizmo sektorius, pandemija, turizmas, koronavirusas.

## Įvadas

Pasaulyje siautėjanti COVID-19 pandemija gana didelę įtaką turi turizmo sektoriui. Trumpa koronaviruso istorija. Liga pradėjo plisti 2019 m. gruodžio mėn. Kinijos Hubėjaus provincijos sostinėje Uhane. 2020 m. sausio mėnesį Kinijoje kilo šios ligos epidemija, infekcija ėmė plisti į kitas pasaulio šalis ir tapo pandemija. Tai yra naujos kvėpavimo takų ligos COVID-19, kurią sukelia virusas SARS-CoV-2, pandemija. Siekiant apriboti ligos plitimą, daugelis šalių ėmėsi plačių visuomeninio ir asmeninio gyvenimo apribojimų, taip pat ėmė riboti asmenų judėjimą tarp šalių ar šalių viduje. Būtent dėl šių ribojimų turizmo sektorius šiuo metu patiria „sąstingio“ laikotarpį. Džiugu, kad Lietuvos kelionių organizatorius ir agentūras vienijanti Lietuvos turizmo asociacija viešu laišku kreipiasi į Seimo narius, prašydama gelbėti kritinėje situacijoje atsidūrusį verslą bei būsimas žmonių keliones ir priimti tvarius sprendimus, kurie palankūs keliautojams, turizmo bendrovėms, šalies ekonomikai. Skubiai reaguodamas į pandemijos sukeltus iššūkius verslui, Seimas priėmė būtinus įstatymų pakeitimus, numatančius kelionių kupono siūlymą, kaip alternatyvą žmogui, norinčiam atidėti atostogas. Tiems, kuriems toks siūlymas netiktų, iki 6 mėnesių būtų ilginamas pinigų grąžinimo terminas. Tokie panašūs sprendimai jau priimti daugelyje Europos šalių. Gaila, bet šiuos įstatymų pakeitimus vetavo LR Prezidentas, todėl jie grąžinti atgal į Seimą. Būtent nuo jo sprendimo artimiausiu metu priklausys, ar bus išsaugotos darbo vietos turizmo versle. Turizmo industrija visame pasaulyje yra itin sudėtingoje situacijoje – ne išimtis ir Lietuva. Laikinai keliones sustabdę organizatoriai išgyvena apyvartinių lėšų trūkumą, nes pardavimai kritę, o dalis lėšų jau sumokėtos užsienio partneriams už apgyvendinimo, pervežimo paslaugas, kurias susigrąžinti pandemijos kontekste nėra taip lengva, kaip galėtų atrodyti.

Lietuvos kelionių organizatoriai, susidūrę su pandemijos iššūkiais, paskelbus apribojimus, iškart visus keliautojus skubos tvarka pargabeno namo, ėmėsi veiklos efektyvumo ir sąnaudų mažinimo veiksmų. „Nepaisant visų žingsnių, kuriuos jau padarėme, įsipareigojimai keliautojams yra pernelyg dideli, kad būtų įgyvendinti be kuo greitesnių būtinų įstatymų pakeitimų – kelionių kupono bei ilgesnio pinigų grąžinimo termino įteisinimo. Todėl Seimo prašome išlikti nuosekliems, laikytis savo pradinės pozicijos ir nepritarti veto“, – sako Milda Plepytė-Rainienė, Lietuvos turizmo asociacijos vadovė.

Be abejonės, turizmo sektorius prisideda prie bendros šalies ekonomikos, kuria darbo vietas. Lietuvoje turizmo sektoriuje dirba beveik 50 tūkst. žmonių, jis sukuria 2,2 proc. mūsų šalies bendrojo vidaus produkto.

Visoms Europos Sąjungos valstybėms narėms galioja direktyva, užtikrinanti vartotojų teises už atšauktas keliones atgauti pinigus per 14 dienų. Nors Lietuvoje baiminamasi galimo prieštaravimo ES teisei, akivaizdu, kad rimto pagrindo tam nėra – pinigų grąžinimo terminus jau pratęsė kelios ES šalys narės, tokios kaip Nyderlandai, Belgija, Ispanija, Italija, Prancūzija, Lenkija. Pinigų už atšauktas keliones grąžinimo terminai šiose šalyse pratęsti 6–12 mėnesių. Šiuos sprendimus šalys priėmė vadovaudamosi Europos Sąjungos teisėje galiojančia viešosios tvarkos išimtimi, leidžiančia nukrypti nuo įprasto reguliavimo, esant išskirtinėms aplinkybėms. Pati Europos Komisija yra išreiškusi palaikymą kelionių kuponų įvedimui kaip alternatyvą žmogui, kurio kelionė dėl pandemijos buvo atšaukta. Lietuvos turizmo industrija tikisi, kad ir LR Seimas išgelbės aklavietėje atsidūrusius keliautojus ir turizmo bendroves. Todėl šiuo sudėtingu laikotarpiu labai svarbus bendradarbiavimas ir dialogas.

**Temos aktualumas:** turizmo sektorius valstybių ekonomikoje sudaro nemažą procentą BVP, todėl COVID-19 pandemija, paveikusi turizmo sektorių, taip pat veikia ir ekonomiką, kelia iššūkius mokymosi sektoriui, studentams rasti praktikos vietą.

**Straipsnio problema:** COVID-19 pandemija turi didžiulę įtaka turizmo sektoriui, bankrutavus daliai turizmo įmonių ir sumažėjus darbo vietų skaičiui, stipriai išaugo nedarbo lygis, taip pat pastebėtas itin sumažėjęs turizmo studijas besirenkančių studentų skaičius, o COVID-19 pandemija yra bene viena iš pagrindinių to priežasčių.

**Darbo tikslas:** išanalizuoti COVID-19 pandemijos iššūkius turizmo sektoriui.

**Darbo uždaviniai:**

- apibrėžti COVID-19 pandemiją, kaip ji kilo ir kokius iššūkius kelia turizmo sektoriui;
- išsiaiškinti, kokių veiksmų, priemonių imasi ES, LR, kad išsaugotų turizmo sektorių;
- pateikti turizmo vadybą studijuojančių studentų nuomonę apie lūkesčius pandemijos laikotarpiu.

**Tyrimo hipotezė:** turizmo sektoriui suteikiama pagalba akistatoje su COVID-19 pandemija.

**Metodai:**

1. Literatūros analizė.
2. Apklausos rezultatų įvertinimas.
3. Mokslinių šaltinių analizavimas.

## Iššūkiai turizmo sektoriui COVID-19 pandemijos metu: teorinis pagrindimas

Šiandieniame pasaulyje ypač pastebimas turizmo sektoriaus sąstingio laikotarpis pandemijos akivaizdoje. Žmonės iki šios pandemijos keliavo laisvai, be jokių suvaržymų, tačiau dabar tai – iššūkis. Dėl keliavimo suvaržymų nukentėjo viešbučiai, teikę apgyvendinimo paslaugas, kelionių agentūros, skrydžių kompanijos ir pan. Dalis šių įmonių patyrė bankrotus. Būtent dėl bankrutavusių įmonių ir sustojusio turizmo sektoriaus sutriko ekonomika, prasidėjo visuotinė panika, išaugo nedarbo lygis. „Pasaulio kelionių ir turizmo taryba skelbia, kad dėl COVID-19 pandemijos visame pasaulyje daugiau kaip 50 milijonų žmonių gali netekti darbo, o kelionių sumažės ketvirtadaliu. Prognozuojama, kad pasibaigus pandemijai turizmo sektorius gali atsigauti per 10 mėnesių," – teigia KTU docentė Rimantė Hoponienė. Ne išimtis – darbo santykiai, dėl kurių didelius nuostolius patiria verslas, o ypač turizmo sektorius. Dr. Tomas Bagdanskis, darbo teisės ekspertas, „iLAW" vadovaujantysis partneris, sako: „Paskelbus ekstremalią situaciją arba karantiną, ne visais atvejais įmanoma dirbti nuotoliniu būdu, tad įmonės gali imtis šių priemonių: atostogos (sukauptos mokamos arba nemokamos), prastovos, darbo sutarčių keitimas (darbo laiko mažinimas, darbo užmokesčio mažinimas) arba kritinė priemonė – darbuotojų atleidimas. Mažiausiai abi puses neigiamai paliečiantis variantas galėtų būti prastovos. Lietuvos Respublikos Seimas priėmė pakeitimą, kad paskelbus prastovą dėl ekstremalios situacijos ar karantino darbdavys darbuotojui turi mokėti ne mažesnį nei Lietuvoje nustatytas minimalus darbo užmokestis, jei darbo sutartyje nustatyta visa darbo laiko norma. Privačiame sektoriuje darbdaviams bus skiriamos subsidijos darbo užmokesčiui už prastovą. Kompensuojama 60 proc. apskaičiuotų lėšų arba 90 proc. apskaičiuotų lėšų Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu, nustačius apribojimus ūkinės veiklos sektoriuose, bet ne daugiau kaip minimali mėnesinė alga. Ekstremaliosios situacijos ar karantino metu ši subsidija bus mokama iki 3 mėnesių, ją gaunantys darbdaviai darbo vietas turės išlaikyti ne trumpiau kaip 3 mėnesius nuo subsidijos mokėjimo pabaigos."

Pandemijos akivaizdoje svarbus ir ugdymosi procesas. Tyrimui buvo pasirinkti turizmo vadybą studijuojantys studentai, nes jie pastebi turizmo sektoriaus sąstingį. Šiuo laikotarpiu labai svarbu motyvuoti ir skatinti studentus stoti ar baigti turizmo studijas, nes, matydami dėl COVID-19 pandemijos kilusius iššūkius turizmo sektoriui, studentai supranta, kad atsigavimo laikotarpis nebus lengvas ir greitas, tad ir darbo vietų skaičius ribotas. Todėl dėl šių priežasčių studentai nemato alternatyvų ir galimybių dirbti šioje srityje, baigti šias studijas, kai kuriems atrodo, kad neverta. Šie studentai, pasibaigus pandemijai, kaip būsimi turizmo sektoriaus darbuotojai turės užtikrinti turizmo sektoriaus klestėjimą ateityje. Todėl svarbi motyvacija, suteikiant galimybę dalyvauti įvairiose veiklose, renginiuose, organizuojant ar įgyvendinant projektus. Žinoma, ir toliau skirti pinigines stipendijas už gerus mokymosi rezultatus. Motyvacijai papildomai sužadinti pagelbėtų žinių gilinimas nuotoliniu būdu, praktikos atlikimas, kelionių organizatorių ar agentūrų vadovų pasiūlymai ateityje gauti darbo vietą. Pandemijos akivaizdoje, ypač, kai siekiama suvaldyti pandemijos plitimą, pavyzdžiui, įvedamas karantinas, uždaromos valstybių sienos, itin svarbu, kad būtų skatinamas vietinis turizmas. Galime pasidžiaugti, kad ekonomikos ir inovacijų ministerija parengė vietinio turizmo skatinamo priemonių planą. „LR Vyriausybė 2020 m. kovo 16 d. patvirtino Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo planą, kuriame numatytos priemonės turizmo sektoriaus likvidumui išsaugoti ir turizmui skatinti. Priemonėms įgyvendinti skirta 49 mln. eurų (neįskaičiuotos draudimo garantijos) valstybės biudžeto lėšų. Numatytos ir įgyvendinamos šios priemonės:

1. Atostogų sistema Lietuvoje dirbantiems medikams

Šia iniciatyva siekiama paskatinti vietinės turizmo rinkos atsigavimą ne turistinio sezono metu ir taip atsidėkoti medikams už jų darbą karantino laikotarpiu. 2020 m. liepos 8 d. kompensavimo turizmo paslaugų teikėjams už sveikatos priežiūros įstaigų darbuotojams suteiktas turizmo paslaugas tvarkos aprašas patvirtintas ekonomikos ir inovacijų ministro įsakymu. Priemonės krepšelis – 10 mln. Eur. Priemonė bus įgyvendinama per viešąją įstaigą „Keliauk Lietuvoje".

2. Rinkodaros priemonės, skirtos vietiniam ir artimųjų prioritetinių turizmo rinkų turizmui skatinti

Turizmo sektoriui skatinti po COVID-19 aktyviai įgyvendinamos rinkodaros priemonės, skirtos vietiniam ir užsienio šalių turizmo rinkų turizmui skatinti. Išrinktas nacionalinis Lietuvą pristatantis valgiaraštis, sukurti turizmą skatinantys žemėlapiai (ledų, šaltibarščių, kt.), dviračių, kempingų maršrutai, pristatyta nauja Lietuvos turizmo įvaizdžio kampanija „Lietuvos spalvos", kuri buvo įvertinta pasaulio rinkodaros profesionalų portale „Adweek".

3. Paskolos turizmo paslaugų teikėjams

Siekiant užtikrinti turizmo sektoriaus likvidumą, sukurta nauja priemonė, kuria bus suteikiamos paskolos kelionių organizatoriams, kad jie galėtų atsiskaityti su turistais, atsisakiusiais kelionių kuponų, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų teikėjams, kad šie turėtų apyvartinių lėšų. Priemonės krepšelis – 30 mln. Eur.

4. Garantijos kelionių organizatorių prievolių įvykdymo užtikrinimui

Kelionių organizatorių ir draudikų santykius švelninanti priemonė. Bus teikiamos neatlygintinos individualios garantijos draudimo įmonėms ir finansų įstaigoms už kelionių organizatorių, siekiančių apsidrausti prievolių įvykdymo garantija ar laidavimo draudimu, prievolių užtikrinimą. Priemonės krepšelis – 15 mln. Eur.

5. Priemonė „Turizmo inovacijos“

Nuo 2020 m. birželio 2 d. turizmo paslaugas teikiančios įmonės ir turizmo verslo asociacijos galėjo teikti paraiškas finansavimui gauti pagal priemonę „Turizmo inovacijos“, kuri sudaro galimybę turizmo sektoriui persiorientuoti į inovatyvias veiklas ir taip prisitaikyti prie COVID-19 sukeltų aplinkybių. Ši priemonė sulaukė didelio susidomėjimo dėl plačios apimties ir įvairovės. Didžioji dalis įmonių, prašančių finansavimo, planuoja kurti ir tobulinti turizmo paslaugas – diegti naujas inovatyvias informacines sistemas, kelionių rezervacijų programas, nuotolinį teikiamų paslaugų pristatymą, vartotojų pasiūlymų automatinį generavimą, kurti virtualiuosius maršrutus, organizuoti mokymus, kt. Priemonės krepšelis – 6 mln. Eur. Paraiškos nebepriimamos nuo liepos 8 d., nes gauta per 300 paraiškų, kurių vertė – 9 mln. Eur.“

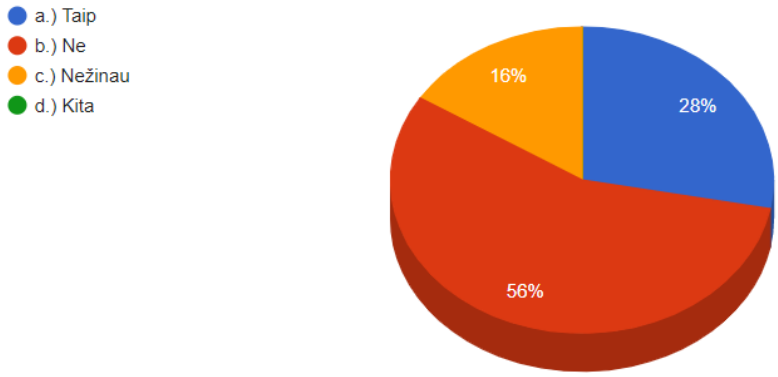
Puikios įžvalgos aptartos ir vaizdo konferencijoje, kurioje diskutavo už turizmą atsakingi Europos Sąjungos šalių ministrai, tarp jų – ekonomikos ir inovacijų viceministrė Vitalija Jankauskaitė-Milčiuvienė. „Valstybių narių bendradarbiavimas yra nepaprastai svarbus siekiant atgaivinti turizmą, todėl turime laikytis bendro požiūrio į Europos Sąjungos turizmo sektoriaus ateitį. Mums taip pat labai svarbu, kad turizmo srityje dirbančios mažos ir vidutinės įmonės galėtų naudotis įvairiomis finansavimo galimybėmis“, – sako ekonomikos ir inovacijų viceministrė V. Jankauskaitė-Milčiuvienė. Jos manymu, turime dalytis gerąja patirtimi ir ieškoti bendrų veiksmų. Tokios patirties pavyzdys galėtų būti Baltijos šalių burbulas, kai Lietuva, Latvija, Estija ir Suomija šių šalių gyventojams atvėrė sienas be privalomos saviizoliacijos. Tai labai padėjo viešbučių, viešojo maitinimo ir kitiems sektoriams. Taip pat vykdomos nacionalinės iniciatyvos HORECA (angl. *hotel, restaurant, catering*) su maitinimu ir apgyvendinimu susijusiam verslo sektoriui paremti. Turizmo sektoriaus finansavimas turėtų būti prieinamas visoms valstybėms narėms, nepaisant turizmo dydžio nacionalinėje BVP struktūroje. Labai svarbu skatinti žmones vėl keliauti. Tam reikia atnaujinti informaciją apie taikomus apribojimus realiuoju laiku. Be to, ES iniciatyvos turėtų duoti vienodai laukiamų rezultatų visoms valstybėms narėms. Konferencijos metu prieita prie išvados, kad visos šios pandemijos pamokos ir vertingos idėjos galėtų padėti greičiau atsigauti turizmo sektoriui.

## Turizmo studentų nuomonės apie lūkesčius pandemijos laikotarpiu tyrimas

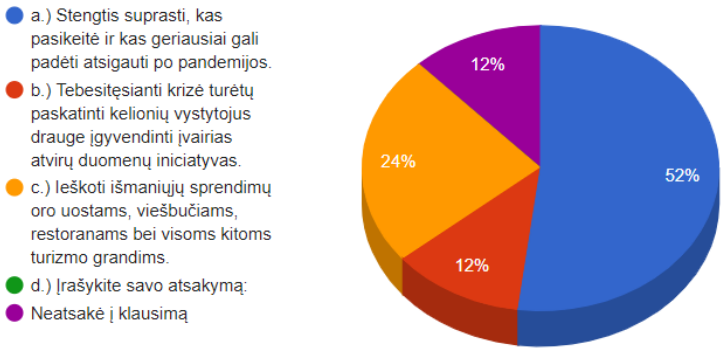
Rengiant šį straipsnį buvo sukurta anketa, kurios tikslas – sužinoti turizmo studentų nuomonę bei lūkesčius pandemijos laikotarpiu (žr. 1 pav.). Daugiau nei pusė apklaustųjų teigė, kad pandemija nepakeitė jų nuomonės apie turizmo studijas, tačiau trečdalis anketą užpildžiusių studentų teigė, kad COVID-19 pandemija padarė įtaką. Jų argumentai, kaip tai juos palietė:

1. „Buvo problemų rasti praktikos vietą.“
2. „Problema susirasti darbo vietą.“
3. „Nepalanku rinktis turizmo studijas, kai turizmo sektorius „sąstingyje“.“

Ar COVID-19 pakeitė nuomonę apie turizmo studijas? Iš tiesų nepakeitė. Šiuo metu dažnai galima išgirsti, kad: „Turizmo sritis žlugusi“, „Kodėl toliau tęsiate šias studijas, juk nebus darbo vietų turizmo sektoriuje.“ Galima atsakyti: „Labai klystate, nes turizmas atsigaus greitai, jau dabar žmonės nori pabėgti nuo rutinos, atsipalaiduoti, ilsėtis.“

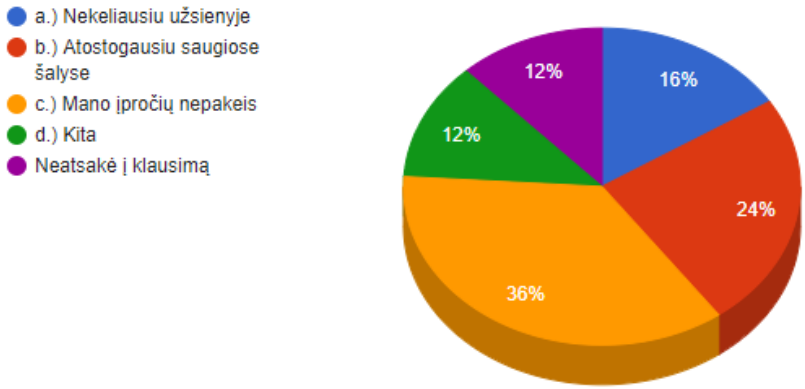



**1 pav**. „Ar COVID-19 padarė įtaką / pakeitė Jūsų nuomonę apie turizmo studijas?“




**2 pav.** „Kokių veiksmų turėtų imtis turizmo industrijų vystytojai jau šiandien?“

Toliau studentų buvo klausiama: „Kokių veiksmų turėtų imtis turizmo industrijų vystytojai šiuo metu?“ (žr. 2 pav.). Daugiau nei pusė studentų teigė, kad turizmo industrijų vystytojai turėtų stengtis suprasti, kas pasikeitė pandemijos metu, ir ką reikėtų daryti, kad šis sektorius kuo greičiau atsigautų po COVID-19 pandemijos. Daugiau nei ketvirtadalis mano, kad industrijų vystytojai turi ieškoti išmaniųjų sprendimų oro uostams, viešbučiams, restoranams bei visoms kitoms turizmo grandims. Na, o šiek tiek daugiau nei dešimtadalis studentų mano, kad tebesitęsianti krizė turėtų paskatinti kelionių vystytojus drauge įgyvendinti įvairias atvirų duomenų iniciatyvas. Straipsnio autorių nuomone, turizmo industrijų vystytojai turi susivienyti ir pasitelkti išmaniąją rinkodarą ir efektyvų bendravimą su potencialiais klientais, nes būtent tai gali turizmo įmones ne tik išvesti iš krizės, bet ir sustiprinti. Tačiau tam reikalingi ir naujai mąstantys bei naujai dirbantys turizmo industrijų profesionalai, jau šiandien gebantys pasiūlyti tai, kas klientų lūkesčių sąrašuose galėtų atsirasti ateityje.




**3 pav.** „Kaip Jūsų atostogų įpročius pakeis COVID-19 pandemija?“

Į klausimą „Ar pasikeis atostogų įpročiai dėl COVID-19 pandemijos?“ (žr. 3 pav.) 36 procentai studentų atsakė, kad jų įpročiai nepasikeis, 24 procentai teigė, kad atostogautų tik saugiose šalyse, o 16 procentų studentų mano, jog nekeliaus į užsienį. Likusieji 24 procentai galvoja kita arba neatsakė į šį klausimą. Taigi galima teigti, kad COVID-19 pandemija atostogų įpročių nepakeis. Žmonės taip greitai nepasikeis ir toliau norės keliauti, tik po COVID-19 pandemijos tai darys atsargiau.

## Išvados:

- Koronavirusas pradėjo plisti 2019 m. gruodžio mėn. Kinijos Hubėjaus provincijos sostinėje Uhane. 2020 m. sausio mėnesį Kinijoje kilo šios ligos epidemija, infekcija ėmė plisti į kitas pasaulio šalis ir tapo pandemija. Tai yra naujos kvėpavimo takų ligos COVID-19, kurią sukelia virusas SARS-CoV-2, pandemija. Siekiant apriboti ligos plitimą, daugelis šalių ėmėsi plačių visuomeninio ir asmeninio piliečių gyvenimo apribojimų, taip pat ėmė riboti asmenų judėjimą tarp šalių ar šalių viduje. Koronaviruso (COVID-19) infekcija sukėlė globalią krizę. Praėjus trims mėnesiams nuo pirmojo užfiksuoto naujo viruso atvejo, infekcija pasklido po visą pasaulį. Pasaulio sveikatos organizacijos paskelbta pandemija paveikė daugiau nei 110 šalių. COVID-19 atsidūrė visuomenės, žiniasklaidos, politikos ir medikų dėmesio centru. COVID-19 pandemija sukėlė

didelių ekonominių, socialinių problemų turizmo sektoriui, dalis turizmo įmonių bankrutavo ir taip sukėlė dar didesnį bedarbystės lygį šalyje. Taip pat viruso pandemija pakeitė ir ugdymosi procesą. Dalis besimokančiųjų teigia patyrę sunkumų rasti praktikos vietą pandemijos metu, o studijas baigę studentai pastebi ypač sumažėjusį darbo vietų skaičių turizmo įmonėse.

- „LR Vyriausybė 2020 m. kovo 16 d. patvirtino Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo planą, kuriame numatytos turizmo sektoriaus likvidumui išsaugoti taikomos priemonės: atostogų sistema Lietuvoje dirbantiems medikams, sukurtos rinkodaros priemonės, skirtos vietiniam turizmui skatinti, teikiamos paskolos turizmo paslaugų teikėjams, suteiktos garantijos kelionių organizatorių prievolių įvykdymo užtikrinimui ir turizmo paslaugas teikiančioms įmonės ir turizmo verslo asociacijoms suteikta galimybė teikti paraiškas verslo finansavimui gauti. Apibendrindami galime daryti išvadą, kad kai kurios ES šalių narės pasinaudojo teise kelionės grąžinimo terminą pratęsti nuo 6–12 mėnesių, o Lietuvos turizmo sektorius tikisi, kad LR Seimas priims analogišką keliautojams bei turizmo verslams palankų sprendimą.
- Remiantis atliktos apklausos duomenimis, daugiau nei pusė studentų teigė, kad turizmo industrijų vystytojai turėtų stengtis suprasti, kas pasikeitė pandemijos metu ir ką reikėtų daryti, kad šis sektorius kuo greičiau atsigautų po COVID-19 pandemijos. Daugiau nei ketvirtadalis mano, kad industrijų vystytojai turi ieškoti išmaniųjų sprendimų oro uostams, viešbučiams, restoranams bei visoms kitoms turizmo grandims. Na, o šiek tiek daugiau nei dešimtadalis studentų mano, kad tebesitęsianti krizė turėtų paskatinti kelionių vystytojus drauge įgyvendinti įvairias atvirų duomenų iniciatyvas. 36 procentai studentų teigia, kad jų atostogų įpročiai po pandemijos nepakeis. Kiti 24 procentai teigia, kad atostogautų tik saugiose šalyse. Na, o 16 procentų studentų mano, jog nekeliaus į užsienį. Likusieji 24 procentai studentų galvoja kita arba neatsakė į šį klausimą. Daugiau nei pusė apklaustųjų teigė, kad pandemija nepakeitė jų nuomonės apie turizmo studijas, tačiau trečdalis anketą užpildžiusių studentų teigė, kad COVID-19 pandemija padarė įtaką.

## Rekomendacijos:

1. Būti sąmoningiems ir laikytis PSO, LR Vyriausybės teikiamų rekomendacijų.
2. Remti Lietuvos vietinį turizmą, lankant gamtinius ir kultūrinius išteklius bei atostogaujant Lietuvos teritorijoje.
3. Prisidėti prie idėjų generavimo kovojant su COVID-19 pandemijos sukeltais padariniais.

### Literatūra


Pagalba turizmo sektoriui. Prieiga per internetą: https://eimin.lrv.lt/lt/naudinga-informacija-1/informacija-verslui-del-covid-19/pagalba-verslui-patirianciam-sunkumu-del-covid-19/pagalba-turizmo-sektoriui.

Su Europos Sąjungos institucijų vadovais aptarta turizmo sektoriaus ateitis. Prieiga per internetą: https://eimin.lrv.lt/lt/naujienos/su-europos-sajungos-instituciju-vadovais-aptarta-turizmo-sektoriaus-ateitis.

Lietuvos turizmo industrija kreipiasi į Seimo narius: turizmo ir keliautojų ateitis – jūsų rankose. Prieiga per internetą: http://www.ltas.lt/Page/LT/541.

KTU docentė Rimantė Hopenienė: COVID-19 – šokas turizmo sektoriui, atsigauti prireiks beveik metų. Prieiga per internetą: https://evf.ktu.edu/news/ktu-docente-rimante-hopiniene-covid-19-sokas-turizmo-sektoriui-atsigauti-prireiks-beveik-metu/.

Planuojamos priemonės, galinčios padėti turizmo verslui įveikti krizę. Prieiga per internetą: https://www.enterpriselithuania.com/analitika/covid-19-aktualijos-verslui/poveikis-verslui/planuojamos-priemones-galincios-padeti-turizmo-verslui-iveikti-krize/.

COVID-19 pandemija. Prieiga per internetą: https://lt.wikipedia.org/wiki/COVID-19_pandemija.

Mitkutė G., Guzevičius M., Krasauskaitė U., (2020). COVID-19: literatūros apžvalga. Prieiga per internetą: https://medicsciences.com/f/2020/04-30/19_COVID-19-a-litretarure-review.pdf.

Korbel J. O., Stegle O. (2020). Effects of the COVID-19 pandemic on life scientists. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/341295974_Effects_of_the_COVID-19_pandemic_on_life_scientists.

# DVIEJŲ UŽSIENIO KALBŲ: ANGLŲ IR VOKIEČIŲ MOKĖJIMAS – SĖKMINGA INVESTICIJA Į SAVO ATEITĮ

**Erika Andrilionytė**
[1]*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakulteto absolventė, Mykolo Romerio universitetas*
[1]*erika.andrilionyte@gmail.com*

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Jūratė Patackaitė

**Anotacija**
Šiame straipsnyje pateikti apklausos ir interviu būdu gauti duomenys, kurie atskleidžia anglų ir vokiečių kalbų mokėjimo svarbą jauno žmogaus asmeniniam tobulėjimui ir karjerai. Taip pat ieškota jaunimo nenoro mokytis užsienio kalbų priežasčių ir argumentuota, kodėl reikia mokytis anglų ir vokiečių kalbų. Norint įrodyti, kodėl šių kalbų mokėjimas yra sėkminga investicija į ateitį, ir pagrįsti Lietuvos darbo rinkos paklausą specialistams, mokantiems vokiečių ir anglų kalbas, remtasi literatūra ir statistinių duomenų analize. Tyrimas apėmė 109 respondentus, o vienas respondentas buvo apklaustasis interviu būdu. Tyrimo rezultatai padėjo ištirti ne tik respondentų požiūrį į užsienio kalbas, jų reikalingumą ir svarbą profesinėje veikloje, bet ir giliau pažvelgti į egzistuojančią problemą: jaunimo nenorą mokytis antros užsienio kalbos. Kita vertus, remiantis tyrimo rezultatais, numatytos vokiečių kalbos mokymosi ir anglų kalbos tobulinimo galimybės, kurios gali keistis kasmet ir priklausyti ne tik nuo ekonominės šalies politikos, bet ir nuo kiekvieno jaunuolio poreikio ir asmeninių tikslų. Kadangi straipsnio tema plati, dėmesys sutelktas į tyrimo tikslą – ištirti respondentų požiūrį į užsienio kalbų (anglų ir vokiečių) mokėjimo svarbą ir jų reikalingumą profesinėje veikloje.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: asmeninis tobulėjimas, karjera, profesinės žinios, vokiečių kalba, anglų kalba, iššūkis, prioritetai, patirtis.

## Įvadas

Visais laikais kalba buvo ir yra neatsiejama žmogaus gyvenimo dalis. Nuo seno kiekvienos tautos žmonės naudoja kalbą kaip kultūros, tautos savimonės, papročių ar tradicijų išraišką. Kalba yra tradicija, kuri perduodama iš kartos į kartą. Kalba mums leidžia dalytis jausmais, požiūriais su kitais žmonėmis ir tokiu būdu kiekvienas iš mūsų gali atsiskleisti. Kalbėdami jaučiame, kad esame visuomenės dalis. Kiekviena valstybė siekia, kad jos kalba būtų plačiai vartojama visame pasaulyje. Kalba visada bus neatsiejama nuo žmogaus, o kalbos mokymasis yra tarsi atviras langas į pasaulį.

Lietuvai tapus ES nare, užsienio kalbų mokėjimas tapo labai svarbiu veiksniu, nuo kurio priklauso Lietuvos gyventojų galimybės integruotis į Europos švietimo, ekonominę, socialinę, kultūrinę ir visuomeninę erdvę, bendrauti ir bendradarbiauti su ES šalių piliečiais jų gimtosiomis kalbomis, konkuruoti su jais darbo rinkoje. Šalies konkurencingumas ir gebėjimas aktyviai pritraukti investicijų tiesiogiai priklauso ir nuo užsienio kalbų mokėjimo. Maža savo teritorija ir gyventojais šalis turi išsiskirti iš kitų, įrodyti savo autentiškumą ir nepaprastus gebėjimus. Europoje turime pavyzdžių, kai tautos moka ne vieną, o keletą užsienio kalbų ir, būdamos mažos, sulaukia didesnių ir galingesnių tautų pripažinimo. Pavyzdžiui, Belgijoje, Liuksemburge, Suomijoje, Maltoje yra įteisintos ne tik dvi trys valstybinės kalbos, bet ir dažnai mokomasi dar dviejų užsienio kalbų. Manoma, kad mažesnių šalių piliečiai turėtų mokėti kuo daugiau užsienio kalbų, o, peržiūrint šių šalių švietimo sistemas, dėmesys krypsta į anglų, prancūzų, vokiečių, ispanų ir skandinavų kalbas.

**Straipsnio problema:** besikeičiančioje šiuolaikinėje visuomenėje įžvelgiamas jaunimo pasyvumas mokytis daugiau užsienio kalbų. Nors didelė dalis Lietuvos gyventojų moka bent vieną užsienio kalbą, iš jų populiariausios išlieka rusų (tarp vyresnio amžiaus žmonių) ir anglų (tarp jaunuolių) kalbos. Tačiau dažniausiai gerai kalbama tik viena užsienio kalba – anglų arba rusų. Vien tik anglų kalbos jau neužtenka, nes reikalingi specialistai, galintys savo darbą atlikti ir apie jį kalbėti ne viena užsienio kalba, bet dviem ar net trim. Jaunimas yra mažai suinteresuotas mokytis antrosios užsienio (pvz., vokiečių) kalbos, nors keleto kalbų mokėjimas siejamas su sėkme ir karjeroje, ir profesinėje veikloje. Jaunimo investicija į anglų ir vokiečių kalbų išmokimą užtikrintų daugiau galimybių ir garantuotų karjeros perspektyvą. Neabejotinai galima teigti, kad kuo daugiau kalbų žmogus moka, tuo daugiau galimybių jis turi.

**Darbo tikslas:** ištirti respondentų požiūrį į užsienio kalbų (anglų ir vokiečių) mokėjimo svarbą ir jų reikalingumą profesinėje veikloje.

**Darbo uždaviniai:**

- Išanalizuoti literatūrą ir kitus informacijos šaltinius, kurie susiję su straipsnio tema.
- Atlikti kiekybinę apklausą ir interviu, siekiant išsiaiškinti, kokias užsienio kalbas respondentai moka ir kokias pritaiko asmeniniame gyvenime ir profesinėje veikloje.
- Išanalizuoti apklausos duomenis ir nustatyti respondentų požiūrį į užsienio kalbas bei jų poreikį darbo aplinkoje.
- Remiantis tyrimo rezultatais, numatyti vokiečių kalbos mokymosi ir anglų kalbos tobulinimo galimybes.

**Metodai:** literatūros šaltinių ir statistinių duomenų analizė, kiekybinis metodas – anketinė apklausa, kokybinis metodas – pusiau struktūruotas interviu.

## Teorinis pagrindimas

Užsienio kalbų mokymo pradžia galėtume laikyti Romos imperijos laikus, kai romėnai mokėsi graikų kalbos kaip antrosios. Jie mokėsi jos pasikvietę graikų korepetitorių arba turėdami graikų kalba kalbančių tarnautojų. Vėliau ir Europoje žmonės pradėjo mokytis užsienio kalbų ir galvoti apie mokymo metodus. Pirmieji mokymo metodai Europoje buvo susiję su lotynų kalbos mokymu.

Lotynų kalbos buvo mokomasi taip intensyviai ir plačiai, kad ta kalba tapo tarptautine Vakarų pasaulio kalba, taip pat ir bažnyčios kalba. Netrukus ji taip paplito, kad buvo vienintelė kalba mokyklose. Tai privertė žmones išmokti kalbą kaip dalyką (Setiyadi, A. G., 2020). Galime teigti, kad kalbos mokymasis priklauso nuo istorinių ir politinių aplinkybių.

Naujų kalbų mokymasis siejamas su daugybe pranašumų: socialiniais ir švietimo, kultūros pažinimu, praktinėmis galimybėmis. Europos Komisijos prioritetinė tema yra europinio raštingumo (angl. *European literacy*) ugdymas. Raštingumas įvardijamas kaip pastovus dinaminis socialinis ir kultūrinis fenomenas, kuriam įtaką daro socialiniai pokyčiai ir greitas komunikacinių technologijų vystymasis (Walczak-Niewiadomska, A., 2015). Viena iš sąlygų tobulinti europinio raštingumo kompetencijas yra kalbų įvairovės puoselėjimas. Kaip teigiama UNESCO ir Europos Komisijos dokumentuose apie užsienio kalbų mokėjimą, Europos piliečiai turėtų bendrauti bent dviem užsienio kalbomis (Gelūnas, 2015).

2019 m. duomenimis, lietuviai yra ketvirti ES, pagal tai, kad moka bent vieną užsienio kalbą. Kaip rodo „Eurostat“ statistika, bent vieną užsienio kalbą moka 95,6 proc. Lietuvos gyventojų. Teigiama, kad ES vidurkis yra daug mažesnis − 64,6 proc. Tačiau tokią situaciją suformavo Lietuvos istorija. Vyresnės kartos žmonės Lietuvoje laisvai kalba rusiškai, o jaunimas laisvai kalba angliškai, kadangi Lietuvos mokyklose anglų kalba yra pirmoji (šiuo metu beveik vienintelė) užsienio kalba. Kadangi anglų kalba laikoma iš esmės pasauline kalba, kai kurie mokiniai vokiečių kalbos mokosi kaip antrosios užsienio kalbos. Vokiečių kalbos, kaip antrosios užsienio kalbos, jie pradeda mokytis dar besimokydami pirmosios užsienio kalbos – anglų ir jau supratę, kaip vyksta kalbos mokymosi procesas, turi kalbos mokymosi patirties, taigi, jie greičiau ir lengviau orientuojasi mokydamiesi naujos kalbos. Tyrimai parodė, kad antrosios užsienio kalbos moksleiviai dažnai mokosi tikslingiau, yra atviresni užsienio kalbos mokymosi procesui, taip pat reaguoja ramiau, jei ko nors iš karto nepavyksta suprasti ar įsisavinti. Kita vertus, visose ugdymo įstaigose Lietuvoje antrajai užsienio kalbai skiriama itin mažai valandų, tad mokiniams prireikia laiko ir daugiau pastangų, kad suvoktų šios kalbos vartojimo galimybes.

Aktualu tai, kad daugelyje šalių anglų kalbos mokomasi kaip pirmosios užsienio kalbos, tad beveik visos naujos mokymosi priemonės: filmai, žaidimai ir kt. pirmiausia pasirodo anglų kalba, o dažnai tik ja. Todėl daugelis moksleivių vertina ją kaip lengvesnę nei vokiečių. Taip pat anglų kalbos pradedama mokytis jau mokykloje, kur gaunamas įvertinimas, tad iš esmės mokinį labai skatina ir gero pažymio gavimas. „Į mokymosi ir mokymo vertinimą galima žiūrėti kaip į dvi viena kitą papildančias ir sutampančias veiklas, kuriomis siekiama pagerinti mokinių mokymosi kokybę ir tobulėjimą“ (Carnegie Mellon University, 2019).

Vokiečių kalbos gramatika nėra lengva, tad teigtina, kad būtent tai moksleivius demotyvuoja mokytis vokiečių kalbos. Šiuolaikinėje visuomenėje anglų kalbos vaidmuo daugelio šalių kasdieniame gyvenime yra daug svarbesnis nei vokiečių. Anglų kalba taip pat vyrauja muzikoje, kine, informacinėse technologijose ir t. t. Verta paminėti, kad šiais laikais mobiliosios technologijos ir mobiliosios programėlės tampa nepamainoma mokymosi, įskaitant užsienio kalbų mokymąsi, dalimi (Gangaiamaran and Pasupathi, 2017). Ši naujausia kalbų naudojimo metodika vadinama mobiliuoju mokymusi (angl. *m-learning*). Savaime suprantama, šios aplinkybės skatina paauglius mokytis anglų kalbos labiau nei vokiečių. Taip pat daugelis vokiečių kalbos mokytojų susiduria su tuo, kad nuolat lygina „sudėtingą ir sunkią“ vokiečių kalbą su „laisva ir lengva“ anglų kalba.

Labai svarbu pabrėžti, kad, siekiant skatinti kultūrinius dalykus įtraukiant visuomenę, suteikiant jaunimui daugiau galimybių studijuoti ar dirbti užsienyje bei atveriant naujas rinkas konkurencingoms įmonėms, visgi kiekvienoje ES valstybėje reikia skatinti daugiakalbystę. „Kalbų ir kultūrų įvairovė – vienas didžiausių Europos Sąjungos turtų, – sakė už švietimą, kultūrą, daugiakalbystę ir jaunimą atsakinga Komisijos narė Androulla Vassiliou. – Kalbų mokymasis skatina tautų ir šalių bendravimą, tarpvalstybinį judrumą ir migrantų integraciją.“ Iš to galime matyti, kad jaunuolių investicija į anglų ir vokiečių kalbų išmokimą garantuotų daugiau galimybių ir profesines karjeros perspektyvas.

Tad, nepaisant to, kad anglų kalbai skiriamas didžiausias dėmesys, antroji užsienio kalba galėtų būti vokiečių kalba, tiek populiarumu, tiek geografiniu paplitimu neatsiliekanti nuo anglų kalbos.

## Metodai ir imtis

Analizuota su nagrinėjama tema susijusi mokslinė, metodinė literatūra ir ES dokumentai, kuriuose pateikti statistiniai duomenys apie užsienio kalbų vartojimą ES šalyse, taip pat apie vokiečių ir anglų kalbų poreikį, Lietuvai bendradarbiaujant su šių šalių įmonėmis. Dokumentų analize siekta pagrįsti Lietuvos darbo rinkos poreikį tam, kad būtų aišku, kodėl reikia mokytis anglų ar vokiečių kalbų ir kokiose verslo srityse atsiveria galimybės Lietuvoje, mokant šias kalbas.

Pagrindiniu tyrimo metodu buvo pasirinkta anoniminė anketa ir pusiau standartizuotas interviu.

Apklausai buvo panaudota internetinė apklausų atlikimo platforma „Facebook“. Anketa buvo pasidalyta „Facebook“ socialiniame tinkle tarp jaunų žmonių. Tyrimas apėmė 109 respondentus, kurie buvo pasirinkti atsitiktiniu būdu. Daugiausia apklausoje dalyvavo respondentų, kurių amžius siekia nuo 21 iki 25 m., t. y. 33 proc. visų dalyvavusiųjų. Šia anketine apklausa siekta išsiaiškinti perspektyviausias užsienio kalbas, kurias jauniems žmonėms pravartu mokėti besikeičiančioje visuomenėje ir jų poreikį darbo aplinkoje.

Taikytas analitinis aprašomasis tyrimo metodas: atlikta mokslinės literatūros, susijusios su nagrinėjama tema, analizė.

Interviu metu surinktiems duomenims analizuoti taikytas turinio (angl. *content*) analizės metodas. Interviu dalyvio išsakyta nuomonė ir pasisakymai apie užsienio kalbų mokėjimo svarbą, siekiant karjeros, buvo kokybiškai apdorojami. Surinkti duomenys analizuojami remiantis žodžių dažnumo, komentarų intensyvumo, atsakymų tikslumo kriterijais.

Tyrimo imčiai nustatyti buvo naudojama formulė:

$$n = \frac{z^2+s^n}{\Delta^2},$$

n – atvejų skaičius atrankinėje grupėje.

Pasak K. Kardelio, norint gauti 95 proc. patikimumą, *z* koeficientas turi būti lygus 1,96. $\Delta$ (delta) – laisvai pasirenkamas leistinas netikslumas (Kardelis, 2016, p. 160). *S* koeficientas nustatomas pagal formulę:

$$S = \frac{X_{max}-X_{min}}{K},$$

$X_{max}$ – didžiausia požymio reikšmė;

$X_{min}$ – mažiausia požymio reikšmė;

K – Stjudento koeficientas.

K. Kardelio knygoje K – 6. Nusistatoma, kad į parengtą anketinę apklausą daugiausiai galės atsakyti ~200 žmonių, todėl $X_{max}$ ~200, o mažiausiai – 130, dėl to $X_{min}$ ~130.

$$S = \frac{200-130}{6} = 12,$$

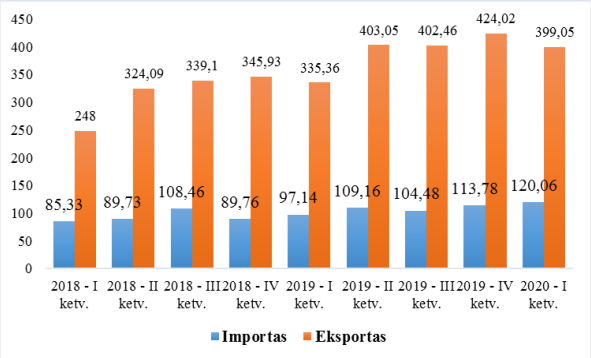
$$n = \frac{1{,}96^2+12^2}{3^2} = 61.$$

Po atliktų skaičiavimų matoma, kad minimali tyrimo imtis turi būti 61, o tai reiškia, kad tyrimo metu turi būti apklaustas ne mažiau nei 61 respondentas, kad tyrimas turėtų didelį patikimumą. Per vieną savaitę buvo apklausti 109 respondentai. Tyrimo metu buvo laikomasi laisvo apsisprendimo dalyvauti apklausoje etikos principo. Respondentams užtikrintas atsakymų anonimiškumas. Šio tyrimo atsakymų duomenys analizuojami tiriamojoje dalyje.

Be apklausos, buvo vykdomas pusiau struktūruotas interviu. Vienas respondentas buvo apklaustas šiuo būdu. Siekiant išsamiau sužinoti UAB „X“ direktoriaus nuomonę apie užsienio kalbų mokėjimą ir jų svarbą karjerai, jam buvo peteikti iš anksto parengti ir apgalvoti klausimai. Pokalbio metu išreikštos mintys buvo patikslintos ir papildytos tam tikrais klausimais. Šiuo interviu telefonu siekta pasigilinti į tyrimo problematiką, sužinoti labiau patyrusio respondento, taip pat ir vadovo nuomonę. Interviu atsakymų analizė pateikta rezultatų pristatymo dalyje.

## Rezultatų pristatymas

Pirmiausia apžvelgiama Lietuvos darbo rinka, nes tai vienas iš svarbiausių argumentų, kodėl reikėtų mokytis vokiečių ir anglų kalbų ir užsitikrinti darbo vietą ar sėkmingą karjerą. 1 paveiksle nagrinėjamas Vokietijos importo ir eksporto pokytis rodo, kuriose srityse Lietuvos įmonės sėkmingai bendradarbiauja su Vokietijos įmonėmis, taigi tai rodo, kur labiausiai reikalingas vokiečių ir anglų kalbos mokėjimas.



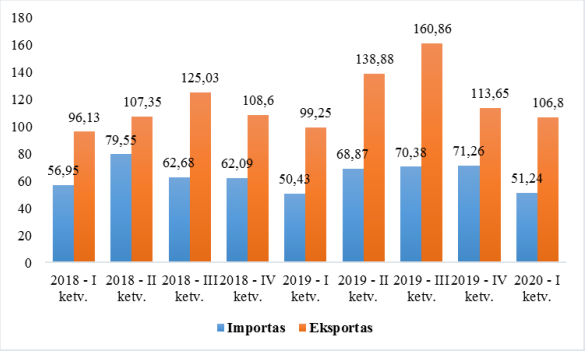

**1 pav.** Vokietijos importo ir eksporto pokytis, mln. eurų

Vertinant Vokietijos importo ir eksporto pokytį nuo 2018 m. I ketv. iki 2020 I ketv., stebimas tik augimas. Galima teigti, kad pagrindinė Lietuvos paslaugų ir prekių eksporto partnerė tiek 2018 m., tiek 2019 m. buvo Vokietija. Nuo 2018 m. I ketv. 248,0 mln. eurų eksportas pasiekė itin aukštą rezultatą ir kilo – 2018 m. IV ketv. jau buvo 345,93 mln. eurų. Tačiau didžiausias augimas stebimas 2019 m. IV ketv. – 424,02 mln. eurų. Eksportas, prekių ir paslaugų išvežimas pastaraisiais metais taip pat tik kilo. Galima daryti prielaidą, kad Lietuva stengiasi konkuruoti su stipriomis ES valstybėmis, nes eksportas yra labai svarbi tarptautinės prekybos dalis. Importas į Vokietiją nuo 2018 m. per metus padidėjo ir siekė beveik 12 mln. eurų apyvartos.

Nuo 2019 m. iki 2020 m. pirmojo ketvirčio importas padidėjo iki 23 mln. eurų. Importas, prekių ir paslaugų įvežimas iš Lietuvos į Vokietiją pastaraisiais metais taip pat vis augo. Šie duomenys rodo, kad Lietuvos įmonės, ypač privačios, yra konkurencingos. Kelių kalbų mokėjimas darbuotojui atveria galimybes rinktis geriau apmokamą darbą, o verslininkui kalbų mokėjimas ir kalbiniu aspektu kompetentingi darbuotojai atveria galimybes geriau suprasti ir įvertinti užsienio rinkų verslo aplinką, gauti naujausią informaciją apie novatoriškus gamybos būdus, naujas žaliavas, prekybos ir reklamos kanalus.

Tačiau privačiam verslui trūksta žmonių, kurie mokėtų vokiečių kalbą, nes sutartys ES rekomendacijomis turėtų būti sudaromos abiejų šalių kalbomis. Vien todėl 2002 m. ES sutarė pasiekti ambicingą tikslą – įgalinti piliečius be savo gimtosios kalbos bendrauti dar dviem užsienio kalbomis. Kodėl? ES tikėjo, kad daugiakalbystė yra jų veiklos principas,

kuris leis piliečiams priimtus reglamentus, teisės aktus ir ES dokumentus publikuoti įvairiomis kalbomis. Turėdami teisę ir galimybę gauti informaciją suprantama kalba, Europos Sąjungos piliečiai gali aktyviau dalyvauti sprendimų priėmimo procese, reikšti savo nuomonę ir diskutuoti svarbiais klausimais. Verta paminėti, kad Europos Sąjungos institucijos savo darbinėje veikloje vartoja anglų, prancūzų ir vokiečių kalbas.




**2 pav.** Jungtinės Didžiosios Britanijos ir Šiaurės Airijos Karalystės eksporto ir importo pokytis, mln. Eur

2 paveiksle galima stebėti Jungtinės Karalystės eksporto ir importo pokytį. Nuo 2018 m. I ketv. importas sudarė 56,95 mln. eurų, tačiau 2019 m. I ketv. smuko 6 mln. eurų. Nors 2018 m. viduryje pakilo ir sudarė beveik 80 mln. eurų, bet vėliau augimas išliko nestabilus ir nuolat krito. Galima daryti prielaidą, kad importas smuko todėl, kad prasidėjo Jungtinės Karalystės išstojimo iš Europos Sąjungos procesai ir įmonės labai atsargiai vertino bendradarbiavimą su šios šalies verslininkais, nes smukimas prasidėjo kaip tik tuomet, o antra prielaida – tarp verslo ir kalbos yra glaudus ryšys ir kad net jie negali turėti lemiamos įtakos visuomeniniams judėjimams ar politiniams procesams.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuva glaudžiai bendradarbiauja su Vokietija, vadinasi, Lietuvoje yra darbo vietų, kuriose reikalaujama mokėti vokiečių kalbą. Privačiam verslui trūksta kalbančiųjų vokiečių kalba, kad taptų konkurencingi tarptautiniu lygmeniu. Tad, mokant vokiečių kalbą, rasti darbo vietą Lietuvoje yra nesunku. Dėl anglų kalbos situacija dar aiškesnė, nes visų pirma ją moka daug daugiau žmonių, be to, ypač darbo aplinkoje įsivyravo požiūris, kad anglų kalbą reikia mokėti kaip gimtąją, tad ji tapo darbo kalba.

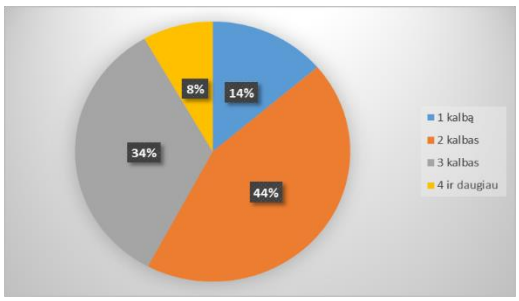
**1 lentelė.** 2020 m. I ketv. šalių importas ir eksportas pagal sritį, mln. Eur

| 2020 m. I ketv. | Importas, mln. Eur. | Eksportas, mln. Eur. | Importas, mln. Eur. | Eksportas, mln. Eur. |
|---|---|---|---|---|
| Apdirbamosios gamybos paslaugos | Vokietija | Vokietija | Estija | Danija |
| | 0,19 | 9,47 | **0,21** | **13,56** |
| Techninės priežiūros ir remonto paslaugos | Vokietija | Vokietija | Anglija | Rusija |
| | 4,86 | **21,40** | 5,80 | 13,64 |
| Transportas | Vokietija | Vokietija | Prancūzija | Prancūzija |
| | **222,53** | **301,06** | 151,83 | 176,42 |

Sudaryta darbo autoriaus.

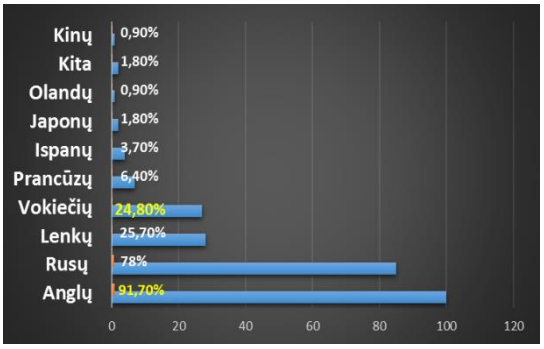
Tiek importo, tiek eksporto didžiausią paslaugų dalį sudaro transportas, apdirbamosios gamybos paslaugos ir remonto paslaugos. Taip pat į paslaugas įeina kelionės, finansinės, telekomunikacijų, kompiuterių ir informacinės paslaugos bei kitas verslas. Iš 1 lentelėje pateiktų duomenų galima matyti, kad Vokietija, bendradarbiaudama su Lietuva, lyderiauja daugelyje sričių. Galima daryti prielaidą, kad būtent todėl lietuviams aktualu mokytis vokiečių kalbos, nes ši kalba labai susijusi su Lietuvos rinka ir darbo rinkos plėtra, tad baimintis dėl darbų vietų pasiūlos ateityje nereikėtų. Čia verta paminėti, kad anglų kalbos mokėjimas vyrauja įvairiose darbo srityse, tad ji visada turėtų būti naudinga jaunimui. 1 lentelėje galima matyti, kokių kalbų, be anglų ir vokiečių, dar vertėtų mokytis: skandinavų, prancūzų ir rusų. Tačiau vokiečių kalbą ir pagal gyventojų skaičių (gimtosios kalbos vartotojų), ir pagal verslo apimtis mokytis ir išmokti vertėtų.

Siekiant sužinoti, kiek užsienio kalbų moka, pritaiko darbe ir nori išmokti žmonės, buvo pateikta anketinė apklausa „Facebook“ internetinėje platformoje. Apklausą atliko 109 respondentai. Didžiausią dalį, t. y. 33 proc., sudarė 21–25 m. amžiaus respondentai. 18,3 proc. visų respondentų buvo 46 m. amžiaus ir vyresni. 95,4 proc. respondentų teigė, kad lietuvių kalba yra jų gimtoji kalba. Vykdant tyrimą, buvo laikomasi etikos principų.



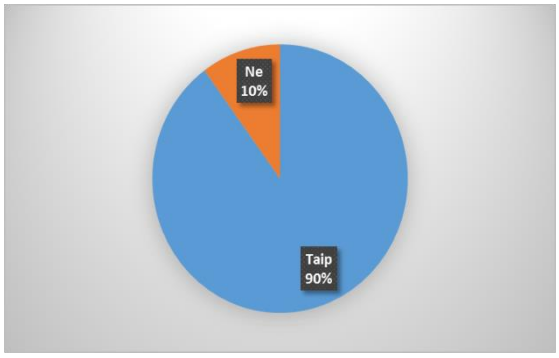

**3 pav.** Respondentų pasiskirstyms pagal užsienio kalbų mokėjimą (proc.)

Apibendrinant galima teigti, kad net 34 proc. respondentų gali kalbėti trimis užsienio kalbomis, o 44 proc. – dviem užsienio kalbomis. Kaip ir minėta anksčiau, „Eurostat“ statistika rodo, kad bent vieną užsienio kalbą moka 95,6 proc. Lietuvos gyventojų. Tai įrodo, kad apklausos duomenys nėra klaidingi ir apklaustieji iš tikrųjų gali kalbėti dviem ar trimis užsienio kalbomis. Remiantis ES duomenimis, Lietuvos žmonės užsienio kalbų moka gana daug, nes Europos Sąjungos šalių vidurkis yra dvi užsienio kalbos.



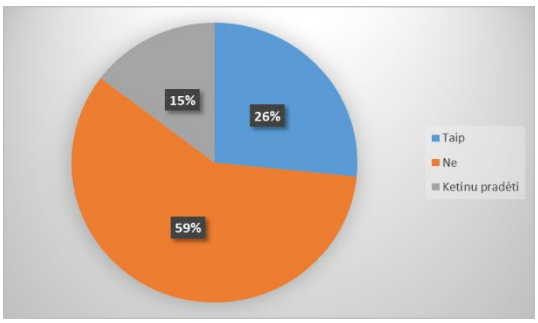

**4 pav.** Respondentų užsienio kalbų mokėjimas (proc.)

4 paveiksle pateikiami duomenys, kiek ir kokių užsienio kalbų moka respondentai. Anglų kalba tampa bendra pasauline kalba, todėl nestebina, kad apklausos duomenys rodo, jog 91,7 proc. respondentų moka anglų kalbą. Tai įrodo ir Lietuvos švietimo sistema – mokyklose anglų kalba yra pirmoji užsienio kalba, rusų, vokiečių ir prancūzų kalbos – antrosios užsienio kalbos. Iš visų apklaustųjų net 70 proc. teigė mokantys kalbėti rusiškai. Galima manyti, jog tokia didelė dalis žmonių moka rusiškai todėl, kad rusų tautinė bendruomenė Lietuvoje yra didžiausia (antra pagal dydį – lenkų). Atsižvelgiant į tai, kad gana nemaža dalis (24,8 proc.) respondentų moka vokiečių kalbą, galima daryti prielaidą, jog vokiečių kalba yra išties paklausi Lietuvoje, dažniausiai vartojama gamybos ir logistikos srityse. Apibendrinus rezultatus, reikia atkreipti dėmesį į tai, kad nemažai dalyvavusiųjų apklausoje moka anglų ir vokiečių kalbas.



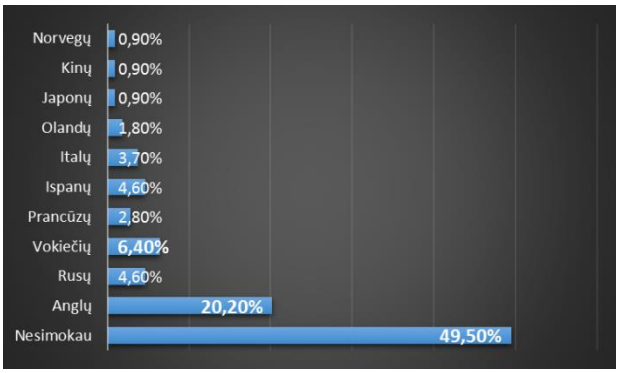

**5 pav.** Užsienio kalbų pritaikymas darbe (proc.)

Apklaustieji atsakė, ar užsienio kalbų žinias ir įgūdžius taiko savo darbo aplinkoje. 90 proc. apklaustųjų teigė, kad užsienio kalbos yra labai reikalingos darbe, o tik 10 proc. respondentų užsienio kalbų žinių nepritaiko darbo aplinkoje. Kadangi 14 proc. apklaustųjų moka tik vieną užsienio kalbą (žr. 3 pav.), galime daryti prielaidą, kad jie ir sudaro tuos 10 proc. respondentų, nepritaikančių užsienio kalbos žinių darbo aplinkoje.



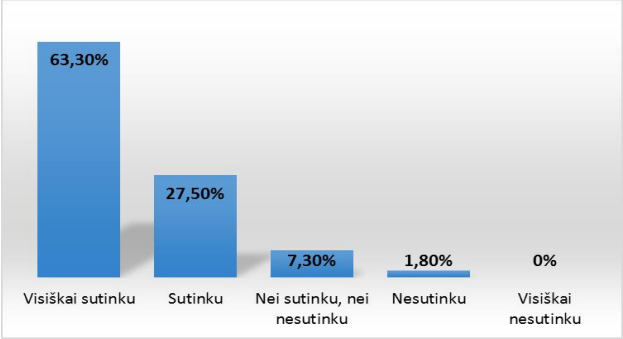

**6 pav.** Respondentų užsienio kalbų mokymasis (proc.)

Iš apklausos rezultatų matyti, kad net 59 proc. respondentų šiuo metu nesimoko jokių užsienio kalbų. Galima daryti prielaidą, kad arba jie šiuo metu moka užtektinai kalbų, arba jie neskiria dėmesio joms išmokti, nes nežino kalbų mokėjimo galimybių. 15 proc. apklaustųjų teigė, kad nori kilti karjeros laiptais ir galvoja apie savo ateitį, tad ketina pradėti mokytis nors vieną užsienio kalbą. Tai yra teigiamas reiškinys. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad visuomenė, ypač jaunimas, kurie šiuo metu nesimoko jokios užsienio kalbos, yra suvaržyti finansinių galimybių, jiems trūksta motyvacijos arba nesuvokia kalbos panaudojimo galimybių. Nes daugiau galimybių visuomet turės tie žmonės, kurie moka daugiau kalbų.



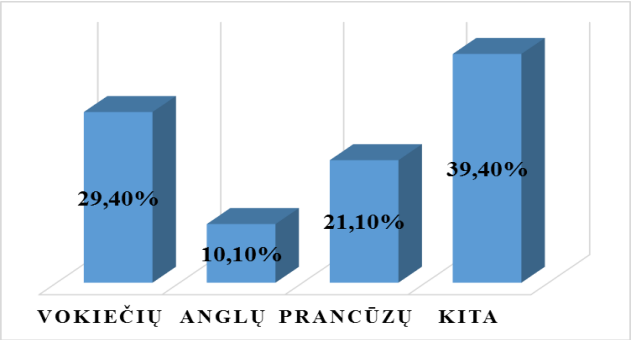

**7 pav.** Respondentų nuomonė apie užsienio kalbų mokymąsi (proc.)

Analizuojant apklausos duomenis, galima matyti, kad 20 proc. apklaustųjų mokosi anglų kalbos, o 6,4 proc. – vokiečių kalbos. Šie rezultatai atskleidžia šių dviejų kalbų populiarumą ne tik visoje Europoje, bet ir Lietuvoje. Beveik pusė apklausoje dalyvavusių asmenų, t. y. 54, arba 49,5 proc. visų apklaustųjų, teigė, kad dabar nesimoko jokios kalbos. Galima teigti, kad 50 proc. apklaustųjų nesupranta, kodėl reikia investuoti savo brangų laiką užsienio kalbų mokymuisi.




**8 pav.** Respondentų nuomonė apie užsienio kalbų vartojimą gyvenime ir darbe (proc.)

Iš 8 paveiksle pateiktų duomenų matyti, kad 63 proc. respondentų visiškai sutinka su teiginiu, jog užsienio kalbas jie vartoja tiek darbe, tiek gyvenime (pvz., kelionėse ar socialiniuose tinkluose). 27,5 proc. apklaustųjų sutinka su teiginiu, kad kalbos reikalingos darbe ir gyvenime. Nė vienas respondentas neprieštaravo ir tik 1,8 proc. iš jų nesutiko su teiginiu, kad mokėti užsienio kalbas ir jas vartoti yra privalumas. Galima daryti prielaidą, kad čia ir yra ta dalis apklaustųjų, kurie paprasčiausiai nevartoja užsienio kalbų darbo aplinkoje.




**9 pav.** Respondentų nuomonė, kokios užsienio kalbos norėtų išmokti (proc.)

Iš 109 apklaustųjų 23 respondentai (t. y. daugiau nei 21 proc.) teigė, kad nori išmokti vokiečių kalbos. Kaip matyti iš 9 paveikslo, prancūzų kalbos išmokti norėtų daugiau nei 29 proc. apklaustųjų. Anglų kalbos išmokti norėtų tik 11 apklaustųjų (10 proc.), nes dauguma jų jau moka ir gali kalbėti. Taigi, apklaustieji nori išmokti trijų Europos šalių kalbų: prancūzų, vokiečių, anglų, o iš atliktos apklausos matyti, kad vokiečių kalba domisi nemažas skaičius respondentų. Tai yra gana geri rezultatai, įvertinus tai, kad net 54 (49,5 proc.) apklaustieji šiuo metu nesimoko jokios kalbos.

Pateikus ir apibendrinus atliktos apklausos rezultatus, buvo atliktas interviu su vienos įmonės direktoriumi. Užtikrinant konfidencialumą, įmonės pavadinimas nėra atskleidžiamas. Interviu tikslas buvo išsiaiškinti, kokią kalbą jis išskirtų kaip pagrindinę, kurią mokant galima daug pasiekti ar padaryti karjerą. Interviu naudojamas tik straipsnio tikslais.

Įmonės direktorius į klausimą, ar užsienio kalbos mokėjimas gali padėti pakilti karjeros laiptais, teigė: „Vien užsienio kalbos mokėjimas... Tai labai mažai tikėtina. Bet, turint kitus reikiamus įgūdžius ir mokant užsienio kalbą, bet kokiai karjerai tikrai labai svarbu ir padeda.“ Pasiteiravus, kokios užsienio kalbos nemokėjimas būtų sutrukdęs arba sutrukdė pasiekti tai, ką pasiekė ar planavo pasiekti, respondentas atsakė: „Asmeniškai tik vieną užsienio kalbą ir moku – anglų. Tikrai vertėtų mokėti ir daugiau kalbų. Rusų kalbos nemokėjimas taip pat tam tikrais momentais pakišą koją.“ Apibendrinant šį interviu, galima teigti, kad be anglų kalbos įmonės vadovas nebūtų pasiekęs to, ką dabar pasiekė, tačiau taip pat galima daryti prielaidą, kad anglų kalbos geresnis mokėjimas ar rusų kalbos mokėjimas būtų suteikę dar geresnių galimybių. Reikia pabrėžti, kad respondentas yra direktorius įmonės, kuri užsiima plieno gaminių prekyba Lietuvoje ir kaimyninėse šalyse, tiekia ne tik aukščiausios kokybės gaminius, bet ir aukščiausio lygio paslaugas. Įmonė bendradarbiauja su daugiau nei šimtu gamyklų Europos Sąjungoje. UAB „X“ organizacija specializuojasi plieno prekybos srityje ir užsiima metalų rūdų ir metalų didmenine prekyba, todėl tiek anglų, tiek rusų kalbos labai svarbios.

Galima daryti išvadą, kad nesvarbu, kokios kalbos mokomasi, be praktikos sunku jos išmokti. Taigi, tai, ar užsienio kalba bus vartojama, priklauso nuo darbo pobūdžio ar verslo rūšies ir srities, o ne atvirkščiai, nuo kalbos ir ja kalbančių partnerių pasirinkimo. Nors tai taip pat gana svarbu.

## Išvados

Apibendrinant galima teigti, kad, Statistikos departamento duomenimis, vokiečių kalba kasmet tampa vis paklausesne darbo rinkoje dėl poreikio gamybos ir ypač paslaugų srityje. Anglų kalba išlieka darbo kalba, kurią mokėti jau reikalaujama beveik kiekvienoje darbo vietoje. Logistikos, informacinių technologijų ir prekybos srityse vokiečių kalbos mokėjimas būtinybė. Mokantiems dvi ar tris kalbas, pvz., vokiečių, anglų, vieną iš skandinavų, prancūzų ar rusų kalbą, atsiveria platesnės galimybės ne tik Lietuvoje, bet ir visoje Europoje.

Išanalizavus apklausos duomenis, paaiškėjo, kad 34 proc. respondentų Lietuvoje kalba trimis užsienio kalbomis, o 44 proc. – dviem užsienio kalbomis. 24,8 proc. apklaustųjų moka vokiečių kalbą, nes ji reikalinga paslaugų (ypač prekybos), logistikos ar kt. verslo srityse. Net 90 proc. respondentų užsienio kalbos yra labai reikalingos darbo aplinkoje, o 63,3 proc. respondentų teigė, kad užsienio kalbos naudingos gyvenime ir darbe, tačiau net 58,7 proc. apklaustųjų, arba 33 proc. jaunuolių nuo 21 iki 25 m. amžiaus, naujų užsienio kalbų nesimoko.

Atliktas interviu leidžia teigti, kad anglų kalba yra bene svarbiausia užsienio kalba, kurią mokant galima pakilti karjeros laiptais, atsiveria daug galimybių, ir atvirkščiai – jos nemokant iškyla sunkumų. Tačiau interviu buvo paminėtas ne tik vokiečių, bet ir rusų kalbų reikalingumas. Šie interviu pavyzdžiai leidžia teigti, kad skirtingos verslo sritys reikalauja skirtingų užsienio kalbų mokėjimo ir, norint teisingai pasirinkti, kokios užsienio kalbos mokytis, reikia būti apsisprendusiam dėl profesijos, studijų ir pan. O mokantys keletą užsienio kalbų, turi daugiau galimybių.

Šiuolaikinėje besikeičiančioje visuomenėje kalbų mokymui(si) galima rasti daug įvairių būdų ir galimybių. Tačiau išmokti užsienio kalbos galima tuomet, kai tikslingai siekiama savo tikslo ir efektyviai pasinaudojama pagalbinėmis mokymosi priemonėmis. Būtina turėti tikslą, susijusį su konkrečia užsienio kalba. Taip pat reikia numatyti planą, kaip šį tikslą pasiekti: klausantis radijo, žiūrint filmus ne lietuvių, o anglų arba vokiečių kalbomis, žaidžiant kompiuterinius žaidimus arba skaitant knygas. Sistemingas mokymasis, žodyno turtinimas, gerai kalbą mokančio specialisto patarimai ir praktinis žinių, įgūdžių panaudojimas padės siekti šio tikslo.

Apsisprendimas tobulintis ir mokytis vienos ar kitos užsienio kalbos turi būti gerai apgalvotas, dažnu atveju siejamas su tam tikra darbo sfera. Tad žmogus turi būti jau jaunystėje apsisprendęs, kurioje srityje nori dirbti, kad galėtų pasirinkti, kokios užsienio kalbos mokytis. Galime pastebėti dar ir tai, kad Lietuvoje iš esmės jau nuspręsta, kokių kalbų Lietuvos piliečiai turi mokytis.

Ir tik lankydamas kursus ar pamokas pas privačius mokytojus jaunuolis turi galimybę išmokti Azijos šalių kalbų: kinų, japonų, Skandinavų regiono kalbų: norvegų, švedų, taip pat Pietų Europos šalių kalbų: ispanų, italų. Norint, kad Lietuva išliktų moderni valstybė, jos piliečiai turi mokėti dvi ar net tris užsienio kalbas, kaip yra Belgijoje, Liuksemburge, Suomijoje ar Maltoje. Globalizacija, sparčiai besivystančios technologijos, vis populiarėjantys socialiniai tinklai ir kt. pokyčiai pasaulyje turi įtakos ir kalbos formavimui(si). Anglų kalba jau dešimtmetį išlieka darbo, bendravimo tarp šalių viena iš svarbiausių ir būtinų kalbų, tačiau vokiečių kalba neatsilieka savo populiarumu ne tik dėl verslo, bet ir dėl Vokietijos, kaip šalies lyderės, vaidmens Europos Sąjungoje.

## Rekomendacijos

Pasinaudoti galimybe aukštojoje mokykloje tobulinti užsienio kalbų žinias arba mokytis naujų kalbų. Dažniausiai paskaitos būna nemokamos, nes kolegijose ar universitetuose užsienio kalba yra privalomas dalykas. Tai aktualu studentams.

Stengtis pasinaudoti galimybe, kai darbas rengia ar apmoka užsienio kalbos kursų išlaidas. Stengtis dalyvauti seminaruose, susirinkimuose. Tai yra svarbu dirbantiesiems.

Išnaudoti visas bendravimo galimybes užsienyje ar Lietuvoje su užsieniečiais arba vykti kalbos mokymosi atostogų, nes tai yra vienas iš efektyviausių būdų greitai išmokti užsienio kalbos.

### Literatūra


1. Aggestam, L., & Hyde-Price, A. (2020). Learning to Lead? Germany and the Leadership Paradox in EU Foreign Policy. German Politics, 29(1), 8–24. DOI: 10.1080/09644008.2019.1601177.
2. Murauskaitė, A.; Gudaitytė, G. (2019). Lrytas.lt: Be užsienio kalbų vargiai darbą gausi: Vilniuje reikia vienų, Kaune kitų. Prieiga per internetą: https://www.lrytas.lt/verslas/rinkos-pulsas/2019/08/22/news/be-uzsienio-kalbu-vargiai-darba-gausi-vilniuje-reikia-vienu-kaune-kitu-11528266/.
3. Carnegie Mellon University (2019). Conducting Assessments of Learning and Teaching. Prieiga per internetą: https://www.cmu.edu/teaching/designteach/teach/assesslearningteaching.html.
4. Deriu, J., Lucchi, A., De Luca, V., Severyn, A., Müller, S., Cieliebak, M. & Jaggi, M. (2017). Leveraging large amounts of weakly supervised data for multi-language sentiment classification. *In Proceedings of the 26th international conference on world wide web* (pp. 1045–1052). DOI: https://doi.org/10.1145/3038912.3052611.
5. Die Top 10 Sprachen mit gestiegener Nachfrage in der Wirtschaft. (2017). Prieiga per internetą: https://blog.amplexor.com/de/die-top-10-sprachen-mit-gestiegener-nachfrage-in-der-wirtschaft?fbclid=IwAR0SJdL3IuqUq_Jm1UqVkVvxDAk9a4lYrt_upkpV_t-0A8YhBa0koHbrUwg.
6. Euroblogas.lt. (2019). Moka bent vieną užsienio kalbą: lietuviai ketvirti ES. Prieiga per internetą: https://euroblogas.lt/2019/09/12/moka-bent-viena-uzsienio-kalba-lietuviai-ketvirti-es/?fbclid=IwAR0Fmny_2K-IJqi4nEUtDLWQK2PimoL245WhFsQ1JbfEkobZBNWsBrZFDkA.
7. Gangaiamaran, R., Pasupathi, M. (2017). Review on use of mobile apps for language learning. *Int. J. Appl. Eng. Res.* 12, 11242–11251.
8. Gelūnas, A. (2015). Multilingualism as a prerequisite of intercultural education: From UNESCO programmes to sustainable development challenges of modern states. *Sustainable Multilingualism*, (6), 16–23.
9. Goethe.de. (2020). Vokiečių kaip antroji užsienio kalba. Prieiga per internetą: https://www.goethe.de/ins/lt/lt/spr/unt/kum/jug/jla/20382749.html?fbclid=IwAR3NkfHtQfq3z59prvxvn3bWdwhyo3SQAuAqiKa4nugKUjBUYaNoOv5H1lg.
10. Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai.* Vilnius.
11. Kalba.Lt. (2020). Prieiga per internetą: https://kalba.lt/kiek-kalbu-reikia-moketi-lietuvos-zmonems/.
12. Kacetl, J., & Klímová, B. (2019). Use of smartphone applications in english language learning—A challenge for foreign language education. Education Sciences, 9 (3), 179. DOI: 10.3390/educsci9030179.
13. Lietuvos bankas. (2020) Paslaugų eksportas ir importas pagal paslaugos rūšį ir šalį Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/lt/paslaugu-eksportas-ir-importas-pagal-paslaugos-rusi-ir-sali?ff=1&date_interval=2020-Q1.
14. Mano vyriausybė. (2020). Tautinių mažumų departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Prieiga per internetą: https://tmde.lrv.lt/lt/tautines-bendrijos/tautiniu-mazumu-organizacijos/rusai.
15. Meurers, D., De Kuthy, K., Nuxoll, F., Rudzewitz, B., & Ziai, R. (2019). Scaling up intervention studies to investigate real-life foreign language learning in school. Annual Review of Applied Linguistics, 39, 161–188. DOI: https://doi.org/10.1017/S0267190519000126.
16. Oficialiosios statistikos portalas. (2020). Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?articleId=6180648.
17. Valaitytė, R.; Špokauskaitė, M. (2017). Daugiakalbystė Europos Sąjungoje: (ne)atrastos galimybės. Prieiga per internetą: https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/svietimas/daugiakalbyste-europos-sajungoje-ne-atrastos-galimybes-233-859674?fbclid=IwAR2fWoyHmXguSNU2XQOUF6X87aY6WaZ9_07Q2yc1VrdRaofACgXgcRwIwh0.
18. Setiyadi, A. G. (2020). Teaching English as a foreign language.

# APLINKOSAUGINĖS ŽALIOJO RAKTO PROGRAMOS, TAIKOMOS APGYVENDINIMO SEKTORIUJE, ŽINOMUMAS

**Radha Antanaitytė**
*Kolpingo kolegija, Ekoturizmo katedra*

Konsultavo Kolpingo kolegijos doc. dr. Regina Navickienė

**Anotacija**

Straipsnyje analizuojamos Žaliojo rakto ir kitos aplinkosauginės programos, jų kriterijai, taikymo geografija. Atskleidžiami aplinkosauginių programų ypatumai darniosios plėtros kontekste. Straipsnyje apibendrinta gamtosaugos priemonių sistema, kurią galima naudoti viešbučių versle, kaimo turizmo sodyboms, kempingams, stovyklavietėms, turistų bazėms. Straipsnio tikslas – pristatyti Žaliojo rakto aplinkosauginę programą, integruojant ją į bendrą aplinkosauginių programų visumą, siekiant išsiaiškinti, ar darniosios plėtros principais pagrįsta paslaugų kokybės gerinimo koncepcija žinoma apgyvendinimo paslaugų vartotojams. Darbe naudoti šie tyrimo metodai: literatūros, teisinių dokumentų ir interneto puslapių, susietų su nagrinėjama tema, apžvalga ir analizė, kiekybinis tyrimas – anketinė apklausa. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad Žaliojo rakto programa nėra plačiai žinoma, daugelis apgyvendinimo paslaugų vartotojų net nežino šios programos kriterijų. Svarbu, kad pačios apgyvendinimo įmonės domėtųsi ir nuolat gerintų savo aplinkosauginę veiklą. Tam tikslui, be privalomų aplinkosaugos reikalavimų, kurie apibrėžiami įstatymais ir kitais teisės aktais, turėtų būti pradėtos taikyti savanoriškos naujos priemonės, kurios skatina atsakingą vartojimą.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: Žaliasis raktas, aplinkosauga, turizmas, apgyvendinimo sektorius.

## Įvadas

**Straipsnio aktualumas ir problema.** Ekologinę situaciją, susiklosčiusią planetoje trečiojo tūkstantmečio pradžioje, galima apibūdinti kaip visos sistemos pasaulinę ekologinę krizę. Planetos gyventojų daugėjimas ir vis didesni žmonių poreikiai – svarbiausi veiksniai, lemiantys vis spartesnį, ligi šiol nematyto masto planetos išteklių naudojimą. Ekologinės krizės pasekmės, keliančios grėsmę pačiam žmonijos egzistavimo šioje planetoje pagrindui – tai genetinio fondo kitimų pavojus, nepakankamas aprūpinimas energija, žaliavomis ir maisto produktais, aplinkos užterštumas, šiltnamio efektas ir t. t. Iš esmės šiuolaikinę ekologinę krizę galima apibūdinti kaip konfliktą tarp vis didesnių gausėjančios žmonijos poreikių ir ribotų planetos išteklių mažėjimo (Astromskienė A., Sirusienė R., 2007). Mokslininkai teigia, jog aplinkos užterštumo sukeltą šiuolaikinę globalinę ekologinę krizę gali padėti įveikti tik mokslo ir technikos perorientavimas į naujų, ekologiškai švarių pramonės bei žemės ūkio gamybos technologijų kūrimą ir kuo skubesnis jų įdiegimas. Taip pat ekologinei krizei įveikti turi būti sudarytas moksliškai pagrįstas ekologinis planavimas, užtikrinantis bendrą visuomenės ir gamtos evoliuciją. Ekologinį turizmą, numatantį ekonomiškai ir ekologiškai pagrįstą gamtos išteklių naudojimą organizuojant turizmą gamtoje ir įtraukiant apgyvendinimo sektorių, irgi galima vertinti kaip vieną iš priemonių racionaliam, tausojančiam gamtos išteklių naudojimui užtikrinti (Sirusienė R., 2005). Taigi pasaulis supranta, kad šiuo metu svarbi ne tik ekonominė pasaulinė krizė, tačiau ir ekologinė, į kurią paprasčiausiai negalime nekreipti dėmesio. Su kiekvienais metais vis daugiau dėmesio yra skiriama subalansuotai turizmo plėtrai ir tokioms turizmo formoms, kaip ekoturizmas, kuris yra vienas iš efektyvių ekologinės krizės sprendimo būdų. Ekologinis turizmas – viena iš sparčiausiai žengiančių į priekį pasaulinio turizmo verslo sričių. Svarbiausias ekologinio turizmo požymis, kuriuo jis ir skiriasi nuo ankstesnių poilsio gamtoje organizavimo sąlygų – apmąstyta, ekologiniu ir ekonominiu požiūriu pagrįsta rekreacinių teritorijų naudojimo politika. Ja siekiama taupiai naudoti gamtos išteklius, išsaugoti ne tik gamtinių rekreacinių teritorijų biologinę įvairovę, bet ir pačios turizmo veiklos stabilumą (Sirusienė R., 2005). Aplinkosauginė Žaliojo rakto programa stipriai prisideda prie gamtos išsaugojimo skatindama atsakingą vartojimą, vandens, elektros taupymą, chemikalų naudojimo minimalizavimą. Lietuvoje ši aplinkosauginė programa nėra populiari, todėl kyla klausimų, ar ši programa yra per mažai žinoma, o gal tai lemia kitos priežastys.

**Darbo tikslas:** išsiaiškinti aplinkosauginės Žaliojo rakto programos žinomumą.

**Darbo uždaviniai:**

1. išanalizuoti aplinkosaugos programas ir jų aktualumą visuomenei;
2. ištirti aplinkosauginės Žaliojo rakto programos ir jos kriterijų žinomumą apgyvendinimo sektoriuje.

**Metodai ir imtis:** literatūros, teisinių dokumentų ir internetinių puslapių analizė, sisteminimas, kritinis vertinimas, žvalgomasis kiekybinis tyrimas – apklausa internete apie aplinkosauginės Žaliojo rakto programos žinomumą svetainėje www.apklausa.lt. Atliekant apklausą, buvo nusistatytas laiko terminas, per kurį pateiktą anketą užpildė 89 respondentai. Šie tyrimo duomenys ir pateikiami straipsnyje.

## Aplinkos apsaugos programos ir jų aktualumas visuomenei

Aplinkos apsauga yra viena naujausių ir šiuo metu aktualiausių sričių, kurioje nevyriausybinės organizacijos siekia aktyviai įsitraukti į sprendimų priėmimo procesą, taip formuojant ir įgyvendinant aplinkosauginę politiką. Lietuvoje aplinkos apsaugos politikos sistema nuosekliau kuriama ir tobulinama dar tik kelis dešimtmečius, todėl nevyriausybinio sektoriaus veikla šioje srityje yra palyginti nauja. Būtent dėl šios priežasties dar nėra sukurtas efektyvus nevyriausybinių organizacijų ir valstybinių institucijų bendradarbiavimo modelis, o pilietinė visuomenė valstybėje nėra pakankamai išsiugdžiusi.

Dėl šių faktorių sąveikos iškylančios problemos turi lemiamą reikšmę integralios aplinkos apsaugos politikos, kai nevyriausybinis sektorius ir valdžios institucijos bendromis pastangomis ieško galimybių gerinti aplinkos būklę, vystymui.

Tarptautiniu lygmeniu nevyriausybinėms organizacijoms (NVO) yra skiriama ypatinga reikšmė, kadangi būdamos arčiausiai visuomenės, jos gali identifikuoti ne tik aktualiausias problemas, bet ir tuos aspektus, kuriems dar nėra suteikiama reikšmė, taip pat įvardyti turimus resursus joms spręsti ir galimybes jiems panaudoti. Be to, nuolat bendradarbiaudamos su piliečiais, skleisdamos informaciją šiandienei visuomenei aktualiais klausimais, nevyriausybinės organizacijos kuria sąmoningą visuomenę, žinančią savo poreikius ir gebančią sukurti jos gerovei būtinas sąlygas.

Tarptautinių organizacijų veikla yra aktyvi ne tik šalies teritorijoje, bet ir už jos ribų. Tai organizacijos, kurios struktūriškai yra kitų šalių organizacijų nariai, padaliniai. Tarptautinės organizacijos sprendžia globalias šalies problemas, taip pat konsultuojasi su užsienio partneriais, keičiasi informacija, vykdo bendrus projektus. Lietuvos žaliųjų judėjimas (LŽJ) yra viena iš tokių aplinkosauginių NVO Lietuvoje. LŽJ yra šių tarptautinių organizacijų narys: *Friends of the Earth-International* (FoEI), *Coalition Clean Baltic* (CCB), *CEE Bankwatch Network, Inernational Network for Sustainable Energy* (INforSE), *Climate Action Network* (CAN) ir *Foundation for Environmental Education* (FEE). LŽJ patikėtas Aplinkosauginio švietimo fondo (angl. *Foundation for Environmental Education*) administruojamų programų, tokių kaip Žaliojo rakto programa, Mėlynosios vėliavos programa, Gamtosauginių mokyklų programa, įgyvendinimas Lietuvoje. Toks organizacijos veikimas už šalies ribų leidžia ne tik rasti būtinų partnerių, gauti reikiamos informacijos, bet ir tobulinti savo veiklą, atsižvelgiant į užsienio šalių patirtis, ir suteikti galimybę visuomenei įsitraukti į dar didesnę apimtį turinčias programas, projektus.

Lietuvos aplinkosauginės organizacijos kūrėsi remdamosi kitų šalių patirtimi ir suformuotais modeliais. Daugiausia įtakos šiam procesui turėjo Vakarų Europos ir Šiaurės Amerikos aplinkosauginės veiklos patirtis.

Aplinkos apsaugos įstatyme (2011) aplinkos apsauga apibūdinama kaip „aplinkos saugojimas nuo fizinio, cheminio, biologinio ir kitokio neigiamo poveikio ar pasekmių, atsirandančių įgyvendinant planus ir programas, vykdant ūkinę veiklą ar naudojant gamtos išteklius“.

Visuomenės vaidmuo atsispindi nacionaliniuose ir tarptautiniuose teisės aktuose, kadangi juose patvirtintos visuomenės teisės ir pareigos aplinkos apsaugos ir gamtos išteklių naudojimo procesuose. Kiekviena asmens veikla aplinkoje yra reglamentuojama teisės aktais, numatančiais atsakomybę už aplinkosauginių reikalavimų nesilaikymą.

Žmogaus teisė į sveiką ir švarią aplinką yra viena pagrindinių jo teisių, todėl, sąveikaujant aplinkai ir visuomenei, iškyla būtinybė šiuos santykius įprasminti teisiškai. Vienareikšmiškai galima teigti, jog išsaugoti aplinką galima tik tada, kai visuomenė, sąveikaudama su aplinka, laikosi aplinkosauginių reikalavimų. Kad būtų laikomasi šių reikalavimų, buvo sukurta ir vis dar tobulinama aplinkos apsaugos teisės sistema.

Savanoriška veikla aplinkos apsaugoje yra būdas visuomenei prisidėti prie biologinės įvairovės ir kraštovaizdžio išsaugojimo, visuomenės švietimo aplinkosauginiais klausimais ir kitų aplinkos apsaugai būdingų veiklų, todėl akivaizdu, jog šią visuomenei, valstybei ir aplinkai svarbią veiklą būtina skatinti.

Kalbant apie valstybę, jos vaidmuo labai reikšmingas: „Valstybės aplinkosauginė funkcija įgyvendinama įvairiomis teisinėmis priemonėmis, kurios apibrėžia valstybės aplinkos apsaugos politiką, aplinkos apsaugos principus, nustato gamtos išteklių naudojimo tvarką, atskirų gamtos išteklių apsaugos priemones, ūkinės veiklos aplinkosauginius pagrindus, aplinkos apsaugos valdymą ir kontrolę bei atsakomybę už aplinkos apsaugos įstatymų pažeidimus.“

Valstybė reguliuoja visuomenės ir aplinkos sąveiką pagal tam tikrus aplinkosauginius reikalavimus, kurių laikosi ir visuomenė sąveikaudama su aplinka. Aplinkos apsaugos įstatyme (2011) teigiama, jog „valstybinį aplinkos apsaugos valdymą Lietuvos Respublikoje vykdo Vyriausybė, Aplinkos apsaugos ministerija (nuo 1998 metų – Aplinkos ministerija), kitos įgaliotos valstybės institucijos“ .

Aplinkos ministerija yra specialioji aplinkos apsaugos valdymo institucija, kurios funkcijos yra apibrėžtos Aplinkos apsaugos įstatyme (2011) ir Aplinkos ministerijos nuostatuose, patvirtintuose „LRV 1998 m. rugsėjo 22 d. nutarimu Nr. 1138 „Dėl Lietuvos Respublikos aplinkos ministerijos nuostatų patvirtinimo“ pakeitimo“.

Lietuvoje po nepriklausomybės atkūrimo pradėjo formuotis aplinkos apsaugos teisė, kuri buvo būtina siekiant sustabdyti aplinkos būklės blogėjimą, išsaugoti aplinką valstybei pereinant į rinkos ekonomikos santykius. Aplinkos apsaugos teisės sistema yra grindžiama LR Konstitucijos (1992) nuostatomis, kurios pripažįsta aplinkos apsaugą savarankiška teisinio reguliavimo sritimi. Taigi, labai svarbus Konstitucijos 53 straipsnis, kuriame teigiama, jog „valstybė ir kiekvienas asmuo privalo saugoti aplinką nuo kenksmingo poveikio“. Taip pat didelę reikšmę turi ir Konstitucijos 54 straipsnis, kuris įpareigoja valstybę „rūpintis natūralios gamtinės aplinkos, gyvūnijos ir augalijos, atskirų gamtos objektų, ypač vertingų vietovių apsauga, saikingu gamtos išteklių naudojimu, atkūrimu ir gausinimu“.

Teiginys „kiekvienas asmuo privalo saugoti aplinką nuo kenksmingo poveikio“ įpareigoja visuomenę atlikti šią pareigą. Vienas iš būdų, kurį pasirenka žmogus, norėdamas apsaugoti aplinką nuo neigiamo poveikio, yra savanoriška veikla aplinkos apsaugos srityje.

Nuo 1992 m. buvo sukurta pagrindinių teisės aktų bazė, į kurią vėliau buvo įkelti tarptautinių įsipareigojimų, ES teisės aktų reikalavimai. Pagrindiniai įstatymai ir jų paskirtis, reglamentuojantys aplinkos apsaugą, gamtos išteklių naudojimą ir ypač svarbų visuomenės vaidmenį Lietuvos aplinkosaugoje. Pateikiami ne visi aplinkos apsaugą reglamentuojantys įstatymai, o tik tie, kurie labiau siejami su žmogaus veikla aplinkoje. Pagrindinis specialusis šaltinis yra Aplinkos apsaugos įstatymas.

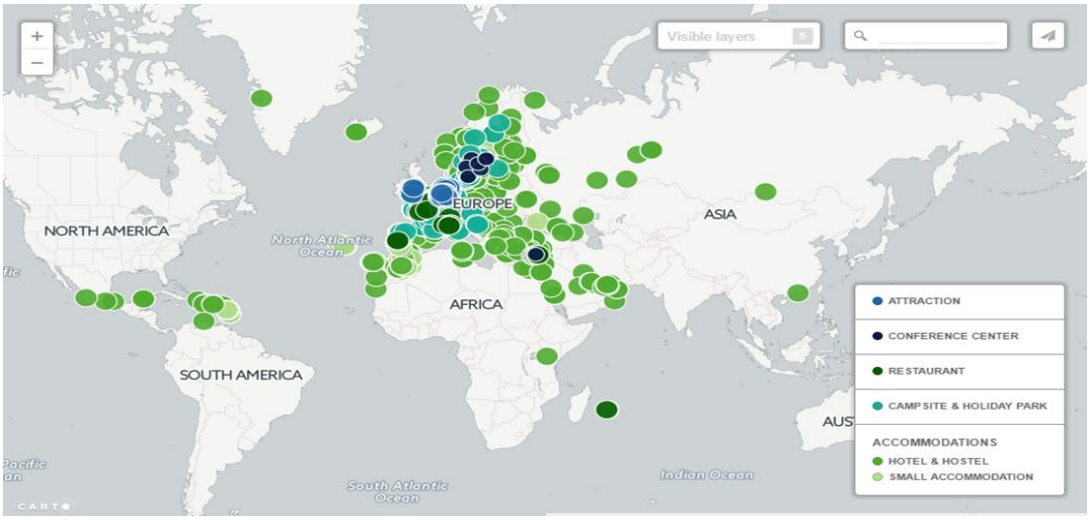
**Žaliojo rakto aplinkosauginės programos taikymas pasaulyje**

Viena iš daugelio sukurtų aplinkosauginių programų ekoturizmo plėtrai vystyti ir prisidėti prie neigiamo poveikio aplinkai mažinimo yra tarptautinė Žaliojo rakto programa. Nustatyti bendrąsias aplinkosauginės Žaliojo rakto programos diegimo galimybes labai sudėtinga, todėl kiekvienas darbas, analizuojantis Žaliojo rakto programą, aktualus tiek teorine, tiek praktine prasme.

Remiantis Aplinkosauginio švietimo fondo (*The Foundation for Environmental Education in Europe*, FEEE) duomenimis, Europos aplinkosauginis švietimo fondas buvo įkurtas 1981 m. Nuo 2001 m. Aplinkosauginis švietimo fondas tapo pasauliniu. Fondas yra nevyriausybinė ir pelno nesiekianti organizacija, remianti darnią plėtrą per aplinkosauginio švietimo prizmę. Šiuo metu organizacija turi jau 65 šalis nares. Fondo tikslas – aplinkosauginis švietimas ir visuomenės savimonės kėlimas, XXI a. darbotvarkės įgyvendinimas, įtraukiant įvairaus amžiaus ir tautybių žmones per formalųjį ir neformalųjį švietimą.

Žaliojo rakto programa skirta viešbučiams, turistų bazėms, kotedžams, kempingams, kaimo turizmo sodyboms, konferencijų ir poilsio centrams, stovyklavietėms. Žaliojo rakto programos vykdymas prasidėjo Danijoje 1994 m. ir jau 2002 m. tapo penktąja tarptautine Aplinkosauginio švietimo fondo programa. Nuo tada ji išplito 12 šalių ir šis skaičius vis auga. Žaliojo rakto kriterijai susideda iš daugelio skirtingų tarptautinių kriterijų, kurie yra privalomi kiekvienai šaliai, ir daugiau specializuotų nacionalinių kriterijų, pritaikytų nacionaliniams įstatymams, infrastruktūrai ir kultūrai. Vertinimo kriterijai dėmesį sutelkia į aplinkosauginę vadybą, techninius reikalavimus ir svečių, darbuotojų bei tiekėjų įsitraukimą į šią veiklą. Žaliojo rakto sertifikatas yra suteikiamas vieniems metams, per kuriuos vykdomi kontroliniai vizitai, siekiant patikrinti, ar laikomasi visų nustatytų standartų ir kriterijų.

Šiuo metu Žaliojo rakto programa yra vykdoma tokiose šalyse, kaip Belgija, Kipras, Danija, Estija, Prancūzija, Graikija, Italija, Japonija, Jordanija, Latvija, Lietuva, Marokas, Portugalija, Puerto Rikas, Tunisas, Švedija, Nyderlandai ir kt. Šiuo metu daugiau nei 3 200 dalyvių 65 šalyse yra apdovanoti programos diplomais (žr. 1 pav.).




**1 pav.** Žaliojo rakto programos pasiskirstymas pasaulyje

Norint atitikti griežtus, su aplinkosauga sietinus Žaliojo rakto programos reikalavimus, reikia rūšiuoti atliekas, sumažinti elektros energijos ir vandens sąnaudas, tinkamai naudoti chemines valymo priemones. Taip pat programos dalyvių prašoma vykdyti ir edukacinę veiklą aplinkosauginiu aspektu personalui ir svečiams, numatyti aplinkosauginę politiką, tikslus ir veiksmų planus.

Pasaulyje vis daugiau dėmesio skiriama ekologinėms problemoms, o tai neišvengiamai daro įtaką poilsio ar apgyvendinimo vietos pasirinkimui. Ekoturizmo vystymas taip pat gali skatinti keisti poilsiautojų ar turistų įpročius. 38,5 proc. tiriamųjų įsitikinę, kad apgyvendinimo įstaigos ekologinis sąmoningumas turi įtakos šiuolaikiniam poilsiautojui ar turistui. Galima daryti išvadą, kad ekoturizmo plėtra globaliu požiūriu, kaip alternatyvi turizmo verslo šaka, gali būti naudinga ne tik įmonei, užsiimančiai šia veikla, bet ir atlikti ekologinio švietimo vaidmenį.

Tarptautiniu mastu Žaliojo rakto programa yra pripažinta kaip aukšto lygio subjektas. Šią programą pripažino *World Tourism Organisation* (UNWTO) ir *UN Environment* (UNEP), o kriterijus pripažino Pasaulio tvaraus turizmo organizacija (žr. 2 pav.).

**2 pav.** Žaliojo rakto aplinkosauginės programos kriterijai (pagal Sirin, 2020)

Kaip matyti iš 2 paveikslo, yra net 13 kriterijų, kurie turi būti įgyvendinti, norint gauti Žaliojo rakto programos sertifikatą. Žaliojo rakto programa apima aplinkosauginį valdymą organizacijoje, darbuotojų įtraukimą, svečių informavimą, vandens ir elektros taupymą, didelis dėmesys skiriamas patalpų valymui, atliekų tvarkymui, maisto atsakingam vartojimui ir jo atliekų kiekio mažinimui, žaliosioms zonoms, korporatyvinei socialinei atsakomybei. Pavyzdžiui, apgyvendinimo įstaiga turi žinoti ir suteikti svečiams informaciją apie netoliese esančius parkus, kraštovaizdį, saugomas gamtines teritorijas; įstaigoje turi būti pateikiama informacija apie artimiausius dviračių nuomos ar pasiskolinimo taškus; įstaiga turėtų vykdyti veiklas, skirtas sąmoningumo didinimui, orientuotas į darnaus vystymosi principų skatinimą įstaigoje ar aplink įstaigą; svečiams turi būti pateikiama informacija apie netoliese esančius Mėlynosios vėliavos paplūdimius, prieplaukas ir laivų operatorius. Reikia atkreipti dėmesį, kad ši aplinkosauginė programa glaudžiai bendradarbiauja su Surrey universitetu iš Jungtinės Karalystės, kad gautų mokslu pagrįstą paramą.

## Žaliojo rakto programos taikymas Lietuvoje

Aplinkosauginio švietimo fondo programas Lietuvoje koordinuoja Lietuvos žaliųjų judėjimas. Priežiūros tarybą sudaro Ūkio ministerijos ir Valstybinio turizmo departamento atstovai kartu su Aplinkos ministerija. Būtina pažymėti, kad Lietuvoje žaliasis judėjimas vis dar nepopuliarus. Ekoturizmas kol kas skatinamas tik dalyvavimu Žaliojo rakto ir Mėlynosios vėliavos programose.

2009 m. Žaliojo rakto programoje dalyvavo aštuonios apgyvendinimo įstaigos – 4 viešbučiai ir 4 kaimo turizmo sodybos (palyginimui – Prancūzijoje 2009 m. Žaliojo rakto sertifikatai įteikti 315 įstaigų). 2000 m. Lietuvos žaliųjų judėjimas, Aplinkos ir Švietimo ministerijų teikimu, tapo tarptautinio Aplinkosauginio švietimo fondo nariu, kuriam vieninteliam patikėtas fondo administruojamų programų įgyvendinimas Lietuvoje. 2001 m. LŽJ pradėjo įgyvendinti Mėlynosios vėliavos programą,

2003 m. – Žaliojo rakto programą, o 2004 m. – Gamtosauginių mokyklų programą. Iš viso fondas remia penkias programas. Be jau 3 minėtųjų, fondas įgyvendina dar dvi – miškų pažinimo ir jaunųjų aplinkosaugos reporterių.

Žaliojo rakto programoje nuo 2003 m. kasmet dalyvauja tik *Reval* tinklo viešbučiai. 2010 m. pasipildęs žaliųjų viešbučių sąrašas: *Radisson Blu Hotel Lietuva* (Vilnius), *Park Inn Kaunas*, *Park Inn Klaipėda*, *Radisson BLU Astorija Hotel*, *Radisson BLU Klaipeda Hotel*, *Gile Hotel* (Vilnius) ir *Reval Inn Vilnius*. Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacijos prezidentė E. Šiškauskienė teigia, kad Lietuvoje ekologiškumo samprata visose verslo srityse dar tik žengia pirmuosius žingsnius. Todėl, anot jos, tikėtis, kad bent dalis šalies viešbučių persikvalifikuotų per trumpą laiką iš įprastųjų į ekologiškuosius – naivu. „Juolab pareikštas noras prisijungti prie Žaliojo rakto programos atsieina ne tik papildomų pastangų, bet ir nemažai išlaidų.“

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvoje apgyvendinimo sektoriuje ekologinės problemos tampa aktualesnes ir vis daugiau apgyvendinimo įstaigų siekia tai parodyti integruodami Aplinkosauginio švietimo fondo Žaliojo rakto programą. Apgyvendinimo sektoriuje jaučiamas pagyvėjimas, tai rodo, kad žmonės vis daugiau dėmesio skiria ekologinėms problemoms ir ieško racionalių sprendimų, kaip integruoti ekologiją į plėtojamus verslus. Nors Aplinkosauginio švietimo fondo programų vykdymas Lietuvoje vyksta lėtai, verslininkų siekis dalyvauti šiose programose yra didelis indėlis į Lietuvos gamtos išsaugojimą ir ekoturizmo, kaip jaunos Lietuvoje turizmo šakos, populiarinimą. Apgyvendinimo sektoriaus verslas nėra abejingas ekologinėms problemoms ir jau dabar taiko pakankamai veiksmingas priemones joms spręsti. Esant didesniam potencialui, kaimo turizmo sodybos ir viešbučiai yra labiau linkę orientuoti savo verslą ekoturizmo linkme

## Metodas, imtis ir tyrimo rezultatų pristatymas

Siekiant išsiaiškinti Žaliojo rakto programos reikalavimų žinomumą, buvo atliktas žvalgomasis kiekybinis tyrimas, naudojantis internete esančia apklausos platforma. Anketoje buvo tik 4 klausimai: apie amžių, lytį, ar respondentas žino apie Žaliojo rakto aplinkosauginę programą, kuri taikoma apgyvendinimo sektoriuje, ir ar tokia programa suteikia pridėtinę vertę apgyvendinimo įstaigai.

Per vieną savaitę (toks buvo nusistatytas anketos pildymo laikas), anketą užpildė 89 respondentai. Tyrime dalyvavo 42 proc. vyrų ir 58 proc. moterų. Didžioji dalis respondentų priklausė 18–28 m. amžiaus grupei (63 proc.), 29–39 m. amžiaus grupei priklausė 17 proc., 40–50 m. amžiaus grupei ir 51 m. ir vyresnių grupei – po 10 proc. respondentų. 49 proc. respondentų nurodė, kad Žaliojo rakto programa jiems žinoma, jie yra susipažinę ir su šios programos reikalavimais, 40 proc. – susipažinę labai mažai, o 11 proc. respondentų iš viso apie tokią aplinkosauginę programą nieko nežinojo. Paskutiniu klausimu buvo norima išsiaiškinti, ar įsitraukimas į Žaliojo rakto aplinkosaugos programos tinklą būtų naudingas apgyvendinimo sektoriui. Šis klausimas buvo užduotas todėl, kad Lietuvoje Žaliojo rakto sertifikatus turi tik tarptautiniams viešbučių tinklams priklausančios apgyvendinimo įstaigos, o lietuviško kapitalo viešbučiai ne. Taigi, žvalgomasis tyrimas parodė, kad tyrime dalyvavusiems respondentams renkantis apgyvendinimo įstaigą kelionių metu pagrindinis kriterijus yra kaina, vieta ir saugumas. Nė vienas respondentas nepasirinko galimo atsakymo varianto, kad rinktųsi apgyvendinimo įstaigą dėl to, jog ji laikosi Žaliojo rakto aplinkosauginės programos kriterijų.

Analizuojant gautus tyrimo rezultatus, matyti, kad reikėtų išsamesnių tyrimų, kurie atskleistų respondentų požiūrį į aplinkosaugines programas, leistų suprasti kas ir kodėl skatina atsakingą vartojimą, rūšiavimą, elektros, vandens taupymą ir kt., taip prisidedant prie gamtos išteklių išsaugojimo, oro, vandens užterštumo mažinimo. Galbūt būtų tikslinga naudoti ne tik kiekybinį, bet ir kokybinį tyrimą.

## Išvados ir rekomendacijos

Ekoturizmas iš esmės skiriasi nuo kitų turizmo krypčių savo praktika gamtinėse teritorijose, nes padeda spręsti aplinkosaugos, ekonominės ir socialinės plėtros konfliktus, kurdamas naujas darbo vietas, išsaugodamas biologinę įvairovę, teikdamas ekonominę naudą ir užsiimdamas aplinkosauginiu švietimu ir ugdymu. Šiandien ekoturizmas yra daugybės besivystančių šalių nacionalinių ekonomikos plėtros strategijų ir aplinkosaugos šerdis. Išanalizavus aplinkosaugos politiką tiek užsienyje, tiek Lietuvoje, galima teigti, jog pats žmogus ir visuomenė turi įsipareigoti laikytis aplinkosauginių reikalavimų visos planetos labui. Žmogaus teisė į sveiką ir švarią aplinką yra viena pagrindinių jo teisių, todėl, sąveikaujant aplinkai ir visuomenei, iškyla būtinybė šiuos santykius įprasminti teisiškai. Vienareikšmiškai galima teigti, jog išsaugoti aplinką galima tik tada, kai visuomenė, sąveikaudama su aplinka, laikosi aplinkosauginių reikalavimų. Kad būtų laikomasi šių reikalavimų, buvo sukurta ir vis dar tobulinama aplinkos apsaugos teisės sistema.

Apibendrinus kiekybinio tyrimo rezultatus, galima teigti, kad Žaliojo rakto aplinkosauginė programa yra tik iš dalies žinoma, daugelis nežino šios programos kriterijų ir nė vienas respondentas nesirinktų apgyvendinimo įstaigos kelionių metu dėl jos priklausymo Žaliojo rakto programai, nes visiems respondentams svarbiausias kriterijus yra kaina. Taigi, nors užsienyje Žaliojo rakto programa yra labai populiari, vis dėlto Lietuvoje ji nėra populiari ir tokiai situacijai įtaką gali daryti mažas programos ir jos kriterijų žinomumas. Todėl atsakingoms institucijoms (pvz., Lietuvos žaliųjų judėjimui) reikėtų atkreipti į tai dėmesį ir imtis problemą sprendžiančių veiksmų.

## Literatūra


- Astromskienė, A., Sirusienė, R. (2002). Kaimo turizmas. Leidinys pradedantiesiems verslą. Kaunas: Lietuvos kaimo turizmo asociacija.
- Drumm, A., Moore, A. (2015). Ecotourism Development. A manual for conservation planners and managers. Vol 1. Introduction to ecotourism planning. Second edition.
- Edwards, S. N., McLaughlin, W. J., & Ham, S. H. (2008). Comparative study of ecotourismpolicy in the Americas – (Study report): The Inter-Sectorial Unit for Tourism,Organization of American States; Department of Resource Recreation and Tourism, University of Idaho.
- Fennell, D. (1999). Ecotourism, London: Routledge.
- Green key global (2020). Prieiga per internetą: https://www.greenkey.global/.
- Jankaitytė, K. (2009). Ekologinio turizmo pradininkams-tarptautinis pipažinimas. Prieiga per internetą: http://www.conference.lt/?do=list&id=2497&name=news&p=4.
- Newsome, D., Moore, S., Dowling R. (2002). Natural area tourism: ecology, impacts and management.-Bristol: Channel view publications.
- Sirin, Ç. (2020). 30 Ways to Be More Eco Friendly in 2020. Prieiga per internetą: https://www.greenmatch.co.uk/blog/how-to-be-more-eco-friendly.
- Stoškus, A., Birgelytė, A., Dijokienė, M. (2008). Taikomasis mokslo tiriamasis darbas ekoturizmo metodinės rekomendacijos. Valstybinis turizmo departamentas, VšĮ Gamtos paveldo fondas, Vilnius.
- Swarbrooke, J. (2012). Sustainable tourism management – a global perspective. London: CABI-publishing.

# SOCIALINIO TINKLO „FACEBOOK“ PANAUDOJIMO RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE TYRIMAS

**Brigita Baranauskaitė**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir laivybos katedra*
*b.baranauskaite@lajm.lt*

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos UEVK lektorė Elena Valionienė

**Anotacija**

Daugybė logistikos ir sandėliavimo paslaugas teikiančių įmonių, savo verslą sieja su jūrų uosto veikla užsiimančiomis jūrinėmis valstybėmis. Todėl natūraliai formuojasi probleminis tyrimo klausimas, kokia yra jūrų transporto sektoriuje veikiančio verslo ūkio subjektų struktūra pagal jų veiklos pobūdį, ir kokia dalis verslo ūkio subjektų dirba su jūrų uostu susijusiose verslo srityse. Jūrinėse valstybėse statistiškai reikšmingai logistikos sektoriuje dominuoja logistikos kompanijos, kurių veikla yra susijusi su jūriniais kroviniais, o jeigu situacija yra tokia, kaip Lietuvos, kai rinkoje susikuria ir kita dalis logistikos, aptarnaujančios tarptautinius krovinius, gabenamus sausumos transporto koridoriais, konkurencijos padidėjimo kontekste aktualu tampa analizuoti šių kompanijų rinkodaros strategiją ir jų pozicionavimo rinkoje aspektus. Plečiantis socialinių tinklų siūlomos skaitmeninės rinkodaros technologijų įvairovei, sudominami didesni klientų srautai ir dalis įmonių persikelia į socialinių tinklų erdves. Natūraliai susidaro poreikis pademonstruoti įmonių galimybes ir jų rinkodaros strategijas bei integruoti į įvairias virtualias aplinkas. Todėl tyrimo idėja yra susijusi su viena iš gerai žinomų socialinių tinklų platforma „Facebook“. Remiantis jos siūlomomis rinkodaros priemonių paslaugomis, siekiama nustatyti, kokios jūrų transporto sektoriuje veikiančios didžiosios verslo įmonės savo rinkodaros strategiją susiejo su šiuo socialiniu tinklu ir kaip šį socialinį tinklą išnaudoja savo veiklai reklamuoti. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės, koncentruojantis į „Facebook“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamas pasirinktų kompanijų „Facebook“ paskyrų ir reklamos skelbimų turinys, siekiant identifikuoti pagrindinę skaitmeninės rinkodaros ir pozicionavimo rinkoje strategiją.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: Jūrinės valstybės, socialinis tinklas, rinkodaros priemonės, reklama, rinka.

## Įvadas

Rinkodaros tikslai gali būti pasiekiami naudojant skaitmenines technologijas (Smith ir Chaffey, 2005). Šiais laikais socialiniai tinklai yra neatsiejama mūsų gyvenimo dalis. Plečiantis socialinių tinklų siūlomos skaitmeninės rinkodaros technologijų įvairovei, sudominami didesni klientų srautai ir dalis įmonių persikelia į socialinių tinklų erdves. Skaitmeninė rinkodara atnešė visai naują požiūrį ir metodus, ir tai nėra tik tradicinės rinkodaros papildymas skaitmeniniais elementais (Liu, Karahanna ir Watson, 2011). Natūraliai susidaro poreikis pademonstruoti įmonių galimybes ir jų rinkodaros strategijas bei integruoti į įvairias virtualias aplinkas. Elektroninių duomenų ir programų naudojimas, yra „skirtas planuoti ir įgyvendinti idėjų, prekių ir paslaugų konceptą, platinimą ir kainodarą, kad būtų sukurti mainai, kurie tenkintų asmenų ir įmonių tikslus“ (Strauss ir Frost, 2008). Todėl tyrimo idėja yra susijusi su viena iš gerai žinomų socialinių tinklų platformų „Facebook“. Tyrimo metu bus išsiaiškinta, kaip šį socialinį tinklą pritaiko jūrų uosto įmonės ir kaip jos juo naudojasi. Remiantis „Facebook“ siūlomomis rinkodaros priemonių paslaugomis, siekiama nustatyti, kokios jūrų transporto sektoriuje veikiančios didžiosios verslo įmonės savo rinkodaros strategiją susiejo su šiuo socialiniu tinklu ir kaip šį socialinį tinklą išnaudoja savo veiklai reklamuoti, atliekamas paslaugas, sudaryti įmonės įvaizdį, kuris būtų palankus potencialiam klientui. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės, koncentruojantis į „Facebook“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamas pasirinktų kompanijų „Facebook“ paskyrų ir reklamos skelbimų turinys, siekiant identifikuoti pagrindinę skaitmeninės rinkodaros ir pozicionavimo rinkoje strategiją. Straipsnyje bus bandoma išsiaiškinti, kaip didžiosios jūrų uosto kompanijos naudojasi šia platforma. Įmonės galėtų daugiau konkuruoti ir save realizuoti pasitelkusios skaitmeninės rinkodaros priemones. Jūrų transporto kompanijoms nėra įprasta naudotis socialiniais tinklais, o tai šiais laikais sumažina jų žinomumą. Todėl labai aktualu nagrinėti šią temą ir analizuoti, kaip būtų galima panaudoti „Facebook“ platformą.

**Tyrimo problema:** kaip socialinį tinklą „Facebook“ savo veikloje rinkodaros tikslais taiko didžiosios jūrų uosto kompanijos?

**Tyrimo objektas:** socialinio tinklo „Facebook“ panaudojimas rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Tyrimo tikslas:** ištirti socialinio tinklo „Facebook“ panaudojimą rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. apibūdinti skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste;
2. analizuoti „Facebook“ socialinio tinklo siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus;
3. nustatyti didžiųjų Klaipėdos valstybinio jūrų uosto įmonių taikomą skaitmeninės rinkodaros strategiją, panaudojant „Facebook“ tinklo instrumentus ir paslaugas.

**Tyrimo hipotezė:** „Facebook“ socialinio tinklo priemonės sukuria papildomas galimybes jūrų uosto įmonėms taikyti reklamos priemones ir išplėsti vartotojų pasiekiamumą.

**Tyrimo metodai:** socialinio tinklo „Facebook“ paskyros turinio analizė, vizualizavimas.

## Skaitmeninės rinkodaros pritaikymo galimybės jūrų transporto versle: teorinis aspektas

Šiais laikais skaitmeninė rinkodara labai svarbi kiekvienai jūrų transporto įmonei. Naujame amžiuje technologijų pažanga atnešė didžiulius pokyčius vartotojams, rinkoms ir rinkodarai.

Įmonės kuria verslo puslapius socialiniuose tinkluose, norėdamos teigiamai atspindėti jūrų transporto įmones. Socialiniai tinklai yra turinio rinkodaros, firminio turinio ir nemokamo reklamavimo derinys (Morris, Choi, and Ju, 2016). Šios naujos technologijos leidžia prisijungti, o sąveika tarp individų ir iš esmės susideda iš trijų pagrindinių pajėgų: kompiuterių ir mobiliųjų telefonų, nebrangaus tinklo ryšio ir atvirojo kodo programų (Rosales, 2010).

Socialinės rinkodaros strategija padeda nustatyti aiškius tikslus ir veiklos lūkesčius, kurie sustiprina tikslų įsipareigojimą ir geresnį sprendimų priėmimą (Tafesse & Wien, 2018).

**1 pav.** Skaitmeninė rinkodara(https://adpartner.lt/)

Daugelis įmonių vis dar neįtraukė naujųjų technologijų į savo darbo procesus, nors tai ir atneštų didelę naudą. Jie nori tęsti veiklą kaip įprasta, nes seni būdai jiems vis dar tinka. Jie nepastebi naudos iš skaitmeninės rinkodaros, tačiau kompanijos, kurios naudojasi skaitmenine rinkodara, pradeda vilioti jų klientus (Tasner, 2010). Skaitmeninė rinkodara jūrų transporto įmonėms yra puiki reklama ir įmonės turi pradėti ja naudotis, kad suvoktų, kokią didelę naudą ji jiems gali duoti. Kurti sąmoningumą, pritraukti naujų klientų, didinti įmonės žinomumą yra populiarios priežastys, kodėl įmonės užsiima rinkodara socialiniuose tinkluose (Michaelidou, Siamagka ir Christodoulides, 2011).

Įvairios apklausos atskleidė, kad daugiau nei 40 proc. respondentų naudoja įvairias technologijas (mobiliuosius telefonus ar planšetes), norėdami pasiekti tradicinės medijos kanalus (televiziją, žurnalus) (Universal McCann, 2014). Tai įrodo, kad e. rinkodaros priemonės gali pasiekti daugiau susidomėjusių vartotojų ir paskatinti rinktis prekes ar paslaugas. Tačiau svarbu žinoti ne tik tai, kokia reklama labiausiai pritrauktų kliento dėmesį, bet ir kur reklamuotis. „Facebook“ yra vienas iš geriausių socialinių tinklų, kuriame kiekvienas verslininkas, susijęs su jūrų transportu, gali susikurti puslapį savo įmonei. Kai įmonė paskelbia turinį, būtina stebėti reakcijas į jį ir stebėti konkurenciją (Parsons & Lepkowska-White, 2018).

„Facebook“ socialiniame tinkle užsiregistravę daugiau negu 2 milijardai vartotojų, iš kurių 1,4 milijono sudaro lietuviai. Kuo daugiau vartotojų socialiniame tinkle, tuo daugiau žmonių jūrų transporto įmonės gali pasiekti savo paruošta reklama. Statistiniais duomenimis buvo nustatyta, kad kiekvienas žmogus, užsiregistravęs „Facebook'e“, beveik kasdien lankosi savo profilyje ir per dieną vidutiniškai praleidžia jame apie 1 val. Tai pakankamai ilgas laikas, kurio metu jūrų transporto įmonė gali ne tik atkreipti esamų klientų dėmesį, bet ir surasti naujų klientų.

Daugelis interneto puslapių yra sujungti su „Facebook“ socialiniu tinklu. Dėl to galima greitai ir lengvai dalytis visa reikalinga informacija net ir kituose puslapiuose. Taip pat žmonės dažnai atkreipia dėmesį į savo draugų pomėgius. Peržiūrėdami naujienų srautą, visi vartotojai mato ne tik jiems patinkančių puslapių naujienas, bet ir tai, kas patinka jų draugams. Kiekvieną kartą, kai kas nors pakomentuoja ar pamėgsta įmonės puslapio sienoje esantį įrašą, jį pamato daug daugiau žmonių. Kiekvienas vartotojas gali parašyti atsiliepimą apie jam reikiamą įmonę. Jūrų transporto verslo puslapyje bus matomi visi atsiliepimai, kuriuos žmonės, prieš tapdami klientais, galės perskaityti ir susidaryti nuomonę apie įmonę. Kuo daugiau atsiliepimų bus, tuo daugiau pasitikėjimo įmonė kels. Dar labai svarbu, kad „Facebook“ socialiniame tinkle galima stebėti konkurentus. Galima matyti ne tik kokią informaciją jie pateikia savo vartotojams, bet ir kiek žmonių yra pamėgę ta įmonę ir kuo ji jiems yra patraukli, taip pat tai, koks aktyvumas puslapyje. Konkurentų analizavimas gali labai pagelbėti, kuriant savo jūrų transporto socialiniame tinkle įvaizdį.

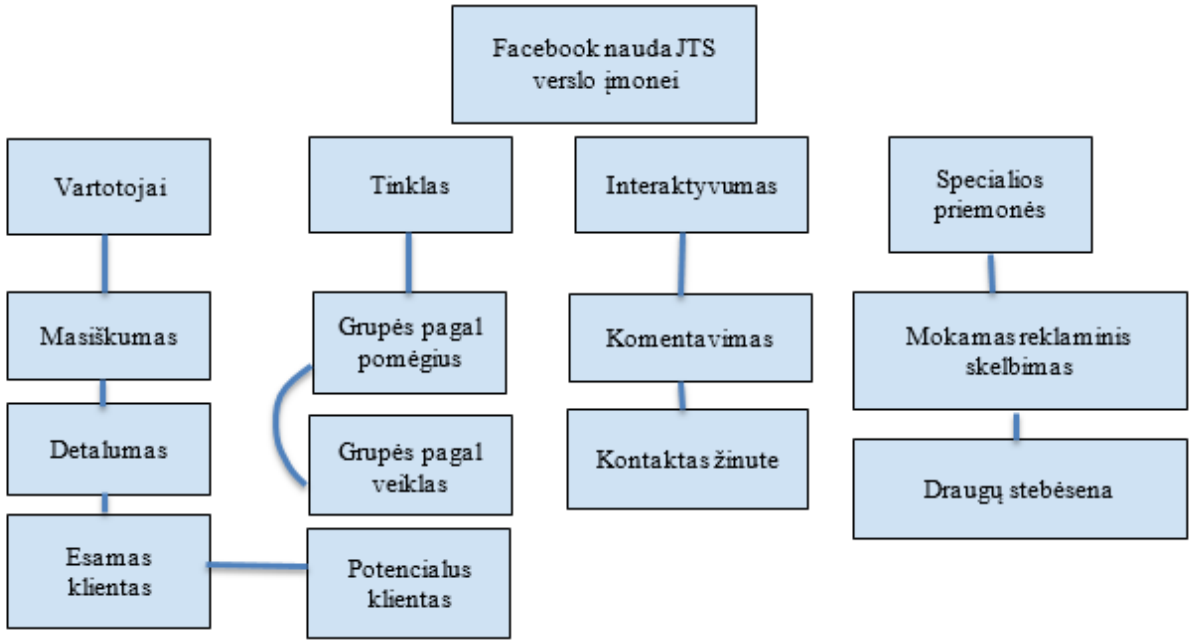
Socialiniai tinklai yra puikus būdas bendrauti su klientais vos kelių mygtukų paspaudimu. Klientas ne tik greitai ir paprastai gali parašyti jūrų transporto įmonei žinutę, bet ir komentuoti ar tiesiog įvertinti puslapyje pateikiamą informaciją. Kuo aktyvesnis puslapis, tuo daugiau vartotojų susidarys gerą nuomonę apie jūrų transporto įmonę ir norės tapti jos dalimi. Suderinti e. rinkodaros priemones yra svarbu, kad būtų pasiekta tiesioginės ir elektroninės reklamos sąsaja, nes tuomet įvairios priemonės veiks viena kitą, taip sustiprindamos ir palaikydamos įmonės perteikiamą žinutę (Cornelissen, 2003). Puikiai žinoma, kad dabar socialiniuose tinkluose galima įsigyti ir mokamą reklamą. Mokamos reklamos yra vienas iš geriausių ir greičiausių būdų atkreipti vartotojų dėmesį ir susirasti naujų klientų. Svarbiausia yra tai, kad reklamos biudžetą galite pasirinkti patys pagal savo poreikius.

Taip pat galima pasirinkti, kokiems būtent žmonėms rodyti reklamą. Kadangi kiekvienas žiniasklaidos šaltinis yra beveik prisotintas reklaminių pranešimų, įmonės bando rasti naujų būdų, kaip kreiptis į visuomenę. Kiekvienas puslapio administratorius turi galimybę peržiūrėti statistinius duomenis (pasirinkdamas paskutinės savaitės ar mėnesio laikotarpį) ir išanalizuoti, kiek lankytojų peržiūrėjo įmonės „Facebook“ puslapį, koks aktyvumas, kiek naujų sekėjų atsirado ir pan.

Peržvelgus duomenis, galima susidaryti išvadas, kokia informacija labiausiai traukia naujus vartotojus, ir susidėlioti planą, kaip toliau reklamuoti verslą.

## „Facebook“ socialinio tinklo siūloma rinkodaros priemonių ir sprendimų analizė

„Facebook“ socialinį tinklą sukūrė Markas Zuckerbergas 2004 m. vasario mėn. Iš pradžių jis buvo skirtas tik Harvardo universiteto studentams, vėliau – visų JAV universitetų studentams, dar vėliau – įmonių darbuotojams, organizacijų nariams. 2006 m. rugsėjo mėnesį jis buvo prieinamas visiems užsienio studentams. 2008 m. pavasarį platforma buvo išversta į vokiečių, ispanų, prancūzų kalbas. „Facebook“ užsiregistravę nariai gali sukurti savo profilį (asmens aprašą), įkelti nuotraukų, paveikslėlių, vaizdo įrašų ir užmegzti ryšius su draugais, pažįstamais asmenimis ir kt. Bendruomenėje gali būti kuriami fotoalbumai, vidinės grupės (pagal interesus, pomėgius ir kt. kriterijus), keičiamasi žiniomis tarp grupės narių ir bendraujama kitomis formomis.




**2 pav.** „Facebook“ nauda jūrų transporto sektoriaus verslo įmonei (Porto & de Abreu, 2018)

Pirmoje 2 paveikslo skiltyje yra tai, kas sieja vartotoją su „Facebook“ nauda jūrų transporto sektoriaus verslo įmonei. Vartotojų masiškumas reiškia, kad informacija įmonės paskyroje yra detali ir klientams jos pakanka. Gavusi jau esamų klientų rekomendacijų įmonė gali pritraukti naujų klientų. Taip pat įvairios grupės padeda pritraukti naujus klientus. Interaktyvumas „Facebook“ tinkle leidžia greitai reaguoti į klientų (potencialių klientų) pagyrimus ir kritiką. Taip pat tai suteikia didesnį viešumą jūrų transporto įmonėms. Specialios priemonės – tai įvairios mokamos reklamos ir jau esamų klientų pasidalijimai, kuriuos gali matyti jų draugai.

Jūrų transporto profilio puslapis „Facebook“ socialiniame tinkle yra gera reklama. „Facebook“ yra tarp 10 labiausiai lankomų tinklalapių Lietuvoje. Jame pilna reklamų, pasiūlymų, pardavimų, išplėtota rinkodaros sistema. Įvairios reklamos, kurias jūrų transporto įmonės gali kurti pačios ir skelbti savo puslapyje, gali pasiekti labai didelę žmonių (potencialių klientų) auditoriją. Kita vertus, jei darbą atlieka vidinė komanda, kuri neturi tinkamos patirties (žinių apie išlaidų lygį arba strategijų kūrimą, naudojant skaitmeninės rinkodaros priemones), gali būti švaistomi pinigai ir tai gali būti visiškai neveiksminga (Porto & de Abreu, 2018). Yra įvairių grupių, kuriose įmonės gali dalytis savo reklama, skelbti apie teikiamas paslaugas. Gali ir nusipirkti reklamą, kuri tam tikrą laiką bus viešinama ir pasieks dar daugiau žmonių.

Tokią reklamą matys visi, net ir tie, kurie nėra susiję su jūrų transportu. „Facebook“ socialinis tinklas leidžia įmonės atstovams laisvai bendrauti su savo klientais. Komunikacija tokioje socialinėje platformoje yra labai greita ir aktyvi. Todėl įmonės, turinčios savo paskyrą, gali nuolat bendrauti su savo potencialiais ir esamais klientais. Klientai gali užduoti klausimus žinute, ir įmonės atstovai taip pat greitai gali į juos atsakyti. Taip pat „Facebook“ socialiniame tinkle klientai gali greičiau rasti reikiamą informaciją. Tačiau įmonės turi mažiau kontrolės dėl paieškų srauto, nes paieškos sistemų algoritmai rodo klientams palankiausius rezultatus, todėl jūrų transporto įmonėms svarbu suprasti savo klientą ir žinoti, ko ir kaip jis ieško jų platformoje (Patel, 2015).

## Socialinio tinklo „Facebook“ naudojimo jūrų transporto versle vertinimo metodika

Siekiant nustatyti, kaip „Facebook“ yra naudojamas jūrų transporto versle, reikia išsirinkti jūrų transporto verslo atstovus, kurių paskyros bus analizuojamos, ir nustatyti pagrindinius palyginimo, vertinimo kriterijus, kurie tiksliai atvaizduotų „Facebook“ funkcinę paskirtį.

Renkantis jūrų transporto verslo kompanijas, pagrindinis kriterijus – „Facebook“ paskyros egzistavimas. Norint analizuoti, kaip veikia „Facebook“ platforma jūrų sektoriaus įmonėse, pirmiausia tenka atrasti įmones, kurios naudojasi šia platforma.

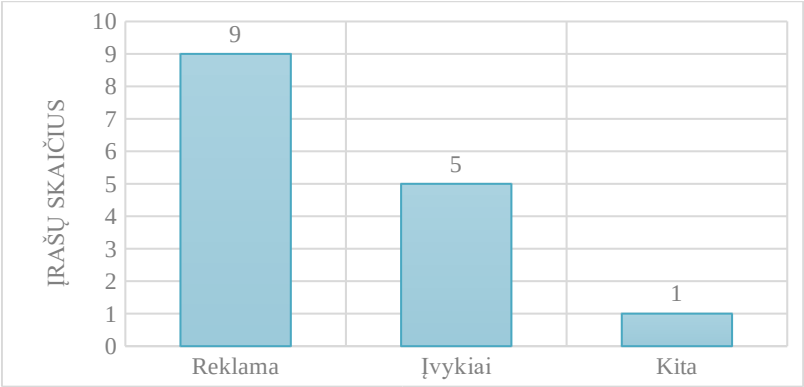
Tada galima spręsti, kaip jos išnaudoja visus „Facebook“ teikiamus privalumus, kaip jos įsitraukia į skaitmeninės rinkodaros veiklą. Kitas kriterijus – tai pasirinkti sritį, kuriai įmonės atstovauja. Jūrų sektoriuje yra įvairiausių įmonių, kurios atstovauja skirtingoms jūrų transporto sritims. Todėl patogiausias ir greičiausias būdas atlikti tyrimą būtų išsirinkti vieną sritį. Šiam tyrimui buvo pasirinktos ekspedijavimo įmonės.

Kad ir kaip būtų keista, tačiau rasti įmonių, kurios turėtų profilius socialiniame tinkle „Facebook“, nebuvo taip paprasta. Ko gero, ne visos įmonės orientuojasi į savo verslo plėtrą šiuolaikiniuose socialiniuose tinkluose, kurie, be abejo, suteiktų galimybę praplėsti savo žinomumą ir pritraukti didesnius būsimų klientų srautus. Daugelis verslų tapo pranašesni dėl puikiai įmonę reprezentuojančios reklamos, subtilios rinkodaros, pavyzdžiui, UAB „BPA“, „Arijus“, UAB, taip pat „Delamode Baltics“.

UAB „BPA“ (Baltic Port Agency, 2003 m.) veiklą vykdo daugelyje sričių:

- krovinių ekspedijavimas;
- laivų agentavimas;
- logistika;
- muitinės tarpininkai.

Ši įmonė veikia jau 17 metų. Savo „Facebook“ paskyrą sukūrė prieš ketverius metus, 2016 metais. Savo puslapyje įmonė dalijasi tiek darbo kasdienybės įvykiais, tiek savo paslaugomis. Įdomus tai, kad jie visus įrašus skelbia anglų arba rusų kalbomis, bet labai retai lietuviškai, o tai rodo, kad jie žiūri platesniu mastu ir užsakovų ieško ne tik Lietuvos rinkoje, tačiau ir užsienio. Išanalizavus jų „Facebook“ paskyrą, galima matyti, kad įmonė nėra labai aktyvi – labai nedaug įrašų ir informacijos. 3 paveiksle galima matyti, kokiais įrašais įmonė dalijasi daugiausiai. Klientai, atsidarę jų „Facebook“ puslapį, iškart gali matyti, kad daugiausia įrašų yra apie jų dabartinę veiklą.




**3 pav.** UAB „BPA“ „Facebook“ paskyros duomenys, 2016–2020 m. (UAB „BPA“ „Facebook“ paskyra)

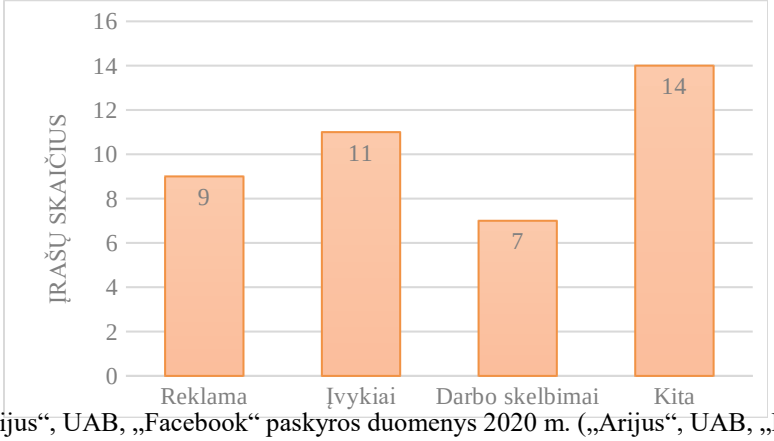
Vyravo trys skiltys: reklama, įvykiai ir kita. Reklama dalijimasis informacija apie savo paslaugas. Įvykiai – tai naujienos iš savo darbo vietos, kokie įvykiai vyksta įmonės viduje. Kita – tai įvairūs sveikinimai. Iš įrašų, kurie buvo paskelbti per paskutinius ketverius metus, analizės galima spręsti, kad didžioji dalis jų buvo reklama, antroje vietoje yra įvykiai ir tik vienas įrašas su kitokia informacija.

Antroji pasirinkta jūrų transporto įmonė yra lietuviškoji įmonė „Arijus“. Įmonė egzistuoja nuo 1992 metų. Ji yra įsikūrusi Klaipėdoje, Klaipėdos uoste. Ši įmonė bendradarbiauja su Baltarusijos Respublika, Latvija bei Estija, taip pat su Nyderlandų Karalyste. Jie siūlo labai įvairių paslaugų:

- ekspedijavimas,
- logistika,
- nuosavas autotransportas,
- negabaritiniai kroviniai,
- laivybos linijų agentavimas,
- specialūs projektai,
- konteinerinių aikštelių pardavimas ir nuoma.

Savo „Facebook“ paskyrą įmonė sukūrė 2013 metais. Jų klientai ir potencialūs klientai paskyroje gali matyti visą jiems reikalingą informaciją. Savo „Facebook“ paskyroje įmonė dalijasi savo paslaugomis, įvykiais ir įvairia informacija, kuri gali būti aktuali jų esamiems ir būsimiems užsakovams. Jie taip pat, kaip ir anksčiau minėta įmonė, dalijasi savo kasdienybės įvykiais darbe.

Ši įmonė, skirtingai nuo pirmosios, yra labai aktyvi, todėl ir duomenų yra daugiau. 2 paveiksle pateikta 2020 metų analizė.



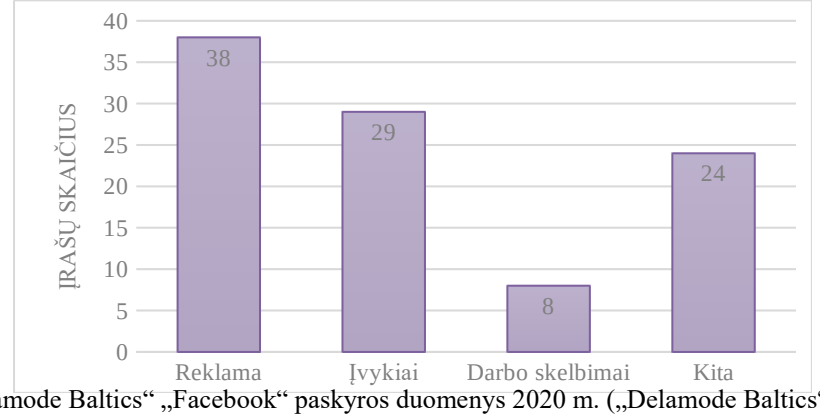

**4 pav.** „Arijus“, UAB, „Facebook“ paskyros duomenys 2020 m. („Arijus“, UAB, „Facebook“ paskyra)

Remiantis tyrimo rezultatais, galima sakyti, kad paskyra yra aktyvi. Tai matyti iš įrašų skaičiaus, ir tai yra tik šių metų duomenys. Daugiausia jūrų transporto įmonė dalijasi įvairiais vaizdingais sveikinimais, padėkos žodžiais ir kita įdomia informacija. Antrąją vietą užimtų įmonės viduje vykstantys įvykiai: įvairios išvykos, sportas, gimtadieniai ir kiti. Taip pat nemažai reklamų. Ši įmonė mėgsta savo sekėjams priminti, kokias paslaugas jie teikia. Taip pat įmonės „Facebook“ puslapyje galima rasti ir darbo skelbimus.

Trečioji jūrų transporto įmonė – „Delmode Baltics“. Šios įmonės veikla:

- tarptautinė logistika,
- ekspedijavimo paslaugos,
- krovinių gabenimas,
- vietinis pervežimas,
- gabenimas jūra ir t. t.

Oficialiai ši įmonė yra Didžiojoje Britanijoje, tačiau turi savo filialus ir Lietuvoje, Vilniuje bei Klaipėdos jūrų uoste. Ji gyvuoja jau 30 metų. Lietuviška paskyra buvo sukurta 2015 metais. Jų paskyra yra nuolat atnaujinama ir joje pilna įvairios informacijos. Ši jūrų transporto įmonė dalijasi savo veikla darbo metu, informacija apie savo paslaugas, taip pat tuo, kaip švenčia įvairias šventes. Puslapis yra labai tvarkingas ir nuolat atnaujinamas. Ši įmonė yra pati aktyviausia socialiniame tinkle „Facebook“ iš visų trijų šiame tyrime analizuotų įmonių. Jie labai dažnai atnaujina savo paskyrą ir dalijasi įvairiausia informacija (žr. 5 pav.). Pateikti duomenys taip pat yra tik 2020 metų.

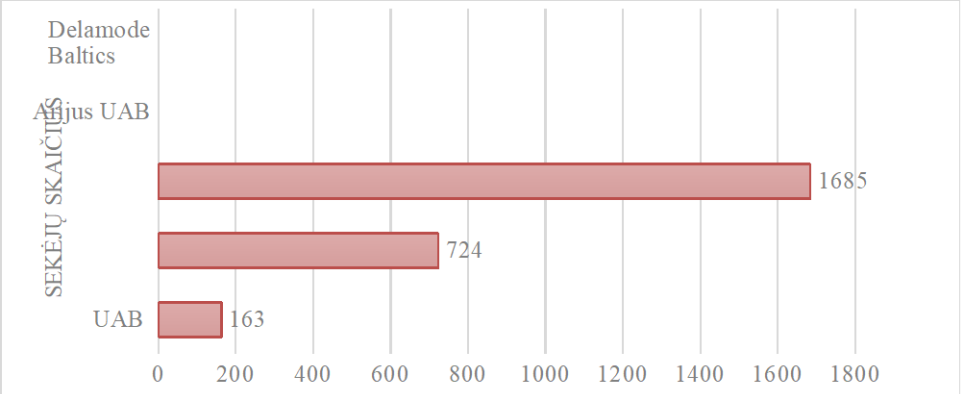



**5 pav.** „Delamode Baltics“ „Facebook“ paskyros duomenys 2020 m. („Delamode Baltics“ „Facebook“ paskyra)

5 paveiksle galima matyti, jog daugiausia socialiniame tinkle „Facebook“ jie dalijasi savo reklama, net 38 įrašai per šiuos metus. Šiek tiek mažiau informacijos apie įvykius, kurie vyksta įmonės viduje (29 įrašai). Taip pat buvo paskelbti 24 įrašai su įvairia kitokia informacija ir 8 darbo skelbimai. Galima daryti išvadą, kad paskyra yra aktyvi ir kad įmonė stengiasi rodyti savo esamiems ir potencialiems klientams naujausią informaciją.

### Socialinio tinklo „Facebook“ naudojimo jūrų transporto versle vertinimas

Jūrų transporto įmonėms labai svarbu suburti tinkamą žmonių auditoriją, kad jų skelbiama informacija būtų pasiekta jų esamų ir potencialių klientų. Patys sekėjai labai atsirenka jiems aktualius puslapius, tad įmonės turi analizuoti, kokia informacija yra aktualiausia jau turimai auditorijai ir pagal tai spręsti, kas galbūt galėtų pritraukti naujų klientų. 6 paveiksle galima matyti, kiek kiekviena iš tyrime analizuotų įmonių turi sekėjų, t. y. žmonių, kurie, paspaudę ant paskyros, gali iškart matyti skelbiamą informaciją.




**6 pav.** Sekėjų duomenys („Delamode Baltics“, „Arijus“, UAB, UAB „BPA“ „Facebook“ paskyros)

6 paveiksle galima matyti, kokio dydžio auditoriją turi kiekviena įmonė, kiek žmonių pasiekia jų pateikiama informacija. Puikiai išryškėja ir aktyviausia „Delamode Baltics“ įmonė, kuri turi net 1 685 sekėjus. Antroje vietoje lieka lietuviškasis „Arijus“, kuris taip pat turi nemažą sekėjų kiekį, t. y. 724 asmenis. Trečioje vietoje lieka mažiausiai aktyvi UAB „BPA“, kuri turi tik 163 sekėjus.

## Išvados

Apibūdinus skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste, galima teigti, jog skaitmeninių technologijų paplitimas ir integracija ne tik į darbo vietos technologijas, tačiau ir į žmonių kasdienį gyvenimą sudaro palankias sąlygas ir rinkodaros priemonių, ir veiksmų perkėlimui į skaitmeninę erdvę. Šiuolaikinėje rinkoje panaudodamos socialinius tinklus įmonės gali ne tik tęsti įvaizdžio skaitmenizavimą, bet ir plėtoti reklamines kampanijas ir stiprinti konkurencines pozicijas. Tačiau skaitmeninės rinkodaros technologinė įvairovė ir socialinių tinklų paplitimo tarp vartotojų lygis sukuria papildomus sunkumus įmonėms, nes reikalingas ne tik potencialių klientų identifikavimas skaitmeninėje aplinkoje, tačiau ir nuolatinis jų stebėjimas, poreikių analizavimas pagal jų veiklą, o tai užima nemažai laiko. Todėl vienos įmonės yra aktyvesnės, kitos – pasyvesnės skaitmeninės rinkodaros priemonių naudotojos. Jūrų transporto sektoriuje dėl jo specifiško ir tam tikro riboto apibrėžtumo skaitmeninių technologijų integracija yra lėtesnė, todėl, įvertinus pagrindines socialinių tinklų tendencijas jūrų transporto sektoriaus versle, galima įžvelgti pagrindinius skaitmeninės rinkodaros taikymo privalumus ir trūkumus, kurie padėtų suformuoti rinkodaros priemonių taikymo metodiką, tęsiant tokio pobūdžio tyrimus.

Išanalizavus socialinio tinklo „Facebook“ siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus, galima pastebėti, kad šis socialinis tinklas yra sukurtas ne tik draugų ir partnerių tinklui formuoti, tačiau turi ir papildomų reklaminėms kampanijoms vykdyti skirtų priemonių. Tačiau siekiant jas panaudoti, svarbu turėti kokybišką paskyros turinį, į kurį būtų nukreipiamos visos reklaminės kampanijos. Tik tuo atveju, kai turinys yra patrauklus, vizualizuotas ir atspindi įmonės produkciją ir paslaugas, galima pritraukti vartotoją ir formuoti įmonės skaitmeninį įvaizdį elektroninėje erdvėje. Tai svarbu ir jūrų transporto sektoriuje, nes šis verslas yra neatsiejama viso verslo segmento dalis. Galima teigti, jog jūrų transporto įmonei efektyviai taikomos skaitmeninės rinkodaros priemonės gali sukurti pridėtinę vertę, formuojant žmogiškuosius išteklius, siekiant didinti žinomumą, ieškant naujos, didesnės auditorijos, nes šioje platformoje susisiekimas su klientais (potencialiais klientais) yra labai paprastas ir greitas.

Atlikus socialinio tinklo „Facebook“ naudojimo jūrų transporto sektoriaus verslo įmonėse tyrimą ir palyginus trijų žinomų Klaipėdos valstybinio jūrų uosto kompanijų, tokių kaip UAB „BPA“, „Arijus“, UAB, „Delamode Baltics“, „Facebook“ puslapius, galima teigti, kad didesnis vizualizuotos ir patrauklios medžiagos kiekis pritraukia daugiau sekėjų. Jei paskyra ilgai neatnaujinama, o pateikiama vizualizuota medžiaga nėra patraukli, tai didėja tikimybė, kad sekėjų skaičius nedidės. Tyrimo metu paaiškėjo, kad visų įmonių skelbiama informacija yra skirtinga, o auditorijų kiekis taip pat skiriasi, tačiau visos įmonės labiausiai orientuojasi į savo įmonės reklamą. Bet vis dėlto vienos įmonės labiau išnaudoja skaitmeninės rinkodaros teikiamas galimybes, nes įrašus socialiniame tinkle „Facebook“ atnaujina dažniau ir paskyrą pildo dažniau nei kitos.

## LITERATŪRA

Liu, Q., Karahanna, E., Watson, R.T. (2011), Unveiling user-generated content: Designing websites to best present customer reviews. *Business Horizons*. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.004.

Strauss, J. & Frost, R. (2008), E-Marketing, NJ, USA, Prentice Hall.

Patel, N. (2015). SEO Copywriting: How to Write Content for People and Optimize for Google. Prieiga per internetą: https://neilpatel.com/blog/seo-copywriting-how-to-write-content-for-people-and-optimize-for-google-2/.

Belanche, D., Cenjor, I. ir-Rueda, A. P. (2019) Instagram Stories versus Facebook Wall: an advertising effectiveness analysis. *Spanish Journal of Marketing – ESIC* Vol. 23 No. 1, 2019 pp. 69–94. DOI: 10.1108/SJME-09-2018-0042.

Dwivedy, Y. K. et al. (2020) Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management* . Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168.

Avus, C. Y. Hou ir Wen-Lung Shiau (2019) Understanding Facebook to Instagram migration: a push-pull migration model perspective. *Information Technology & People*, Vol. 33 No. 1, pp. 272–295. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1108/ITP-06-2017-0198.

Zhang, J., Sung, Y. ir-Lee, W., N. (2020) To Play or Not to Play: An Exploratory Content Analysis of Branded Entertainment in Facebook. *American Business Law Journal*. DOI: 10.1108/19355181201000005.

Michaelidou, N., Siamagka, N. T. & Christodoulides, G. (2011). Usage, barriers and measure-ment of social media marketing: An exploratory investigation of small and medium B2B brands. *Industrial Marketing Management.* Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.09.009.

Parsons, A., L., Lepkowska, E. (2018) White Social Media Marketing Management: A Conceptual Framework., Vol. 17(2), 81-95, DOI: 10.1080/15332861.2018.1433910

Morris, J., D., Choi, Y. and Ju, I. (2016) Are Social Marketing and Advertising Communications (SMACs) Meaningful?: A Survey of Facebook User Emotional Responses, Source Credibility, Personal Relevance, and Perceived Intrusiveness. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 37(2), 165–182, DOI: 10.1080/10641734.2016.1171182.

Porto, R., B. & de Abreu, F. A. (2018) Investment in online advertising and return on sales: Does it pay to outsource the services to an advertising agency? *Journal of Marketing Communications*, Vol. 25(8), 843–860, DOI:10.1080/13527266.2018.1482558.

Tafesse, W. & Wien, A. (2018). Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment. *Journal of Marketing Management*, Vol. 34(9), 732–749. DOI: 10.1080/0267257X.2018.1482365.

# JAUNŲ DARBUOTOJŲ (IKI 25 METŲ) KAITOS PRIEŽASTYS IR JOS MAŽINIMO GALIMYBĖS

**Silvija Baubaitė**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
*silvija.baubaite@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF doc. dr. Kristina Samašonok

**Anotacija**
Įvertinus tai, kad maža darbuotojų kaita, taip pat asmens tvirtesnis įsipareigojimas profesinei veiklai lemia darbo našumą, efektyvumą, didesnę darbuotojų motyvaciją bei įsitraukimą į atliekamas veiklas, darbuotojų kaitos mažinimo tema nepraranda savo aktualumo, įgalina ieškoti veiksmingesnių kaitos valdymo būdų. Reikėtų pripažinti, kad jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaita Lietuvos darbo rinkoje šių dienų kontekste išlieka kaip viena iš problemų, todėl straipsnyje analizuojami darbuotojų kaitą lemiantys veiksniai, aptariami jos valdymo būdai. Įvertinus temos aktualumą, tyrimu siekiama išanalizuoti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitos priežastis ir numatyti jos mažinimo galimybes. Atlikus mokslinės literatūros ir tyrimų, susijusių su nagrinėjama tema, analizę, išsiaiškintos darbuotojų kaitos priežastys ir jos mažinimo galimybės. Empirinio tyrimo metu nustatyti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitą lemiantys veiksniai bei priežastys ir tyrimo rezultatų pagrindu numatytos jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitos mažinimo galimybės. Tyrimo metodai: analitinis aprašomasis (mokslinės ir metodinės literatūros analizė); kiekybinis metodas (anketinė apklausa), leidęs ištirti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitos raišką, išanalizuoti ją sąlygojančius veiksnius ir priežastis, apimant tokius aspektus, kai: darbo organizavimas, valdymo būdai, darbdavių požiūris į jauną darbuotoją, karjeros galimybės ir mikroklimatas. Surinktiems duomenims apdoroti taikytas statistinės analizės metodas. Remiantis jaunų darbuotojų vertinimais, nustatyta esama jaunų darbuotojų kaitos situacija, atskleidžiamos pagrindinės jaunų darbuotojų išėjimo iš darbo priežastys. Tyrimo rezultatų pagrindu įvardijamos ir pateikiamos galimos jaunų darbuotojų kaitos valdymo galimybės. Tyrimo rezultatai turės praktinę reikšmę numačius darbo organizavimo, valdymo būdų ir darnių darbuotojo bei darbdavio tarpusavio santykių Lietuvos darbo rinkoje tobulinimo galimybes, mažinti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitą.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: darbuotojų kaita, žmogiškųjų išteklių valdymas, jaunas darbuotojas, mikroklimatas, kolega, vadovas.

## Įvadas

**Temos aktualumas.** Šiandien vis dažniau pastebima tendencija, kad jaunimas, netgi studentai, anksčiau pradeda profesinę karjerą ir bando integruotis darbo rinkoje. Remiantis Lietuvos užimtumo tarnybos duomenimis, pastaraisiais metais didžioji dalis ieškančiųjų darbo priklausė 20–24 metų amžiaus asmenų grupei (Užimtumo tarnyba [UT], 2019). Vyrauja įvairios priežastys, lemiančios ankstesnį jaunų žmonių įsidarbinimą: finansinės nepriklausomybės nuo tėvų siekimas, poreikis būti savarankiškais, taip pat pastebimas noras įprasminti laisvalaikį, noras įgyti realios darbo patirties. Kita vertus, derėtų paminėti, jog neretai jaučiamas ir dirbančių bendraamžių spaudimas. Aktyvus jaunimo darbinimasis gali būti siejamas tiek su jų pačių poreikiais, tiek su darbo pasiūla. Analizuojant Užimtumo tarnybos ataskaitas, galima pastebėti, kad dažnu atveju darbuotojų ieško daugiausia prekes ir paslaugas teikiančios įmonės, taip pat klientų aptarnavimo srityje, pvz., pardavėjų bei padavėjų (UT, 2019). Tikėtina, kad tai lemia didelį jaunų žmonių įsidarbinimo rodiklį būtent prekių ir paslaugų teikimo sektoriuose, klientų aptarnavimo srityje. Nuolatinis darbutojų poreikis šiuose sektoriuose rodo, kad, nepaisant didelio jaunimo įsidarbinimo, darbo jėgos poreikis nemažėja – tai galima sieti su dažna darbuotojų kaita.

Organizacijai dažna darbuotojų kaita reiškia siektinų darbo rezultatų ir jų kokybės nepastovumą, kadangi keičiantis darbuotojams gali būti sunku užtikrinti greitą jų adaptaciją darbo aplinkoje. Kenčiant bendrai darbo rezultatų kokybei, tai, tikėtina, turi įtakos organizacijos mikroklimatui, t. y. gali prastėti kolegų ir vadovų tarpusavio santykiai (Žukauskaitė, 2008). Todėl svarbu įvertinti darbuotojų kaitos priežastis, nustatyti ją lemiančius veiksnius, išskirti problemines sritis ir numatyti kaitos mažinimo aspektus. Įvardytos priežastys ir išsiaiškinti darbuotojų kaitos valdymo būdai, tikėtina, įgalintų mažinti darbuotojų (ypač jaunų, iki 25 m.) kaitą, siekiant tiek organizacijos, tiek darbuotojų gerovės.

Aktualios diskusijos apie darbuotojų kaitos mažinimą, galimus kaitos valdymo būdus bei jų įgyvendinimą praktikoje inicijuoja įvairius darbuotojų kaitą sąlygojančių veiksnių bei jos mažinimo galimybių analizės tyrimus. Įvertinus tai, kad maža darbuotojų kaita, taip pat asmens tvirtesnis įsipareigojimas profesinei veiklai lemia darbo našumą, efektyvumą, didesnę darbuotojų motyvaciją bei įsitraukimą į atliekamas veiklas, todėl šių dienų kontekste ši tema nepraranda savo aktualumo ir kelia vis naujas diskusijas, kaip mažinti darbuotojų kaitą, įgalina ieškoti veiksmingesnių kaitos valdymo būdų, skatina ieškoti efektyvesnių priemonių bei sudaryti sąlygas, kurioms esant darbuotojas nenorėtų išeiti iš darbo.

**Straipsnio problema:** jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaita Lietuvos darbo rinkoje.

**Darbo tikslas:** išanalizuoti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitos priežastis ir numatyti jos mažinimo galimybes.

**Darbo uždaviniai:**

- atlikus mokslinės literatūros ir tyrimų, susijusių su nagrinėjama tema, analizę, išsiaiškinti darbuotojų kaitos priežastis ir jos mažinimo galimybes;
- nustatyti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitą lemiančius veiksnius ir priežastis;
- remiantis tyrimo rezultatais, numatyti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitos mažinimo galimybes.

**Metodai.** *Analitinis aprašomasis metodas.* Atlikta mokslinės literatūros ir tyrimų, susijusių su nagrinėjama tema, analizė.

*Kiekybinis tyrimas.* Taikytas anketinės apklausos metodas, kuriuo buvo tiriama jaunų darbuotojų (iki 25 metų) nuomonė, išaiškintos dažniausios darbuotojų kaitos priežastys bei numatyti galimi darbuotojų kaitą mažinantys veiksniai.

*Statistinis metodas.* Duomenims apdoroti taikytas statistinės analizės metodas, tyrimo duomenys apdoroti SPSS 26 programa.

**Tiriamųjų imtis:** tyrime dalyvavo atrinkti jauni (iki 25 metų) tyrimo atlikimo metu skirtinguose sektoriuose dirbantys asmenys (N = 15) iš įvairių Lietuvos miestų.

Tyrimo metu buvo laikomasi laisvo apsisprendimo dalyvauti apklausoje etikos principo. Tyrimas buvo vykdomas anonimiškai, gauti rezultatai apdoroti ir pateikti apibendrintai, užtikrintas duomenų konfidencialumas.

## Žmogiškųjų išteklių valdymas: darbuotojų kaita ir jos mažinimo galimybės

Literatūros šaltiniuose žmogiškųjų išteklių sąvoka apibrėžiama labai įvairiai. Iš esmės žmogiškieji ištekliai yra darbuotojai ir jų fizinė bei protinė jėga, žmogiškasis kapitalas, naudojamas organizacijos tikslams pasiekti (Bortnikas, 2017). Pasak Lobanovos (2009), pagrindinės žmogiškųjų išteklių valdymo sritys apima šiuos aspektus: personalą (visi dirbantieji, jų įgūdžiai bei žinios, padedantys vykdyti darbuotojo pareigas); atlyginimą (darbo užmokesčio sistema ir jos administravimas); darbuotojų ugdymą (mokymų organizavimas siekiant kelti kvalifikaciją); darbuotojų išlaikymą (darbo saugos užtikrinimas, gerovės politika); darbo santykius (įvairios schemos, apibūdinančios darbo santykius).

Pastaruoju metu labai plačiai analizuojamos žmogiškųjų išteklių valdymo ypatybės ir tobulinimo galimybės. Vienas iš aspektų, parodančių, kad žmogiškųjų išteklių valdymas organizacijoje yra tobulintinas, yra dažna darbuotojų kaita. Mokslininkai Levanaitė ir Raubickas (2010) darbuotojų kaitą skirsto į savanorišką, kuomet darbuotojas pats nusprendžia keisti darbovietę, ir nesavanorišką, kai darbuotojas yra atleidžiamas iš darbo dėl įvairių priežasčių, pvz.: drausmės pažeidimų, pareigybių nevykdymo ir pan. Šiuo atveju savanoriškas darbovietės keitimas dar yra skirstomas į neišvengiamą ir išvengiamą. Neišvengiamai personalo kaitai įtaką daro atitinkami gyvenimo sprendimai, esantys svarbesni už darbdavio valią – tokie kaip kraustymasis į kitą gyvenamąją vietą, šeiminė padėtis. Išvengiama personalo kaita gali būti dėl įvairaus nepasitenkinimo darbu ir t. t. Taigi, matoma, jog darbuotojo pasirinkimą keisti darbo vietą gali lemti tiek išoriniai aplinkos dirgikliai ir asmeninio gyvenimo sprendimai, kurie yra nepakeičiami, tiek konkrečiai su darboviete susiję veiksniai, kaip nepasitenkinimas darbu, o tai gali būti išvengiama. Šiais abiem atvejais darbdavys gali daryti įtaką darbuotojo apsisprendimui tik tada, kai tai yra savanoriška ir išvengiama kaita. Dėl šios priežasties svarbu apžvelgti galimus darbdavio ir organizacijos veiksmus, siekiant atrasti savanoriškos ir išvengiamos darbuotojų kaitos mažinimo galimybes.

Kaip teigia Bakanauskienė (2008), viena iš pagrindinių organizacijos personalo valdymo sričių yra atleidimų valdymas, kuris padeda organizacijai išvengti nepageidaujamo darbuotojų išėjimo iš darbo ir su tuo susijusių galimų pretenzijų ar teisinių ginčų. Viena iš darbuotojų atleidimo iš darbo (savo noru ar darbuotojo iniciatyva) valdymo priemonių yra išėjimo iš darbo interviu. Šio pokalbio tikslas yra gauti informaciją, kuri padėtų identifikuoti teigiamus bei neigiamus su darbu organizacijoje susijusius aspektus. Išeinant iš darbo dažniausiai darbuotojai yra linkę atvirai atskleisti organizacinius ir valdymo trūkumus, pasidalija patirtimi apie patirtą psichologinį spaudimą kolektyve. Informacija, gauta tokio interviu metu, yra naudinga, siekiant tobulinti organizacijos veiklos procesus, o atsižvelgimas į darbuotojų poreikius gali padėti sumažinti darbuotojų kaitą ateityje.

Mokslinėje literatūroje minima, kad darbuotojų kaita gali būti ir teigiamas reiškinys tuo atveju, kai organizaciją palieka darbuotojai, neturintys pakankamai reikiamų kompetencijų kokybiškai darbui atlikti. Tikėtina, kad atsiradus naujiems darbuotojams pagerės darbo atlikimo kokybė, nes neretai naujokams būdinga didesnė motyvacija, noras siekti karjeros, taip pat, atsilaisvinus tam tikroms darbo pozicijoms, į jas gali pretenduoti žemesnėse pareigose esantys darbuotojai, tad tikėtina, kad bus dedamos didesnės pastangos siekiant kilti karjeros laiptais. Vertėtų paminėti, kad nauji darbuotojai į nusistovėjusią organizacijos aplinką įneša naujų žinių, gebėjimų, gali pakeisti įsisenėjusį požiūrį. Tačiau, atsižvelgiant į teigiamus ir neigiamus kaitos padarinius, pastarųjų yra kur kas daugiau (Levanaitė ir Raubickas, 2010). Darbuotojų išėjimas iš darbo organizacijai sukelia ekonomines ir socialines pasėkmes. Esant darbuotojų kaitai, patiriama papildomų išlaidų dėl pakartotinės darbuotojų paieškos ir atrankos proceso, naujų darbuotojų mokymo. Kalbant apie socialines pasėkmes, dažnu atveju padidėja likusių darbuotojų darbo krūvis, daugėja vidinių konfliktų komandoje, mažėja tarpusavio sutelktumas, o tai galiausiai gali paskatinti ir likusius darbuotojus išeiti iš darbo.

Atlikus su nagrinėjama tema susijusių tyrimų analizę bei nagrinėjant išėjimo iš darbo priežastis buvo pastebėta, kad vieni iš dažniausių tai lemiančių veiksnių yra susiję su vadovavimu, kaip antai, neaiškiai apibrėžti lūkesčiai, netinkamai organizuojamas darbas, taip pat karjeros galimybių stoka, mikroklimatas, t. y. kolegų interesai, neaprūpinimas reikiama atributika bei priemonėmis darbui, nepakankamas darbo užmokestis, netinkamas darbo grafikas ir lankstumo stoka, nesaugumas dėl darbo ateityje. Pastebima, kad jaunesni ir aukštesnį išsilavinimą įgiję darbuotojai, palyginti su jų kolegomis, yra linkę dažniau keisti darbo vietą (Žukauskaitė, 2008). Taip pat mokslinėje literatūroje išskiriamas nesaugumas dėl darbo, kaip viena iš darbuotojų kaitos priežasčių. Netikrumą ir nesaugumą dėl profesinės ateities gali lemti pokyčiai karjeroje, organizacijoje planuojamos bei vykdomos pertvarkos ir pan. Nesaugumas dėl esamos darbo vietos yra skirstomas į kiekybinį, kuomet nerimaujama dėl darbo vietos praradimo, ir kokybinį, kuris pasireiškia nerimu dėl neigiamų, su darbuotojui vertingomis darbo sąlygomis susijusių pokyčių. Pažymima, kad tolesnė nesaugumo dėl darbo pasekmė, tikėtina, yra ketinimas keisti darbą. Taigi, išėjimas iš darbo gali būti traktuojamas kaip atsakas į kokybinį nesaugumą. Dėl šios priežasties svarbu tyrinėti kokybinio nesaugumo priežastis, siekiant numatyti to mažinimo galimybes ir didinti darbuotojų norą nekeisti darbo (Lazauskaitė-Zabielskė ir Urbanavičiūtė, 2020).

Kalbant apie priemones, padedančias sumažinti darbuotojų savanoriško išėjimo iš darbo priežastis ir atsižvelgiant į darbuotojų poreikį turėti aiškiai apibrėžtus lūkesčius, V. Gražulis (Gražulis et al., 2015) išskiria veiklos vertinimą. Darbuotojų veiklos vertinimas yra procesas, kai darbuotojai vertinami pagal iš anksto numatytus veiklos standartus.

Taikant veiklos vertinimo sistemą, darbuotojams tai naudinga dėl šių priežasčių: aiškiau supranta, ko iš darbuotojo tikimasi (dalyvaujama aptariant keliamus tikslus ir uždavinius, diskutuojama, sumažėja skirtingas darbo supratimas tarp vadovo ir pavaldinio); dėl objektyvaus grįžtamojo ryšio darbuotojas sužino savo įvertinimą (įvertinimas paremtas atliktu darbu, matoma, kiek jis atitinka keliamus reikalavimus ir kokios jo tobulėjimo galimybės); gali išreikšti savo nuomonę, požiūrį, nerimą dėl bet kokio su darbu susijusio klausimo; gali patys aiškiau numatyti savo asmeninio tobulėjimo poreikį ir sritis, galimas ateities karjeros galimybes (vertinimo sistemos padeda darbuotojams atpažinti, ką jiems būtų naudinga tobulinti ir tai tiesiogiai susieti su kvalifikacijos kėlimo planais).

Lazauskaitė-Zabielskė ir Urbanavičiūtė (2018) išskiria įsitraukimo į darbą, kaip svarbaus motyvacinio konstrukto, sampratą. Šiuo atveju įsitraukimas į darbą apibūdinamas kaip „viena svarbiausių darbuotojo veiklos efektyvumo prielaidų, <...> kaip gerai darbuotojas atliks savo darbą ir kaip jame jausis <...>“. Autorės išskyrė Herzberg sukurtą dviejų faktorių teoriją (angl. *Two-factor theory*), pasak kurios darbuotojų pasitenkinimas darbu bei motyvacija priklauso nuo higieninių ir motyvacinių veiksnių. Higieninius veiksnius apima organizacijos politika, vadovavimas, atlyginimas, tarpasmeniniai santykiai ir darbo sąlygos. Tuo tarpu motyvaciniai veiksniai yra šie: pasiekimas, pripažinimas, darbo pobūdis, atsakomybė ir paaukštinimo galimybė. Pasak mokslininko, higieninių veiksnių stoka kelia nepasitenkinimą darbu ir, siekiant pasitenkinimą didinti, svarbu taikyti motyvacinius veiksnius. Remiantis atliktų tyrimų rezultatais, kuriais atskleidžiami įsitraukimo į darbą padariniai, vertėtų paminėti, kad darbuotojų įsitraukimas į darbą, tikėtina, teigiamai veiktų darbuotojo ir organizacijos tarpusavio santykius, o tai pasireikštų didesniu darbuotojų įsipareigojimu darbui ir nenoru jo keisti (Valatkienė ir Paužuolienė, 2020).

Analizuojant žmogiškųjų išteklių valdymo (vadovavimo personalui) sritis, Lipinskienė (2012) pažymi Fayol išskirtas vadovavimo funkcijas: planavimą, organizavimą, vadovavimą (veiklos vykdymo), koordinavimą ir kontrolę. Vykdant šias personalo valdymo funkcijas, vienas pagrindinių sugebėjimų, kuris reikalingas vadovui, yra lyderystė. Lyderis nuo vadovo skiriasi organizavimo būdu: lyderį darbuotojai seka savo noru, o vadovas paklusimą užtikrina pabrėždamas kontrolę; lyderis linkęs pasitikėti, o vadovas vykdo aiškiai apibrėžtą organizacijos misiją, dirbdamas pagal aiškiai nustatytas vadovavimo funkcijas, tuo tarpu lyderis yra linkęs sukurti aplinką, kurioje kiekvienas komandos narys gali imtis iniciatyvos tai misijai įgyvendinti. Egzistuoja įvairių vadovavimo darbuotojams stilių, kurie gali būti skirstomi pagal vadovo santykį su pavaldiniais ir valdžios demonstravimą, pagal orientavimąsi į užduočių atlikimą arba į santykius ir kt. Vėliau atlikti tyrimai parodė, kad vadovams įmanoma suderinti šiuos du aspektus ir skirti dėmesio tiek užduočiai atlikti, tiek santykiams su darbuotojais puoselėti. Pažymima, jog vadovavimo stilius turi būti parenkamas atsižvelgiant į darbuotojo darbinę brandą (kompetenciją) ir psichologinę brandą (pasiryžimą, norą, motyvaciją atlikti užduotis). Šiuo atveju to paties darbuotojo brandos lygis kiekvienai užduočiai atlikti gali būti skirtingas, todėl vadovui svarbu nustatyti, kokiam brandos lygiui darbuotojas priklauso ir pagal tai parinkti vadovavimo stilių, kuris atitiktų darbuotojo brandą.

Kalbant apie darbo organizavimą darbovietėje, Gražulis (Gražulis et al., 2015) pabrėžia, kad ilgalaikį organizacijos gyvavimą gali užtikrinti tik „<...> tiksliai atspindėti, tinkamai suderinti ir veiksmingai realizuoti plataus dalyvių rato poreikiai ir lūkesčiai <...>“. Minint „dalyvių ratą“, turima omenyje ne tik įmonių klientai, akcininkai ar vadovai, bet ir darbuotojai, kurie kuria didžiausią vertę organizacijai. Vis labiau organizacijoms plėtojant pažangų požiūrį į darbuotojus, atsižvelgiama į darbo sąlygas ir į tai, kaip didinti jų produktyvumą – šiam tikslui pasiekti paprastai yra kuriami nauji darbo organizavimo metodai. Pabrėžiama, kad naujas darbo organizavimo modelis turi būti grįstas pasitikėjimu. Kuriant pasitikėjimu grįstą darbo organizavimo modelį, turi atsirasti šios nuostatos: „1. Darbas turėtų vykti labiausiai tam priimtinoje vietoje ir pačiu palankiausiu metu. 2. Lanksčios darbo sąlygos <...>. 3. Autonomija ir savarankiškumas, kuomet, nepriklausomai nuo užimamų pareigų, darbuotojai patys pajėgūs tinkamai nuspręsti, kada, kaip ir kur atliks jiems pavestas užduotis. 4. Organizacijos erdvės turi būti skirtos ne konkretiems žmonėms arba pareigybėms, bet konkretiems darbams. 5. Komandinis darbas, kuomet bendromis pastangomis galima sumažinti darbo atlikimo sąnaudas. 6. Technologijos – neatsiejama kasdienio darbo priemonė. 7. Darbo rezultatai yra svarbiau nei buvimas darbe. 8. Darbuotojų sveikata yra ypač svarbu, todėl deramos darbo ir poilsio pusiausvyros išlaikymo klausimai privalo nuolat išlikti vadovų darbotvarkėje.“ Taigi, pasitikėjimu grįstas darbo organizavimas yra vienas iš svarbiausių veiksnių, galinčių lemti visų su konkrečia organizacija susijusių komandos narių darbo produktyvumą ir aiškumą. Visos anksčiau minėtos žmogiškųjų išteklių valdymo ypatybės yra svarbios ir turėtų būti taikomos organizacijose, ieškančiose darbuotojų kaitos mažinimo galimybių.

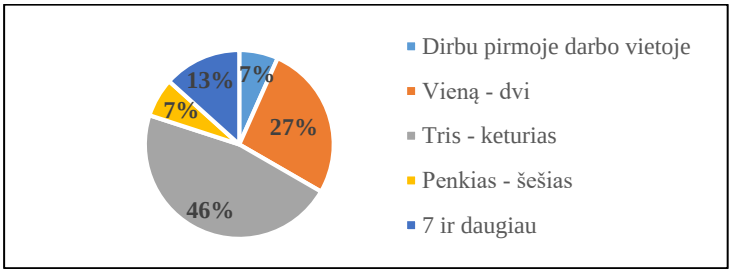
Remiantis anksčiau išsakytomis mintimis, galima teigti, kad tokie aspektai, kaip personalo valdymas, darbo užmokesčio sistema, darbuotojų ugdymas, mokymų organizavimas, siekiant kelti kvalifikaciją, taip pat darbo santykiai, mikroklimatas organizacijoje ir kt. turėtų suteikti prielaidas darbuotojų kaitos mažinimui.

## Tyrimo rezultatų pristatymas

Nagrinėjant darbuotojų kaitos mažinimo galimybes, Lietuvos ir užsienio šalių geroji praktika rodo, kad tikslinga atlikti tyrimus, kuriuose, remiantis pačių darbuotojų nuomonėmis, būtų nagrinėjami darbuotojų kaitą sąlygojantys veiksniai, identifikuojamos priežastys ir numatomi kaitos valdymo būdai. Šių dienų kontekste įvertinus darbuotojų kaitos mažinimo temos aktualumą, tyrimu siekta nustatyti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitą lemiančius veiksnius bei priežastis, taip pat, remiantis tyrimo rezultatais, numatyti kaitos mažinimo galimybes.

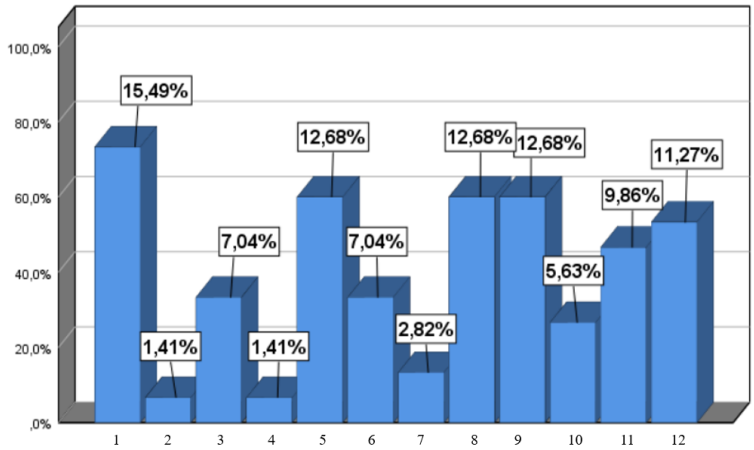
Siekiant išsiaiškinti, kaip dažnai jauni darbuotojai (iki 25 metų) keičia darbovietes ir kokios to priežastys, kiek ilgiausiai yra dirbę vienoje darbo vietoje, kaip jie vertina savo dabartinę darbovietę ir įžvalgas, kokios priemonės ir veiksmai, kalbant apie valdymo būdą ir vidinę motyvaciją, jų nuomone, padėtų mažinti jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitą ir numatyti to galimybes, buvo atliktas kiekybinis tyrimas.

Atlikto kiekybinio tyrimo rezultatai parodė, jog respondentai – asmenys iki 25 metų – yra vidutiniškai pakeitę 3–4 darbo vietas (žr. 1 pav.). Net 13 proc. apklaustųjų teigia, kad yra pakeitę 7 ir daugiau darbo vietų. Turint omenyje respondentų jauną amžių (iki 25 metų), darytina prielaida, kad jauni darbuotojai yra linkę keisti darbą maždaug vieną ar du kartus per metus. Tik labai maža dalis, vos 7 proc., apklaustųjų vis dar dirba savo pirmoje darbovietėje.




**1 pav.** Darbuotojų (iki 25 metų) pasiskirstymas pagal tai, kiek yra pakeitę darbo vietų (proc., N = 15)

Analizuojant jaunų darbuotojų (iki 25 metų) darbo vietų kaitos priežastis, respondentų buvo prašoma įvardyti, kodėl jie pakeitė darbovietę. Kaip parodė tyrimo rezultatai (žr. 2 pav.), viena iš pagrindinių priežasčių – mažas atlyginimas (15,49 %). Remiantis respondentų vertinimais, taip pat vienos iš jaunų darbuotojų išėjimo iš darbo priežasčių yra darbuotojo pastangų neįvertinimas (12,68 %), karjeros galimybių stoka (12,68 %) ir neproporcingai paskirstytas darbo krūvis (12,68 %). Pastarieji rezultatai leidžia kelti prielaidą, kad jaunų darbuotojų pastangos atliekant pavestas užduotis dažnai yra nepastebimos ir neįvertintos. Taip pat tyrimo rezultatų pagrindu galima teigti, kad šiuolaikiniam jaunimui yra svarbu numatyti ateities karjeros perspektyvas, dažnu atveju iš darbdavio tikimasi, kad bus suteiktos galimybės kelti kvalifikaciją ir, laikui einant, užimti vis aukštesnes pareigas. Kita vertus, paaiškėjo, kad jauniems darbuotojams labai svarbu, jog jų darbo krūvis būtų tolygiai paskirstytas, tuo tarpu rezultatai rodo, kad neretai vadovai yra linkę netolygiai skirstyti užduotis. Iš atsakymų galima matyti, kad dažnu atveju jauni darbuotojai palieka darbovietę dėl to, kad sulaukia geriau apmokamo darbo pasiūlymo. Galima daryti prielaidą, jog, nepaisant to, kad darbuotojai ir turi darbą, yra linkę tuo pat metu ieškoti kito darbo pasiūlymų. Atsižvelgiant į respondentų pateiktus atsakymus, galima daryti išvadą, kad jauni darbuotojai pasigenda tiesioginio jų pastangų įvertinimo iš vadovo pusės, pasiūlymų siekti karjeros ir tobulėti. Jiems taip pat trūksta vadovų pastangų, siekiant tolygiai paskirstyti darbo krūvį. Pastarieji rezultatai leidžia manyti, jog sudarytos karjeros galimybės, tolygus darbo krūvio paskirstymas, taip pat adekvatus atlygis už atliekamas veiklas bei pastangų įvertinimas, tikėtina, mažintų jaunų dabuotojų kaitą.




**2 pav.** Jaunų darbuotojų kaitos priežastys: respondentų atvejai (N = 15)

**Pastaba:**

*1. Mažas atlyginimas;*
*2. Nesijaučiau kompetentingas užimamoms pareigoms;*
*3. Asmeninio gyvenimo ir darbo nesuderinimas;*
*4. Nesijaučiau saugus dėl savo darbo vietos;*
*5. Pastangų neįvertinimas;*
*6. Nesutarimai su vadovu;*
*7. Nesutarimai su kolegomis;*
*8. Nebuvo karjeros galimybių;*
*9. Neproporcingai paskirstytas darbo krūvis;*
*10. Darbas neatitiko mano išsilavinimo;*
*11. Norėjau išbandyti save kitose srityse;*
*12. Radau arba buvo pasiūlytas geriau apmokamas darbas.*

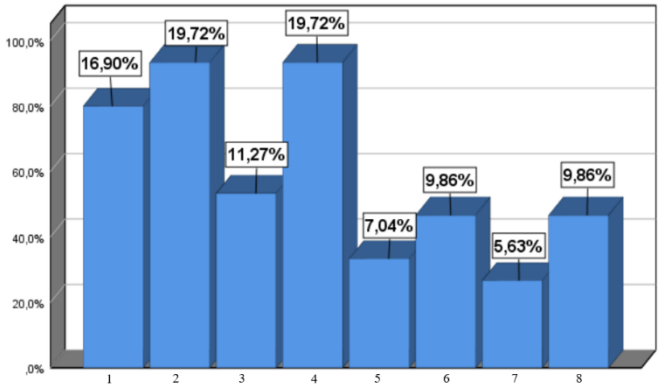
Atlikta detali respondentų paskutinių buvusių darboviečių vertinimo analizė rodo (žr. 1 lentelę), kad tokia pat dalis apklaustųjų sutinka ir nesutinka, jog darbas atitiko jų lūkesčius (po 4 (26,7 %)). Taip pat, respondentų teigimu, jiems patiko užimamos pareigos (4 (26,7 %)) arba neturėjo didelės įtakos jų pasitenkinimui darbu (5 (33,3 %)).

Kalbant apie darbo krūvio paskirstymą, didžioji dauguma tyrimo dalyvių teigia, jog jų darbo krūvis nebuvo tinkamas ir tolygiai paskirstytas (6 (40 %)). Beveik visiems respondentams vadovo pozicija nebuvo priimtina (5 (33,3 %) atsakė, kad nei sutinku, nei nesutinku, o 7 (46,7%) – nesutinku). Tik maža dalis tyrimo dalyvių teigia, kad į juos buvo žvelgiama kaip į specialistus (1 (6,7 %) visiškai sutinka ir 4 (26,7 %) sutinka). Matyti, kad santykiai su kolegomis buvo darnūs didžiosios daugumos respondentų atžvilgiu (10 (66,7 %)). Tyrimo dalyvių pasitenkinimas savo darbo rezultatais buvusioje darbo vietoje yra pasiskirstęs labai netolygiai, vieni buvo patenkinti rezultatais daugiau, kiti mažiau (3 (20 %) – visiškai sutinku, 4 (26,7 %) – sutinku, 5 (33,3 %) – nei sutinku, nei nesutinku ir 3 (20 %) – nesutinku). Du trečdaliai respondentų sutinka, kad vadovai atsižvelgdavo į jų įžvalgas bei pastebėjimus (po 5 (33,3 %) visiškai sutinka ir sutinka). Dėl darbo vietos stabilumo ir pastovumo buvo užtikrinti tik pusė tyrimo dalyvių (3 (20 %) – visiškai sutinka ir 5 (33,3 %) – sutinku). Remiantis pastaraisiais analizės rezultatais, galima įžvelgti, kad jaunų darbuotojų buvusios darbo vietos vertinimas yra labai netolygus. Nemažai respondentų vertindami teiginius dažnu atveju rinkosi variantą *nei sutinku, nei nesutinku*, o tai rodo, kad jiems trūksta užtikrintumo.

**1 lentelė.** Respondentų buvusių darbo vietų vertinimas (N = 15)

| Teiginys | Visiškai sutinku | Sutinku | Nei sutinku, nei nesutinku | Nesutinku | Visiškai nesutinku |
|---|---|---|---|---|---|
| Darbas, kuriame dirbau, atitiko mano lūkesčius | 0 (0 %) | 4 (26,7 %) | 6 (40 %) | 4 (26,7 %) | 1 (6,7 %) |
| Užimamos pareigos man teikė malonumą / pasididžiavimą | 0 (0 %) | 4 (26,7 %) | 5 (33,3 %) | 3 (20 %) | 3 (20 %) |
| Mano darbo krūvis buvo tinkamas / tolygiai paskirstytas | 1 (6,7 %) | 5 (33,3 %) | 2 (13,3 %) | 6 (40 %) | 1 (6,7 %) |
| Man buvo priimtina vadovo pozicija | 0 (0 %) | 3 (20 %) | 5 (33,3 %) | 7 (46,7 %) | 0 (0 %) |
| Vadovas į mane žvelgė kaip į specialistą | 1 (6,7 %) | 4 (26,7 %) | 6 (40 %) | 3 (20 %) | 1 (6,7 %) |
| Aš palaikiau draugiškus santykius su kolegomis, gerai su jais sutariau | 10 (66,7 %) | 2 (13,3 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Mikroklimatas darbe buvo palankus | 2 (13,3 %) | 6 (40 %) | 4 (26,7 %) | 2 (13,3 %) | 1 (6,7 %) |
| Buvau patenkintas savo darbo rezultatais | 3 (20 %) | 4 (26,7 %) | 5 (33,3 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) |
| Vadovo pavestai užduočiai atlikti buvo reikalingos mano įžvalgos / pastebėjimai | 5 (33,3 %) | 5 (33,3 %) | 4 (26,7 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) |
| Buvau užtikrintas savo darbo vietos stabilumu ir pastovumu | 3 (20 %) | 5 (33,3 %) | 2 (13,3 %) | 5 (33,3 %) | 0 (0 %) |

*Jaunų darbuotojų kaitos priežastys.* Analizuojant, kas lemia jaunų darbuotojų kaitą, respondentų buvo prašoma įvardyti, kokios, jų nuomone, yra pagrindinės jaunų specialistų išėjimo iš darbo priežastys. Kaip parodė tyrimo rezultatai, vienos iš pagrindinių priežasčių – motyvacijos stoka (19,72 %) ir ilgalaikių perspektyvų trūkumas (19,72 %) (žr. 3 pav.). Apklaustųjų nuomone, mažas atlyginimas taip pat yra svarbi priežastis jaunam darbuotojui pakeisti darbovietę (16,9 %). Iš pateiktų rezultatų matyti, kad, respondentų nuomone, kiek mažiau svarbus yra santykis su kolegomis (5,63 %), taip pat reikiamų asmeninių savybių stoka (7,04 %) nėra viena iš pagrindinių jaunų specialistų darbo kaitos priežasčių. Atsižvelgiant į respondentų pateiktus atsakymus, galima daryti išvadą, kad organizacija, siekianti išlaikyti jauną darbuotoją, turėtų taikyti darbuotojų motyvavimo sistemą, kalbėti su darbuotojais apie galimas karjeros perspektyvas. Darbuotojams taip pat svarbu, kad darbdavio lūkesčiai būtų proporcingi ir aiškūs.




**3 pav.** Jaunų darbuotojų kaitos priežastys: respondentų nuomonė (N = 15)

**Pastaba:**

*1. Mažas atlyginimas;*
*2. Motyvacijos stoka;*
*3. Neproporcingi darbdavio lūkesčiai;*
*4. Ilgalaikių perspektyvų trūkumas;*
*5. Reikiamų asmeninių savybių stoka;*
*6. Nesutarimai su vadovu;*
*7. Nesutarimai su kolegomis;*
*8. Profesinių įgūdžių stoka.*

*Jaunų darbuotojų kaitos mažinimo galimybės*. Siekiant išlaikyti jauną specialistą darbo vietoje, iškyla poreikis išsiaiškinti ne tik darbuotojų kaitą sąlygojančius veiksnius, bet ir tirti esamą situaciją, ieškoti problemos šaltinių ir imtis sprendimo būdų analizuojant, kas, respondentų nuomone, mažintų darbuotojų kaitą, kokie jos valdymo būdai bei priemonės.

Tyrimo dalyviai išskyrė priemones ir būdus, kurie, jų manymu, būtų veiksmingi siekiant mažinti jaunų darbuotojų kaitą. Respondentų įžvalgas galima išskirti į materialinį ir nematerialinį jaunų darbuotojų skatinimą, o tai, tikėtina, mažintų darbuotojų kaitą. Buvo išskirti tokie materialinio jaunų darbuotojų skatinimo būdai: „atitinkamas atlygis už darbą“, „pastoviai kylantis darbo užmokestis <...>“, „<...> priedai prie algos už papildomai / savanoriškai atliktus darbus (kurie dažniausiai nebūna įtraukti į darbo aprašymą)“. Tyrimo dalyviai teigė, kad žvelgiant iš nematerialinės pusės, darbuotojus galima skatinti tokiais būdais: „daugiau profesinių darbo mokymų, kadangi jauni darbuotojai būna be patirties <...>“, „<...> išbandymai (pvz., naujos užduotys, kurių anksčiau nedarei)“, „parodyti darbuotojui, kad jis yra išskirtinis ir labai svarbus įmonei (o ne eilinis darbuotojas, kurį galima pakeisti) <...>“, „<...> nuoseklus darbo veiklos planavimas ir darbuotojų informavimas apie ateities tikslus, <...> efektyvus darbuotojų informavimas apie tai, kas vyksta įmonėje, naujienas <...>“. „<...> žodinis pagyrimas / paskatinimas“, „stengtis didinti galimybes derinti darbo valandas su studijomis ar kitomis veiklomis; darbuotojo interesų išklausymas susirinkimų metu nekeliant konfliktinių situacijų; bandyti išsiaiškinti darbuotojo stipriausias savybes ir jas atitinkamai pritaikyti darbo eigoje“. Iš šių pateiktų įžvalgų matyti, kad jauniems darbuotojams nefinansinis paskatinimas yra ne mažiau svarbus už finansinį. Galima daryti išvadą, kad jauni darbuotojai yra linkę darbus atlikti kruopščiai, tačiau jiems kartais trūksta organizacijos iniciatyvos stiprinti jų profesinius įgūdžius, taip pat jauni darbuotojai nori jaustis svarbia organizacijos komandos dalimi, nepriklausomai nuo pareigybės. Matoma, kad jie taip pat yra linkę nevengti iššūkių, kai yra tokios galimybės, ir noriai save išbando atlikdami anksčiau nedarytas užduotis.

Norint plačiau paanalizuoti, kokie valdymo būdai mažintų jaunų darbuotojų (iki 25 metų) kaitą, respondentų buvo prašoma įvertinti teiginius penkiabalėje sistemoje, kurioje 5 reiškia „labai mažina“, 1 – „labai didina“ (žr. 2 lentelę). Atlikta analizė rodo, kad valdymo būdai, labiausiai mažinantys jaunų darbuotojų kaitą, yra šie: *taikomos motyvavimo priemonės* (9 (60 %)), *jaunų darbuotojų darbo rezultatų vertinimas* (11 (73,3 %)), *profesinio tobulėjimo galimybių suteikimas* (11 (73,3 %)), *jaunų darbuotojų dedamų pastangų įvertinimas* (9 (60 %)) bei *sudarytos galimybės siekti asmeninės karjeros* (8 (53,3 %)). Tuo tarpu valdymo būdai, mažinantys darbuotojų kaitą, tačiau kiek mažiau, tyrimo dalyvių išskirti šie: *jaunų darbuotojų lūkesčių nustatymas* (6 (40 %) teigia, kad mažina ir 7 (46,7 %), kad nei mažina, nei didina) bei *jauniems darbuotojams sudaromos saviraiškos galimybės* (5 (33,3 %) teigia, kad labai mažina ir 6 (40 %), kad mažina). Taigi, darytina išvada, kad jauniems darbuotojams ypač svarbu darbo rezultatų ir pastangų objektyvus įvertinimas, motyvacija bei galimybė tobulėti ir siekti karjeros.

**2 lentelė.** Valdymo būdai, mažinantys jaunų darbuotojų kaitą: respondentų vertinimas (N = 15)

| Teiginys | Labai mažina | Mažina | Nei mažina, nei didina | Didina | Labai didina |
|---|---|---|---|---|---|
| Jaunų darbuotojų lūkesčių nustatymas | 1 (6,7 %) | 6 (40 %) | 7 (46,7 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) |
| Taikomos motyvavimo priemonės | 9 (60 %) | 5 (33,3 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Jauniems darbuotojams sudaromos saviraiškos galimybės | 5 (33,3 %) | 6 (40 %) | 3 (20 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) |
| Jaunų darbuotojų darbo rezultatų vertinimas | 11 (73,3 %) | 3 (20 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Profesinio tobulėjimo galimybių suteikimas | 11 (73,3 %) | 2 (13,3 %) | 2 (13,3 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Jaunų darbuotojų dedamų pastangų įvertinimas | 9 (60 %) | 5 (33,3 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Sudarytos galimybės siekti asmeninės karjeros | 8 (53,3 %) | 4 (26,7 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |

Siekiant sužinoti, kokie yra svarbiausi vidiniai ir išoriniai veiksniai, mažinantys jaunų darbuotojų kaitą, respondentų buvo prašoma įvertinti pateiktus veiksnius penkiabalėje skalėje, kur 5 reiškia „labai svarbu“, 1 – „visiškai nesvarbu“. Atlikta detalesnė vidinių ir išorinių veiksnių, mažinančių darbuotojų kaitą, analizė rodo (žr. 3 lentelę), kad pats svarbiausias veiksnys yra materialus – *finansinis paskatinimas už papildomas atsakomybes* (11 (73,3 %)). Matoma tendencija, kad *darnūs santykiai su vadovu* (8 (53,3 %)) ir *darnūs santykiai su kolegomis* (10 (66,7 %)) turi didelę reikšmę darbuotojo aplinkoje.

Taip pat tarp jaunų darbuotojų labai svarbu jausti saugumą ir stabilumą darbe (10 (66,7 %)) bei turėti galimybę siekti karjeros (10 (66,7 %)). Kita vertus, tyrimo metu paaiškėjo, kad šiuolaikinis jaunimas darbe nori būti viešai pripažintas už pasiekimus (8 (53,3 %)) taip pat, kaip ir žinoti aiškiai apibrėžtus darbo reikalavimus ir pareigybes (8 (53,3 %)). Tyrimo rezultatai rodo, kad tokie veiksniai, kaip *lankstus darbų paskirstymas* (6 (40 %)), *pripažįstamos ir išnaudojamos darbuotojų galimybės* (7 (46,7 %)), *autonomijos suteikimas* <...> (7 (46,7 %)), *lankstus darbo grafikas (darbo laiko ir vietos atžvilgiu)* (8 (53,3 %)), *daugiau socialinių garantijų (pvz., papildomas draudimas ne darbo metu)* (7 (46,7 %)) taip pat yra ypač svarbūs jauniems darbuotojams. Kiek mažesnė dalis respondentų pažymi, kad vienas iš nesvarbiausių veiksnių, galinčių mažinti jaunų darbuotojų kaitą, yra *poilsio zonos, bendros erdvės darbovietėje.* Remiantis analizės rezultatais ir atsižvelgiant į respondentų vertinimus, galima pastebėti, kad svarbūs yra tiek išoriniai, tiek vidiniai skatinamieji veiksniai.

**3 lentelė.** Veiksniai, mažinantys jaunų darbuotojų kaitą: respondentų vertinimas (N = 15)

| Teiginys | Labai svarbu | Svarbu | Nei svarbu, nei nesvarbu | Nesvarbu | Visiškai nesvarbu |
|---|---|---|---|---|---|
| Saugumas ir stabilumas darbe | 10 (66,7 %) | 2 (13,3 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Sudarytos galimybės kilti karjeros laiptais | 10 (66,7 %) | 4 (26,7 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Lankstus darbų paskirstymas | 7 (46,7 %) | 6 (40 %) | 2 (13,3 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Viešas pripažinimas už pasiekimus (pvz.: susirinkimo metu, skelbimų lentoje ir pan.) | 8 (53,3 %) | 3 (20 %) | 4 (26,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Pripažįstamos ir išnaudojamos darbuotojų galimybės | 6 (40 %) | 7 (46,7 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 1 (6,7 %) |
| Autonomijos suteikimas, esant poreikiui sudarytos galimybės dirbti savarankiškai | 5 (33,3 %) | 7 (46,7 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Vadovo išreikštas pasitikėjimas rodomai iniciatyvai darbuotojo atžvilgiu | 7 (46,7 %) | 4 (26,7 %) | 4 (26,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Finansinis paskatinimas už papildomas atsakomybes | 11 (73,3 %) | 3 (20 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Sudarytos savirealizacijos galimybės | 7 (46,7 %) | 5 (33,3 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Aiškūs reikalavimai ir pareigybės | 8 (53,3 %) | 3 (20 %) | 4 (26,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Poilsio zonos, bendros erdvės darbovietėje | 4 (26,7 %) | 5 (33,3 %) | 4 (26,7 %) | 2 (13,3 %) | 0 (0 %) |
| Lankstus darbo grafikas (darbo laiko ir vietos atžvilgiu) | 5 (33,3 %) | 8 (53,3 %) | 2 (13,3 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Daugiau socialinių garantijų (pvz., papildomas draudimas ne darbo metu) | 5 (33,3 %) | 7 (46,7 %) | 2 (13,3 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) |
| Logiškas ir nuoseklus darbų paskirstymas | 6 (40 %) | 8 (53,3 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Organizuojami asmeninio, profesinio tobulėjimo mokymai | 6 (40 %) | 6 (40 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Tam tikrų išlaidų padengimas (pvz., kuro, pavėžėjimo namo baigus darbą vėlai) | 8 (53,3 %) | 2 (13,3 %) | 3 (20 %) | 2 (13,3 %) | 0 (0 %) |
| Materialūs apdovanojimai už veiklos rezultatus | 5 (33,3 %) | 4 (26,7 %) | 4 (26,7 %) | 2 (13,3 %) | 0 (0 %) |
| Palankus, ramus mikroklimatas kolektyve | 7 (46,7 %) | 5 (33,3 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Darnūs santykiai su vadovu | 8 (53,3 %) | 4 (26,7 %) | 3 (20 %) | 0 (0 %) | 0 (0 %) |
| Darnūs santykiai su kolegomis | 10 (66,7 %) | 3 (20 %) | 1 (6,7 %) | 0 (0 %) | 1 (6,7 %) |

Apibendrinant tyrimo rezultatus ir remiantis tyrimo dalyvių vertinimais, galima teigti, kad jauniems (iki 25 metų) darbuotojams svarbus ne tik finansinis paskatinimas, kaip vienas iš veiksnių, mažinančių darbuotojų kaitą, bet ir socialiniai bei vadovavimo aspektai, tokie kaip tarpasmeniniai santykiai ir vadovo visapusiškas požiūris į jauną specialistą.

## Išvados

Apibendrinant mokslinės literatūros analizę, galima teigti, kad egzistuoja įvairios darbuotojų kaitos priežastys. Numatant galimas darbuotojų kaitos valdymo galimybes, tikslinga apimti tokius aspektus, kaip darbo užmokesčio sistema ir jos administravimas, darbuotojų ugdymas, mokymų organizavimas sudarant galimybes kelti kvalifikaciją, darbo santykiai.

Tyrimo rezultatai parodė, kad dažniausios jaunų darbuotojų kaitos priežastys yra mažas atlyginimas (15,49 %), dedamų pastangų neįvertinimas (12,68 %), karjeros galimybių stoka (12,68 %), neproporcingai paskirstytas darbo krūvis

(12,68 %) bei tai, kad buvo rastas / pasiūlytas geriau apmokamas darbas (11,27 %). Matoma, kad jaunų darbuotojų kaitai įtakos neturi tokie veiksniai kaip kompetencijų užimamoms pareigoms trūkumas (1,41 %), saugumas dėl darbo vietos ateityje (1,41 %), nesutarimai su kolegomis (2,82 %) ir tai, jog darbas neatitinka įgyto išsilavinimo (5,63 %).

Tyrimu nustatyta, kad vieni iš jaunų darbuotojų kaitos mažinimo būdų yra vertinti jaunų darbuotojų pasiektus darbo rezultatus (73,3 %), suteikti profesinio tobulėjimo galimybes (73,3 %), taikyti motyvavimo priemones (60 %), įvertinti darbuotojų dedamas pastangas (60 %).

Tyrimo rezultatai rodo, kad vieni iš vidinių ir išorinių veiksnių, mažinančių jaunų darbuotojų kaitą yra finansinis paskatinimas už papildomas atsakomybes (73,3 %), saugumas ir stabilumas darbe (66,7 %), darnūs santykiai su kolegomis (66,7 %), sudarytos galimybės siekti asmeninės karjeros (66,7 %). Nustatyta, kad mažiau įtakos jaunų darbuotojų kaitai turi tokie veiksniai kaip poilsio zonos ir bendros erdvės darbovietėje (13,3 %).

Remiantis įvardytais tiriamųjų pasiūlymais, jaunų darbuotojų kaitą mažintų: priedai prie atlyginimo už papildomai, savanoriškai atliktus darbus (kurie dažniausiai nebūna įtraukti į pareigybės aprašymą), išbandymai (naujos, anksčiau nedarytos užduotys), nuoseklus darbo veiklos planavimas ir darbuotojų informavimas apie ateities tikslus. Iš pateiktų įžvalgų matyti, kad kaitą taip pat mažintų žodiniai pagyrimai ir paskatinimai, taip pat parodymas darbuotojui, jog jis yra išskirtinis ir svarbus organizacijai.

Atliktas kiekybinis tyrimas leidžia nustatyti, kad, norint mažinti jaunų darbuotojų kaitą, tikslinga būtų sudaryti karjeros galimybes, tikslingai paskirstyti darbo krūvį, taip pat adekvatus atlygis už atliekamas veiklas bei pastangų įvertinimas, tikėtina, mažintų jaunų darbuotojų kaitą. Svarbu paminėti, kad šiuolaikinį jaunimą svarbu tinkamai motyvuoti – tiek materialine, tiek nematerialine prasme.

## Literatūra


Bakanauskienė, I. (2008). *Personalo valdymas: vadovėlis.* Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.

Bortnikas, A. (2017). Žmogiškųjų išteklių valdymo modernizavimas šiuolaikinėje organizacijoje. *Viešoji politika ir administravimas*, 2, 335-346. Prieiga per internetą: https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=563642.

Gražulis, V. et al. (2015). *Žmogiškųjų išteklių valdymas: vadovėlis magistrantūros studentams*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

Lazauskaitė-Zabielskė, J., Urbanavičiūtė, I. (2018). *Įsitraukimas į darbą: nuo optimalių darbo sąlygų iki darbuotojo gerovės. Monografija.* Vilnius: Vilniaus universitetas.

Lazauskaitė-Zabielskė, J., Urbanavičiūtė, I. (2020). *Nesaugumas dėl darbo: kaip išlaikyti darbuotojų gerovę besikeičiančiame darbo pasaulyje? Monografija.* Vilnius: Vilniaus universitetas.

Levanaitė, R., Raubickas, L. (2010). Personalo kaitos mažinimo galimybių tyrimas. *Jaunųjų mokslininkų darbai*, 1 (26), 104–114. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2010~1367171109153/.

Lipinskienė, D. (2012). *Personalo vadyba*. Prieiga per internetą: https://www.marko.lt/wp-content/uploads/2016/09/2012_Mokomoji_priemone_Personalo_vadyba.pdf.

Lobanova, L. (2009). Žmogiškųjų išteklių vadybos vertė žiniomis grindžiamoje visuomenėje. *Verslas: teorija ir praktika*, 3, 233–246. Prieiga per internetą: https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=15489.

Užimtumo tarnyba. (2019). Lietuvos užimtumo tendencijos ir ateities prognozės. Prieiga per internetą: http://uzt.lt/wp-content/uploads/2019/04/tendencijos-1.pdf.

Valatkienė, E., Paužuolienė, J. (2020). BPC 112 darbuotojų lojalumą stiprinantys veiksniai. *Verslas, technologijos, biomedicina: inovacijų įžvalgos 2020,* 1 (11), 455–463. Prieiga per internetą: https://vb.kvk.lt/object/elaba:64876897/.

Žukauskaitė, I. (2008). Naujų darbuotojų kaita: ryšys su organizacine socializacija. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 48, 153–169. Prieiga per internetą: https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=135646.

# SOCIALINIO TINKLO „INSTAGRAM“ PANAUDOJIMO RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE TYRIMAS

**Vesta Biknerytė**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
*v.bikneryte@lajm.lt*

*Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės m UEVK katedros lektorė Elena Valionienė*

## Anotacija

Su jūrų uosto veikla daugelis sieja sandėliavimo ir logistikos veiklą. Probleminis tyrimo klausimas – kokia jūrų transporto struktūra pagal jų veiklos pobūdį, kokia dalis verslo subjektų dirba su jūrų uostu susijusiose verslo srityse? Jūrinėse valstybėse statistiškai dominuoja logistikos kompanijos, kurių veikla yra susijusi su jūriniais kroviniais, o jeigu situacija yra tokia, kaip Lietuvoje, kai rinkoje susikuria ir kita dalis logistikos, aptarnaujančios tarptautinius krovinius, gabenamus sausumos transporto koridoriais, konkurencijos koncentracijos padidėjimo kontekste tampa aktualu analizuoti šių kompanijų rinkodaros strategiją ir jų pozicionavimo rinkoje apsektus. Plečiantis socialiniams tinklams ir vis didesnei daliai klientų persikeliant į socialinių tinklų erdves, natūraliai susidaro poreikis aiškintis galimybes integruoti įmonės veiklą į internetinę aplinką. Šio tyrimo idėja yra susijusi su „Instagram“ tinklo siūlomomis rinkodaros priemonių paslaugomis, siekiant nustatyti, kokios jūrų transporto sektoriuje veikiančios didžiosios verslo įmonės savo rinkodaros strategiją susiejo su šiuo socialiniu tinklu ir kaip išnaudoja savo veiklai reklamuoti. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu yra apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės, koncentruojantis į „Instagram“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamos pasirinktų kompanijų „Instagram“ paskyros ir reklamos. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos, analizuojamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės, koncentruojantis į „Instagram“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamas pasirinktų kompanijų Instagram paskyrų ir skelbimų turinys, siekiant identifikuoti pagrindinę skaitmeninės rinkodaros ir pozicionavimo rinkoje strategiją.

RAKTINIAI ŽODŽIAI: skaitmeninė rinkodara, socialinis tinklas, Instagram, jūrų transportas.

## Įvadas

Komunikacija yra būtina sąlyga sėkmingam verslui vystyti. Bėgant laikui, komunikavimo samprata ir pats procesas keičiasi, todėl įmonės, norėdamos sėkmingai komunikuoti su vartotojais, turi atitinkamai prisitaikyti prie kintančios aplinkos ir naudoti šiomis dienomis vartotojui priimtinus informacijos perdavimo kanalus. Ilgą laiką egzistavusios masinės komunikacijos priemonės tampa nebeveiksmingos, nuo organizacijų pereinama prie tiesioginio vartotojo (Schultz, 2001). Nuo ligi šiol naudojamų komunikacijos kanalų (spaudos, televizijos, radijo) vis dažniau pereinama prie socialinės medijos – internetinį pagrindą turinčio komunikacijos įrankio. P. N. Alexandru ir A. Carmen (2011) teigia, kad šiuolaikinėje verslo aplinkoje komunikavimas internetu turi žymų pranašumą: mažesnės kainos ir laiko sąnaudos, patogi aplinka ir galimybė pažinti vartotoją iš arčiau. Socialiniai tinklai šiais laikais yra aktuali tema kiekvienam iš mūsų, taip pat tai aktualu ir verslams, todėl tyrime pasirinktas vienas populiariausių socialinių tinklų „Instagram“. Tyrimo metu atsižvelgiama į skaitmeninę rinkodarą, į jūrų transporto verslą ir jų analizavimą. Moksliniuose šaltiniuose nemažai kalbama apie komunikacijos socialiniuose tinkluose naudą, tačiau ne taip plačiai aptariamos konkrečios priemonės, padedančios verslo įmonėms efektyviai komunikuoti, laimėti vartotojų dėmesį ir sukurti ilgalaikius lojalius ryšius, todėl verta šią temą panagrinėti plačiau ir nustatyti, kaip aktyviai jūrų transporto sektoriaus didžiosios įmonė taiko šį socialinį tinklą rinkodaros tikslais.

**Tyrimo problema:** nepakankamai panaudojamos socialinio tinklo „Instagram“ galimybės rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Tyrimo tikslas:** ištirti socialinio tinklo „Instagram“ panaudojimą rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Tyrimo uždaviniai:**

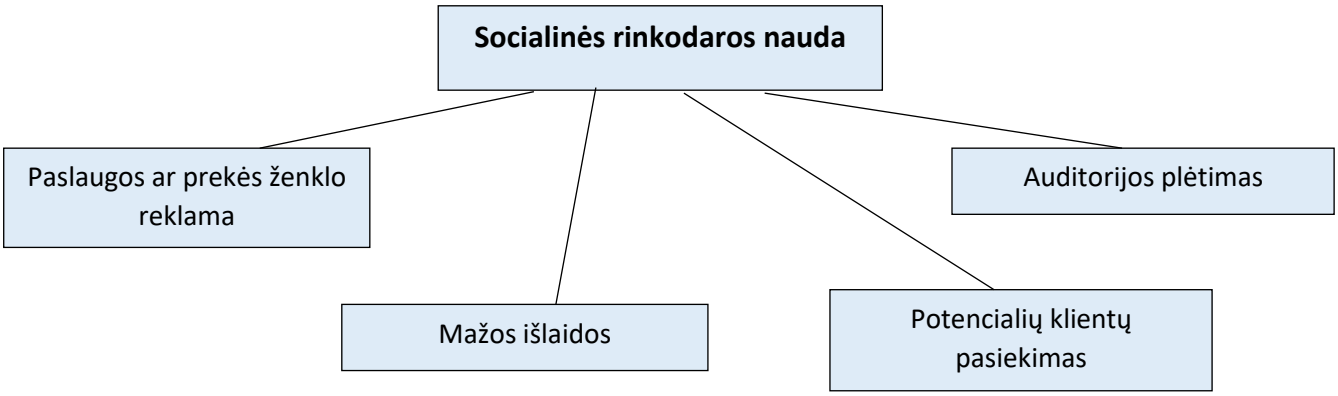
- apibūdinti skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste.
- analizuoti „Instagram“ socialinio tinklą ir siūlomas rinkodaros priemones.
- nustatyti, ar didžiosios Klaipėdos valstybinio jūrų uosto įmonės skaitmeninės rinkodaros įgyvendinimui naudoja „Instagram“ socialinio tinklo instrumentus ir paslaugas.

**Metodai:** analitinis aprašomasis (mokslinės literatūros analizė); lyginamoji analizė.

## Skaitmeninės rinkodaros sampratos jūrų transporto versle apibūdinimas

Skaitmeninė rinkodara – tai rinkodaros rūšis, kurioje verslo tikslams pasiekti yra pasitelkiamos internetinės technologijos. Per pastaruosius metus toks verslo reklamavimo būdas itin smarkiai išaugo ir panašu, kad tikrai artimiausiu metu nesustos populiarėti. Palyginti su tradiciniais reklamos metodais, skaitmeninės rinkodaros formos padeda reklamuoti verslą už gerokai mažesnę kainą, taip pat kartu suteikia galimybę pasiekti savo tikslinę auditoriją labai efektyviai. Rinkodaros tyrimai taip pat pradėjo spręsti socialinės žiniasklaidos poveikį įmonei (De Vries, Gensler ir Leeflang, 2017; Srinivasan ir kt., 2016), nors šios pastangos daugiausia sutelktos į socialinės žiniasklaidos išlaidas, kaip įmonių socialinės vertės matą žiniasklaidos pastangoms. Be šių pliusų, yra ir kur kas daugiau privalumų, kurie labai naudingi bet kokios srities verslininkams. Pirmas dalykas gerai rinkodaros strategijai – tai tinkama jūsų verslo rinkos analizė. Jos metu yra stengiamasi kaip įmanoma geriau suprasti savo auditoriją ir galimus klientus, kokios prekės ar produktai juos gali sudominti. Žmogaus išlaikymas – sudėtingas ir rimtų, nuoseklių pastangų reikalaujantis darbas. Pradedant patrauklia svetaine, naujienlaiškių siuntimu ir baigiant bendravimu asmeniškai – kontaktas yra ne tik svarbus, tačiau tiesiog būtinas sėkmingam verslui. Pati didžiausia nepatyrusių verslininkų klaida yra tai, kad jie nesugeba išlaikyti puslapyje apsilankiusių žmonių.

Atvesti juos reklamomis yra tik pusė darbo, o kur kas svarbesnis darbas būtų lankytoją paversti klientu. Šiais laikais beveik neįmanoma įsivaizduoti verslo be skaitmeninės rinkodaros strategijos. Žmonės vis labiau keliasi į virtualią erdvę, o juos seka verslai. Daugelis socialinių tinklų gali padėti vystyti įmonėms skaitmeninę rinkodarą, taip pat ir socialinis tinklas „Instagram“.




**1 pav.** Socialinės rinkodaros nauda (Srinivasan ir kt., 2016)

Apibendrinant galima teigti, kad skaitmeninė rinkodara yra tam tikras priemonių rinkinys, kuris naudojamas pritraukti klientus, skatinti pardavimus, reklamą ir sukurti naujus santykius su kitais verslais. Pasitelkus skaitmeninę rinkodarą, dažniausiai pasiekiama gerų rezultatų, tačiau įmonės turi įdėti daug darbo, kad tai jiems suteiktų pranašumo, pasiektų norimų rezultatų. Taigi, svarbu apsvarstyti ir įvertinti socialinės rinkodaros efektyvumą. Nežinant tikslių efektyvumo vertinimo kriterijų, bus sunku ją plėtoti ir išsirinkti efektyviai tinkamiausius socialinės rinkodaros skleidimo būdus.

## Socialinio tinklo „Instagram“ siūlomų rinkodaros priemonių ir sprendimų analizė

Socialinė žiniasklaida yra revoliucinė priemonė, leidžianti užmegzti ryšius ir bendrauti asmenims, įmonėms ir skirtingoms grupėms visame pasaulyje (pagal Meyer, 2010). Šiandieniame technologijų amžiuje verslas jau nebeįsivaizduojamas be skaitmeninės rinkodaros. Ji yra tarsi platforma, padedanti pritraukti ir išlaikyti vartotojus iki verslui svarbiausio veiksmo – pardavimo. Skaitmeninė rinkodara, kaip ir tradicinė rinkodara, nėra vien tik reklama. Skaitmeninės rinkodaros procesuose dalyvauja ne tik vartotojas, šiuose procesuose dalyvauja prekių ir paslaugų tiekėjai bei gamintojai. Svarbiausias skaitmeninės rinkodaros tikslas yra išsiaiškinti ir patenkinti vartotojų poreikius, o skaitmeninės priemonės tam suteikia geresnes galimybes, nei tradicinės rinkodaros naudojamos priemonės. Šiuolaikinės skaitmeninės rinkodaros kanalai leidžia užmegzti gilesnį ryšį su klientais, sutelkiant dėmesį į bendravimą ir efektyvesnį klientų poreikių patenkinimą. Viena iš tų priemonių yra socialinis tinklas „Instagram“. Tai nuotraukų ir vaizdinio turinio dalijimosi platforma. „Instagram“ skelbia, jog turi daugiau nei 1 mlrd. bent kartą per mėnesį prisijungiančių vartotojų, iš kurių 500 mln. prisijungia kasdien. „Instagram“ pastaruoju metu yra labai mėgstamas socialinis tinklas. Jame labai lengva atrasti bendrus pomėgius turinčius žmones, su jais bendrauti, keistis nuomonėmis ir nuotaikomis. Sakoma, kad „Instagram“ dabar yra ir sparčiausiai augantis socialinis tinklas. Taip pat „Instagram“ yra pravartus įmonėms, nes šiame socialiniame tinkle įmonė gali kūrybiškai pažvelgti į savo verslą, dirbti su savo profilio informacija, atskleisti, ko klientas nemato, ir išplėsti savo auditoriją. „Instagram“ turi poveikį ir prekiniam ženklui. Įdomu, kiek realiai tokios paskyros verslininkams yra naudingos. 2019 m. statistika atskleidžia, kad „Instagram“ rinkodara tikrai naudinga, kadangi net 81 procentas „Instagram“ vartotojų teigia, jog per šį socialinį tinklą yra radę jiems tinkamas prekes arba paslaugas. Taip pat tyrimas atskleidžia, kad vartotojai teigiamai vertina verslų socialinius tinklus, kadangi taip sukuriamas artimesnis ryšys, tarsi pasitikėjimas įmone. Ne mažiau svarbus yra ir rinkodaros specialistų gebėjimas tikslingai išnaudoti skaitmeninės rinkodaros priemones – įsisavinti naujas rinkodaros ribas skaitmeniniame amžiuje, suvokti skaitmeninės rinkodaros galimybes ir kryptingai jomis naudotis, išvengti internetinių „spąstų“ bei planuoti naujos kartos paslaugų atėjimą. Todėl galima teigti, kad į skaitmeninę rinkodarą kompanijos turėtų atsižvelgti kur kas rimčiau ir skirti daug daugiau dėmesio visiems skaitmeninės rinkodaros panaudojimo aspektams.

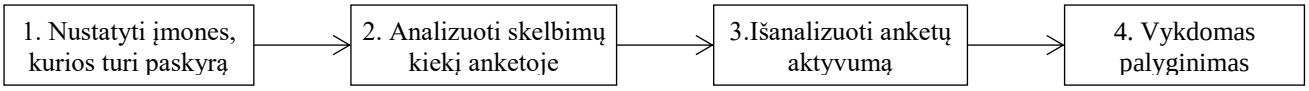
**2 pav. „**Instagram“ esminis privalumas ir trūkumas (addad.lt)

„Instagram“ turi labai plačią auditoriją, net 90 milijonų aktyvių vartotojų, kurie kasdien paviešina kiek daugiau nei 40 milijonų nuotraukų. Aktyvių vartotojų padaugėjo beveik 10 procentų. „Instagram“ taip pat praneša, jog vartotojai per vieną sekundę vidutiniškai parašo apie 1 000 komentarų ir pamėgsta 8 500 nuotraukų.

Tačiau, norint sudominti auditoriją, reikia turėti tiksliai sudėliotą idėjų planą, taip pat paskyra negali prarasti aktyvumo, t. y. reikia nuolat kelti pranešimus, gyvinti savo paskyrą, bendrauti su auditorija.

## Socialinio tinklo „Instagram“ naudojimo jūrų transporto versle vertinimo metodika

Siekiant nustatyti, kaip „Instagram“ yra naudojamas jūrų transporto versle, reikia išsirinkti jūrų transporto verslo atstovus, kurių paskyros bus analizuojamos, ir nustatyti pagrindinius palyginimo, vertinimo kriterijus, kurie tiksliai atvaizduotų „Instagram“ funkcinę paskirtį. Renkantis jūrų transporto verslo kompanijas, pagrindinius kriterijus – tai „Instagram“ paskyros egzistavimas. Kitas kriterijus yra vienoda veiklos sritis – intermodalinių krovinių ekspedijavimas.



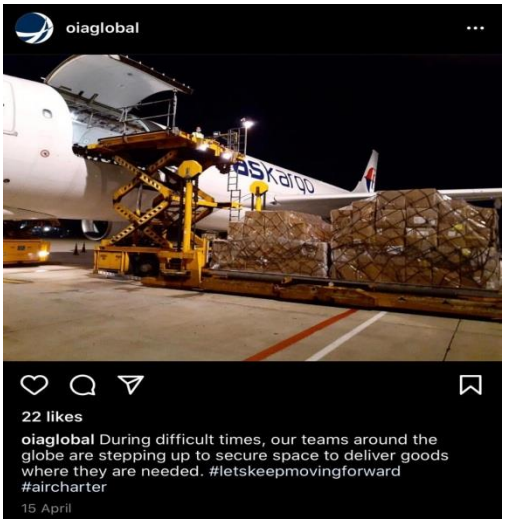

**3 pav.** Tyrimo metodika.

Pasirinkti jūrų transporto kompanijas, turinčias socialinio tinklo „Instagram“ profilius, sunku. Ko gero, mažuma įmonių orientuojasi į savo verslo plėtrą šiuolaikiniuose socialiniuose tinkluose. Tačiau galima teigti, kad daugelis verslų tapo pranašesni dėl puikiai įmonę reprezentuojančios reklamos, subtilios rinkodaros. Tyrimui buvo atrinktos trys kompanijos: OIA *Global*, „Arijus“, UAB, ir SEA CONNECT.

## Socialinio tinklo „Instagram“ naudojimo jūrų transporto versle vertinimas

OIA *Global* veiklą pradėjo 1988 m. Ilgainiui išplėtė paslaugas ir tapo pirmaujančia tiekimo grandinės valdymo įmone, turinčia unikalų pasaulinių logistikos ir pakuočių optimizavimo paslaugų derinį. Daugiau nei 29 metus OIA kūrė patikimus krovinių ekspedijavimo ir logistikos sprendimus didžiausioms tarptautinėms kompanijoms ir siūlė daugybę įvairių paslaugų, įskaitant gabenimą sausumoje, daugiarūšio transporto galimybes, sandėliavimą ir paskirstymą. OIA *Global* įmonė siūlo krovinių gabenimą oro transportu, krovinių gabenimą vandenynu, greitą ir kelių transporto ekspedijavimą, muitinės tarpininkavimą, sandėliavimą ir paskirstymą bei projektų logistiką. Ši įmonė savo „Instagram“ paskyroje savo pirmąją nuotrauką paskelbė prieš šešerius metus. Tai reiškia, jog į šį socialinį tinklą įmonė įžengė jau gana seniai.

OIA *Global* savo „Instagram“ paskyroje turi 48 pranešimus, kuriuose pateikia naują informaciją, nuotraukų iš savo veiklos ir darbo dienų ar kolektyvo pramogų, pvz., galima rasti Helovyno vakarėlio nuotraukų, skelbiamos reklamos, taip bandoma reklamuoti savo veiklą ir didinti auditoriją. Ši įmonė su savo paskyros auditorija, atrodytų, lyg ir palaiko ryšį, nes kelia ne tik paslaugų ar prekių prekinį ženklus, bet ir dalijasi smagiomis akimirkomis.




**4 pav.** OIA *Global* „Instagram“ paskyros pranešimo pavyzdys

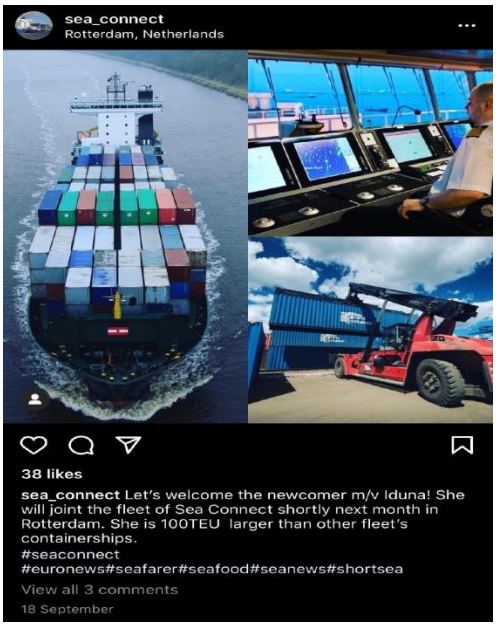
Arijus, UAB, – nuo 1992 metų savo veiklą vykdanti, viena iš didžiausių krovinių gabenimo ir ekspedijavimo bendrovių Lietuvoje, krovinių gabenimo konteineriais pradininkė šalyje. „Arijus“, UAB, yra viena iš logistikos lyderių Lietuvoje: krovinių ekspedijavimą vykdo jūra, autotransportu, geležinkeliu, oru ir kombinuotu transportu, pristato krovinius nuo durų iki durų visame pasaulyje, profesionaliai perveža pavojingus ir negabaritinius krovinius, teikia sandėliavimo ir kitas paslaugas. Ši įmonė „Instagram“ paskyroje savo pirmąją nuotrauką paskelbė tik prieš dvejus metus. Įmonė skelbiamomis nuotraukomis iš kolektyvo kasdienybės ar pramogų reklamuojasi, bando patraukti auditorijos dėmesį.

Sprendžiant apie įkeltų nuotraukų skaičių, Arijus, UAB, yra gerokai aktyvesnė už OIA *Global*, nes turi net 102 pranešimus. Jų profilyje galima pamatyti daug kolektyvo nuotraukų iš darbo ar vakarėlių, taip pat skelbiamos prekinių ženklų nuotraukos, kurios gali patraukti žmonių dėmesį. Įmonė bando komunikuoti su žmonėmis.

**5 pav.** „Arijus“, UAB, „Instagram“ pranešimo pavyzdys

SEA CONNECT yra viena iš Europoje lyderiaujančių trumpųjų nuotolių konteinerinė linija, jungianti Baltijos šalis, Rusiją, Jungtinę Karalystę ir Šiaurės Europą, gabena konteinerinius krovinius nuo durų iki durų Baltijos jūros regione. Šios įmonės pirmoji nuotrauka „Instagram“ paskyroje paskelbta prieš trejus metus.

SEA CONNECT paskyroje turi tik 18 pranešimų, tarp jų galima rasti jų krovinių bei laivų nuotraukų, yra keletas pranešimų apie jų konteinerių privalumus, apibendrinti maršrutai. Šios įmonės „Instagram“ paskyra nėra labai aktyvi, nėra sutelkta dėmesio į turinį, nesistengia palaikyti bendravimo su žmonėmis. Norint siekti didesnės auditorijos, reikėtų didesnio aktyvumo paskyroje.




**6 pav.** SEA CONNECT „Instagram“ pranešimo pavyzdys

Analizuojant šias įmones, akivaizdžiai galima matyti, kad jūrų uosto transporto verslai nesiekia tobulėjimo socialiniuose tinkluose, nesiekia didesnės auditorijos. Nors ir bandoma palaikyti bendravimą su auditorija, tačiau paskyroms labai trūksta aktyvumo.

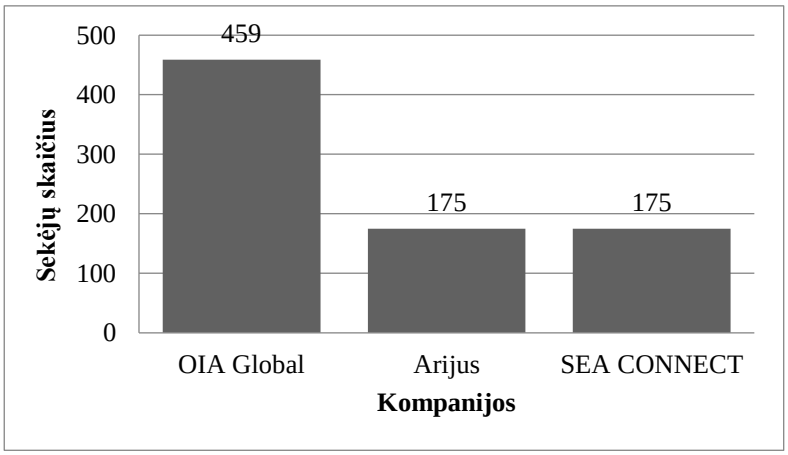
**1 lentelė.** Pateiktis „Instagram“ paskyrose

| | UAB OIA *Global* | „Arijus“, UAB | UAB SEA CONNECT |
|---|---|---|---|
| Ar naudoja reklaminį formatą „Instagram“ istorijas? | Ne | Ne | Ne |
| Keliama informacija apie jų veiklą? | Taip | Taip | Taip |
| Tekstuose, nuotraukų aprašymuose naudojamos grotažymės? | Taip (pvz., #logistics, #TeamWork) | Taip (pvz., #arijus, #arijusgroup, #arijuslogistics) | Taip (pvz., #sea_connect, #seafarer) |

Iš 1 lentelės galima matyti, kad įmonės nėra linkusios išnaudoti visą teikiamą „Instagram“ reklaminį formatą. OIA *Global* įmonės komanda pateikia save kaip tvarią komandą, kuri sutelkia dėmesį į organizacinius pokyčius. Iš paskyroje matomų pranešimų galima daryti išvadą, jog jie siekia tvaresnės ateities, įgyvendinant darnaus vystymosi tikslus. Iš „Arijus“, UAB, socialinio tinklo „Instagram“ paskyros galima matyti, kad įmonės vertybė ir yra pati komanda, nes labai daug skelbiama nuotraukų iš aktyvaus, linksmo laisvalaikio kartu, o anketos aprašyme matomas užrašas „Žvilgsnis į mūsų žmonių kasdienybę“. Galima teigti, kad įmonės paskyroje pateikiamos nuotraukas iš kasdienybės ir laisvalaikio, tačiau nėra daug informacijos apie jų veiklą. O SEA CONNECT paskyroje viskas konkretu, pranešimuose yra paminima, kad jiems labai svarbus patikimas grafikas ir atliktas darbas ir pan. Pranešimuose pateikia siūlomas paslaugas ir nuorodas į savo interneto svetainę. Analizuojant naudojamas grotažymes, OIA *Global* naudoja jas įvairiais tikslais. Savo įmonės pavadinimo grotažymėse nemini. Tuo tarpu patikrinus „Instagram“ tinkle, ar žmones vartoja #oiaglobal grotažymes, buvo rasta net 134 pranešimai. „Arijus“, UAB, aktyviai vartoja grotažymes tiek su savo įmonės vardu, tiek susijusias su pranešimo tema. O SEA CONNECT nelabai efektyviai išnaudoja grotažymes savo žinomumui didinti, yra tik keli pranešimai su grotažymėmis.

Kalbant apie socialinius tinklus, šiuo metu „Instagram“ pasaulyje yra antras pagal aktyvumą ir turimų vartotojų skaičių. „Facebook“ vis dar pirmauja, tačiau matyti, kad „Instagram“ labai dideliais žingsniais vejasi jį. Tačiau jūrų transporto versle „Instagram“ socialinis tinklas nėra labai populiarus, nes daugelis įmonių net neturi šio socialinio tinklo paskyros, akivaizdu, kad ir jų aktyvumas bei populiarumas nėra didelis. OIA *Global* turi 459 sekėjus, o „Arijus“, UAB, ir SEA CONNECT turi po 175 sekėjus.

Skirtingi reklamos formatai, tokie kaip „Instagram Stories“, gali padidinti socialinės žiniasklaidos reklaminės kampanijos sėkmę. Nepaisant to, reklamavimas su patobulintomis interaktyviomis parinktimis nebus naudingas, jei formatas nepritrauks vartotojų ir neužtikrins didesnio reklamos efektyvumo nei alternatyvūs socialinės žiniasklaidos reklamos formatai (pagal Daniel Belanche).




**7 pav.** Populiarumas „Instagram“ socialiniame tinkle

Galima teigti, kad įmonės neskiria daug dėmesio socialiniam tinklui „Instagram“, nors jis galėtų jiems padėti socialinėje rinkoje. „Instagram“ reikalauja aktyvumo, bendravimo su žmonėmis, o, norint platesnės auditorijos, be aktyvaus ir didelio įdarbio to nebus. Įmones seka mažai žmonių. Taip pat galima matyti, jog nė viena iš įmonių nenaudoja vieno pagrindinių „Instagram“ reklamos formatų – istorijų.

## Išvados

- Apibūdinus skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto versle, galima teigti, kad be skaitmeninės rinkodaros šiais laikais įmonėms tikrai būtu sunku save pateikti ir reklamuoti, todėl socialiniai tinklai yra labai svarbi įmonių plėtimosi dalis, nes žmonės vis labiau keliasi į virtualią erdvę.

- Išanalizavus socialinio tinklo „Instagram“ siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus, galima pastebėti, kad šio socialinio tinklo priemonės yra skirtos palengvinti kompanijų reklamos plėtimąsi, leisti įmonėms pateikti informaciją apie savo veiklą ir visa tai teikiama gerokai mažesnėmis kainomis. „Instagram“ turi plačią auditoriją, tačiau, norint tą auditoriją pritraukti ir palaikyti jos buvimą paskyroje, paskyra šiame socialiniame tinkle turi būti nuolat aktyvi ir aktyviai pildoma pranešimais. Todėl galima būtų teigti, kad šis tinklas įmonei gali sukurti pridėtinę vertę, siekiant didinti žinomumą, leidžia auditorijai sekti jų veiklą, tačiau tai reikalauja rimto įdarbio.
- Siekiant įvertinti „Instagram“ naudojimą jūrų transporto versle, buvo nustatyta, kad maža dalis šios srities kompanijų turi „Instagram“ paskyrą, todėl akivaizdu, kad daugelis įmonių yra susikoncentravusios į senas, tradicines reklamas ir nesistengia plėsti savo akiračio. Įmonės neišnaudoja visų teikiamų „Instagram“ priemonių, kurios pritrauktų ir palaikytų auditoriją jų paskyroje.

## Literatūra


1. Socialinio tinklo „Instagram“ UAB OIA Global paskyra. Prieiga per internetą: https://www.oiaglobal.com/en/.
2. Socialinio tinklo „Instagram“ „Arijus“, UAB, paskyra. Prieiga per internetą: https://www.arijus.lt/.
3. Socialinio tinklo „Instagram“ UAB SEA CONNECT paskyra. Prieiga per internetą: http://www.seaconnect.lt/.
4. Taeyeon Kim and Joe Phua (2020). *Effects of Brand Name versus Empowerment Advertising Campaign Hashtags in Branded Instagram Posts of Luxury versus Mass-Market Brands, Journal of Interactive Advertising.*
5. Pasquale Del Vecchio, Gioconda Mele, Giuseppina Passiante, Demetris Vrontis and Cosimo Fanuli (2020). *Detecting customers knowledge from social media big data: toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics.*
6. Alexandru, P. N., Carmen, A. (2011). *A qualitative research regarding the marketing communication tooks used in the online environment // The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, July.*

# KAINŲ KAITA COVID-19 SĄLYGOMIS LIETUVOJE

**Klementina Bilžaitė[1], Ignas Miliūnas[2], Kamilė Skakauskaitė[3], Laima Jesevičiūtė-Ufartienė[4], Inga Maksvytienė[5], Vilma Morkūnienė[6]**
[1, 2, 3, 4, 5, 6] *Kauno kolegija, Verslo fakultetas*

[1]*Klementina.bi@go.kauko.lt*, [2]*ignas.mi@go.kauko.lt*, [3]*kamile.sk@go.kauko.lt*, [4]*laima.jeseviciute@go.kauko.lt*, [5]*inga.maksvytiene@go.kauko.lt*, [6]*vilma.morkuniene@go.kauko.lt*

**Anotacija**

Kainų kaita siejama su infliacija, kuri turi tiek ilgalaikes, tiek trumpalaikes tendencijas. Kadangi kainos keitėsi prasidėjus COVID-19 pandemijai, šiame straipsnyje keliamas tikslas nustatyti kainų kaitą COVID-19 sąlygomis Lietuvoje, prognozuoti, koks bus pokytis kitais prognozuojamais metais. Darbe naudoti šie metodai: anketinė apklausa, mokslinės literatūros ir antrinių duomenų analizė bei matematinė ir statistinė analizė. Tyrimo rezultatai atskleidė, jog nuo 2020 metų pradžios infliacija labai kito dėl Lietuvoje ir visame pasaulyje prasidėjusios COVID-19 pandemijos, kuri neigiamai paveikė visą ekonomiką, įskaitant ir Lietuvos. Dėl šios priežasties Lietuvoje kainos kito labai dažnai, keitėsi žmonių nuomonė apie kainų pakilimą, ji buvo neigiama, taip pat keitėsi žmonių apsipirkimo įpročiai.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: infliacija, BVP, mokesčiai, infliacijos veiksniai.

## Įvadas

Kainų kaita siejama su infliacija. Infliacija Lietuvoje kyla dėl didelio atvirumo užsienio prekybai. Taip pat infliacijai įtaką daro kainų supanašėjimas dėl dalyvavimo ES rinkoje. Augant darbo našumui eksportuojančiame sektoriuje, didėja jame dirbančių asmenų darbo užmokestis. Tai sukuria spaudimą darbo atlygiui neeksportuojančiame sektoriuje, todėl jame pradeda kilti kainos. Dėl to padidėja bendroji infliacija. Tiesa, infliacija ne visada yra artima ilgalaikei tendencijai. Jai įtaką daro ir įvairūs trumpojo laikotarpio ekonominiai veiksniai. 2015 m. bendroji infliacija Lietuvoje net buvo neigiama. Tačiau kai 2016 m. antrojoje pusėje pasaulio ekonomikos padėtis ėmė pastebimai gerėti, infliacija šalyje ėmė didėti (Lietuvos bankas, 2018). Kainos keitėsi ir prasidėjus COVID-19 pandemijai.

**Straipsnio problema**: kaip keitėsi kainos COVID-19 sąlygomis ir kokį poveikį turėjo Lietuvos gyventojams.

**Straipsnio objektas:** kainų kaita Lietuvoje.

**Straipsnio tikslas:** nustatyti kainų kaitą COVID-19 sąlygomis Lietuvoje.

**Straipsnio uždaviniai:**

- apibūdinti infliacijos sąvoką ir pagrindinius veiksnius;
- palyginti Lietuvos ir ES šalių infliaciją;
- atlikti matematinius ir statistinius skaičiavimus infliacijos pokyčiams prognozuoti;
- atlikus kiekybinį tyrimą, nustatyti žmonių nuomonę apie infliacijos poveikį kainų kaitai COVID-19 sąlygomis Lietuvoje.

**Straipsnio metodai:** mokslinės literatūros analizė, antrinių duomenų analizė, matematinė ir statistinė analizė, anketinė apklausa.

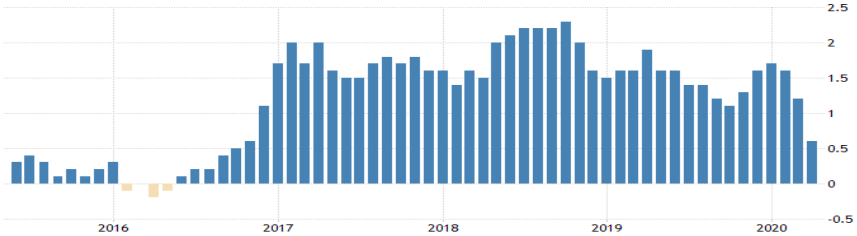
## Infliacija kaip kainų kaitą lemiantis rodiklis

Infliacija – visuotinis kainų lygio kilimas, sukeliantis šalies valiutos nuvertėjimą. Infliacija yra matuojama vartotojų kainų indeksu ir išreiškiama procentais. Infliacija parodo, kaip pakito kainos per tam tikrą laikotarpį. Didelė infliacija neigiamai atsiliepia šalies gebėjimui konkuruoti tarptautinėse rinkose, taip pat perskirsto kapitalą. Pralaimi tie, kurie taupė, bet išlošia tie, kurie skolinosi. Infliaciją lemia kelios priežastys. Kai importuojamų prekių kainos, išreikštos nacionaline valiuta, yra didesnės, tokia infliacija vadinama importo infliacija. Kai Centrinis bankas, finansuodamas biudžeto deficitą, prispausdina per daug pinigų, tokia infliacija vadinama vietine infliacija. Abiem atvejais pinigai nuvertėja, o kainos kyla. Dar svarbesnė priežastis – sąnaudų krizės. Ekonomikos pakilimo laikotarpiu, klestint įvairiai ūkinei veiklai, gali atsirasti darbo jėgos ir tam tikrų prekių trūkumas. Toks ekonomikos perkaitimas sugriauna pusiausvyrą tarp pasiūlos ir paklausos. Smarkiai kyla kainos ir atlyginimai (Verslo žinios, 2020a).

Infliacija paprastai laikoma neproporcingu bendro kainų lygio padidėjimu ir nereguliariai didėjančia kainų tendencija makroekonomikos srityje. Nerimą dėl infliacijos lemia ne tik poreikis išlaikyti bendrą makroekonominį stabilumą, bet ir tai, kad infliacija kenkia mažas pajamas gaunantiems asmenims (Hanif ir Batool, 2006 cit. iš Mahyar, 2017). Aukšta infliacija gali sukelti apribojimus ir neskaidrumą finansų sistemoje. Infliacija taip pat siejama su finansine depresija, o kylanti infliacija neigiamai veikia finansų sektoriaus raidą ir veiklą, tačiau infliacijos lygiui viršijus slenkstinę normą, šis santykis atrodo išties trapus (Haslag ir Koo, 1999 cit. iš Mahyar, 2017). Remiantis teorijomis ir pateiktais įrodymais, galima daryti išvadą, kad infliacija, bėgant laikui, neigiamai atsiliepia šalies finansinės raidos rodikliams (Mahyar, 2017). Dėl aukštesnio infliacijos lygio krenta investicijų grąža ir dėl to mažėja paskatos investuoti (Altig, 2003, cit. iš Mahyar, 2017). Manoma, kad aukštesni nei 3–6 proc. infliacijos lygiai gali labai neigiamai pakenkti finansų sektoriaus plėtrai (Khan et al, 2006 cit. iš Mahyar, 2017).

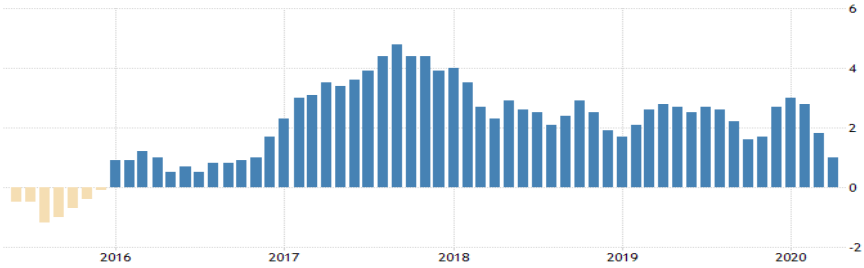
## Infliacijos tempų Lietuvoje statistinė palyginamoji analizė.

COVID-19 laikotarpis galėtų būti vertinamas kaip trumpalaikis laikotarpis, kurio vystymuisi įtaką galėjo daryti ir ankstesnių laikotarpių ekonominės situacijos šalyse. Siekiant atskleisti kainų kaitos specifiką COVID-19 laikotarpiu, būdina suprasti kainų kaitos tendencijas ilguoju laikotarpiu. Dėl to infliacijos kaip kainų kaitos rodikliui analizuoti buvo pasirinkti penkerių metų laikotarpio duomenys. Buvo analizuojamas Lietuvos ir dviejų ekonomiškai stiprių ES valstybių – Prancūzijos ir Vokietijos – infliacijos rodiklių kitimas. Šios dvi šalys buvo pasirinktos dėl savo didelio ekonominio pajėgumo. Visoje Europos Sąjungoje (žr. 1 pav.) infliacija penkerių metų laikotarpiu yra didesnė nei Lietuvoje, Prancūzijoje ir Vokietijoje. Ekonomiškai mažiau išsivysčiusiose ES šalyse, tarp jų ir Lietuvoje, infliacijos rodiklis yra gerokai aukštesnis nei likusios Europos Sąjungos šalių (pavyzdžiui, Prancūzijos ar Vokietijos), todėl bendras ES infliacijos lygis yra aukštesnis.



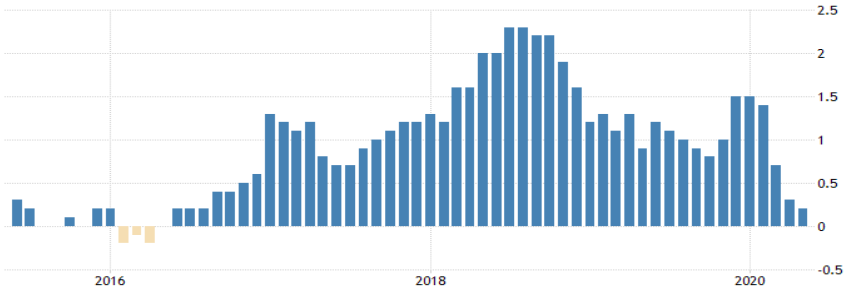

**1 pav. ES metinė infliacija 2015–2020 metais, proc.** (Trading economics, 2020)

Lietuvos metinė infliacija (žr. 2 pav.), 2020 m. kovo mėn. buvusi 1,8 proc., balandžio mėn. sumažėjo iki 1,0 proc. Tai buvo žemiausias infliacijos lygis nuo 2016 m. lapkričio mėn., nes maisto ir nealkoholinių gėrimų infliacija sumažėjo iki 10 mėnesių žemiausios – 3,4 proc. (palyginti su 3,6 proc. kovo mėn.). Įvairių prekių ir paslaugų kainos pakilo šiek tiek mažiau (1,7 proc., palyginti su 2,3 proc.), o transporto – sumažėjo (–4,8 proc., palyginti su 0,3 proc.). Drabužių ir avalynės kainos krito (–0,6 proc., palyginti su –0,1 proc.). Tuo tarpu alkoholinių gėrimų ir tabako kainos padidėjo (3,7 proc., palyginti su 2,8 proc.), o poilsio ir kultūros infliacija buvo pastovi (1,5 proc.). Kita vertus, būsto ir komunalinių paslaugų kainos toliau mažėjo (–3,6 proc., palyginti su –3,7 proc.). Vartotojų kainos tiek kovo, tiek balandžio mėn. didėjo 0,1 procento.




**2 pav. Lietuvos metinė infliacija nuo 2015 iki 2020 metų, proc.** (Trading economics, 2020)

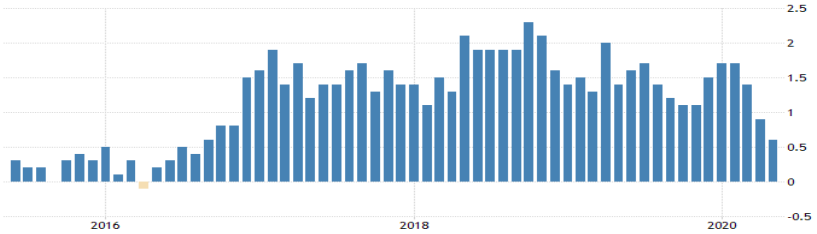
Preliminariais skaičiavimais, metinė infliacija Prancūzijoje (žr. 3 pav.), 2020 m. balandžio mėn. buvusi 0,3 proc., gegužę sumažėjo iki 0,2 proc. Tai yra žemiausias metinis infliacijos lygis nuo 2016 m. rugpjūčio mėn., nes šalis taikė ribojančias priemones dėl koronaviruso iki gegužės 11 dienos, kai pamažu pradėjo mažinti apribojimus. Energijos (–11 proc., palyginti su –8,6 proc. balandžio mėn.) ir pagamintų prekių (–0,7 proc., palyginti su –0,5 proc.) savikaina krito greičiau, o maisto kainos sumažėjo (3,1 proc., palyginti su 3,7 proc.). Kita vertus, tabako (13,9 proc., palyginti su 13,7 proc.) ir paslaugų (1 proc., palyginti su 0,6 proc.) kainos kilo labai sparčiai. Vartotojų kainos buvo vienodos. Matoma, kad suderintas indeksas padidėjo 0,2 procento per metus, tačiau per mėnesį liko nepakitęs.




**3 pav. Prancūzijos metinė infliacija 2015–2020 metais, proc.** (Trading economics, 2020)

Buvo manoma, kad metinė infliacija Vokietijoje (žr. 4 pav.) nuo 0,9 proc. 2020 m. balandžio mėn. sulėtės iki 0,6 proc. gegužę, ir tai atitiko rinkos lūkesčius.

Tai žemiausias infliacijos lygis nuo 2016 m. rugsėjo mėn. dėl 8,5 proc. sumažėjusių energijos sąnaudų (–5,8 proc. balandžio mėn.). Maisto infliacija sulėtėjo (4,5 proc., palyginti su 4,8 proc.), o paslaugų (1,3 proc.) ir nuomos (1,4 proc.) infliacija buvo lygi. Per mėnesį vartojimo kainos sumažėjo 0,1 procento. Matoma, kad suderintas indeksas per metus padidėjo 0,5 procento, o per mėnesį liko nepakitęs.



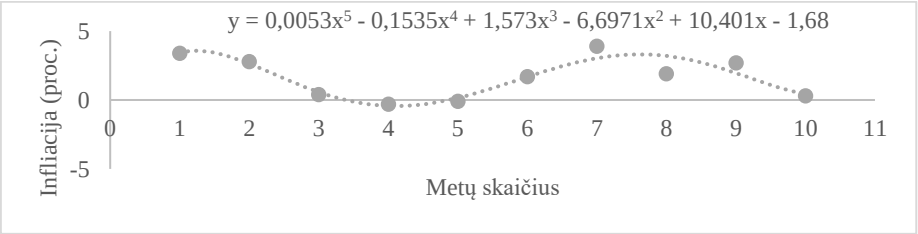

**4 pav. Vokietijos metinė infliacija nuo 2015 iki 2020 metų, proc.** (Trading economics, 2020)

Palyginus tiriamas tris ES šalis, Lietuvoje infliacija vis dėlto yra gerokai aukštesnė nei Vokietijoje ar Prancūzijoje. Lietuvos infliacija yra šiek tiek daugiau nei vienas procentas, tuo tarpu Vokietijos ji vos daugiau nei pusė procento, o Prancūzijos nesiekia nė pusės procento. Taip pat Lietuvoje alkoholio, tabako ir maisto kainos kilo sparčiau nei Vokietijoje ar Prancūzijoje. Na, o 2016 metais visose trijose valstybėse infliacijos lygis buvo mažiausias, palyginti su penkerių metų laikotarpiu. Dėl to galima teigti, kad didesnei kainų kaitai COVID-19 laikotarpiu galėjo daryti ir bendra šalies situacija dėl infliacijos ilguoju laikotarpiu.

## Tyrimo pagrindimas

Siekiant suprasti kainų pokyčius COVID-19 sąlygomis Lietuvoje, atlikta matematinė ir statistinė infliacijos tempų analizė. Pagal surinktus duomenis skaičiuojama laiko eilutė, surandama trendo lygtis, įvertinama kito laikotarpio prognozė ir jos patikimumas. Skaičiavimas atliktas pasirinkus 2011–2020 metų laikotarpį. Skaičiuojama prognozė 2021 metams.

Nubrėžus sklaidos diagramą su *Excel* programa, paaiškėjo, kad duomenys pasiskirstę pagal daugianarės lygties dėsnį (žr. 5 pav.). Dėsningumo tinkamumui patikrinti nustatomas $R^2$. Kadangi $R^2 = 0{,}8481$, tai labiausiai tinka daugianarės lygties kreivė. Gauta trendo lygtis: $y = 0{,}0053x^5 - 0{,}1535x^4 + 1{,}573x^3 - 6{,}6971x^2 + 10{,}401x - 1{,}68$. Aproksimacijos koeficientas μ yra 56,5715. Kai μ > 10 proc., tai reiškia, kad prognoze pasitikėti negalima, nes duomenys yra pasiskirstę netolygiai ir labai nestabilūs, ateities prognozuoti negalima, o kainų kaitos tendencijoms analizuoti tikslinga pasitelkti kitus metodus. Dėl to toliau straipsnyje bus pateikiamas tyrimas, atliktas apklausus Lietuvos gyventojus.




**5 pav. Infliacijos trendo lygtis** (sudaryta autorių)

Siekiant suprasti kainų kaitą Lietuvoje, pasirinkta viena dažniausiai gyventojų vartojama prekių grupė – maisto produktai.

**Tyrimo problema** – maisto produktų kainų kilimas Lietuvoje nuo 2020 m. sausio iki balandžio mėn., norint sužinoti, koks Lietuvos gyventojų požiūris į kylančias maisto produktų kainas (Lietuvos bankas, 2020).

**Tyrimo tikslas** – atskleisti Lietuvos gyventojų nuomonę apie kylančias maisto produktų kainas Lietuvoje.

**Tyrimo objektas** – Lietuvos gyventojų nuomonė apie kainų pokyčius.

**Tyrimo metodas** – anketinė apklausa.

**Tyrimo respondentai** – 1 790 082 Lietuvos gyventojai nuo 16 metų iki 65 metų amžiaus (Lietuvos statistikos departamentas, 2020).

**Tyrimo imtis** – 106 (Raosoft, 2020), paklaida – 8 proc., tyrimo patikimumas – 90 proc., visi galimi respondentai – 1 790 082, atsakymų pasiskirstymas – 50 proc.

**Tyrimo instrumentas** – anketa tyrimui svarbi tuo, kad leidžia sužinoti Lietuvos gyventojų nuomonę apie kylančias kainas.

Tyrimo organizavimas. Tyrimas buvo atliekamas 2020 m. gegužės 31–birželio 9 d. Tyrimo anketa buvo paskelbta internetiniame apklausų puslapyje www.apklausa.lt ir viešinama socialiniame tinkle „Facebook“. Buvo prašoma savanoriškai atsakyti į anketos klausimus, tačiau dalis respondentų atsisakė užpildyti anketą. Surinkta 114 užpildytų anketų.

**Tyrimo etika** – buvo laikomasi sąžiningumo principo, duomenys buvo pateikti tik tie, kurie buvo gauti iš respondentų. Anketos duomenys buvo renkami ir analizuojami laikantis anonimiškumo principo.

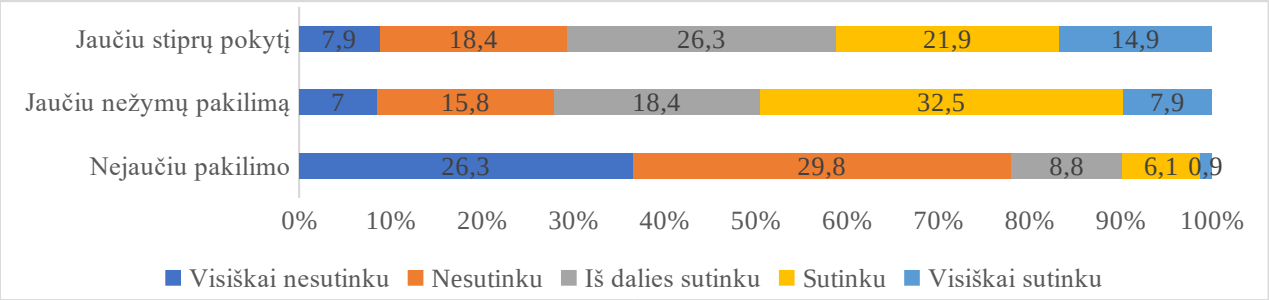
**Tyrimo duomenų analizės metodai** – naudojant SPSS programą buvo apskaičiuoti anketinės apklausos duomenų dažniai, patikimumo koeficientas, aritmetiniai vidurkiai, kryžminės tyrimo klausimų ir atsakymų lentelės.

Tyrimo demografiniai duomenys. Buvo apklausti 16–65 m. amžiaus Lietuvos gyventojai. Iš gautų anketinės apklausos rezultatų matyti, kad anketas užpildė 87 moterys ir tik 27 vyrai. Net 64 iš apklausoje dalyvavusių respondentų priklausė 16–20 m. amžiaus grupei, 26 – 21–40 m. amžiaus grupei, 20 – 41–60 m. amžiaus grupei ir tik 4 – 61 m. amžiaus ir vyresnių grupei.

Tyrimo *Cronbach's Alpha* yra artimas vienetui, t. y. 0,891, o tai rodo, kad tyrimu pasitikėti galima.

## Kainų kaitos pasekmių Lietuvoje tyrimo rezultatai

Apibendrinus respondentų atsakymus (žr. 7 pav.), galima teigti, kad net 36,8 proc. Lietuvos gyventojų jaučia stiprų kainų kilimą, o 40,4 proc. jaučia nežymų kainų pokytį. Tuo tarpu 26,3 proc. nejaučia jokio kainų pokyčio. Tokią respondentų nuomonę galima susieti su dabartine ekonomine situacija Lietuvoje ir su COVID-19. Iš tiesu Lietuvoje prasidėjus COVID-19 pandemijai kainos pakilo dėl didelės prekių paklausos (Verslo žinios, 2020b). Nors 2020 m. gegužės mėnesį prekių ir paslaugų kainos šiek tiek sumažėjo (–0,1 proc., Verslo žinios, 2020b), birželio mėnesį, kai situacija dėl COVID-19 pradėjo gerėti, kainos dvigubai tiek vėl padidėjo (+0,5 proc., Verslo žinios, 2020b). Kadangi tyrimas buvo atliekamas 2020 m. birželio mėn. pradžioje, kainų kaita atsispindi ir respondentų atsakymuose.




**7 pav. Respondentų požiūris į kainų kaitą** (sudaryta autorių)

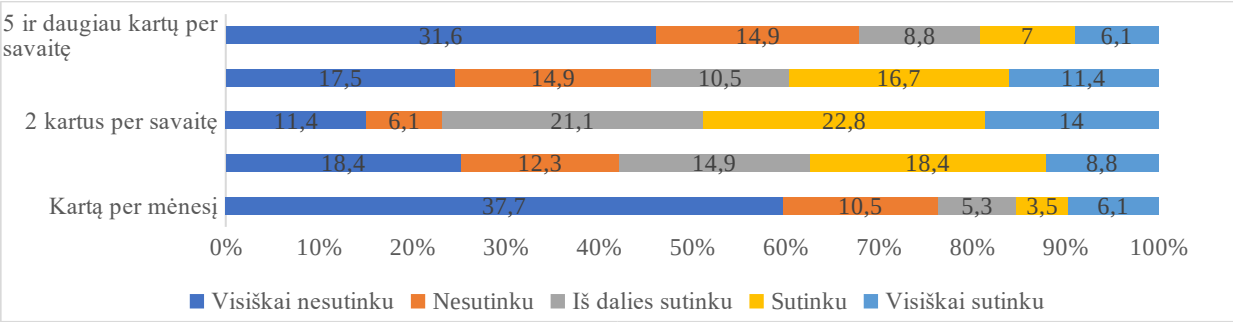
Galima pastebėti, kad daugiausiai apklausoje dalyvavo 16–20 metų amžiaus respondentų, iš kurių net 30 sutinka, jog jaučiamas nežymus kainų pakilimas, o iš 4 vyresnių nei 60 metų amžiaus respondentų tik vienas atsakė, kad jaučia nežymų kainų pokytį (žr. 2 lentelę).

**2 lentelė. Kryžminis tyrimo dalyvių pasiskirstymas pagal amžių ir kainų pakilimo pojūtį** (sudaryta autorių)

| **Koks Jūsų amžius? * Jaučiu nežymų pakilimą** | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Jaučiu nežymų pakilimą | | | | | | Iš viso |
| | | 0 | Visiškai nesutinku | Nesutinku | Iš dalies sutinku | Sutinku | Visiškai sutinku | |
| Koks jūsų amžius? | 16–20 m. | 4 | 3 | 11 | 16 | 24 | 6 | 64 |
| | 21–40 m. | 5 | 2 | 7 | 4 | 7 | 1 | 26 |
| | 41–60 m. | 9 | 3 | 0 | 1 | 6 | 1 | 20 |
| | 61 m. ir daugiau | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 |
| Iš viso | | 21 | 8 | 18 | 21 | 37 | 9 | 114 |

Respondentai dėl karantino ribojimų rečiau pradėjo lankytis parduotuvėse (žr. 8 pav.). Dėl Vyriausybės rekomendacijų žmonės į parduotuves eina 2 (36,8 proc.) ar 3–4 kartus per savaitę (28,1 proc.), o dėl mažesnio pirkėjų skaičiaus kainos parduotuvių lentynose pradėjo kilti, nes sumažėjo darbo užmokestis ir buvo atleista dalis darbuotojų. Galima teigti, kad dėl kainų kilimo respondentai pradeda planuoti savo apsipirkimus ir rečiau lankytis parduotuvėse.

Iš gautų duomenų galima teigti, kad respondentai nesilanko parduotuvėse 5 ir daugiau kartų per savaitę (46,5 proc.).



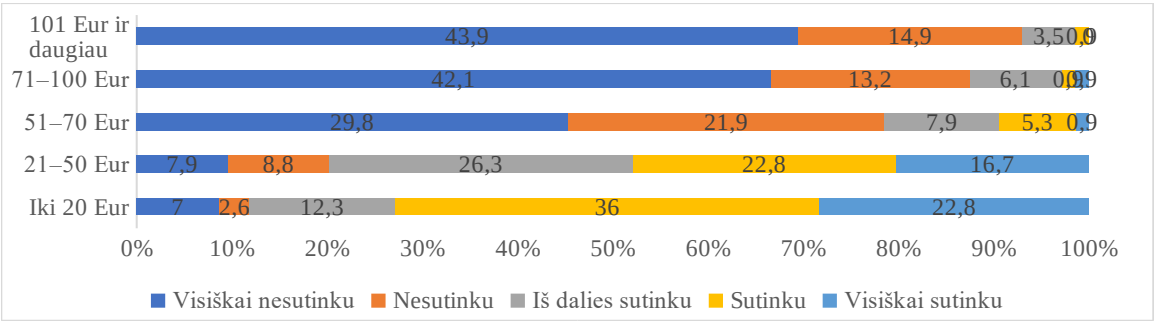

**8 pav. Respondentų apsilankymai parduotuvėje** (sudaryta autorių)

Aktyviausi buvo respondentai nuo 16 iki 40 metų amžiaus. Iš viso į anketos klausimus atsakė 90 16–40 m. amžiaus respondentų. 34 iš jų teigė, kad lankosi parduotuvėse 2 kartus per savaitę. Dėl priklausymo rizikos grupei tik 5 respondentai iš 24 teigė, kad lankosi parduotuvėse 2 kartus per savaitę (žr. 3 lentelę).

**3 lentelė. Kryžminis tyrimo dalyvių pasiskirstymas pagal amžių ir apsilankymą parduotuvėse** (sudaryta autorių)

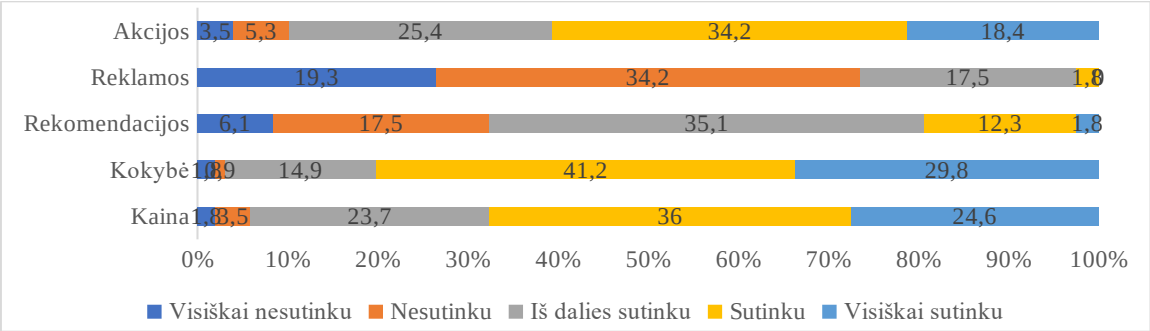
| **Koks jūsų amžius? * 2 kartus per savaitę** | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2 kartus per savaitę | | | | | | Iš viso |
| | | 0 | Visiškai nesutinku | Nesutinku | Iš dalies sutinku | Sutinku | Visiškai sutinku | |
| Koks Jūsų amžius? | 16–20 m. | 10 | 8 | 3 | 18 | 15 | 10 | 64 |
| | 21–40 m. | 7 | 4 | 2 | 4 | 8 | 1 | 26 |
| | 41–60 m. | 9 | 0 | 2 | 2 | 3 | 4 | 20 |
| | 61 m. ir daugiau | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 |
| Iš viso | | 28 | 13 | 7 | 24 | 26 | 16 | 114 |

Šis klausimas (žr. 9 pav.) yra glaudžiai susijęs su antruoju klausimu, nes nuo apsilankymų parduotuvėje skaičiaus priklauso ir parduotuvėje išleisti pinigai. Kainos yra pakilusios, todėl respondentai rečiau lankosi parduotuvėse ir mažiau išleidžia. Iki 20 Eur vieno apsipirkimo metu išleidžia 58,8 proc. respondentų, 21–50 Eur – 39,5 proc. respondentų ir tik 4,4 proc. apklaustųjų atsakė, kad vieno apsipirkimo metu išleidžia daugiau nei 100 Eur. Galima daryti išvadą, kad respondentai dėl pakilusių kainų dairosi pigesnių prekių ir stengiasi išleisti mažiau.




**9 pav. Respondentų išleidžiama suma vieno apsipirkimo metu** (sudaryta autorių)

Renkantis prekes 60,6 proc. respondentų svarbiausia kaina, 71 proc. – kokybė ir 52,6 proc. – akcijos (žr. 10 pav.). 71 proc. apklaustų tyrimo dalyvių atsakė, kad jie neteikia pirmumo reklamose rodomiems produktams, o 58,7 proc. atsakė, kad neskiria didelio susidomėjimo rekomenduotoms prekėms ir produktams.



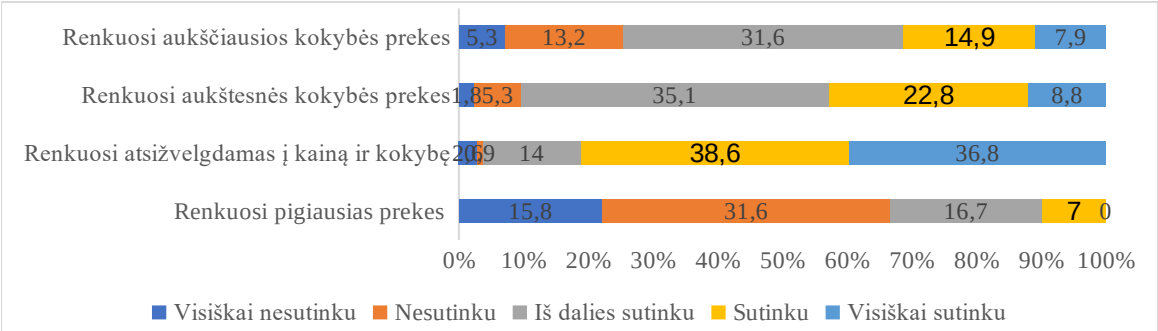

**10 pav. Respondentų prekių pasirenkamumas** (sudaryta autorių)

Remiantis 4 lentelės duomenimis, galima daryti išvadą, kad aktyviau tyrime dalyvavo vyrai, iš kurių net 65 teigė, jog rinkdamiesi produktus atsižvelgia į kainą ir kokybę. Tuo tarpu tyrime dalyvavo tik 27 moterys, iš kurių net 21 teigė atsižvelgianti į kainą ir kokybę.

**4 lentelė. Kryžminis tyrimo dalyvių pasiskirstymas pagal lytį ir kokybės bei kainos santykį** (sudaryta autorių)

| Kokia Jūsų lytis? * Renkuosi atsižvelgdamas į kainą ir kokybę | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Renkuosi atsižvelgdamas į kainą ir kokybę | | | | | | Iš viso |
| | | 0 | Visiškai nesutinku | Nesutinku | Iš dalies sutinku | Sutinku | Visiškai sutinku | |
| Kokia Jūsų lytis? | Moteris | 2 | 0 | 0 | 4 | 11 | 10 | 27 |
| | Vyras | 6 | 3 | 1 | 12 | 33 | 32 | 87 |
| Iš viso | | 8 | 3 | 1 | 16 | 44 | 42 | 114 |

Daugiausia respondentų (žr. 11 pav.) renkasi prekes, atsižvelgdami į kainą ir kokybę (75,4 proc.), aukštesnės (31,6 proc.) ir aukščiausios kokybės prekes (22,8 proc.). Kadangi prioritetas skiriamas ne pačios žemiausios kokybės prekėms, todėl ir tų prekių kaina yra didesnė.




**11 pav. Respondentų prekių kokybės pasirinkimas** (sudaryta autorių)

Apibendrinus tyrimo duomenis, galima teigti, jog didelė dalis respondentų sutinka, kad karantino laikotarpiu kainos išaugo. Dėl šios priežasties žmonės pradėjo planuoti savo apsipirkimus, taupyti pinigus, atsižvelgti į nuolaidas. Taip pat didžiajai daliai respondentų renkantis prekes labai svarbus aspektas buvo kainos ir kokybės santykis. Atlikus aritmetinių vidurkių, kryžminių lentelių, duomenų dažnių ir anketinės apklausos analizes galima teigti, kad respondentai jaučia kainų kilimą, nes COVID-9 laikotarpiu sumažėjo prekių paklausa. Tai reiškia, kad tyrimo dalyviai rečiau lankosi parduotuvėse, nes dalis respondentų priklauso rizikos grupei, o kiti saugo savo sveikatą. Dėl šių priežasčių planuoja savo apsipirkimus. Taip pat mažiau išleidžiama pinigų apsiperkant, kadangi žmonės netenka darbo vietų ar yra išleidžiami į prastovas (Nedarbas, 2020). Vis dėlto apsipirkdami žmonės atsižvelgia į kokybės ir kainos santykį, nes tenka taikytis prie turimų pajamų.

## Išvados ir rekomendacijos

Mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad kainų kaitą parodo infliacijos rodiklis. Per didelis infliacijos lygis gali daryti įtaką tos šalies ekonomikai: šalies raidai ir plėtrai.

Ilgojo laikotarpio infliacijos palyginamoji analizė tarp Lietuvos, ES, Prancūzijos ir Vokietijos atskleidė, kad Lietuvoje infliacija yra didesnė nei išsivysčiusiose ES šalyse, pvz., Vokietijoje ar Prancūzijoje. Be to, mažiau išsivysčiusių šalių

infliacija daro įtaką bendram ES infliacijos rodikliui, kuris yra aukštesnis nei Vokietijos ar Prancūzijos, bet mažesnis nei Lietuvos.

Ilgojo laikotarpio analizė rodo, kad Lietuvoje kainų svyravimai yra ryškesni nei kitose ES šalyse ir tai gali daryti įtaką trumpojo laikotarpio kainų svyravimams. Visgi atlikus matematinę-statistinę analizę pagal sudarytą trendo lygtį paaiškėjo, kad duomenys pasiskirsto netolygiai ir nestabiliai. Dėl to ateities prognozavimas tokiu metodu nėra galimas, o kainų kaitos tendencijoms analizuoti tikslinga pasitelkti kitus metodus.

Atlikus tyrimą apie Lietuvos gyventojų požiūrį į kainų kaitą COVID-19 pandemijos metu, išsiaiškinta, kad Lietuvos žmonės jaučia kainų pakilimą dėl infliacijos. Dėl to planuoja savo apsipirkimus, parduotuvėse lankosi rečiau ir išleidžia mažiau. Mažėjantys apsipirkimai rinkos ekonomikos sąlygomis turėtų skatinti kainų mažėjimą.

## Literatūra


Khan, R. E. A. & Gill, A. R. (2010). Determinants of inflation: a case of Pakistan (1970–2007). *Journal of Economics*, 1(1), 45–51.

Lietuvos bankas (2020). *Lietuvos ekonomikos apžvalga*. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/documents/files/musu-veikla/ekonomikos-analize-prognozes/LEA_2018-06_LT_PRIEDAS1.pdf.

Lietuvos statistikos departamentas (2020). *Gyventojai*. Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/gyventojai1.

Mahyar, H. (2017). The effect of inflation on financial development indicators in Iran (2000–2015). *Studies in Business and Economics*, 12(2), 53-62. http://doi.org/10.1515/sbe-2017-0021.

Nedarbas (2020). *Užimtumas ir nedarbas 2020 m. III ketv.* Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?articleId=8158237.

Raosoft (2020). Prieiga per internetą: http://www.raosoft.com/samplesize.html?nosurvey.

Trading economics (2020). *European Union Infliation rate*. Prieiga per internetą: https://tradingeconomics.com/european-union/inflation-rate.

Trading economics (2020). *France Infliation rate*. Prieiga per internetą: https://tradingeconomics.com/france/inflation-cpi.

Trading economics (2020). *Germany Infliation rate*. Prieiga per internetą: https://tradingeconomics.com/germany/inflation-cpi.

Trading economics (2020). *Lithuania Infliation rate*. Prieiga per internetą: https://tradingeconomics.com/lithuania/inflation-cpi.

Verslo žinios (2020a). *Investuotojo ABC*. Prieiga per internetą: http://zodynas.vz.lt/infliacija.

Verslo žinios (2020b). *Statistika: birželio kainos ūgtelėjo*. Prieiga per internetą: https://www.vz.lt/prekyba/2020/07/09/statistika-birzelikainos-ugtelejo.

# BALTIJOS ŠALIŲ TRANSPORTO SEKTORIAUS VERSLO APLINKOS VERTINIMAS

**Vaiva Bučiūtė, Darja Matvejeva**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
v.buciute@lajm.lt, d.matvejeva@lajm.lt

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos UEVK katedros lektorė Elena Valionienė

**Anotacija**

Verslo aplinkos tyrimai koncentruojasi ties konkrečiais rodiklių rinkiniais, kurių pagrindu galima įvertinti, ar nacionaliniu lygmeniu formuojama transporto politika yra patraukli vietos ir užsienio investuotojams, ar skatina verslo plėtojimą. Jūrų uostas, kaip sudedamoji jūrų transporto dalis, reikšmingas tarptautinės prekybos kontekste, kaip importuojamų ir eksportuojamų krovinių srautų apdorojimo ir paskirstymo dalis, generuojanti šalies ekonomikai pridėtinę vertę. Todėl aktualu analizuoti, kokia verslo aplinka yra formuojama jūrų transporto sektoriuje ir kaip galima būtų padidinti jos patrauklumą, siekiant sukurti didesnę pridėtinę vertę šalies ekonomikai. Tyrimo idėja – panaudojant tarptautinio verslo aplinkos indeksą, palyginti Baltijos šalių jūrų transporto sektorių verslo aplinką ne tik pagal sąlygas verslui plėtoti, tačiau ir pagal tai, kokia verslo subjektų struktūra dominuoja, kaip atspindi ūkio subjektų pasiskirstymą šalyje. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu apibūdinama jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos samprata, analizuojama Baltijos šalių jūrų transporto sektoriaus verslo struktūra segmentiniu, nacionaliniu ir regioniniu lygmenimis tarptautinio verslo aplinkos vertinimo kontekste bei nustatoma jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos sąsaja su jūrų uosto veikla, atsižvelgiant į dominuojančius krovinių tipus, krovinių srautų kryptis, šiais pjūviais palyginant jūrų transporto sektorius Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: verslo aplinka, jūrų uosto aplinka, jūrų transporto sektoriaus aplinka, uosto verslo struktūra.

## Įvadas

Nuolat besikeičiančiame pasaulyje transportas užima vieną iš pagrindinių kasdienio gyvenimo vietų. Tarptautinėje prekyboje uostas neabejotinai vaidina vieną svarbiausių vaidmenų. Uoste susijungia daugelis transporto priemonių: autotransportas, geležinkeliai ir kita. Taip pat uostas laikomas pačiu ekonomiškiausiu, veiksmingiausiu ir saugiausiu prekių gabenimo būdu. Uostą galima vertinti kaip išskirtinį, nes nedaugelis šalių turi uostą ar gerai išvystytą uosto infrastruktūrą. Suprantama, kiekviena šalis siekia vystyti savo uostų veiklą ir gerinti krovinių gabenimo operatyvumą ir saugumą. Dėl tos priežasties galime stebėti didelę konkurenciją tarp rytinės Baltijos jūros pakrantės valstybių, kurių uostai per pastaruosius 10 metų rodo sparčius vystymosi rezultatus: kuriami nauji geležinkelio ir autotransporto keliai iš arba į uostą, statomi nauji uosto terminalai ir įterpiamos naujos technologijos. Pagrindinė uostų veikla – krovinių srautai. Krovinių srautui poveikį daro vidiniai ir išoriniai faktoriai, o nuo faktorių nuolat kinta situacija krovinių rinkoje: vieni išnyksta, o juos pakeičia nauji. Tai reiškia, kad, vykdant uostų plėtrą, būtina atsižvelgti į krovinių srautų pokyčius, kuriuos sukelia pakitimai rinkoje. Kadangi jūrų uostas yra transporto sistemos dalis, sujungianti daug verslo subjektų, veikiančių logistinės grandinės jungiamumo užtikrinimo tikslais, svarbu analizuoti, ar palanki verslo aplinka yra sukuriama jūrų uosto veiklos rėžiuose ir ar palanku kompanijoms plėtoti savo verslą tokiomis sąlygomis, kokios yra sukurtos Lietuvoje. Verslo aplinkos matavimą atlieka Pasaulio bankas ir kasmet skelbia „Doing business“ ataskaitą, kurioje išanalizuoti verslo palankumo rodikliai, o šalys sureitinguotos pagal vietas. Būtent pagal šiuos rodiklius šiame straipsnyje ir bus išanalizuoti ir palyginti Lietuvos valstybinio, Rygos laisvojo ir Talino jungtinio jūrų uostų krovos rezultatai.

**Straipsnio problema:** manoma, kad uostų plėtros veiksniai visiškai priklauso nuo tikslių krovinių srautų prognozių. Tačiau egzistuoja problema, kad senoviniai matematiniai prognozavimo metodai neretai perkelia praeities tendencijas į technologišką dabartį, ir nevisiškai įvertina visus galimus skirtingų veiksnių poveikius krovinių srautams. Šiuo atveju kyla klausimas, kokią įtaką uostų plėtrai daro krovos pokyčiai ir ką parodo Pasaulio banko „Doing business“ tyrimo rodikliai?

**Darbo tikslas:** ištirti Baltijos šalių jūrų transporto sektoriaus verslo aplinką.

**Darbo uždaviniai:**

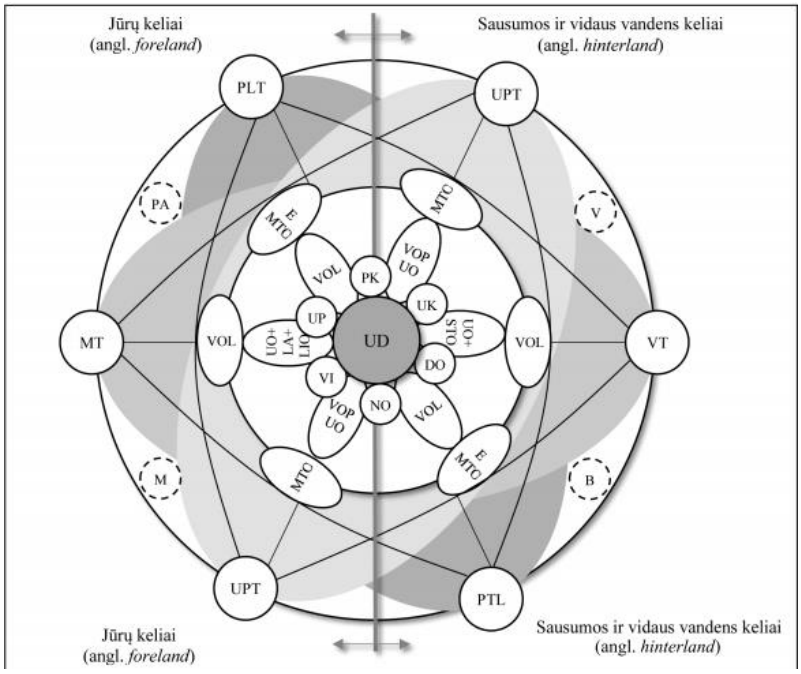
- apibūdinti jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos sampratą;
- analizuoti Baltijos šalių jūrų transporto sektoriaus verslo struktūrą;
- nustatyti jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos sąsają su jūrų uosto veikla.

**Tyrimo hipotezė –** krovos pokyčiai daro didelę įtaką Baltijos uostų sparčiai plėtrai ir vystymuisi, o „Doing business“ tyrimo rodikliai parodo, kurioje iš Baltijos rytinės pakrantės šalių labiausiai verta pradėti kurti verslą.

**Metodai ir imtis:** literatūros šaltinių analizė, statistinė duomenų analizė, vizualizavimas.

## Jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos apibūdinimas

Remdamasis R. Robinson'o (2002) suformuluota į vertę orientuoto valdymo koncepcija pasaulinėje logistinėje tiekimo grandinėje ir P. Verhoeven'o (2010) sisteminio kompleksiškumo nuostatomis, K. Ibrahimi (2017) siūlo jūrų uosto valdymą analizuoti kaip sudėtingos klasterinės sistemos valdymą. Pritaikius pagrindines viešojo valdymo teorines prielaidas ir kompleksiškumo teorijos principus, galima teigti, kad jūrų uosto valdymo funkcijos atitinka P. Verhoeven'o (2010) įvardytą jūrų uosto direkcijos veiklos perspektyvų alternatyvą, kaip aktyvią vadybinę veiklą atliekančią organizaciją, valdymo procesus vykdančią taikant verslininko (angl. *Entrepreneur*) modelį jūrų uosto mikro- ir mezolygmenimis, įsiliejančią į globalią logistinę tiekimo grandinę ir jūrų uosto makroaplinkoje sukuriančią lanksčią jungtį tarp sausumos ir vandens transporto sistemų. Taigi, remiantis R. Robinson'u (2002), akivaizdu, kad konkurencija tarp jūrų uostų, kaip pavienių organizacijų, išnyksta, konkurencijos tyrimams persikėlus į logistinių grandinių konkurencingumo tyrimus, tai paaiškina jūrų transporto sektoriaus patrauklumo sampratą mokslinėje literatūroje.




**1 pav.** Jūrų uosto valdymo kompleksinis modelis (*Ibrahimi, 2017)*

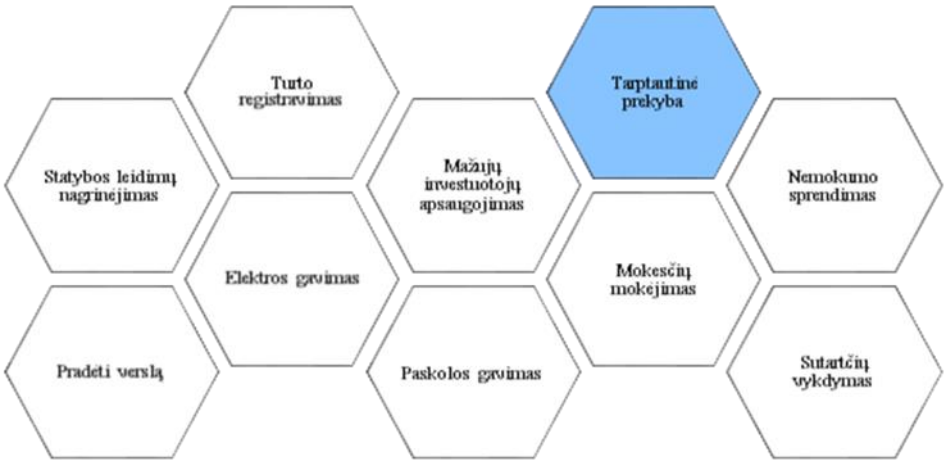
Paaiškinimas: UD – uosto direkcija; UP – uostai partneriai; PK – privačios bendrovės; UK – konkuruojantys uostai; DO – darbo organizacijos; NO – ne pelno siekiančios organizacijos; VI – valdžios institucijos; UO – uosto operatoriai; VOP – į vertę nukreiptos paslaugos; STO – sausumos transporto operatoriai; VOL – į vertę nukreiptos logistikos paslaugos; LA – laivų agentai; LIO – laivybos linijų operatoriai; E – ekspeditoriai; MTO – multimodalinio transporto operatoriai; MTC – muitinės tarpininkai; UPT – užsienio prekybos ir turizmo sąsaja; PLT – pramonės, logistikos ir tiekimo sąsaja; MT – multimodalinio transporto sąsaja; VT – jūrų ir vidaus vandenų transporto sąsaja; PA – plėtros agentūros ir asociacijos; V – lokalus ir globalus valdymas; B – bendruomenės; M – medijos.

Kaip parodyta 1 paveiksle, jūrų uosto direkcija (UD) yra ašinė, tačiau ne pagrindinė visos kompleksinės sistemos dalis. Pirmiausia mikroaplinkos lygmeniu ji turi užtikrinti tiek sausumos, tiek jūrų transporto sektoriuose į vertę orientuotų (VOP) ir logistinių paslaugų (VOL) teikimą, tai lemia jūrų uosto valdymo koncepcijos transformaciją: orientavimąsi į didelį produktyvumą keičia orientavimasis į pridėtinės vertės kūrimą. Jūrų uosto direkcija bendradarbiauja su valdžios institucijomis (VI), darbo organizacijomis, profesinėmis sąjungomis (DO), uostais partneriais (UP) bei konkuruojančiais uostais (UK), be to, ji tiesiogiai susijusi su privataus kapitalo (PK) įmonėmis ir ne pelno siekiančiomis organizacijomis (NO), veikiančiomis toje pačioje sausumos vandens transporto sistemų aplinkoje. Analizuojant jūrų uosto direkcijos veiklą, kuri užtikrina tam tikrą sausumos ir vandens transporto sistemų sąsają, viena iš funkcijų yra sąsajos tarp geografiškai uoste išsidėsčiusių ir veikiančių uosto operatorių (terminalų, įmonių – UO), laivų agentų (LA), laivybos linijų operatorių (LIA) ir užuosčio teritorijoje veiklą vykdančių uosto operatorių (UO) bei sausumos transporto operatorių (STO) nustatymas.

Užtikrinusi veiksmingą uosto operatorių, laivybos bendrovių ir sausumos transporto logistikos paslaugų teikėjų tarpusavio sąveiką, jūrų uosto direkcija tiek jūrų, tiek sausumos transporto sektoriuose gali funkciškai užtikrinti pridėtinę vertę turinčių paslaugų plėtrą ir atvirkščiai – formuodama į pridėtinę logistinę vertę orientuotą valdymo politiką lemia jūros ir sausumos transporto operatorių (VOL) sąveiką jūrų uosto mezoaplinkoje. Galima teigti, kad logistiniam jungiamumui užtikrinti ne mažiau svarbus veiksmingas ekspeditorių ir muitinės tarpininkų jungties su kitais jūrų uosto elementais užtikrinimas (MTC, E), nes šių uosto veikėjų funkcionalumas yra tarsi tiesioginis jūrų ir sausumos transporto jungiamasis elementas.

Globalioje aplinkoje kartu su jūrų uostu veikia multimodalinio transporto operatoriai (MT), pramonės logistikos ir tiekimo rinka (PLT), užsienio prekybos ir turizmo rinka (UPT), vidaus vandenų transporto sistema (VT). Jūrų uosto direkcija, taikydama veiksmingo jūrų uosto valdymo priemones, tampa visų šių rinkų jungiamąja grandimi. Kaip matyti 1 paveiksle, veikdamos globalioje erdvėje minėtų sektorių organizacijos sukuria organizacinius tinklus, kurių kontekste veikia ir plėtros agentūros bei asociacijos (PA), lokalaus ir globalaus valdymo institucijos (V), egzistuoja nuolatinė sąsaja su bendruomenėmis (B), veiklos procesuose taikomos medijos ir kitos skaitmeninės technologijos (M). Taigi jūrų uosto direkcijai visų šių uosto aplinkoje veikiančių elementų tarpusavio sąsajų valdymo požiūriu pasiekus didžiausią jungties rodiklį gali būti pasiektas didžiausias jūrų transporto sektoriaus patrauklumo rodiklis, atskleidžiantis valdymo priemonių taikymo jūrų sektoriuje veiksmingumą.

Šiai verslo aplinkai labai svarbūs rodikliai, kuriuos matuoja Pasaulio bankas.

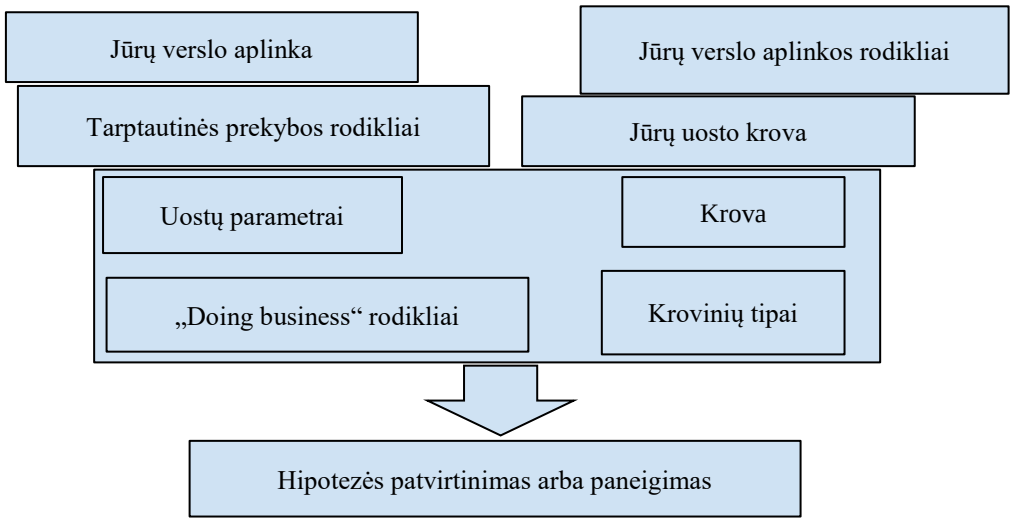



**2 pav.** „Doing business“ rodikliai

Šiame tyrime šalys yra analizuojamos pagal dešimt skirtingų verslo reglamentavimo sričių: verslo pradžios, statybos leidimų gavimo, prisijungimo prie elektros tinklų, nekilnojamojo turto registravimo, kredito gavimo, smulkiųjų investuotojų apsaugos, užsienio prekybos, sutarčių vykdymo ir nemokumo klausimų sprendimo (žr. 2 pav.).

Remiantis jūrų transporto verslo aplinkos apibūdinimu bei verslo rodikliais, kuriuos skaičiuoja Pasaulio bankas, galima taikyti 3 paveiksle parodytą metodiką.

**3 pav.** Trumpa metodika
*Šaltinis: autorių sudaryta 2020 m.*




Siekiant nustatyti, kokia verslo aplinka sukurta jūrų uosto verslo kompanijoms, ar ji palanki, ir kaip verslo bendrovių veiklos rezultatai gali atsispindėti jūrų uosto veikloje, galima taikyti tokią tyrimo metodiką: vienoje dalyje analizuojami verslo aplinkos rodikliai tarptautinės prekybos kontekste, o verslo aplinkos palankumas jūrų uosto kontekste yra analizuojamas pasinaudojant statistiniais veiklos rezultatais (žr. 3 pav.).

Apibendrinant galima teigti, kad jūrų uosto verslo aplinka savo struktūra labai įvairi ir jai reikalingos patrauklios sąlygos, kaip ir kituose sektoriuose veikiantiems verslo subjektams, todėl, vertinant jūrų transporto sektoriaus aplinką, gali būti taikomi tie patys rodikliai (žr. 2 pav.), kurie yra naudojami sudarant palankaus verslo indeksą pasaulio šalyse, rengiamą Pasaulio banko organizacijos.

## Baltijos šalių jūrų transporto sektoriaus verslo struktūros analizė

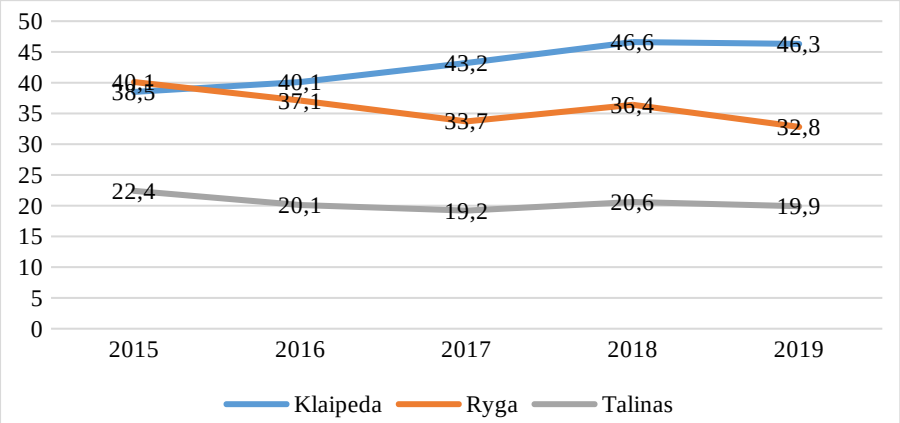
Svarbiausia jūrų transporto funkcija – laiko ir erdvės prasme sujungti gamybos bei vartojimo vietas, gyvenamąsias ir turizmo ar kitų paslaugų traukos zonas (Paulauskas, 2011). Jūrų uostas tampa visų tarptautinių krovinių gabenimo tranzitu jungiamuoju elementu globalioje tiekimo logistinėje grandinėje (Belova, Mickienė, 2012). Šiuolaikinė jūrų uosto samprata jūrų uostą traktuoja kaip transporto mazgą, turintį pastatų ir įrenginių kompleksą, aprūpinantį stovinčius laivus, užtikrinantį greitą ir patogų krovinių ir keleivių perkėlimą iš sausumos transporto rūšių į jūrų transportą arba atvirkščiai – iš jūrų transporto į kitas transporto rūšis, saugojimą, krovinių parengimą ir komplektavimą, esančių uoste laivų aprūpinimą (Paulauskas, 2015). Siekiant mažiausių krovinio gabenimo ir krovos išlaidų, šalia uostų terminalų kuriamos verslo ir pramonės įmonės, papildančios jūrų uosto darbą transporto paslaugų kompleksu, todėl labai svarbu, kad įmonių skaičius ir veiklos sritys būtų pakankamos optimaliam krovinių gabenimui užtikrinti (Belova, Mickienė, 2012). Jūrų transporto verslas yra šalies transporto verslo sektoriaus dalis, todėl sukurtos verslo aplinkos sąlygos lygiavertiškai vienodai veikia visas verslo įmones (Belova, Mickienė, 2012).

Atstovaujant laivo savininkui yra teikiamos agentavimo paslaugos, įskaitant ir bunkeriavimą. Siekiant krovinius apdoroti, teikiamos sandėliavimo paslaugos. Tokiu būdu susikuria visas sektoriaus kompleksas, pagal kurį galima apibūdinti uosto įmonių būklę Baltijos šalyse.

Siekiant nustatyti, kaip sekasi šioms uosto įmonėms, reikia analizuoti jūrų uosto rodiklius.

## Jūrų transporto sektoriaus veiklos rodiklių vertinimas

Nuo senų laikų Lietuva ir dvi jos kaimyninės Baltijos šalys sparčiai plėtė savo uostus ir jų krovą. Dabar galime matyti skirtingus veiksnius, kurie daro įtaką Baltijos šalių uosto krovai. Išanalizavus šiuos veiksnius, bus galima padaryti tam tikras išvadas. Analizuojami 2015–2019 metų duomenys.

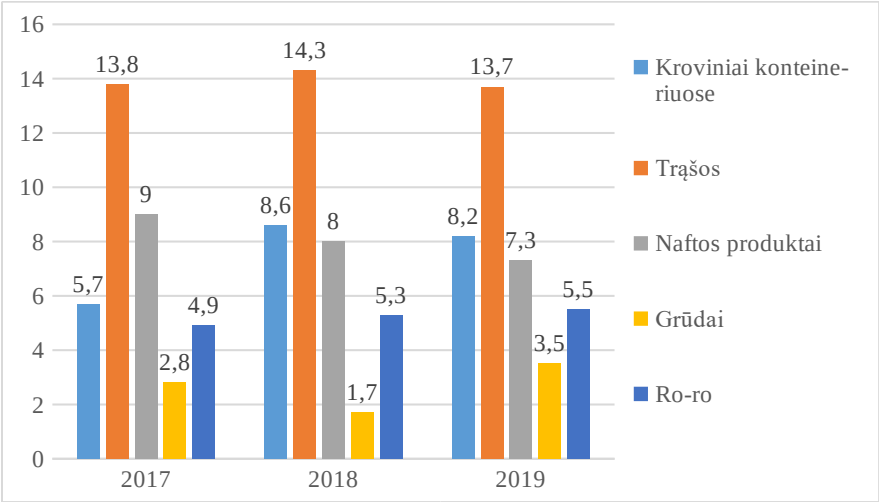



**4 pav.** Krova Baltijos šalių uostuose (tonomis) (*Oficialūs jūrų uostų tinklapiai 2020 m.)*

Visų pirma reikėtų pabrėžti, jog iš visų trijų Baltijos šalių tik Lietuva turi vos vieną valstybinį uostą, įsikūrusį Klaipėdoje, tuo tarpu Latvija ir Estija turi po daugiau uostų.

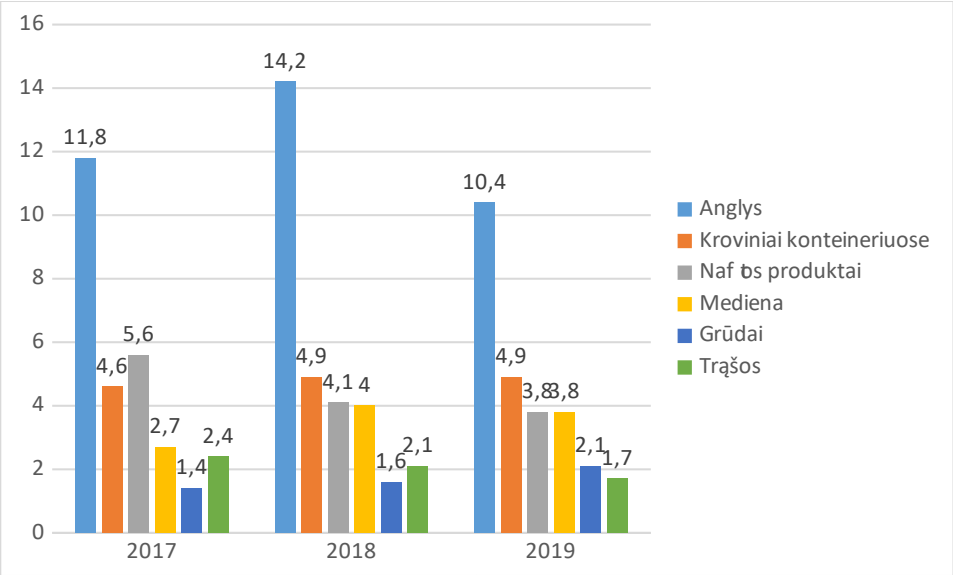
2015–2019 m. laikotarpiu Klaipėdos valstybinio jūrų uosto (toliau – KVJU) krovos pokytis siekė +7,8 t, o tai sudaro viso laikotarpio metu stebėtą 20,26 proc. padidėjimą. Per tą patį laikotarpį kaimyniniuose jūrų uostuose buvo užfiksuotas krovos apimčių sumažėjimas: Rygos laisvojo jūrų uosto (toliau – RLJU) krovos apimtys penkerių metų laikotarpiu sumažėjo 7,3 t, tai sudaro neigiamą 18,2 proc. santykinį pokytį, o Talino jungtinio jūrų uosto (toliau – TJJU) – 2,5 t, tai sudaro 11 proc. sumažėjimą. Tokie rodikliai leidžia teigti, kad KVJU krovos apimtys išlaikė teigiamą dinamiką, palyginti su kaimyniniais jūrų uostais, o tai reiškia, kad KVJU yra patrauklesnis krovinių srautams. Šį apibendrinimą galima pagrįsti ir tuo, kad, 2019 m. duomenimis, KVJU išlaikė 57 proc. didesnes krovos apimtis nei TJJU ir 41 proc. didesnes nei RLJU (žr. 4 pav.).

Klaipėdos uoste populiariausi kroviniai yra trąšos, grūdai, naftos produktai, ro-ro ir konteineriai (žr. 5 pav.).



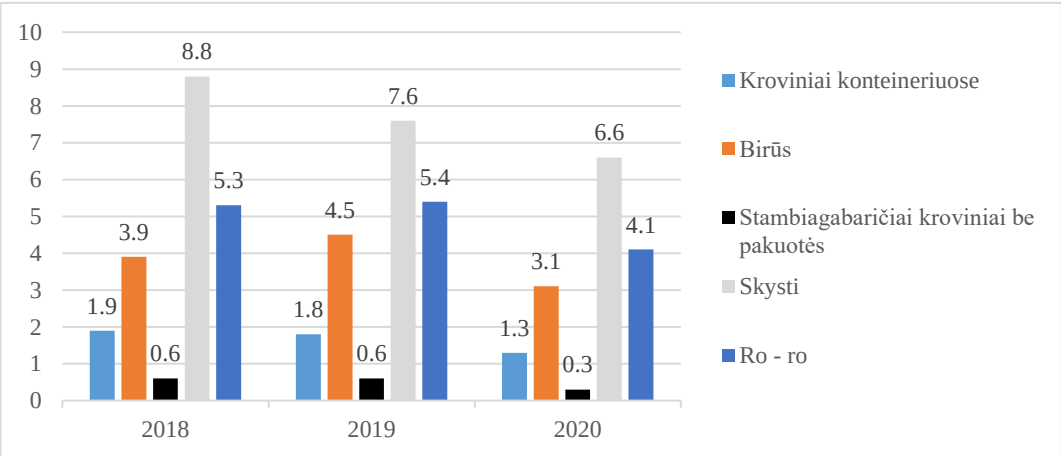

**5 pav.** Klaipėdos uosto krovinių srautai (tonomis) (*Klaipėdos uosto oficialus tinklapis 2020 m.)*

Rygos uoste populiariausias krovinys yra anglys, kurios 2019 metais sudarė 39 proc. visų krovinių, antroje vietoje 2017 metais buvo naftos gaminiai, o 2019 metais – kroviniai konteineriuose (18 %). Taline populiariausi nuo 2018 iki 2020 metų buvo skystieji kroviniai, pastaraisiais metais jie sudarė 43 proc., antroje vietoje yra ro-ro kroviniai, kurių per pastaruosius metus sumažėjo 24 proc. (žr. 6 ir 7 pav.).




**6 pav.** Rygos uosto krovinių srautai (tonomis) *(Rygos uosto oficialus tinklapis 2020 m.)*

Lyginant pagal šalis, Latvijos naftos terminalai antrus metus iš eilės patyrė didžiausią nuosmukį. Pagrindinė sumažėjusios naftos produktų krovos Latvijoje priežastis – sumenkęs tranzitas iš Rusijos.




**7 pav.** Talino uosto krovinių srautai (tonomis) *(Oficialus Talino uosto tinklalapis 2020 m.)*

Didžiausia teritorija yra Rygos uoste, net 6 348 hektarai, Talino uostas užima 787 hektarus, o Klaipėdos uostas mažiausias – tik 557,2 hektarai. Tačiau Klaipėdos krantinės ilgis yra didžiausias ir siekia 24,7 km, Rygos – 18 km, Talino – 14,2 km. Grimzlė didžiausia Taline – 18 m, Rygoje – 16 m, o Klaipėdoje šiek tiek mažiau – 15,5 m (žr. 1 lentelę).

**1lentelė.** Uostų teritorijų išmatavimai

| Parametrai | Klaipėda | Ryga | Talinas |
|---|---|---|---|
| Teritorija (ha) | 557,2 | 6348 | 787 |
| Maksimalus gylis (m) | 15,5 | 16 | 18 |
| Krantinės ilgis (km) | 24,7 | 18 | 14,2 |

*Šaltinis: uosto oficialūs tinklalapiai.*

Tad galime teigti, kad nors pagal teritoriją ir maksimalų gylį Klaipėda yra mažiausias jūrų uostas, krovos rodikliams tai įtakos neturi.

Tad galima teigti, kad nors pagal teritoriją ir maksimalų gylį Klaipėda yra mažiausias jūrų uostas, krovos rodikliams tai įtakos neturi.

## Jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos sąsajų su jūrų uosto veikla nustatymas

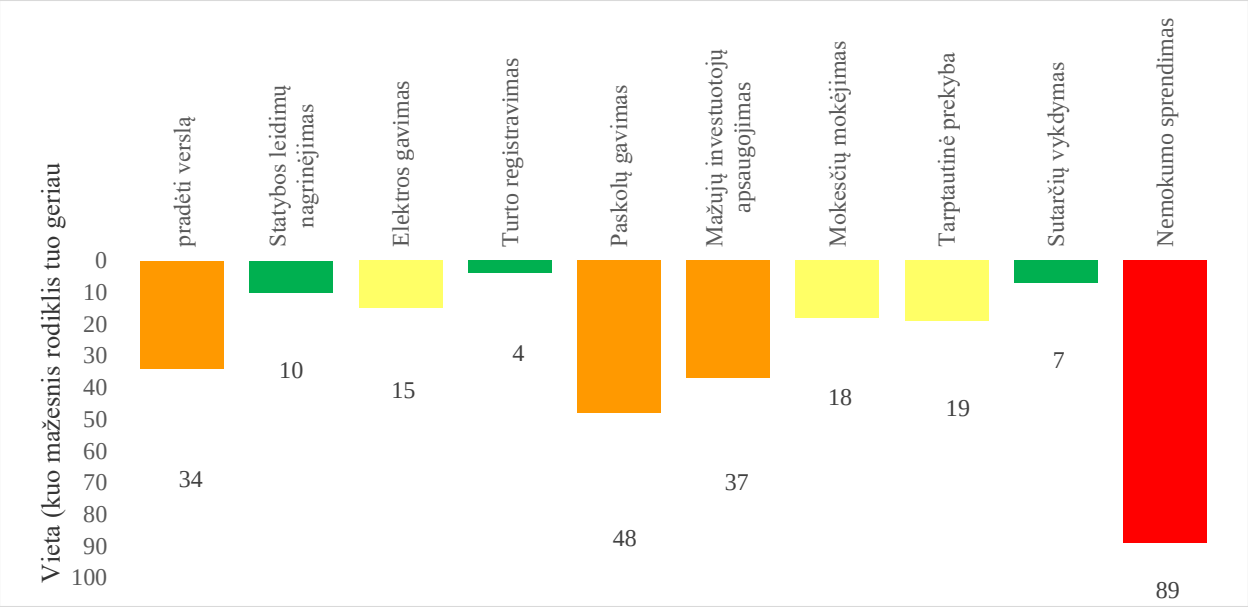
Kiekvienais metais 190 pasaulio šalių yra vertinamos Pasaulio banko tyrime „Doing business“. Šiais metais tyrime „Doing business“ Lietuva šoktelėjo iš 21 į 11 vietą, o tarp Europos Sąjungos valstybių tapo ketvirta, nusileidusi tik tokioms pažangioms šalims, kaip Danija, Jungtinė Karalystė ir Švedija. Šis pasiekimas yra labai svarbus Lietuvai ir Lietuvos gyventojams.

Ekonomikos ir inovacijų ministras Virginijus Sinkevičius „Verslo žiniose“ teigė, jog nuo 2021 metų įsigalios naujas Juridinių asmenų nemokumo įstatymas, kuris žymiai pagerins šalies padėtį. Taip pat Lietuvai buvo numatytas tikslas patekti į 15 vietą, tačiau Lietuva drąsiai gali pretenduoti į pasaulio reitingo dešimtuką.

Šiais metais Lietuva pasižymėjo padariusi pažangą elektros tinklų srityje. Nuo šiol sumažėjo veiksmų ir sąnaudų skaičius, jungiantis prie elektros tinklų. Dėl to sutrumpėjo prisijungimo prie elektros tinklų terminas. Pagal šį punktą Lietuva reitinge šoktelėjo iš 26 vietos į 15-ą.

Pasaulio bankas patikrino ir įvertino smulkiųjų investuotojų saugumo sritį. Lietuva nustatė kelis reikalavimus ir pakilo viena pozicija aukštyn į 37 vietą.

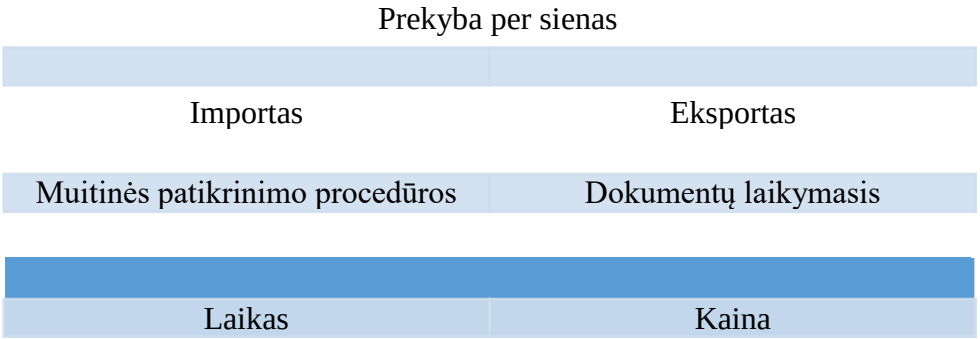
Jau kelintus metus iš eilės Pasaulio bankas įvertina Lietuvą kaip geriausią turto registravimo srityje ( 4 vieta), taip pat Lietuva užima 7 poziciją sutarčių vykdymo srityje ir 10 vietą pagal statybų leidimų gavimo kiekį (žr. 8 pav.).




**8 pav.** Lietuvos pozicija tyrime (skirtingose srityse) *(sudaryta autorių pagal „Doing business“ tyrimo duomenis)*

Pagrindinis Lietuvos eksporto partneris yra Rusija, o Latvijos ir Estijos – Švedija. Visos 3 Baltijos šalys prekes daugiausiai importuoja iš Vokietijos.

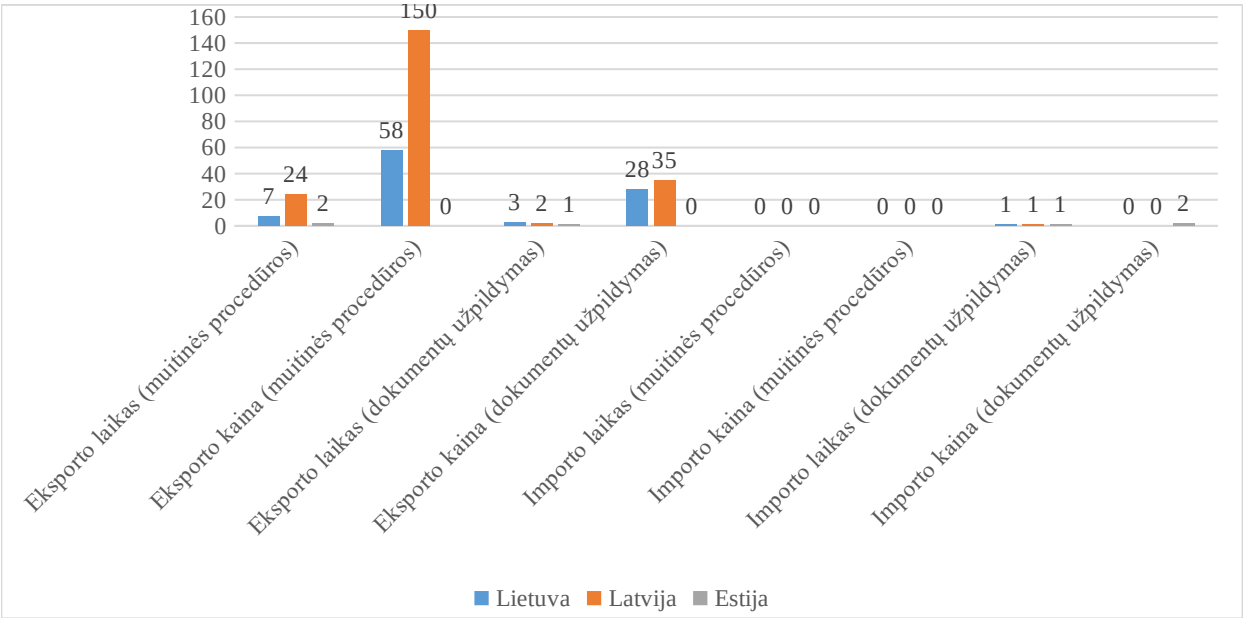
2011 metais Lietuva ir Latvija sutrumpino importo laiką (laikydamosi ES įstatymų), įdiegusios elektronines muitinių deklaracijų pateikimo sistemas. 2014 metais Latvija palengvino prekybą su kitomis šalimis, sumažinusi importui reikalingų dokumentų skaičių. 2019 metais Lietuva palengvino eksportą, patobulinusi savo automatizuotą muitinės duomenų valdymo sistemą.




**9 pav.** Prekybos per sienas metodai *(„Doing business“)*

Prekybos per sienas metodą sudaro importo ir eksporto muitinės patikrinimo procedūrų ir dokumentų laikymosi laikas ir kaina (žr. 9 pav.).

Pagal 2020 metų statistinius duomenis, Estijos muitinės procedūros ir dokumentų tvarkymas yra greičiausias ir pigiausias. Lietuva užima antrą vietą tarp Baltijos šalių tarptautinėje prekyboje. Ji užtrunka 17 val. mažiau eksporto muitinės procedūrose ir 92 doleriais pigiau nei Latvija. Taip pat Lietuva greičiau ir pigiau negu Latvija pildo ir eksporto dokumentus (žr. 10 pav.).




**10 pav.** Tarptautinės prekybos statistiniai duomenys 2020 m. *(„Doing business“)*

Apibendrinant galima teigti, kad pagal tarptautinio verslo aplinkos indeksą „Doing Business“, palyginti su kitomis Baltijos šalimis, geriausios sąlygos plėtoti verslą yra Lietuvoje, tačiau tarptautinė prekyba geriausiai išvystyta Estijoje.

## Išvados

1. Apibūdinus jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkos sampratą, buvo nustatyta, kad verslo aplinka nėra itin specifinė ir atitinka nacionalinę verslo struktūrą, todėl galima efektyviai apibūdinti uosto įmonių būklę Baltijos šalyse.
2. Išanalizavus Baltijos šalių jūrų transporto sektoriaus verslo struktūrą, galima teigti, jog didžiausia krova 2017–2019 metų laikotarpiu buvo Klaipėdos jūrų valstybiniame uoste, o dominuojantis krovinių tipas Klaipėdos valstybiniame jūrų uoste buvo trąšos, Rygos laisvajame jūrų uoste – anglys, Talino jungtiniame jūrų uoste – skystieji kroviniai.

3. Išanalizavus jūrų transporto sektoriaus verslo aplinką ir jūrų uosto veiklą, galima teigti, jog pagal tarptautinio verslo aplinkos indeksą „Doing Business“, palyginti su kitomis Baltijos šalimis, geriausios sąlygos plėtoti verslą yra Lietuvoje.

**Literatūra**


Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerija (2019). Lietuva „Doing Business 2020“ pasiekė aukščiausią vietą istorijoje. Prieiga per internetą: https://lietuva.lt/naujienos/lietuva-doing-business-2020-pasieke-auksciausia-vieta-istorijoje/.

World bank grup (2020). *Economy profile Lithuania Doing Business 2020*, 4–60 psl. Prieiga per internetą: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/l/lithuania/LTU.pdf.

World bank group (2020). *Economy profile Latvia Doing Business 2020*, 5–59 psl. Prieiga per internetą: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/l/latvia/LVA.pdf.

World bank group (2020). *Economy profile Estonia Doing Business 2020*, 3–55 psl. Prieiga per internetą: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/e/estonia/EST.pdf.

Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcija (2020). Klaipėdos uostas. Prieiga per internetą: https://www.portofklaipeda.lt/.

Direction of Free port of Ryga (2020). Free port of Ryga. Prieiga per internetą: https://rop.lv/en.

Direction of port of Tallinn (2020). Port of Tallinn. Prieiga per internetą: https://www.ts.ee/en/.

The World Bank group (2020). Doing business. Prieiga per internetą: https://www.doingbusiness.org/.

Lukauskas V. (2004). *Krovinių srautų įtaka uostų plėtrai*: *Daktaro disertacija.* Vilnius: VGTU.

Valionienė E., Belova J., Belakova O., Mickienė R., Varnienė M., Kutka G., (2019). Jūrų uosto terminalų veiklos valdymas. Klaipėda. KU leidykla.

# ŽMOGAUS INTELEKTO SEGMENTŲ REIKŠMĖ DARBO KONTEKSTE IR JŲ UGDYMO PASIRINKIMAS

**Agnė Budrikaitė**
*Lietuvos verslo kolegija, Technologijų katedra*
*agne.budrikaite.edu@ltvk.lt*

Konsultavo Lietuvos verslo kolegijos doc. dr. Simona Grigaliūnienė

**Anotacija**

Išryškėja tendencija, kad įmonės skiria daugiau dėmesio ir lėšų darbuotojų kvalifikacijos kėlimui, mokymų organizavimui bei kitiems dalykams, kurie leidžia geriau paruošti darbuotoją jo pareigų atlikimui. Būtent dėl šios priežasties pasaulyje vis aktualesnė tema tampa žmogaus intelekto koncepcijos suvokimas ir jo reikšmė, kaip potencialūs resursai, siekiant organizacijos tikslų. Todėl šiame straipsnyje formuluojama hipotezė, kad jeigu asmuo dirba atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, jis turės didesnį poreikį jo ugdymui, nei kitoms intelekto dalims. Tyrimo tikslas yra išanalizuoti intelekto segmentų tobulinimo pasirinkimą, siejant su profesine veikla. Tikslams pasiekti formuota anketinė apklausa, atlikta lyginamoji analizė ir pateiktas apibendrinimas. Atliekant tyrimą gauti rezultatai parodė, kad sutapus intelekto segmentui profesinėje veikloje ir asmeninio pasirinkimo atveju, esant atitinkamam trečiam kintamajam, hipotezė pasitvirtino, tai reiškia, kad asmuo, dirbdamas atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, turi didesnį poreikį jo ugdymui. Bendroje imtyje neišskiriant trečiojo kintamojo, hipotezė buvo paneigta. Šio tyrimo metu buvo įrodyta, kad didelę reikšmę turi respondento tautybė. Nemažiau svarbus aspektas, į kurį atkreiptas dėmesys, yra profesinėje veikloje dominuojantis intelektas. Atlikus šį tyrimą, galima daryti prielaidą, kad profesijų, kuriose dominuoja atitinkamas intelekto segmentas, atstovai bus labiau linkę rinktis ugdyti tokį patį intelekto segmentą, nei susijusį su kitomis profesinėmis sritimis.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: intelektas, ugdymas, segmentai, profesinė veikla.

## Įvadas

Kiekviena organizacija, didelė ar maža, naudoja daugybę kapitalo, kad galėtų funkcionuoti ir vykdyti veiklą. Kapitalas apima pinigus, vertybes ar prekes, naudojamas verslo pajamoms generuoti. Pavyzdžiui, mažmeninės prekybos parduotuvė naudoja registrus ir inventorių, o konsultacinė firma gali turėti patentuotą programinę įrangą ar pastatus. Nesvarbu, kokia pramonės šaka užsiima organizacija, visos įmonės turi turėti vieną bendrą resursą – žmogiškuosius išteklius, kad kapitalas būtų įdarbintas generuojant pajamas. Norint iš turimų žmogiškųjų išteklių, tai yra darbuotojų žinių ir gebėjimų, patirti maksimalią naudą, reikia turėti tinkamas strategijas, planus ir perspektyvą jo tobulėjime. Čia atsiranda žmogiškųjų išteklių valdymo (ŽIV) koncepcija. ŽIV – tai žmonių įdarbinimas, mokymas, motyvavimas, su jais susijusių politikos krypčių rengimas ir tolimesnių strategijų išlaikymas (Libraries publishing edition [UM], 2016). Žmogiškieji ištekliai plačiąja prasme – šalies gyventojai, siaurąja prasme – darbo jėga. Tai taip pat įvardijama kaip gamybos veiksnys, kurio kiekis ir kokybė didėja dėl švietimo ir sveikatos paslaugų vartojimo (Vainienė, 2005). Vis labiau akcentuojama bei suvokiama įmonės darbuotojų svarba skatina domėtis darbuotojų, kaip itin konkurencingos organizacijos dalies, daroma įtaka organizacijos veiklai ir pasiekimams.

**Straipsnio problema:** Išryškėja tendencija, kad įmonės skiria daugiau dėmesio ir lėšų darbuotojų kvalifikacijos kėlimui, mokymų organizavimui ir kitiems dalykams, kurie leidžia geriau paruošti darbuotoją jo pareigų atlikimui. Būtent dėl šios priežasties pasaulyje vis aktualesnė tema tampa žmogaus intelekto koncepcijos suvokimas ir jo reikšmė, kaip potencialus resursas, siekiant organizacijos tikslų. Nobelio premijos laureatas S. Lewia (1922) teigia, kad jei įmonė neišugdo žmogiškojo potencialo, lenktynės dėl naujų technologijų, produktų ar paslaugų išleidimo yra lenktynės iki dugno. Net ir apsuptas technologijų, beribis yra žmogaus potencialas; žmonės skatina bet kurios įmonės siekį ne tik išlikti aktualiu, bet ir pripažinti inovatyviu.

**Darbo tikslas:** išanalizuoti intelekto segmentų tobulinimo pasirinkimą siejant su profesine veikla.

**Darbo uždaviniai:**

- atlikti išsamią literatūros apžvalgą, susijusią su intelekto segmentų teorinę analize;
- remiantis teorine analize, sudaryti tyrimo metodiką;
- nustatyti respondentų nuomonę apie žmogaus intelekto reikšmę darbui ir galimus ugdymo būdus;
- pateikti tyrimo rezultatus ir rekomendacijas toliau plėtojant šią temą.

**Tyrimo hipotezė** – jeigu asmuo dirba atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, jis turės didesnį poreikį jo ugdymui, nei kitoms intelekto dalims.

**Tyrimo objektas** – asmens intelekto segmentai.

**Metodai ir imtis:** mokslinės literatūros analizė ir apibendrinimas, anketinė apklausa, duomenų susisteminimas ir apibendrinimas.

## Intelektas ir pagrindinių jo teorijų koncepcija

Jau labai seniai pastebėti žmonių tarpusavio skirtumai ne tik fizinių savybių, bet ir įpročių, sugebėjimų, charakterio aspektais. Kasdieniai stebėjimai rodo jų skirtumus įvairių problemų sprendimo greičiu ir kokybe. Tokių sprendimų veiksmingumui įvertinti dažnai vartojamas terminas – intelektas. Tai gebėjimas išmokti, suprasti ir logiškai mąstyti bei turimą kompetenciją taikyti praktinėje veikloje. Protingesniais laikome tuos individus, kurie užduotis ir problemas sprendžia greičiau, geriau ir efektyviau, palyginti su kitais. Taip pat yra stebima, kad intelektinių galimybių atžvilgiu

žmonės tarpusavyje labai skiriasi nuo protinio atsilikimo iki itin aukšto intelekto. Šio skirtumo priežastys, intelekto, kaip reiškinio suvokimas ir jo ugdymas, žmoniją domina nuo senųjų amžių, tebedomina ligi šiol.

Dvifaktorinis intelektas (*The 'two factor' theory of intelligence*). Čarlzas Spearmanas sukūrė pirmąją dviejų veiksnių psichometrinę intelekto teoriją, kuri 1904 metais buvo publikuota Amerikos psichologijos žurnale. Jo darbas faktorių analizėje paskatino statistinių metodų taikymą, tiriant žmogaus intelektą. Pasirenkant testų rezultatų ir akademinių laipsnių koreliacijos matricą, Spearmanas pastebėjo, kad jie gali būti išdėstyti ir analizuojami specialiu būdu „hierarchiškai", siekiant parodyti, kad visi kintamieji, vertinantys tik vieną „veiksnį", yra bendri, bet skirtingų laipsnių. Iš šio atradimo Spearmanas sukūrė tai, ką jis vadino „dviejų faktorių" intelekto teorija (žr. 1 lentelę), pagal kurią kiekvieno bandymo eiga laikoma matuojančiu vieną „bendrą" veiksnį, pridedant „specifinį" faktorių, kuris yra unikalus tame bandyme (Williams, Zimmerman, Zumbo ir Ross, 2003).

Fluidinis ir kristalizuotas intelektas (*The Theory of Fluid and Crystallized Intelligence*). Ši teorija pirmą kartą buvo suformuluota pagal Raymondą Cattellą 1943 metais. Ši teorija įrodo esminę prielaidą, kad intelektas (o būtent žmogaus pažinimo gebėjimai) nėra vientisas konstruktas, bet apima visą bent dviejų klasių sugebėjimų koordinavimą: fluidinių (Gf), kurie reiškia gebėjimą suprasti santykius tarp abstrakčios problemos komponentų ir naudoti tokius santykius, kad išspręstų problemą ir kristalizuotų (Gc), o tai reiškia žinias, sukauptas per patirtį (Ghisletta ir Lecerf, 2018).

**1 lentelė.** Pagrindinės intelekto teorijos

| **Intelekto teorija** | **Intelekto skirstymas** |
|---|---|
| Dvifaktorinis intelektas *(The 'two factor' theory of intelligence)* | Bendrasis faktorius (G) – įgimtos protinės rūšys.<br>Specifinis faktorius (S) – specialieji intelekto gebėjimai, reikalingi tam tikroms užduotims atlikti. |
| Fluidinis ir kristalizuotas intelektas *(The Theory of Fluid and Crystallized Intelligence)* | G (bendras intelektas):<br>Gf (fluidinis) – įgimta kūrybinė jėga, susijusi su neurofiziologinių procesų savybėmis; sąlygojamas genetiškai.<br>Gc (kristalizuotas) – išmoktas intelektas, įgytoms žinioms ir interiorizuotoms operacijoms dedantis ant fluidinio intelekto; auga iki senatvės. |
| Pirminiai protiniai gebėjimai *(The Theory of Primary Mental Abilities)* | Septynios pirminių protinių gebėjimų grupės: kalbos sklandumas, kalbos suvokimas, erdviniai gebėjimai, suvokimo sparta, skaitmeniniais gebėjimai, indukcinis mąstymas ir atmintis. |
| Daugialypis intelektas *(The Theory of Multiple Intelligences)* | Aštuoni intelektai: lingvistinis, loginis-matematinis, erdvinis, muzikinis, kūno-kinestetinis, natūralistinis, tarpasmeninis ir vidinis. |
| Triarchinis intelektas *(Triarchic Theory of Intelligence)* | Analitinis intelektas<br>Kūrybinis intelektas<br>Praktinis intelektas |

Pirminiai protiniai gebėjimai (*The Theory of Primary Mental Abilities*). L. L. Thurstonas buvo pradininkas srityje, apimančioje psichometriją ir protinius žmogaus gebėjimus. Reikšmingiausias Thurstono įnašas buvo, atliekant daugelio veiksnių analizę ir bandant suprasti pagrindinius žmogaus gebėjimus. Jis išplėtojo psichologijos mokslą ir praktiką, sukūręs priemones psichologijai pereiti į kiekybinį, racionalų mokslą (Zeigler-Hill ir Shackelford, 2017). Užuot interpretavęs intelektą kaip vieneto visumą, jis išskyrė septynias pirminių protinių gebėjimų grupes (žr. 1 lentelę).

Daugialypis intelektas (*The Theory of Multiple Intelligences*). Psichologo Howardo Gardnerio aštuntojo dešimtmečio pabaigoje ir devintojo dešimtmečio pradžioje sukurta kelių intelektų teorija rodo, kad žmonės turi aštuonis ar daugiau palyginti savarankiškus protus. Asmenys remiasi šiais intelektais individualiai ir bendradarbiaudami, kurdami produktus ir spręsdami problemas, susijusias su visuomene, kurioje jie gyvena (Sternberg ir Kaufman, 2011). 1 lentelėje pateikiami aštuoni Gardnerio identifikuojami intelektai.

## Pagrindinių intelekto segmentų reikšmė darbo kontekste

Darbuotojų įtraukimas (*employee engagement*) – emocinis ryšys, kurį darbuotojas jaučia savo darbo organizacijai ir kuris linkęs paveikti jo elgesį ir pastangų lygį su darbu susijusiose veiklos srityse (WebFinance Inc. [BD], 2018). Tyrimai rodo, kad kuo labiau darbuotojas įsitraukęs į darbinę veiklą, tuo daugiau organizacija pasiryžusi investuoti į jį. Šioje koncepcijoje plačiausiai analizuojamos emocinio, mentalinio, fizinio ir dvasinio intelekto reikšmės ir įtaka darbinėje veikloje. Šiomis dienomis ypač Jungtinėje Karalystėje yra aktualūs abipusiai kursai, tiek darbdaviui, tiek darbuotojams, ugdantys gebėjimus kuo produktyviau išnaudoti žmogiškąjį intelekto potencialą kaip resursą siekiant organizacijos ir asmeninių (profesinių) tikslų.

Emocinio intelekto koncepcija sulaukė daug dėmesio ne tik psichologijoje, bet ir organizacinio elgesio, žmogiškųjų išteklių ir vadybos mokslo srityse. Pasak Deivido Ryboko (1997), dėmesys, skiriamas emocinio intelekto lavinimui darbo aplinkoje, padeda geriau suprasti darbo etiką, lyderystę, jo įtaka verslui ir asmeninę naudą. 2 lentelėje pateikiamos emocinio intelekto sritys ir kompetencijos.

EQ – tai žodžių junginio *emotional quality* sutrumpinimas, išvertus reiškiantis emocinį intelektą. Daugelyje gyvenimo sričių jausmų raiškos kultūra vertinama labiau už intelektą. Ji lemia mūsų savijautą, santykius šeimoje, bendravimo ir bendradarbiavimo su kitais žmonėmis, taip pat profesinės veiklos sėkmę, sugebėjimą kritiškai save vertinti (Seher, 2001). Tai poelgių, gebėjimų (kompetencijų), tikėjimų ir vertybių, leidžiančių asmeniui sėkmingai realizuoti savo misiją ir viziją, turint šio pasirinkimo sąlygas, visuma. Toliau galimas toks skirstymas (Merlevede, Bridouxs ir Vandamme, 2009):

a) vidinis asmeninis intelektas: nulemia nuotaikas, jausmus ir kitas protines būkles bei jų poveikį asmens elgesiui, padeda šias būkles keisti arba kontroliuoti, motyvuotis ir kt.

b) tarpasmeninis ar socialinis intelektas: atpažįsta kitų įmonių emocijas ir naudojasi šia informacija kaip elgesio vadovu kurdamas ir išlaikydamas santykius.

**2 lentelė.** Emocinės intelekto sritys ir kompetencijos

| **Vidinis asmeninis intelektas** | | | **Tarpasmeninis intelektas** | |
|---|---|---|---|---|
| **Sąmoningumas** | **Savęs valdymas** | **Savęs motyvavimas** | **Socialinis sąmoningumas** | **Socialiniai įgūdžiai, tarpusavio santykių vadyba** |
| Emocinė savimonė; savo emocijų, stipriųjų ir silpnųjų savybių, poreikių bei stimulų pažinimas; emocinis brandumas; emocinis stabilumas; atsparumas stresui. | Savikontrolė; savo kompetencijų vadyba; adekvatus savęs vertinimas, atsakomybė; pasitikėjimas savimi; proaktyvumas ir rizika; smalsumas; optimizmas; lankstumas. | Tikslo siekimas; savirealizacija. | Empatija; pagalba, pasitarnavimas kitiems; pagarba; tolerancija; politinis sąmoningumas. | Pokyčių katalizatorius; lyderystė; įtaka; inspiracija siekti vizijos; vizijos sėkmė ir plėtra; komandinis darbas; kooperacija; sugebėjimas motyvuoti kitus; komunikacija; komandų būrimas; konfliktų valdymas; kitų žmonių ugdymas. |

Fizinis intelektas (PQ – *physical quality*) – sistema, kuri emocinę energiją paverčia fizine energija ir moko žmones treniruoti ir pasitikėti kūno inteligencija (Isaacs, 2003). Jūsų kūnas reaguoja bet kurioje situacijoje, bei lemia jūsų sugebėjimą aiškiai mąstyti ir sugebėti valdyti savo emocijas. Kai jūs suprantate, kaip jūsų kūnas reaguoja ir kaip jį valdyti, galite susidoroti su stresu ir įtampa. Tyrimai rodo, kad fiziškai aktyvūs, savo kūną pažįstantys ir juo besirūpinantys žmonės dirba efektyviau, jie lengviau susikaupia, daugiau įsimena. Žmonėms, pasižymintiems aukštu fiziniu intelektu, paprasčiau spręsti psichologines problemas, jie yra kūrybiškesni ir atsparesni stresinėms situacijoms. Investuojantys į savo fizinę gerovę žmonės geba į sudėtingas situacijas reaguoti objektyviai ir operatyviai rasti joms tinkamus sprendimus (Kavaliauskas, 2018). Todėl manoma, kad labai svarbu tobulinti ir įvertinti asmens fizinio intelekto būseną. Nuo jo priklauso mūsų neverbalinės komunikacijos raiška ir siunčiamos žinutės tikslumas. Šiuo metu Fizinio intelekto koncepcija darosi vis aktualesnė ir svarbesnė potencialaus darbuotojo atrankoje.

Mentalinis intelektas angliškai *mental quality*, įprastai žinomas kaip IQ, yra apibrėžiamas kaip sugebėjimas spręsti naujai susidariusias ir sudėtingas situacijas vadovaujantis patirtimi, teisingu sąsajų nustatymu ir gebėjimu prisitaikyti. Taip pat šis intelekto segmentas nurodo asmens tinkamumą atitinkamoms darbo vietoms. Darbuotojai, turintys aukštą IQ rodiklį, paprastai investuoja daugiau energijos į darbą. Jie nuolat ieško geresnių būdų, kaip atlikti savo užduotis, bei yra motyvuoti ir savarankiški. Jie yra atsidavę savo darbui ne tik jo metu, bet ir linkę investuoti savo laiką po darbo valandų, siekdami aukščiausių rezultatų. Tai vertina kaip teigiamą galimybę savo kompetencijai išnaudoti, jaučiasi įvertinti ir prisidedantis prie kompanijos gerovės (Nagarjuna ir Pradesh, 2017). 3 lentelė pateikta logikos ir pažinimo gebėjimų skirstymas pagal Jordan B. Petrsoną (2017).

**3 lentelė.** Logikos ir pažinimo gebėjimai

| | |
|---|---|
| 95–86 procentilių **IQ 130–116** | Advokatas; tyrimų analitikas; redaktorius; reklamos vadybininkas; chemikas; inžinierius; vykdantysis direktorius; stažuotojas; sistemų analitikas; auditorius. |
| 85–73 procentilių **IQ 108–103** | Žurnalistas; vyriausiasis buhalteris; skyriaus vadovas; pardavimų vadybininkas; programuotojas; analitikas; mokytojas; generalinis direktorius; medicinos sesutė. |
| 70–60 procentilių **IQ 108–103** | Administratorius; parduotuvės vadovas; buhalteris; kredito sekretorius; dizaineris; laborantas; generalinio direktoriaus pavaduotojas; pardavėjas telefonu; sekretorius; apskaitininkas; antstolių darbuotojas; kompiuterių operatorius; klientų aptarnavimo atstovas; technikas; automobilių pardavėjas; valdytojas; raštininkas. |
| 55–50 procentilių **IQ 102–100** | Ekspeditorius; generalinis sekretorius; policijos pareigūnas; registratūros darbuotojas; kasininkas; vidaus pardavimų sekretorius; elektrikas. |
| 45–42 procentilių **IQ 98–95** | Mechanikas; maisto departamento vadovas; kokybės kontrolierius; skundų sekretorius; vairuotojas; apsaugos darbuotojas; nekvalifikuotas darbuotojas; mašinų operatorius; suvirintojas; medicinos / dantistų asistentas. |
| 37–21 procentilių **IQ 93–87** | Pasiuntinys; gamybos darbuotojas; surinkėjas; maisto tiekimo darbuotojas; slaugas; sandėlio darbuotojas; pakuotojas. |

Dvasinis intelektas (SQ, *spiritual quality*) – svarbiausias iš visų intelekto rūšių, nes nulemia kitus tris. Jis atspindi žmogaus gyvenimo prasmės ieškojimą ir ryšį su amžinybe. Dvasinis intelektas taip pat padeda atskirti tikruosius mūsų sąžinės principus. Keturių intelekto rūšių apraiškos: protinio – vizija, fizinio – disciplina, emocinio – entuziazmas ir dvasinio – sąžinė. Tai ir yra mūsų pašaukimo radimo prasmė (Barvydienė ir Katilienė, 2018).

Konkrečios SQ funkcijos (Zohar ir Marshall, 2006):

- susieja daugybę mūsų gyvenimo, veiklos ir būties fragmentų, padaro mus vientisus;
- ugdo supratimą, kas iš tikrųjų esame mes patys ir kas iš tikrųjų yra mūsų organizacijos;
- išmokstame pasiekti savos esybės šerdį ir galimybių gelmes;
- padeda mums tobulėti;
- skatina pasitraukti iš savo komforto zonos ir patirti tai, kas galėtų būti;
- skatina mus siekti aukštesnių paskatų ir remtis jomis;
- skatina nesustoti ir motyvuoja siekti dar aukštesnių tikslų;
- padeda mus augti ir tobulėti kaip visuomenei ir ugdo kultūrą;
- suteikia įžvalgą ir supratimą apie visą situaciją, problemą ar pačios būties visumą;
- padeda mums giliai suvokti arba atrasti dalykų gelmę ir reikšmę.

Dvasinis intelektas – tai mūsų vertybių ir jų propagavimo visuma, siekiant savo tikslų. Asmuo, pasižymintis šio intelekto auštu lygiu, gali lengvai tobulinti ir ugdyti kitus likusius tris intelekto segmentus, tai yra emocinį, mentalinį ir fizinį.

Apibendrinant išanalizuotą literatūrą, galima teigti, kad nėra išskirta ar pripažinta vienintelė intelekto skirstymo strategija. Šiomis dienomis vadovaujamasi pagrindinių teorijų tam tikrais segmentais, išskiriant keturis pagrindinius intelektus, kurie yra emocinis, fizinis, mentalinis ir dvasinis. Galima daryti išvadą, kad vertinant darbuotoją visų šių segmentų visumoje ir skatinant jų ugdymą, būtų išnaudojamas ankščiausias žmogaus resursų lygis nešantis naudą tiek organizacijai, tiek pačiam darbuotojui.

## Tyrimo metodika

Atliekant tyrimą, pasitelkti šie metodai: anketinė apklausa, lyginamoji analizė, statistinis tyrimo metodas apskaičiuojant koreliacinius ryšius, apibendrinimas.

Anketinės apklausos elementas buvo sudarytas remiantis mokslinės literatūros analize. Anketa ištirti respondentų demografiniai duomenys ir ji buvo panaudota kaip dirbančių asmenų intelekto segmentų tobulinimo pasirinkimą siejant su profesine veikla įvertinimo instrumentas. Anketą sudaro įžanga, dalykiniai ir sociodemografiniai klausimai, kurie suskirstyti į du blokus. Įžangoje kreipiamasi į respondentus ir nusakomas tyrimo tikslas, sąlygos, nurodomas korespondentas ir jo tikslas, kodėl atliekama apklausa. Išreiškiamas dėkingumas apklausos dalyviams, pildantiems anketą, ir akcentuojamas anonimiškumas. Anketoje naudojami uždaro tipo klausimai, kurie suteikia galimybę vienodai interpretuoti visų respondentų pateiktus atsakymus ir atlikti palyginamąją analizę. Klausimais siekiama išsiaiškinti:

- respondento demografinius duomenis (lytis, amžius);
- respondentų darbovietėje svarbiausią asmens intelekto segmentą, atliekant atitinkamą profesinę veiklą;
- respondento norimą ugdyti intelekto segmentą.

Konstruojant dalykinių klausimų bloką, buvo siekiama išsiaiškinti individų profesinėje veikloje dominuojantį intelekto segmentą ir jų asmeninį pasirinkimą ugdymui. Aiškinantis kiekvieną kintamąjį, buvo pateikti visi intelektą sudarantys segmentai, tai yra emocinė, mentalinė, fizinė ir dvasinė visuminio intelekto dalis, trumpai pristatant jų funkcijas.

Anketos paruoštos trimis kalbomis: lietuvių, norvegų ir anglų, siekiant ištirti kultūrinius skirtumus, žmogaus intelekto segmentų reikšmę darbo kontekste ir jų ugdymo pasirinkimus. Anketų kalbos atitinka respondentų pilietybę, tuo tarpu anglų kalba paruoštos anketos skirtos kitą pilietybę, nei lietuvių ir norvegų, turintiems respondentams.

Tyrime taikytas netikimybinis atsitiktinis grupių parinkimo būdas, siejant su „gniūžtės“ principu, kai pradinės imties narių prašoma duoti kitų, tinkamų tyrimui, populiacijos narių koordinates. Anketos buvo paruoštos „Google“ disko aplinkoje su internetine prieiga ir publikuotos asmeniniame šio straipsnio autorės „Facebook“ puslapyje. Iš viso buvo užpildytos 153 anketos.

## Imties tūrio nustatymas

Tyrimo imties tūriui nustatyti pirmosios 50 atsakytų anketų buvo interpretuojamos kaip bandyminės apklausos vienetai, kad galima būtų nustatyti tyrimo imties tūrį. Anketoje buvo pateikti du klausimai, kurie tiesiogiai susiję su tiriamuoju objektu. Šių klausimų atsakymų bendra grupė nurodo, ar asmuo turi didesnį poreikį atitinkamam intelekto segmento ugdymui siejant su jo darbu, ar ne. Kadangi tai tiesiogiai patvirtina arba paneigia iškeltą tyrimo hipotezę, atsakymai interpretuojami, kaip patvirtinta ir paneigta apskaičiuojant jų santykį procentais.

Bandomojo tyrimo metu 46 proc. respondentų savo pasirinkimu hipotezę patvirtino, 54 proc. – paneigė.

Pasirinktas 95 proc. patikimumas ir 4 proc. leistinas netikslumas. Pirmame paveiksle nurodyti toliau atlikti veiksmai, skaičiuojant imties tūrį.

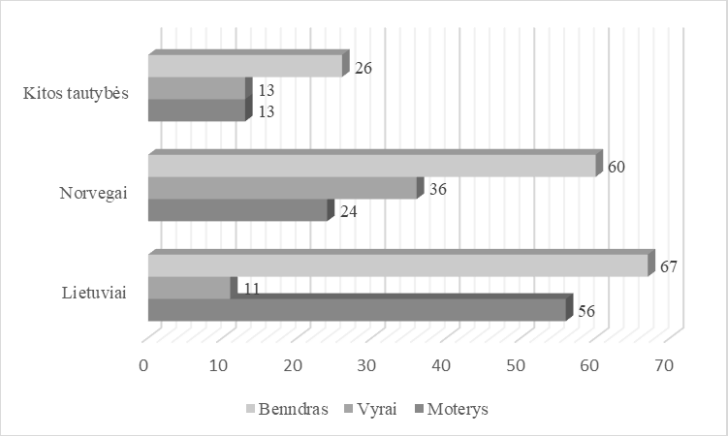
$$S = \sqrt{\% * (100 - \%)} = \sqrt{46 * (100 - 46) = 50}$$

$$n = \frac{z^2 * s^2}{\Delta^2} = \frac{1{,}96^2 * 50^2}{4^2} = 600$$

**1 pav.** Atlikti veiksmai, skaičiuojant imties tūrį

Nustatyta, kad reikia apklausti 600 profesine veikla užsiimančius respondentus. Tačiau per atitinkamą laikotarpį buvo užpildytos tik 153 anketos, todėl išvesta atvirkštinė formulė, skirta apskaičiuoti leistiną netikslumą, kuris sudaro 7,9 proc.

Tyrimo imties tūrį sudarė 153 respondentai, iš kurių buvo 93, arba 61 proc. visų apklaustųjų, moterys ir 60, arba 39 proc. visų respondentų, vyrų. 2 paveiksle pavaizduotas respondentų išsidėstymas pagal jų tautybę ir atitinkamose grupėse pasiskirstymas tarp lyčių. Lietuvių tautybės asmenys užima 44 proc. visos imties, norvegai – 39 proc., kitos tautybės – 17 proc. Lietuvių grupėje aktyvesnės buvo moterys ir sudarė 68 proc. Tuo tarpu norvegų grupėje aktyvesni buvo vyrai ir sudarė 60 proc. respondentų. Kitų tautybių lyčių pasiskirstymas tolygus.




**2 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tautybę ir lytį

Siekiant nustatyti respondento demografinius rodiklius, individai buvo suskirstyti į grupes pagal amžių nuo 19 iki 62 m. Intervalai apskaičiuoti, remiantis formulėmis:

$$k = 1 + 3{,}222*\log10n = 1 + 3{,}222*\log10(128) \approx 8;$$
$$\text{Ilgis} = (\max - \min)/k = (62 - 19)/8 = 6.$$

**4 lentelė.** Amžių grupių intervalai ir joms priklausantis respondentų skaičius

| Amžiaus grupės | [19–25) | [25–31) | [31–37) | [37–43) | [43–49) | [49–55) | [55–61) | [61–67) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Lietuviai** | 6 | 15 | 27 | 8 | 4 | 3 | 3 | 1 |
| ***Pasiskirstymas tarp lyčių*** | Vyr. 1<br>Mot. 5 | Vyr. 3<br>Mot. 12 | Vyr. 6<br>Mot. 21 | Vyr. 0<br>Mot. 8 | Vyr. 0<br>Mot. 4 | Vyr. 0<br>Mot. 3 | Vyr. 1<br>Mot. 2 | Vyr. 0<br>Mot. 1 |
| **Norvegai** | 8 | 20 | 7 | 2 | 7 | 11 | 3 | 2 |
| ***Pasiskirstymas tarp lyčių*** | Vyr. 6<br>Mot. 2 | Vyr. 11<br>Mot. 9 | Vyr. 3<br>Mot. 4 | Vyr. 2<br>Mot. 0 | Vyr. 4<br>Mot. 3 | Vyr. 8<br>Mot. 3 | Vyr. 0<br>Mot. 3 | Vyr. 2<br>Mot. 0 |
| **Kitos tautybės** | 0 | 8 | 8 | 3 | 3 | 0 | 4 | 0 |
| ***Pasiskirstymas tarp lyčių*** | Vyr. 0<br>Mot. 0 | Vyr. 5<br>Mot. 3 | Vyr. 5<br>Mot. 3 | Vyr. 1<br>Mot. 2 | Vyr. 1<br>Mot. 2 | Vyr. 0<br>Mot. 0 | Vyr. 1<br>Mot. 3 | Vyr. 0<br>Mot. 0 |
| **Bendra** | 14 | 43 | 42 | 13 | 14 | 14 | 10 | 3 |
| ***Pasiskirstymas tarp lyčių*** | Vyr. 7<br>Mot. 7 | Vyr. 19<br>Mot. 24 | Vyr. 14<br>Mot. 28 | Vyr. 3<br>Mot. 10 | Vyr. 5<br>Mot. 9 | Vyr. 8<br>Mot. 6 | Vyr. 2<br>Mot. 8 | Vyr .2<br>Mot. 1 |

Analizuojant tiriamųjų amžių, stebima, kad didžiosios jų dalies amžius priklauso [25–31) ir [31–37) intervalams, o tai sudaro 56 procentus visos imties tūrio. Taip pat apskaičiuoti abiejų lyčių vidurkiai naudojantis 3 paveiksle pavaizduota formule. Abiejų lyčių vidurkiai lygūs 36 metams, o tai atitinka bendrą amžiaus vidurkį.

$$\underline{x} = \frac{\sum x_1 \cdot f_i}{\Sigma f_i}.$$

**3 pav.** Formulė vidurkiui apskaičiuoti

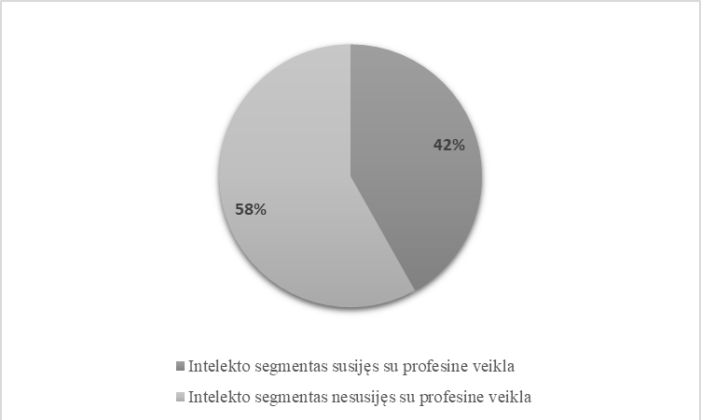
Išskiriant respondentus pagal tautybes, tarp lietuvių plačiausias tyrimo narių išsidėstymas stebimas [25–31) ir [31–37) intervaluose, o tai sudaro 62 procentus šios grupės respondentų.

Tarp norvegų stebimas plačiausias išsidėstymas [25–31) ir [49–55) intervaluose, o tai sudaro 52 procentus visos grupės dalies. Kitos tautybės rodikliai atitinka analogiškai lietuvių grupės duomenis. Amžiaus vidurkiai pagal tautybes pasiskirsto: lietuviai – 35, norvegai – 38, kitos tautybės – 38.

## Rezultatų pristatymas

Atliekant tyrimą stebimas ryšys tarp dviejų kintamųjų – respondento profesinėje veikloje svarbiausio intelekto segmento ir jo asmeninio pasirinkimo saviugdai. Sutapus intelekto segmentui profesinėje veikloje ir asmeninio pasirinkimo atveju, atsakymas buvo traktuojamas, kaip hipotezės patvirtinimas, tai reiškia, kad asmuo, dirbdamas atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, turi didesnį poreikį jo ugdymui. Esant nevienodiems pasirinkimams, šis teiginys paneigiamas. Atlikta koreliacinė analizė tam, kad būtų nustatytas ryšio stiprumo matas tarp kintamųjų.

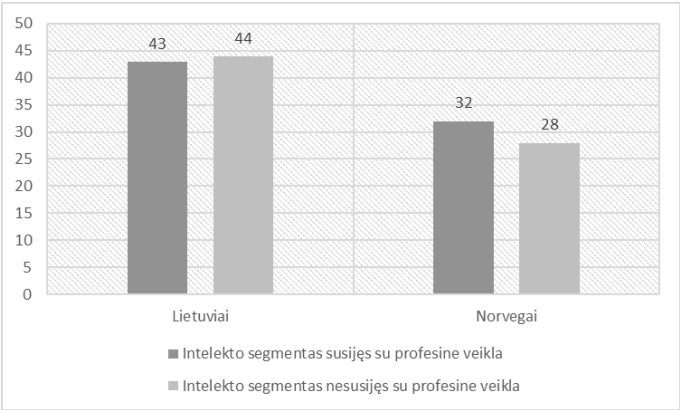
Tyrime dalyvavo 153 asmenys, 64 respondentai pasirinko ugdyti intelekto segmentą, atitinkantį jų profesinę veiklą, 89 – pasirinko kitą intelekto dalį. Tai sudaro atitinkamai 42 ir 58 proc. santykį. Iškelta hipotezė buvo paneigta. Atliekant koreliacinę analizę, atsakymai surūšiuoti, jiems priskirti rangai, o vienodiems atsakymams suskaičiuotas rangų vidurkis, apskaičiuotas Spearman koreliacijos koeficientas ($r_s$). Gautas tiesiogiai susijęs silpnas ryšys, $r_s$reikšmė – 0,28. Grafinis susistemintas pasirinkimų atvaizdavimas pateiktas 4 paveiksle.




**4 pav.** Respondentų intelekto segmento pasirinkimo, siejant su profesine veikla, procentinis santykis

Sisteminant tyrimo duomenis, atkreiptas dėmesys, kad individų pasirinkimai skiriasi priklausomai nuo jų tautybės, todėl buvo atskirtos ir analizuojamos atskirai dvi respondentų grupės – lietuvių ir norvegų. Kitų tautybių respondentų grupė neanalizuota, tai grindžiant negalėjimu išskirti individų grupės pagal kokį nors juos vienijantį bruožą.

Lietuvių grupė išsiskyrė tuo, kad jos vienetų pasirinkimuose įtraukti visi intelekto segmentai: emocinis, mentalinis, fizinis ir dvasinis, tuo tarpu norvegų grupėje dvasinio intelekto segmentas nepasirinktas nė karto. Lietuvių grupėje 23 individai pasirinko ugdyti intelekto segmentą atitinkantį jų profesinę veiklą, 44 – pasirinko kitą intelekto dalį (žr. 5 pav.). Tai sudaro 34 ir 66 proc. santykį. Iškelta hipotezė buvo paneigta. Atskirai surūšiuoti šios grupės atsakymų duomenys, atlikta koreliacinė analizė – gautas tiesiogiai susijęs silpnas ryšys, $r_s$ reikšmė – 0,21.




**5 pav.** Respondentų intelekto segmento pasirinkimo, siejant su profesine veikla, pasiskirstymas pagal tautybes

Norvegų grupėje 32 individai pasirinko ugdyti intelekto segmentą, atitinkantį jų profesinę veiklą, o 28 pasirinko kitą intelekto dalį (žr. 5 pav.). Tai sudaro 53 ir 47 proc. santykį. Iškelta hipotezė buvo patvirtinta nedideliu skirtumu. Atskirai surūšiuoti šios grupės atsakymų duomenys, atlikta koreliacinė analizė – gautas tiesiogiai susijęs silpnas ryšys, $r_s$ reikšmė – 0,39.

Stebint abiejų grupių $r_s$ reikšmes, nepaisant to, kad abiejų reikšmių vertinimas patenka į silpno ryšio intervalą, matome, kad norvegų grupėje yra kur kas didesnis ryšys tarp šių kintamųjų. Galima teigti, kad norvegai, dirbantys atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, labiau linkę jį ugdyti.

Analizuojant duomenis, respondentai buvo išskirstyti į atskiras grupes pagal darbe dominuojantį intelekto segmentą ir stebimas ryšys tarp jų pasirinkimų su kitomis grupėmis. Procentinis pasirinkimų pasiskirstymas pateiktas 5 lentelėje.

**5 lentelė.** Respondentų intelekto segmento pasirinkimo dinamika, stebint darbe dominuojantį intelekto segmentą

| | **Pasirinktas ugdyti intelekto segmentas** | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Darbe taikomas intelekto segmentas** | IQ | EQ | PQ | SQ |
| Mentalinis intelektas (IQ) | 52 % | 21 % | 19 % | 8 % |
| Emocinis intelektas (EQ) | 45 % | 35 % | 6 % | 14 % |
| Fizinis intelektas (PQ) | 44 % | 12 % | 19 % | 25 % |
| Dvasinis intelektas (SQ) | 22 % | 45 % | 0 % | 33 % |

Didžiausią grupę, 77 respondentai, sudaro individai, dirbantys darbą, susijusį su mentaliniu intelektu. Tai sudaro 50 proc. visų apklaustųjų. Atkreipiamas dėmesys, kad šioje grupėje 52 proc. individų pasirinko ugdyti intelekto segmentą, atitinkantį jų profesinę veiklą. Tiriant šią grupę atskirai, hipotezė pasitvirtina. Tuo tarpu individai, dirbantys darbą, susijusį su emociniu ir fiziniu intelektu, linkę rinktis mentalinio intelekto ugdymą. Dirbančių su emociniu intelektu siejamą darbą grupė sudaro 33 proc. imties tūrio, iš jų 45 proc. rinkosi mentalinio intelekto ugdymą, su fiziniu intelektu – 11 proc., iš jų mentalinio intelekto ugdymą rinkosi 44 proc. Tuo tarpu su dvasiniu intelektu siejamos profesijos atstovai sudaro 6 proc. imties tūrio, iš jų 45 proc. linkę rinktis emocinio intelekto ugdymą. Šios trys grupės iškeltą hipotezę paneigia. Apžvelgus pateiktus duomenis, galima daryti prielaidą, kad profesijų, kuriose dominuoja atitinkamas intelekto segmentas, atstovai bus labiau linkę rinktis ugdyti tokį patį intelekto segmentą, nei susijusį su kitomis profesinėmis sritimis.

## Išvados ir rekomendacijos

Išryškėja tendencija, kad įmonės skiria daugiau dėmesio ir lėšų darbuotojų kvalifikacijos kėlimui, mokymų organizavimui bei kitiems dalykams, kurie leidžia geriau paruošti darbuotoją jo pareigoms atlikti.

Atliekant tyrimą gauti rezultatai parodė, kad sutapus intelekto segmentui profesinėje veikloje ir asmeninio pasirinkimo atveju, esant atitinkamam trečiam kintamajam, hipotezė pasitvirtino, tai reiškia, kad asmuo, dirbdamas atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, turi didesnį poreikį jį ugdyti. Bendroje imtyje neišskiriant trečiojo kintamojo, hipotezė buvo paneigta. Šio tyrimo metu buvo įrodyta, kad didelę reikšmę turi respondento tautybė. Buvo atskirai tiriamos atskiros grupės, išskirstytos pagal pilietybę į lietuvių ir norvegų. Stebint abiejų grupių $r_s$ reikšmes ir procentais išreikštą pasirinkimų santykį, galima teigti, kad norvegai, dirbantys atitinkamos srities darbą, susijusį su atitinkamu intelekto segmentu, labiau linkę jį ugdyti, nei kitus intelekto segmentus. Turi būti iškeliamas klausimas, ar tai tautinės kultūros, ar šalies, kurioje gyvena individas, darbo kultūros ir organizacinės elgsenos veiksnys, kuris daro įtaką respondento pasirinkimui ugdyti atitinkamą intelekto segmentą.

Nemažiau svarbus aspektas, į kurį atkreiptas dėmesys, yra profesinėje veikloje dominuojantis intelektas. Atlikus šį tyrimą, galima daryti prielaidą, kad profesijų, kuriose dominuoja atitinkamas intelekto segmentas, atstovai bus labiau linkę rinktis ugdyti tokį patį intelekto segmentą, nei susijusį su kitomis profesinėmis sritimis.

Plėtojant šią temą ir toliau, tiriant žmogaus intelekto segmentų reikšmę darbo kontekste ir jų ugdymo pasirinkimą siejant su profesine veikla, rekomenduojama įtraukti daugiau kintamųjų, sprendžiant, kokiame kontekste norima išsiaiškinti jų ryšį.

Planuojant individo tobulinimo perspektyvas įmonėje, patartina atsižvelgti į jo kultūrines šaknis bei atliekamo darbo pobūdį ir sąsajas su atitinkamais intelekto segmentais. Nemažiau svarbu ištirti paties individo pasirinkimą, kokį intelektą ugdyti, ir pagrįsti pasirinkimo tinkamumą ugdyti tolimesnę kvalifikaciją, siejant su įmonės tikslais.

### Literatūra


Nagarjuna, A., Pradesh, A. (2017 m. rugpjūtis–rugsėjis). Holistic employee engagement for achieving peak performance and overall statisfaction. *International Journal of Business and General Management (IJBGM).*

Zohar, D., Marshall, I. (2006). *Dvasinis kapitalas.* Vilnius: Tyto alba.

Isaacs, A. (2003). *Physical intelligence and Will*. Institute of Transpersonal Psychology.

Kavaliausks, V. (2018). *Fizinis intelektas – nauja darbuotojų vertinimo sąvoka?* Nuskaityta iš alfa.lt. Prieiga per internetą: https://www.alfa.lt/straipsnis/50113400/fizinis-intelektas-nauja-darbuotoju-vertinimo-savoka.

Libraries publishing edition. (2016 m. 10). *Human Resource Management.* Minneapolis: University of minnesota. Nuskaityta iš www.econlib.org.

Ghisletta, P., Lecerf, T. (2018). *Crystallized and Fluid Intelligence*. Nuskaityta iš Oxford Bibliographies. Prieiga per internetą: http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199828340/obo-9780199828340-0207.xml.

Merlevede, P. E., Bridouxs, D., Vandamme, R. (2009). *7 žingsniai emocinio intelekto link*. Vilnius: Presvika.

Peterson, J. (2017). Openness/Intelligence/Creativity I. *Personality 18: Biology & Traits*. Prieiga per internetą: https://www.youtube.com/watch?v=D7Kn5p7TP_Y.

Sternberg, R. J., Kaufman, S. B. (2011). *Cambridge Handbook of Intelligence*. Cambridge : Cambridge University Press.

Williams, R. H., Zimmerman, D. W., Zumbo, B. D., Ross, D. (2003 m. Volume 3). Charles Spearman: British Behavioral Scientist. *The Human Nature Review ISSN 1476–1084.*

Ryback, D. (1998). *Putting Emotional Intelligence To Work*. London: Routledge.

Seher, M. M. (2001). *Didžioji testų knyga*. Vilnius: Presvika.

Zeigler-Hill, V., Shackelford, T. K. (2017). *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Cham: Springer International Publishing AG.

Vainienė, R. (2005). *Ekonomikos terminų žodynas*. Vilnius: Tyto Alba.

Barvydienė, V., Katilienė, R. (2018). *Dvasinis intelektas*. Nuskaityta iš Lucka Intelligence. Prieiga per internetą: http://luckaintelligence.teiwas.eu/dvasinis-intelektas/.

WebFinance Inc. (2018). *Employee engagement*. Nuskaityta iš Business Dictionary. Prieiga per internetą: http://www.businessdictionary.com/definition/employee-engagement.html.

Williams, T.(2020). *Workplace Intelligence: why your organisation needs it.* Nuskaityta iš The Economist. Prieiga per internetą: https://execed.economist.com/blog/industry-trends/workplace-intelligence-why-your-organisation-needs-it.

# UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS PELNINGUMO RODIKLIŲ ANALIZĖ

**Liveta Jankeliūnaitė**
*Panevėžio kolegija, Socialinių mokslų fakultetas*
liveta.jankeliunaite@panko.lt

Konsultavo Panevėžio kolegijos SMF dėst. Ana Samuilova

**Anotacija**

Pelningumas yra finansinis rodiklis, o jo konkretus apibrėžimas priklausytų nuo taikymo srities. Finansų srityje pelningumas rodo, kiek įmonės ar projekto pajamos atneša vienokios ar kitokios rūšies pelno. Pelningumas – tai įmonės veiklos efektyvumo, vertybinių popierių pajamingumo vertinimas lyginant uždirbtą pelną ar pajamas su tam tikru pasirinktu dydžiu – apyvarta, kapitalu ar pan. Pelningumas yra pelno santykis su tam tikru įmonės veiklos rodikliu. Pelningumo rodikliai matuoja įmonės galimybes uždirbti grąžą ir yra interpretuojami vienareikšmiškai: kuo didesnis pelningumas, tuo įmonės veikla valdoma geriau. Šie rodikliai geriausiai apibendrina galutinius įmonės pasiekimus ir pagal juos yra spendžiama, kokią realią naudą gauna ir gaus akcininkai ir investuotojai, rizikuodami investuoti savo kapitalą.

Straipsnyje pateikti pelningumo rodikliai, jų klasifikavimas. Remiantis Uždarosios akcinės bendrovės finansinės atskaitomybės duomenimis, atlikta pelningumo rodiklių analizė.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS**:** įmonės pelnas, veiklos pelningumas, pelningumo rodikliai, balansas, pelno (nuostolių) ataskaita, rodiklių apskaičiavimas.

## Įvadas

Pelningumas analizuojamas remiantis pelningumo rodikliais, o analizę galima daryti keliais būdais: lyginant su kitais panašiais verslais, norint sužinoti, kokia padėtis konkurencinėje rinkoje; lyginant su kitais laikotarpiais, kad būtų galima matyti, kokie pokyčiai vyksta; lyginant skirtingus produktus, tai aktualu didžiosioms įmonėms, nes jos turi daug padalinių ir būtina žinoti produktų pelningumą atskiruose padaliniuose.

Pelningumo rodikliai yra gausi finansinių rodiklių grupė. Vieni populiariausių yra pardavimo, turto ir nuosavybės pelningumo rodikliai. Rodikliai padeda savininkams ar investuotojams įvertinti įmonės naudingumą. Yra išskiriamos dvi pelningumo rodiklių grupės: pardavimų ir investicijų pelningumas. Pardavimų pelningumas yra svarbus vadovams, jis apskaičiuojamas imant duomenis iš pelno (nuostolių) ataskaitos. Investicijų pelningumas yra svarbus savininkams ir investuotojams, šiems rodikliams apskaičiuoti duomenys imami iš balanso ir pelno (nuostolių) ataskaitos.

Uždarosios akcinės bendrovės pelningumo rodiklių analizė parodys ketverių metų pelningumo rodiklių pokyčius, veiksnius, turinčius įtakos pelnui, analizės svarbą ir jos reikalingumą įmonei, vykdant pelningą veiklą. Analizuojamos verslo įmonės pelningumo pakankamumas labai svarbus tolesnei veiklai. Kiekvienos verslo įmonės pagrindas ir sėkmė priklauso nuo įmonės pelningumo rodiklių apskaičiavimo. Jų analizė padeda išsiaiškinti, kokia įmonės situacija, kaip gerinti jos būklę, ir sužinoti, ar sėkmingai ir pelningai yra vykdoma įmonės veikla.

**Darbo objektas** – Uždarosios akcinės bendrovės finansinė atskaitomybė.

**Straipsnio problema** – pelningumo rodiklių apskaičiavimas, pateikimas, analizė.

**Darbo tikslas** – atlikti Uždarosios akcinės bendrovės pelningumo rodiklių analizę.

**Darbo uždaviniai:**

- apibūdinti pelningumo rodiklius, jų klasifikavimą;
- pateikti Uždarosios akcinės bendrovės pelningumo rodiklių analizę.

**Metodai:** mokslinių šaltinių analizė, duomenų rinkimas, dokumentų analizė, lyginimas.

## Pelningumo rodikliai ir jų klasifikavimas

Pelnas yra vienas iš pačių svarbiausių įmonės veiklos rodiklių, o kiekviena įmonė siekia dirbti pelningai. Pelnas susijęs su visais įmonės veiklos rodikliais: turtu, kapitalu, įsipareigojimais, pajamomis, sąnaudomis ir kt. Pagal uždirbtą pelną galima spręsti apie įmonės kolektyvo laimėjimus ir nesėkmes. Todėl pelną galima vadinti įmonės darbo efektyvumo ir jos veiklos vertinimo matu (Mackevičius, Molienė, Poškaitė, 2007). Pelningumas pripažįstamas vienu iš svarbiausių įmonės veiklos vertinimo kriterijų, kadangi jis geriausiai parodo galutinį įmonės veiklos rezultatą bei pagal jį sprendžiama, kokią naudą gali gauti skirtingos įmonės interesų grupės – savininkai, darbuotojai, kreditoriai ir pan. (Gudaitis ir Žagūnytė, 2013). Mokslinėje literatūroje pelnas ir pelningumas apibrėžiamas kaip dvi skirtingos pagal savo turinį sąvokos. Pelnas yra uždirbtų pajamų ir patirtų sąnaudų rezultatas, o pelningumas prilyginamas potencialui ar perspektyvai, kuri nurodo, kas vyks toliau. Pelningumo rodikliai leidžia pamatyti ir įvertinti, ar įmonės veikla yra pelninga, ar uždirbamas pakankamas pelnas visoms įmonėms reikmėms vykdyti ir stabiliai išsilaikyti versle, ir išsiaiškinti, kaip augti tolyn, parodo, kiek įmonės vykdoma veikla buvo pelninga, kokia situacija dabar bei ką galima pakeisti ir numatyti tolimesnei jos veiklai, gerinant situaciją.

Įmonės pelno (nuostolių) ataskaitoje pateikti pelno rodikliai dar neatskleidžia tikrojo įmonės veiklos objektyvumo. Geriausiai įmonės veiklos galutinius rezultatus atspindi pelningumo rodikliai (Mackevičius et al., 2007). Todėl, norint sužinoti ir įvertinti, ar įmonės veikla yra pelninga, būtina apskaičiuoti įmonės pelningumo rodiklius.

## Pardavimo pelningumo rodikliai

Pelningumo rodiklius galima suskirstyti į tris pagrindines grupes:

- pardavimo;
- turto;
- kapitalo.

Kiekvienoje šių rodiklių grupėje yra dar po kelis įmonės pelningumo rodiklius. Dažniausiai visi pelningumo rodikliai pateikiami procentine išraiška. Dažniausiai siūlomi apskaičiuoti pardavimo pelningumo rodikliai pateikti 1 lentelėje.

**1 lentelė.** Pardavimo pelningumo rodikliai

| Rodiklis | Rodiklio apskaičiavimas |
|---|---|
| Bendrasis pardavimo pelningumas | Bendrasis pelnas / pardavimo pajamos<br>arba<br>Bendrasis pelnas / pardavimo savikaina |
| Veiklos pelningumas | Veiklos pelnas / pardavimo pajamos |
| Įprastinės veiklos pelningumas | Pelnas prieš apmokestinimą / pardavimo pajamos |
| Finansinės ir investicinės veiklos pelningumas | Pelnas iš finansinės ir investicinės veiklos / pardavimo pajamos |
| Grynasis pardavimo pelningumas | Grynasis pelnas / pardavimo pajamos |

Bendrasis pardavimo pelningumo rodiklis (BPR) parodo vieno pardavimo pajamų piniginio vieneto, šiuo atveju – vieno euro, uždirbtą bendrąjį pelną. Tai yra, kiek bendrojo pelno atitenka vienam pardavimo pajamų eurui (Mackevičius, Poškaitė, Vilis, 2011). Remiantis bendrojo pelningumo rodikliu, galima nustatyti įmonės sugebėjimą uždirbti pelną iš pagrindinės įmonės veiklos. Kuo didesnė pelno norma kiekvienam uždirbtam pajamų eurui, tuo efektyvesnė įmonės veikla (Šakienė ir Pupeikienė, 2009). 1 lentelėje pateikta, kaip apskaičiuoti pardavimo pelningumo rodiklius. Bendrasis pelningumo rodiklis padeda nustatyti, ar ne per brangiai kainuoja įmonės parduodamų produktų gamyba, jų pardavimas ar teikiamos paslaugos. Kuo bendrasis pelningumo rodiklis didesnis, tuo įmonės veikla yra pelningesnė. Kitas būdas apskaičiuoti bendrąjį pardavimo pelningumą, tai vietoje pardavimo pajamų įrašyti pardavimo savikainą. Mažėjant savikainai, didėja įmonės pelnas, taip pat ir pačios produkcijos pelningumas.

Kitas pelningumo rodiklis – veiklos pelningumo rodiklis (VPR). Anot L. Juozaitienės, šis rodiklis rodo įmonės vadovų gebėjimą kontroliuoti veiklos sąnaudų formavimąsi ir veiklos pelningumą (Juozaitienė, 2007). Jis apskaičiuojamas veiklos pelną padalijus iš pardavimo pajamų. Taip pat gali būti apskaičiuojamas ir finansinės, ir investicinės veiklos pelningumas – gautas pelnas iš finansinės ir investicinės veiklos dalijamas iš pardavimo pajamų.

Grynojo pelningumo rodiklis parodo tikrąjį pardavimo pelningumą, įvertinus visas pajamas ir sąnaudas, t. y. kiek grynojo pelno tenka vienam pardavimo eurui.

Pelningumas prieš apmokestinimą apibūdina pardavimų pelningumą iki mokesčių mokėjimo, o grynasis pardavimo pelningumas rodo, kokią dalį nuo įmonės pardavimo pajamų sudaro pelnas (Juozaitienė, 2007).

## Turto pelningumo rodikliai

Turto pelningumo rodikliai parodo, ar turtas įmonėje naudojamas efektyviai. Anot J. Mackevičiaus (2011), jis svarbus visiems analitinės informacijos vartotojams, labiausiai – įmonės vadovams, nes įvertina, ar jie sugeba turtą valdyti racionaliai. Turto pelningumas, kaip teigia T. Gudaitis ir U. Žagūnytė, svarbus įmonių vadovybei, nes ji sprendžia apie turto panaudojimo efektyvumą įmonėje, apie jos padalinių veiklos efektyvumą (Gudaitis, 2013). Galimi apskaičiuoti turto pelningumo rodikliai pateikti 2 lentelėje.

**2 lentelė.** Turto pelningumo rodikliai

| Rodiklis | Rodiklio apskaičiavimas |
|---|---|
| Viso turto pelningumas | Grynasis pelnas / visas turtas |
| Ilgalaikio turto pelningumas | Grynais pelnas / ilgalaikis turtas |
| Trumpalaikio turto pelningumas | Grynasis pelnas / trumpalaikis turtas |

Turto pelningumo rodiklis ypač naudingas vertinant gamybos arba kitos veiklos pelningumą, taip pat atskirų jos segmentų pelningumą, nes kiekvienas segmentas (padalinys) dažnai naudojasi antriniais ištekliais ir prisideda prie bendro įmonės veiklos rezultato (Mackevičius et al., 2011).

## Kapitalo pelningumo rodikliai

Nuosavo kapitalo pelningumas – vienas svarbiausių įmonės veiklos rodiklių, kadangi jis atspindi pagrindinių įmonės veiklos dalyvių – savininkų – investuoto kapitalo grąžą ir tam tikru mastu parodo įmonės vadovybės darbo efektyvumą naudojant investuotą kapitalą (Gudaitis, 2013).

Dažniausiai skaičiuojami kapitalo pelningumo rodikliai pateikti 3 lentelėje.

**3 lentelė.** Kapitalo pelningumo rodikliai

| Rodiklis | Rodiklio apskaičiavimas |
|---|---|
| Akcinio kapitalo pelningumas | Grynasis pelnas / akcinis kapitalas |
| Nuosavo kapitalo pelningumas | Grynasis pelnas / nuosavas kapitalas |
| Pastovaus kapitalo pelningumas | Grynasis pelnas / nuosavas kapitalas + ilgalaikiai įsipareigojimai |
| Grynojo pelno suma $_{1\ akcijai}$ | Grynasis pelnas / parduotų akcijų skaičius |
| Dividendų norma | Išmokėtini dividendai / grynasis pelnas |

Akcinio kapitalo pelningumas parodo akcinio kapitalo panaudojimo efektyvumą. Pastovaus kapitalo pelningumas parodo įmonės funkcionavimo ir potencialios plėtros lygį, kaip vadovai sugeba panaudoti nuosavą kapitalą ir ilgalaikius įsipareigojimus.

Apskaičiuojant pastovaus kapitalo pelningumą, gali būti įtrauktos palūkanos už ilgalaikes banko paskolas.

Nuosavo kapitalo pelningumo rodiklis rodo grynąjį pelną, tenkantį vienam nuosavo kapitalo vertės vienetui. Iš šio rodiklio galima spręsti, ar pelningos akcininkų investicijos, ar įmonės vadovai geba pelningai naudoti jiems patikėtas lėšas (Juozaitienė, 2007).

Su nuosavo kapitalo pelningumo rodikliais gali būti susietos ir grynojo pelno sumos vienai akcijai bei dividendų normos apskaičiavimas.

## Veiklos efektyvumo rodikliai

Pelningumo rodiklių grupei yra priskiriami santykiniai rodikliai, kurie padeda įvertinti įmonės veiklos efektyvumą. Dažniausiai įmonėse yra skaičiuojami 4 lentelėje pateikti rodikliai.

**4 lentelė.** Veiklos efektyvumo rodikliai

| Rodiklis | Rodiklio apskaičiavimas |
|---|---|
| Pardavimo sąnaudos, tenkančios vienam pardavimo piniginiam vienetui | Pardavimo sąnaudos / pardavimo pajamos |
| Bendrosios ir administracinės išlaidos, tenkančios vienam pardavimo piniginiam vienetui | Bendrosios ir administracinės išlaidos / pardavimo pajamos |
| Išlaidos vienam pardavimo piniginiam vienetui | Prekių gamybos ir pardavimo sąnaudos / pardavimo pajamos |
| Produktyvumo rodiklis | Pardavimo pajamos / darbuotojų skaičius |
| Ilgalaikio turto naudojimo efektyvumo rodiklis | Pardavimo pajamos / ilgalaikis turtas |

Pardavimo sąnaudos, tenkančios vienam pardavimo piniginiam vienetui, skaičiuojamas tose įmonėse, kurių didelės prekių ar paslaugų pardavimo išlaidos. Bendrosios ir administracinės išlaidos, tenkančios vienam pardavimo piniginiam vienetui, parodo, kokią pardavimo pajamų dalį sudaro administracinės išlaidos. Šios išlaidos įmonėse turėtų būti analizuojamos pagal kiekvieną išlaidų straipsnį. Tokiu būdu būtų galimybė įvertinti išlaidų tikslingumą ir būtinumą. Anot L. Juozaitienės (2007), administracinės išlaidos neturėtų sudaryti daugiau kaip 10–15 proc. pardavimo pajamų.

Vadovybės gebėjimą kontroliuoti išlaidas geriausiai parodo rodiklis, kuris apskaičiuojamas dalijant prekių gamybos ir pardavimo sąnaudas iš pardavimo pajamų. Iš šio rodiklio galima spręsti apie įmonės ūkininkavimo efektyvumą.

Produktyvumo rodiklis parodo, kokia pardavimo pajamų dalis tenka vienam darbuotojui.

## Kapitalo ir turto grąžos rodikliai

Pasak L. Juozaitienės, investuotojus daugiau domina ne vien pardavimo pelningumo rodikliai, bet ir investicijų grąža, turto naudojimo efektyvumas (Juozaitienė, 2007). Tuo tikslu skaičiuojami nuosavo kapitalo ir turto grąžos rodikliai (žr. 5 lentelę).

**5 lentelė.** Kapitalo ir turto grąžos rodikliai

| Rodiklis | Apskaičiavimas |
|---|---|
| Nuosavo kapitalo grąža | Grynasis pelnas / akcinis (įstatinis) kapitalas (+ rezervai) |
| Turto grąžos rodiklis | Grynasis pelnas / vidutinė metinė turto vertė |
| Investicijų naudojimo efektyvumo (grąžos) rodiklis (IG) | Grynasis pelnas / nuosavas kapitalas + ilgalaikiai įsipareigojimai |

Nuosavo kapitalo grąža (NKG) parodo grynąjį pelną, tenkantį vienam nuosavo kapitalo vertės vienetui, t. y. iš jo galima spręsti, ar pelningos akcininkų investicijos, ar įmonės vadovai geba pelningai naudoti jiems patikėtas lėšas (Juozaitienė, 2007). Turto grąžos rodiklis (TG), kitaip vadinamas *Dju Ponto* (ROI), rodo įmonės ilgalaikio ir trumpalaikio turto naudojimo efektyvumą bei gebėjimą tą turtą valdyti. Investicijų naudojimo efektyvumo (grąžos) rodiklis (IG) svarbus, ketinant imti ar teikti paskolą. Manoma, kad šis rodiklis yra objektyviausias įmonės finansinės būklės matas, todėl jį nagrinėja ne tik įmonės vadovai, bet ir akcininkai, kreditoriai bei įvairios finansinės institucijos (Juozaitienė, 2007). Gali būti skaičiuojama ir skirtingų veiksnių įtaka kapitalo ir turto grąžos rodikliams. Kapitalo grąžos rodiklio pasikeitimui įtakos turi du veiksniai – grynasis pelnas ir akcinis kapitalas (žr. 6 lentelę).

**6 lentelė.** Nuosavo kapitalo grąžos veiksniai

| Veiksnys, turintis įtakos grąžai | Veiksnio apskaičiavimo formulė |
|---|---|
| Nuosavo kapitalo pasikeitimas | Grynasis pelnas (praėjusių finansinių metų) / nuosavo kapitalo vertė (finansinių metų) – grynasis pelnas (praėjusių finansinių metų) / kapitalo vertė (praėjusių finansinių metų) |
| Grynojo pelno pasikeitimas (kapitalo grąžai) | Grynasis pelnas (finansinių metų) / kapitalo vertė (finansinių metų) – grynasis pelnas (praėjusių metų) / kapitalo vertė (finansinių metų) |

Pagal šį rodiklį akcininkai priima sprendimus dėl galimo kapitalo investavimo arba reinvestavimo į įmonę. Kai nuosavas kapitalas duoda mažą grąžą, potencialūs investuotojai pradeda ieškoti kitų investavimo galimybių (Juozaitienė, 2007). Atitinkamai apskaičiuojama veiksnių įtaka ir turto grąžai (žr. 7 lentelę).

**7 lentelė.** Turto grąžos veiksniai

| Veiksnys, turintis įtakos grąžai | Veiksnio apskaičiavimo formulė |
|---|---|
| Turto pasikeitimas | Grynasis pelnas (praėjusių finansinių metų) / turto vertė (finansinių metų) – grynasis pelnas (praėjusių finansinių metų) / turto vertė (praėjusių finansinių metų) |
| Grynojo pelno pasikeitimas (turto pasikeitimui) | Grynasis pelnas (finansinių metų) / turto vertė (finansinių metų) – grynasis pelnas (praėjusių metų) / turto vertė (finansinių metų) |

Turto grąža gali padidėti arba sumažėti dėl dviejų veiksnių – grynojo pelno pasikeitimo ir turto vertės pasikeitimo.

Pelningumo rodikliai svarbūs ir reikšmingi tiek įmonių vadovams, tiek išoriniams informacijos vartotojams bei kreditoriams, nes jie apibūdina įmonės patikimumą ir padeda jai užimti gerą poziciją rinkoje. Šių rodiklių mažėjimas yra signalas įmonių vadovams susirūpinti (Juozaitienė, 2007). Galima teigti, kad pelningumo rodiklių klasifikavimas į grupes labai svarbus ir padeda geriau suvokti jų apskaičiavimo metodiką, išvystyti tikslingus analizės teiginius ir padaryti tinkamas išvadas, kad įmonės pelningumo būklė būtų tinkamai įvertinta.

## Uždarosios akcinės bendrovės pelningumo rodiklių analizė

Akcininkai, investuodami lėšas į verslą, tikisi, kad veikla bus pelninga ir duos pelną. Pelnas reikalingas įmonės plėtojimui, nuolatiniam finansavimui ir verslo pajėgumui palaikyti. Absoliutus pelno rodiklis ne visada atspindi įmonės veiklos efektyvumą. Net ir pačiai pelningiausiai įmonei reikia nepamiršti nuolat nagrinėti besikeičiančius pelningumo rodiklius ir juos analizuoti. Uždarosios akcinės bendrovės pelningumo rodiklių analizei atlikti buvo naudojami ketverių metų (2016–2019 metų) finansinių ataskaitų (pelno (nuostolių) ataskaita ir balansas) duomenys.

***Pardavimo pelningumo rodiklių analizė.*** Skaičiuojant pardavimų efektyvumą, buvo pasirinkti Uždarosios akcinės bendrovės pelno (nuostolių) ataskaitos rodikliai. Pirmiausia apskaičiuojami pardavimo pelningumo rodikliai – bendrojo pelningumo rodiklis, veiklos pelningumo rodiklis ir grynojo pelningumo rodiklis. Pardavimų pelningumo rodikliai yra labai aktualūs ir reikšmingi tiek įmonių vadovams, tiek ir išoriniams analitinės informacijos vartotojams, skolinantiems lėšas ir teikiantiems materialinius išteklius. Kiekvienas santykinis pelningumo rodiklis apskaičiuojamas atitinkamą pelno rodiklį dalijant iš pardavimo pajamų (žr. 8 lentelę).

**8 lentelė. Uždarosios akcinės bendrovės pardavimo pelningumo rodikliai**

| Metai<br>Rodikliai | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|---|---|---|---|
| Pardavimo pajamos (Eur) | 17 953 500 | 17 163 454 | 21 406 117 | 23 448 012 |
| Bendrasis pelnas (Eur) | 4 251 174 | 3 754 369 | 5 099 417 | 5 052 275 |
| Veiklos pelnas (Eur) | 1 924 276 | 1 479 966 | 2 916 401 | 2 640 535 |
| Pelnas prieš apmokestinimą (Eur) | 1 990 768 | 1 543 693 | 2 972 539 | 2 717 149 |
| Grynasis pelnas (Eur) | 1 708 038 | 1 320 305 | 2 539 156 | 2 314 501 |
| Bendrojo pelningumo rodiklis (BPR) (%) | 24 | 22 | 24 | 22 |
| Veiklos pelningumo rodiklis (VPR) (%) | 11 | 9 | 14 | 11 |
| Grynojo pelningumo rodiklis (GPR) (%) | 11 | 9 | 14 | 10 |

Iš 8 lentelės matyti, kad bendrojo pelningumo rodiklis per ketverius metus keitėsi nežymiai (2 proc.). Tokiam pokyčiui įtakos turėjo parduotų prekių kiekių ir kainų pasikeitimas bei parduotų prekių savikainos nežymus padidėjimas.

Veiklos pelnas Uždarojoje akcinėje bendrovėje 2019 metais, palyginti su 2016 metais, padidėjo 716 259 eurais. Veiklos pelningumo rodiklis per nagrinėjamą laikotarpį svyravo nuo 9 iki 14 procentų. 2019 metais veiklos pelningumo rodiklis sudarė 11 procentų. Šis rodiklis parodo pardavimų pelningumą prieš mokesčius.

Grynojo pelningumo rodiklis parodo, kad pardavimų procesas šioje įmonėje yra pelningas. 2016 metais šis rodiklis siekė 11 proc., o 2019 metais sumažėjo iki 10 procentų. Rodiklio sumažėjimui įtakos turėjo grynojo pelno sumažėjimas ir pardavimo pajamų padidėjimas. Pardavimo pajamų padidėjimui įtakos turėjo veiklos sąnaudų kitimas.

Apskaičiavus pardavimo pelningumo rodiklius, galima teigti, kad Uždaroji akcinė bendrovė 2016–2019 metais dirbo efektyviai, tinkamai kontroliavo parduodamų prekių savikainą ir kainodaros politiką, vadovai sugebėjo parduoti savo prekes brangiau nei šių prekių įsigijimo savikaina.

***Turto ir kapitalo grąžos pelningumo rodiklių analizė.*** Įmonių vadovų darbo sėkmę apibūdina turto pelningumo rodiklis (žr. 9 lentelę). Jis atskleidžia, ar turtas įmonės veikloje naudojamas efektyviai.

**9 lentelė.** Uždarosios akcinės bendrovės turto pelningumo rodikliai

| Metai<br>Rodikliai | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|---|---|---|---|
| Visas turtas (Eur) | 15 369 878 | 18 729 970 | 19 644 504 | 24 561 957 |
| Ilgalaikis turtas (Eur) | 8 292 653 | 11 385 990 | 11 396 479 | 16 104 190 |
| Trumpalaikis turtas (Eur) | 6 764 230 | 6 694 160 | 8 200 561 | 8 380 282 |
| Grynasis pelnas (Eur) | 1 708 038 | 1 320 305 | 2 539 156 | 2 314 501 |
| Viso turto pelningumas (%) | 11 | 7 | 13 | 9 |
| Ilgalaikio turto pelningumas (%) | 20 | 12 | 22 | 14 |
| Trumpalaikio turto pelningumas (%) | 25 | 20 | 31 | 28 |

Iš 9 lentelės matyti, kad įmonės visas turtas kasmet didėjo – 2016 m. buvo 15 369 878 Eur, o 2019 m. siekė 24 561 957 Eur. Viso turto pelningumas per nagrinėjamą laikotarpį sumažėjo nuo 11 (2016 m.) iki 9 proc. (2019 m.). Didžiausias pelningumo rodiklis buvo 2018 metais (13 proc.). Tam įtakos turėjo 2018 metais gautas didžiausias grynasis pelnas per visą nagrinėjamą laikotarpį.

Akcinio kapitalo pelningumo rodiklis parodo, ar pelningos yra akcininkų investicijos, ar įmonė sugeba pelningai naudoti joms patikėtas lėšas. Skaičiuojant pastovaus kapitalo pelningumo rodiklį, į nuosavą kapitalą įskaičiuojamos ir ilgalaikės skolos (žr. 10 lentelę). Šis rodiklis rodo vadovybės gebėjimą panaudoti nuosavą kapitalą ir ilgalaikių įsipareigojimų lėšas įmonės plėtrai.

**10 lentelė.** Uždarosios akcinės bendrovės kapitalo pelningumo rodikliai

| Metai<br>Rodikliai | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|---|---|---|---|
| Akcinis kapitalas (Eur) | 5 811 225 | 5 811 225 | 5 811 225 | 5 811 225 |
| Nuosavas kapitalas (Eur) | 11 632 106 | 11 452 411 | 12 578 265 | 13 892 766 |
| Ilgalaikiai įsipareigojimai (Eur) | 274 057 | 1 333 118 | 1 109 805 | 1 393 704 |
| Grynasis pelnas (Eur) | 1 708 038 | 1 320 305 | 2 539 156 | 2 314 501 |
| Akcinio kapitalo pelningumas (%) | 29 | 23 | 44 | 40 |
| Pastovaus kapitalo pelningumas (%) | 14 | 10 | 19 | 15 |

Iš 10 lentelėje pateiktų duomenų matyti, kad akcinio kapitalo pelningumo rodiklis siekė 23–44 procentus. Aukštas akcinio kapitalo rodiklis suteikia galimybę investuotojams gauti didelius dividendus ir pritraukti potencialius investuotojus.

Apskaičiuotas pastovaus kapitalo pelningumo rodiklis rodo, kad didžiausia kapitalo grąža (19 proc.) buvo 2018 metais. 2019 metais sumažėjus grynajam pelnui, pastovaus kapitalo pelningumo rodiklis sumažėjo iki 15 procentų. Pastovaus kapitalo grąžos rodiklis išsamiai apibūdina įmonės finansinės veiklos rezultatyvumą, jos gebėjimą gauti pelną iš visų ilgalaikių finansinių išteklių.

***Veiksnių įtaka nuosavo kapitalo ir turto grąžai.*** Akcininkams labai svarbus kapitalo grąžos rodiklis. Pagal jį akcininkai priima sprendimus dėl galimo kapitalo investavimo arba reinvestavimo į įmonę. Apskaičiavus nuosavo kapitalo ir turto grąžos rodiklius, matyti, kokią įtaką jiems daro nuosavo kapitalo, turto bei grynojo pelno pasikeitimai.

11 lentelėje pateikta veiksnių įtaka (2018–2019 metais) Uždarosios akcinės bendrovės nuosavo kapitalo grąžai.

**11 lentelė.** Veiksnių įtaka Uždarosios akcinės bendrovės nuosavo kapitalo grąžai

| Rodiklis | 2018 m. | 2019 m. | Pasikeitimas (+, –) |
|---|---|---|---|
| Grynasis pelnas (Eur) | 2 539 156 | 2 314 501 | **–224 655** |
| Nuosavas kapitalas (Eur) | 12 578 265 | 13 892 766 | **+1 314 501** |
| Nuosavo kapitalo grąža (%) | 20 | 16 | **–4** |
| **Veiksnių įtakos apskaičiavimas** | | | |
| Nuosavo kapitalo pasikeitimo įtaka kapitalo grąžos rodikliui | (2 539 156 / 13 892 766)x100 – (2 539 156 / 12 578 265)x100 = –2 | | –2 |
| Grynojo pelno pasikeitimo įtaka kapitalo grąžos rodikliui | (2 314 501 / 13 892 766)x100 – (2 539 156 / 13 892 766)x100 = –2 | | –2 |

Kaip matyti iš 11 lentelės duomenų, kapitalo grąža 2019 metais, palyginti su 2018 metais, sumažėjo 4 procentais. Šį pasikeitimą lėmė tokie veiksniai:

- padidėjus nuosavam kapitalui, kapitalo grąža sumažėjo 2 procentais;
- sumažėjus grynajam pelnui, kapitalo grąža sumažėjo 2 procentais.

Toliau apskaičiuojami turto grąžos rodikliai, rodantys turto panaudojimą įmonėje ir jo efektyvumą (žr. 12 lentelę).

**12 lentelė.** Veiksnių įtaka Uždarosios akcinės bendrovės turto grąžai

| Rodiklis | 2018 m. | 2019 m. | Pasikeitimas (+, –) |
|---|---|---|---|
| Grynasis pelnas (Eur) | 2 539 156 | 2 314 501 | **–224 655** |
| Visas turtas (Eur) | 19 644 504 | 24 561 957 | **+4 917 453** |
| Turto grąža (%) | 13 | 9 | **–4** |
| **Veiksnių įtakos apskaičiavimas** | | | |
| Turto pasikeitimo įtaka turto grąžos rodikliui (%) | (2 539 156 / 24 561 957)x100 – (2 539 156 / 19644 504)x100 = –3 | | –3 |
| Grynojo pelno pasikeitimo įtaka turto grąžos rodikliui (%) | (2 314 501 / 24 561 957)x100 – (2 539 156 / 24 561 957)x100 = –1 | | –1 |

Kaip matyti iš 12 lentelės duomenų, turto grąža 2019 metais, palyginti su 2018 metais, sumažėjo 4 procentais. Šį pasikeitimą lėmė tokie veiksniai:

- padidėjus turtui, turto grąža sumažėjo 3 procentais;
- sumažėjus grynajam pelnui, turto grąža sumažėjo 1 procentu.

Uždarojoje akcinėje bendrovėje turto grąžos ir kapitalo grąžos rodikliai yra patenkinami. Turtas bendrovėje naudojamas efektyviai. Per ataskaitinį laikotarpį į turtą investuoti pinigai grįžta grynojo pelno pavidalu.

Atlikta pardavimo pelningumo rodiklių analizė parodė, kad Uždaroji akcinė bendrovė 2016–2019 metais dirbo efektyviai, tinkamai kontroliavo parduodamų prekių savikainą ir kainodaros politiką, vadovai sugebėjo parduoti savo prekes brangiau nei šių prekių įsigijimo savikaina.

## Išvados

Pelningumo rodikliai skirstomi į tris pagrindines grupes: pardavimo, turto, kapitalo. Pelningumo rodiklių klasifikavimas į grupes labai svarbus ir padeda geriau suvokti jų apskaičiavimo metodiką, išvystyti tikslingus analizės teiginius ir padaryti tinkamas išvadas, kad įmonės pelningumo būklė būtų tinkamai įvertinta. Mokslinėje literatūroje pelnas ir pelningumas apibrėžiamas kaip dvi skirtingos pagal savo turinį sąvokos.

Pelnas yra uždirbtų pajamų ir patirtų sąnaudų rezultatas, o pelningumas prilyginamas potencialui ar perspektyvai, kuri nurodo, kas vyks toliau. Pelningumo rodikliai leidžia pamatyti ir įvertinti, ar įmonės veikla yra pelninga, ar uždirbamas pakankamas pelnas visoms įmonėms reikmėms vykdyti ir stabiliai išsilaikyti versle, ir išsiaiškinti, kaip augti tolyn, parodo, kiek įmonės vykdoma veikla buvo pelninga, kokia situacija dabar bei ką galima pakeisti ir numatyti tolimesnei jos veiklai, gerinant situaciją.

Atlikta pardavimo pelningumo rodiklių analizė parodė, kad Uždaroji akcinė bendrovė 2016–2019 metais dirbo efektyviai, tinkamai kontroliavo parduodamų prekių savikainą ir kainodaros politiką, vadovai sugebėjo parduoti savo prekes brangiau nei šių prekių įsigijimo savikaina. Viso turto pelningumas per nagrinėjamą laikotarpį sumažėjo nuo 11 (2016 m.) iki 9 procentų (2019 m.). Didžiausias pelningumo rodiklis buvo 2018 metais (13 proc.). Tam įtakos turėjo 2018 metais gautas didžiausias grynasis pelnas per visą nagrinėjamą laikotarpį. Akcinio kapitalo pelningumo rodiklis siekė 23–44 procentus. Aukštas akcinio kapitalo rodiklis suteikia galimybę investuotojams gauti didelius dividendus ir pritraukti potencialius investuotojus. Didžiausia pastovaus kapitalo grąža (19 proc.) buvo 2018 metais. 2019 metais sumažėjus grynajam pelnui, pastovaus kapitalo pelningumo rodiklis sumažėjo iki 15 procentų. Pastovaus kapitalo grąžos rodiklis išsamiai apibūdina įmonės finansinės veiklos rezultatyvumą, jos gebėjimą gauti pelną iš visų ilgalaikių finansinių išteklių.

## Literatūra


Juozaitienė, L. (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas.* Šiauliai: VšĮ Šiaulių universiteto leidykla.

Mackevičius, J., Poškaitė, D. ir Vilis, L. (2011). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

Šakienė, H., ir Puleikienė K. (2009). Finansinių santykinių rodiklių taikymas LR akcinių bendrovių finansinės – ūkinės veiklos analizėje. *Journal of Management*, 14 (2), 34-36. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2009~1367170846084/J.04~2009~1367170846084.pdf.

Sirutavičienė, K. (2014). Lietuvos pieno sektoriaus įmonių pelningumo rodiklių analizė. *Profesinio bakalauro studijų mokslo taikomieji tyrimai. Šiauliai*, 74–90.

Gudaitis, T., ir Žagūnytė, U. (2013). Įmonių pelningumo vertinimo sistemos teoriniai aspektai. *Management*, *23*(2), 90–92. Prieiga per internetą: https://www.ltvk.lt/file/zurnalai/Vadyba_2013_23.pdf#page=89.

Mackevičius, J., Molienė, O., ir Poškaitė, D. (2007). Nuosavo kapitalo kompleksinės analizės metodika. *Verslas: teorija ir praktika*, *8*(2), 73–81. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2007~1367161600516/J.04~2007~1367161600516.pdf.

# SOCIALINIO TINKLO „LINKEDIN“ PANAUDOJIMAS RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE

**Laura Karpavičiūtė**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
*l.karpaviciute@lajm.lt*

*Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos UEVK katedros lektorė Elena Valionienė*

**Anotacija**

Daugybė logistikos ir sandėliavimo paslaugas teikiančių įmonių savo verslą sieja su jūrų uosto veikla užsiimančiomis jūrinėmis valstybėmis. Todėl natūraliai formuojasi probleminis tyrimo klausimas, kokia yra jūrų transporto sektoriuje veikiančio verslo ūkio subjektų struktūra pagal jų veiklos pobūdį, ir kokia dalis verslo ūkio subjektų dirba su jūrų uostu susijusiose verslo srityse. Jūrinėse valstybėse statistiškai reikšmingai logistikos sektoriuje dominuoja logistikos kompanijos, kurių veikla yra susijusi su jūriniais kroviniais, o jeigu situacija yra tokia, kaip Lietuvos, kai rinkoje susikuria ir kita dalis logistikos, aptarnaujančios tarptautinius krovinius, gabenamus sausumos transporto koridoriais, konkurencijos padidėjimo kontekste aktualu tampa analizuoti šių kompanijų rinkodaros strategiją ir jų pozicionavimo rinkoje aspektus. Plečiantis socialinių tinklų siūlomos skaitmeninės rinkodaros technologijų įvairovei, sudominami didesni klientų srautai ir dalis įmonių persikelia į socialinių tinklų erdves. Natūraliai susidaro poreikis pademonstruoti įmonių galimybes ir jos rinkodaros strategiją bei integruoti į įvairias virtualias aplinkas. Todėl tyrimo idėja yra susijusi su viena iš gerai žinomų socialinio tinklų platforma „LinkedIn“. Remiantis jos siūlomomis rinkodaros priemonių paslaugomis, siekiama nustatyti, kokios jūrų transporto sektoriuje veikiančios didžiosios verslo įmonės savo rinkodaros strategiją susiejo su šiuo socialiniu tinklu ir kaip šį socialinį tinklą išnaudoja savo veiklai reklamuoti. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu yra apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės koncentruojantis į „LinkedIn“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamas pasirinktų kompanijų „LinkedIn“ paskyrų ir reklamos skelbimų turinys, vertinama „LinkedIn“ socialinio tinklo naudojimo jūrų transporto versle metodika siekiant identifikuoti pagrindinę skaitmeninės rinkodaros ir pozicionavimo rinkoje strategiją.

RAKTINIAI ŽODŽIAI: LinkedIn, socialinis tinklas, jūrų transportas.

## Įvadas

Plečiantis socialinių tinklų siūlomos skaitmeninės rinkodaros technologijų įvairovei, sudominami didesni klientų srautai ir dalis įmonių persikelia į socialinių tinklų erdves. Natūraliai susidaro poreikis pademonstruoti įmonių galimybes ir jos rinkodaros strategiją bei integruotis į įvairias virtualias aplinkas. Tyrimo idėja yra susijusi su viena iš gerai žinomų socialinių tinklų platformų „LinkedIn“. Remiantis jos siūlomomis rinkodaros priemonių paslaugomis, siekiama nustatyti, kokios jūrų transporto sektoriuje veikiančios didžiosios verslo įmonės savo rinkodaros strategiją susiejo su šiuo socialiniu tinklu ir kaip šį socialinį tinklą išnaudoja savo veiklai reklamuoti. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės, koncentruojantis į „LinkedIn“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamas pasirinktų kompanijų „LinkedIn“ paskyrų ir reklamos skelbimų turinys, siekiant identifikuoti pagrindinę skaitmeninės rinkodaros ir pozicionavimo rinkoje strategiją. Siekiant išlikti konkurencingu tarptautinėje rinkoje, reikia siekti integruotis į tas priemones, kurias naudoja ir kiti verslo subjektai. „LinkedIn“ yra viena iš tų priemonių, kuri sudaro galimybę save pristatyti ne tik tarptautinėje rinkoje, bet ir pristatyti save kaip patrauklų darbdavį bei pasiūlyti darbo vietas jų ieškantiems žmonėms.

**Straipsnio problema:** nepakankamai aktyvus socialinio tinklo „LinkedIn“ naudojimas jūrų transporto verslo segmente, palyginti su kitais tarptautinėje rinkoje veikiančiais verslo subjektais.

**Darbo tikslas:** ištirti socialinio tinklo „LinkedIn“ panaudojimą rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Darbo uždaviniai:**

- apibūdinti skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste;
- analizuoti „LinkedIn“ socialinio tinklo siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus;
- sudaryti „LinkedIn“ tinklo naudojamumo vertinimo metodiką;
- įvertinti didžiųjų Klaipėdos valstybinio jūrų uosto įmonių taikomą skaitmeninės rinkodaros strategiją, panaudojant „LinkedIn“ tinklo siūlomus instrumentus ir paslaugas.

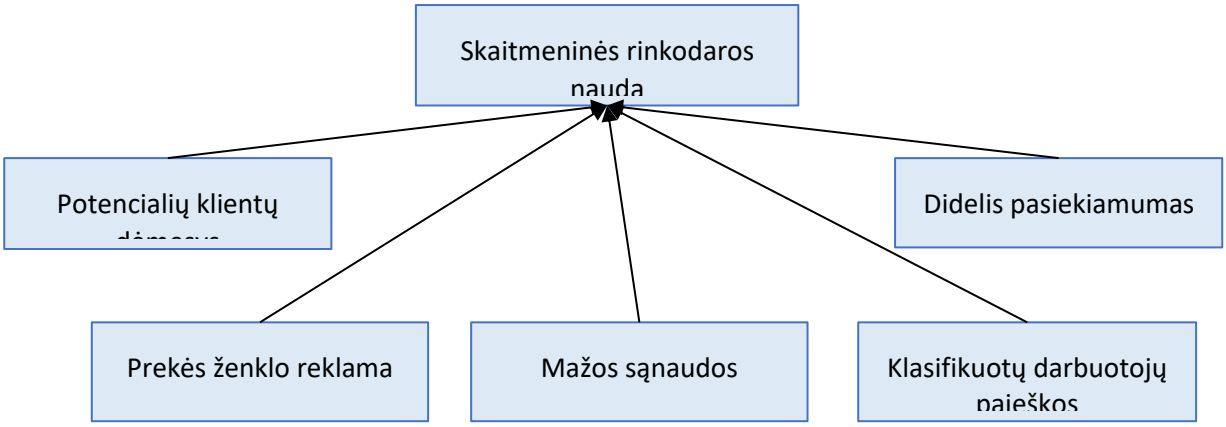
**Tyrimo metodika:** mokslinės literatūros šaltinių analizė, stebėjimas, socialinio tinklo paskyros turinio analizė, vizualizavimas.

## Skaitmeninės rinkodaros sampratos jūrų transporto versle apibūdinimas

Pradedant nuo to, kas yra skaitmeninė rinkodara ir kam ji skirta, galima išsiaiškinti jos svarbą jūrų transporto verslo segmente. Skaitmeninė rinkodara yra rinkodaros rūšis, kurioje verslo tikslams pasiekti yra pasitelkiamos internetinės technologijos. Vienas iš populiariausių būdų yra pasitelkti socialinę rinkodarą. Per pastaruosius 4 metus toks savo verslo reklamavimo tipas pradeda stipriai populiarėti. Norint gerai atlikti skaitmeninę rinkodaros strategiją, reikia tinkamai išanalizuoti rinką, į kurią bus norima kreiptis. Analizės metu stengiamasi kaip įmanoma geriau išnagrinėti savo auditoriją ir suprasti galimai potencialius klientus bei tai, kokios prekės ar produktai ir paslaugos juos gali sudominti. Šiandien labai sunku įsivaizduoti pasaulį be socialinės rinkodaros. Įmonės varžosi viena su kita, bandydamos pritraukti kuo daugiau vartotojų ir pateikti save kaip patraukliausią verslininką.

Sprendimas, kurią internetinės rinkodaros skleidimo priemonę pasirinkti, priklauso nuo įmonės tikslo, tikslinės auditorijos, turimo biudžeto ir norimos paskleisti žinutės (Bakanauskas, 2012).

Kitas labai svarbus dalykas šiuo atveju, yra jūrų verslo sektoriaus kontaktas su žmonėmis. Patraukli reklama yra tik pusė atlikto darbo, nes daug svarbesnis yra reklamos veiksmingumas, pritraukiantis naujus klientus, įtikinant juos rinktis paslaugas ir produktus. Tai gali būti naujas pirkėjas, naujas darbuotojas, būsimas akcininkas, naujas direktorius ar investuotojas. Koks bus rezultatas, viskas priklausys nuo to, kokiai publikai pritraukti bus skirtas reklamos turinys. Socialinės rinkodaros nauda (žr. 1 pav.) yra naudinga verslams, norintiems praplėsti savo veiklą, nes tai padeda jiems augti, vystytis ir pasiekti žmones iš įvairių pasaulio vietų. Daugelis įmonių išleidžia didelį biudžetą socialinės rinkodaros planams įgyvendinti. Sėkminga socialinė rinkodara leidžia įmonėms surasti ir išlaikyti vartotojus, o tai skatina žinomumo didinimą ir pardavimų augimą. Versle tampa įprasta į socialinę rinkodarą investuoti didžiulius pinigus – stambių įmonių biudžetai siekia milijonus eurų. Atsiradus rinkodarai internete, pasikeitė visa reklamos strategija ir investicijų struktūra. Internetinė rinkodara suteikia galimybę pasiekti tikslinius vartotojus aktualiu laiku, už atitinkamą biudžetą (Scott, 2016).




**1 pav.** Socialinės rinkodaros nauda (*Kox, 2014; Jusčius ir Baranskaitė, 2015; Venslovas, 2015)*

Tam tikros skaitmeninės rinkodaros priemonės, kurios egzistuoja šiuolaikinėje rinkoje, yra specializuotos. Viena iš skaitmeninės rinkodaros rūšių yra socialinė rinkodara. Socialinė rinkodara gali būti klasifikuojama ne tik kaip savęs pristatymas iš meninės pusės, bet ir profesinės, mokslinės bei religinės. Viena iš tokių priemonių yra portalas „LinkedIn“, kuriame įmonės pozicionuoja save kaip patrauklų darbdavį, skelbia įvairias publikacijas pagal tai, kokia pas juos yra organizacinė kultūra, kokie darbuotojai jiems yra reikalingi.

Kaip giliai įmonės pasineria į socialinių tinklų rinkodarą, priklauso nuo tikslų, verslo pobūdžio, klientų ir nuo bendros skaitmeninės technologijos strategijos. Pasak Daliko (2016), daugumą įmonių, kurios pradeda organizuoti rinkodarą socialiniuose tinkluose, išsikelia tinkamus tikslus. Jis pamini, kad dauguma verslo atstovų tikisi sulaukti tik didelio skaičiaus gerbėjų savo paskyroje, tačiau toks tikslas nepadidins efektyvumo. Jis teigia, kad kuriant verslą socialiniuose tinkluose yra svarbu išsiaiškinti tikslines auditorijas. Vartotojų grupė nėra sudaryta iš panašių žmonių vien dėl to, kad jie turi bendrą mėgstamą prekės ženklą. Todėl įmonės turi suskirstyti savo tikslinę auditoriją į grupes ir analizuoti jų elgesį bei poreikius. Išanalizavus vartotojus, svarbu atkreipti auditorijos dėmesį į internetinės rinkodaros pranešimą, pakeičiant žmonių požiūrį į teikiamą prekę ar paslaugą. Padidinti sekėjų skaičių nereikia didelių pastangų, tačiau dauguma iš jų gali būti neaktyvūs ir tai bus nenaudinga.

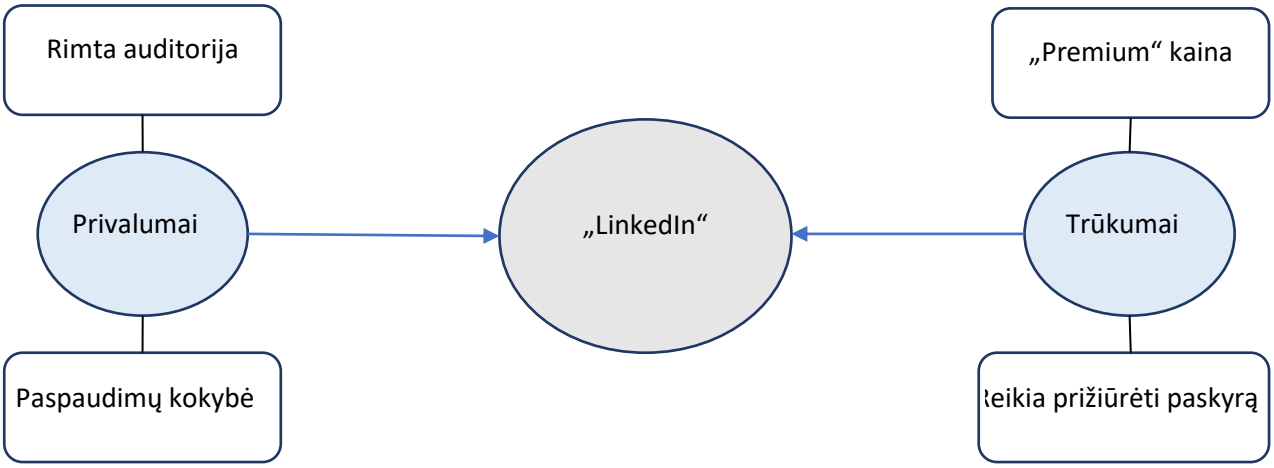
Apibendrinant galima pasakyti, kad skaitmeninė rinkodara yra tam tikras priemonių rinkinys, kuris naudojamas siekiant didinti žinomumą, pritraukti klientus, skatinti pardavimus, ieškoti tarpininkų bei sukurti naujus santykius su kitais verslais. Viena iš efektyviausių skaitmeninės rinkodaros priemonių yra socialinių tinklų rinkodara. Pasitelkus socialinę rinkodarą dažniausiai pasiekiama norimų rezultatų, tačiau įmonės turi turėti gerai suformuluotą planą, iškeltą tikslą, kurio besilaikydami jie pasiektų užsibrėžtų tikslų. Taigi, svarbu apsvarstyti ir įvertinti socialinės rinkodaros efektyvumą. Nežinant tikslių efektyvumo vertinimo kriterijų, bus sunku ją plėtoti ir išsirinkti efektyviai tinkamiausius socialinės rinkodaros skleidimo būdus.

## „LinkedIn“ socialinio tinklo siūlomų rinkodaros priemonių ir sprendimų analizė

„LinkedIn“ yra „Microsoft“ bendrovės profesinis socialinis tinklas. Jis laikomas pačia patikimiausia platforma ir čia yra mažiausiai netikrų paskyrų. Jis vienija daugiau nei 675 mln. registruotų vartotojų ir yra skirtas bendrauti su verslo partneriais, užmegzti naujus profesinius ryšius ir ieškoti darbo ar darbuotojų. Europoje jungiasi apie 206 mln., o Lietuvoje pagal 2019 m. gruodžio duomenis – apie 440 tūkst. vartotojų. Įmonėms, dirbančioms B2B (verslas verslui) srityje, tikslingiausia reklamuotis „LinkedIn“ socialiniame tinkle, kuris pamažu tampa pagrindine profesionalus jungiančia platforma. Čia skelbimus galima rūšiuoti pagal profesiją, poziciją įmonės hierarchijoje, konkrečios įmonės ar verslo šakos darbuotojus ir t. t.

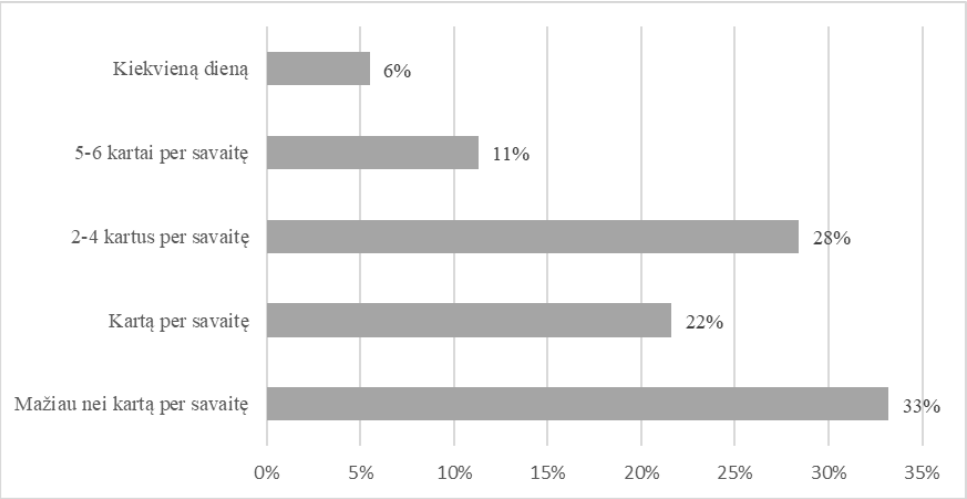
„LinkedIn“ politika remiasi į tai, kad puslapis pakeistų reprezentatyvias internetines svetaines. Tai reiškia, kad turi būti trys įrašai apie industrijos naujoves, 2 iš jų yra skirti esamai suburtai bendruomenei ar darbuotojams, o likęs 1 įrašas gali būti skirtas skatinti pardavimus.

„LinkedIn“ turi tvirtų nuostatų pamatus ir aukštą naudingumo koeficientą, kuris netikslingai išnaudotas gali nepatikti greito ir pigaus rezultato siekiančioms įmonėms (žr. 2 pav.). Norint maksimaliai išnaudoti šio tinklo teikiamus privalumus, reikia laikytis jo struktūros ir griežtų taisyklių. Verslo kompanijoms svarbu suburti savo auditoriją, į kuria bus orientuotas skelbiamas turinys.




**2 pav**. „LinkedIn“ socialinio tinklo privalumai ir trūkumai (*Šaltinis: „Reklama internete: kaip išsirinkti tinkamiausias priemones?“*)

Taigi, verslioms įmonėms, norinčioms pritraukti daugiau dėmesio, „LinkedIn“ gali pasiūlyti veiksmingą ir naudingą žinomumo plėtojimo planą, tačiau ne visi yra linkę investuoti tiek laiko, kiek reikalaujama, norint tapti matomu. Turinio dažnai kurti nereikia, tačiau svarbiausia yra taisyklingai ji suformuluoti. Publikacijos antraštė yra labai svarbi dalis. „LinkedIn“ sukurtas algoritmas skleis tik aukšto lygio turinį. Jei norima, kad turinys pasiektų platesnę auditoriją, teks sumokėti 10 JAV dol. už vienos dienos trukmės kampaniją. Tai yra 10 kartų brangiau nei, pavyzdžiui, minimalus „Facebook“ kampanijos biudžetas. Svarbu dalytis tuo, kas kitiems šiame tinkle gali būti įdomu, ir daryti tai periodiškai – nei per dažnai, nei per retai, nes žmonių srautai šioje erdvėje nėra pertekliniai (žr. 3 pav.). Paspaudimo kaina taip pat aukštesnė keletą kartų, taigi tikslines grupes verta apsibrėžti atidžiai. Jei verslo įmonės įrašas gaus įspėjimų, jis nepasirodys kompanijų sekėjų sienose.

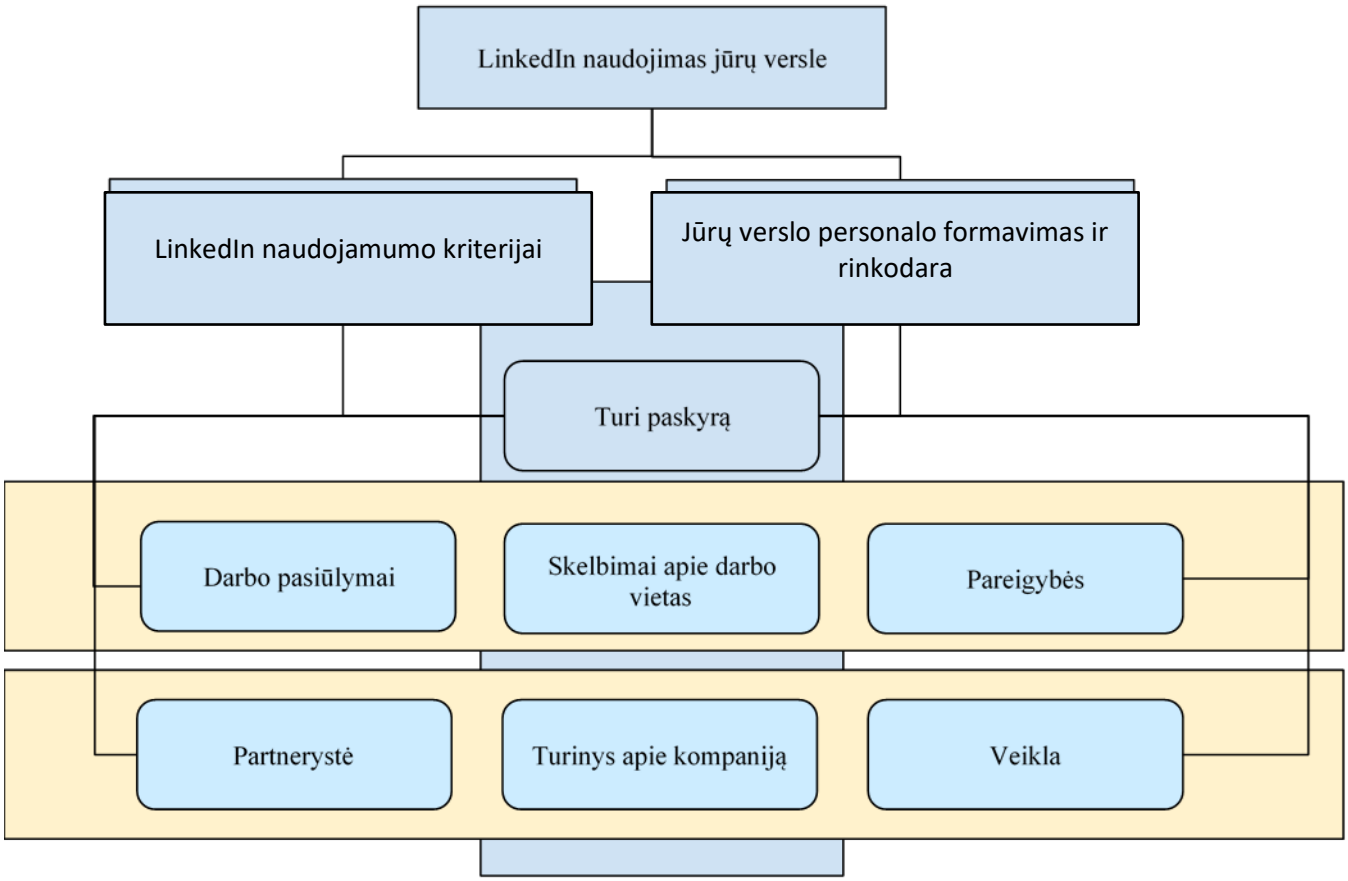



**3 pav.** Vidutinis prisijungimų skaičius per savaitę (*„LinkedIn“*)

Rezultatai rodo, kad respondentai nėra gausūs „LinkedIn“ vartotojai, tai gali būti dėl to, kad platforma yra profesionalesnė, o ne socialiai orientuota.

## „LinkedIn“ socialinio tinklo naudojimo jūrų transporto versle vertinimo metodika

Įmonėms, dirbančioms B2B (verslas verslui) srityje, tikslingiausia reklamuotis „LinkedIn“ socialiniame tinkle, kuris pamažu tampa pagrindine profesionalus jungiančia platforma. Čia skelbimus galima rūšiuoti pagal profesiją, poziciją įmonės hierarchijoje, konkrečios įmonės ar verslo šakos darbuotojus, partnerystę (žr. 4 pav.).




**4 pav.** Tyrimo metodika (*Journal of Internet Commerce*)

Pasirinkti jūrų transporto kompanijas, turinčias socialinio tinklo „LinkedIn“ profilius, buvo nelengva. Ko gero, ne visos įmonės orientuojasi į savo verslo plėtrą šiuolaikiniuose socialiniuose tinkluose, kurie jiems, be abejo, suteiktų galimybę praplėsti savo žinomumą ir pritraukti didesnius būsimų klientų srautus. Daugelis verslų tapo pranašesni dėl puikiai įmonę reprezentuojančios reklamos, subtilios rinkodaros. Tarp jų yra ir tyrimui atrinktos kompanijos: AB „Klaipėdos nafta“, „Arijus“, UAB, AB „Klaipėdos Smeltė“.

Lietuviai pamažu atranda „LinkedIn“ ir šio socialinio tinklo teikiamas galimybes. Tyrimui renkantis jūrų transporto verslo kompanijas pagrindinis kriterijus buvo „LinkedIn“ paskyra. Kitas kriterijus – skirtingos veiklos sritys, t. y. naftos produktų krova, intermodalinių krovinių ekspedijavimas, užuosčio kompanija, užtikrinanti uosto ir sausumos transporto sistemų jungiamumą, bei jūrų krovinių krovimas ir sandėliavimas.

Vis dar bandoma perprasti šio socialinio tinklo teikiamą naudą verslui. Natūraliai kyla klausimas, kaip šį tinklą geriausiai išnaudoti? Siekiant nustatyti, kaip „LinkedIn“ yra naudojamas jūrų transporto įmonėse, reikia išsirinkti jūrų transporto verslo atstovus, kurių paskyros bus analizuojamos ir nustatyti pagrindinius palyginimo, vertinimo kriterijus, kurie tiksliai atvaizduoja „LinkedIn“ funkcinę paskirtį. Paskyros aktyvumas vienas iš svarbių kriterijų. Pagal tai galėsime vertinti, kokio pobūdžio pranešimai yra skelbiami ir juos palyginti su kitų kompanijų pranešimais.

## „LinkedIn“ socialinio tinklo naudojimo jūrų transporto versle vertinimas

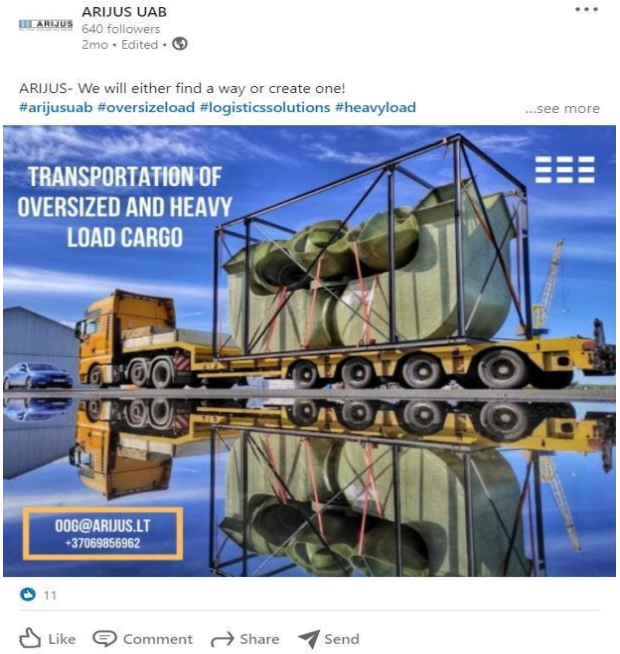
Tyrimui atlikti buvo remiamasi AB „Klaipėdos nafta“, „Arijus“, UAB, AB „Klaipėdos Smeltė“ paskyrose skelbiama informacija. Informacija analizuojama remiantis sekėjų skaičiumi, publikuojamų skelbimų skaičiumi ir darbuotojų skaičiaus pokyčiais per vienus metus.

AB „Klaipėdos nafta“ yra viena iš didžiausių energetinių resursų logistikos bendrovių Baltijos šalyse, besispecializuojanti naftos ir dujų pramonėje. Akcinė bendrovė yra naftos ir suskystintųjų gamtinių dujų terminalų operatorė, įkurta 1959 metais. Naftos produktai buvo gabenami tanklaiviais iš Juodosios jūros uostų Batumio ir Tuapsės. Antrojo pasaulinio karo metais Klaipėdos uostas buvo labai sugriautas. Dar 1959 m. Klaipėdos naftos eksporto ir perpylimo bazė pradėjo veiklą, daugiausia eksportuodavo naftos produktus, ypač mazutą. Galiausiai 1994 m. buvo įsteigta Lietuvos ir JAV AB „Klaipėdos nafta“, o pasikeitus akcininkų sudėčiai, bendrovė pervadinta LKAB „Klaipėdos nafta“. Palaipsniui įmonė buvo modernizuojama, kad galėtų atlikti ne tik naftos produktų eksporto, bet ir importo operacijas, priimti didesnio tonažo laivus. Baigus rekonstrukciją, nuo 2002 m. „AB Klaipėdos naftos“ terminale kraunami iki 100 000 t talpos tanklaiviai. AB „Klaipėdos nafta“ savo „LinkedIn“ paskyroje pirmą kartą prieš metus viešai paskelbė pirmąjį pranešimą, kuriuo ieškojo naujo vadovo. Galima daryti išvadą, kad įmonė į socialinį tinklą „LinkedIn“ įžengė labai neseniai.

AB „Klaipėdos naftos“ „LinkedIn“ paskyroje matyti vienas svarbus braižas, kuriuo jie remiasi eidami į viešąją internetinę erdvę – jie siekia save pristatyti, kaip kompaniją, plėtojančią ir vykdančią veiklą, o ne kompaniją, norinčią parduoti savo prekes ar paslaugas. AB „Klaipėdos naftos“ paskyroje gausu informatyvių nuotraukų apie dujų terminalą, jų teritorijos infrastruktūrą (žr. 5 pav.). Iš kompanijos publikacijų turinio galima spręsti, kad jiems aktualus žmonių požiūris į juos kaip į tobulėjančią ir besiplečiančią kompaniją, kuri remiasi klientų santykių puoselėjimo politika, savo veiklos demonstravimu, t. y. bendradarbiavimu su klientais ir naujų ryšių kūrimu.

**5 pav.** AB „Klaipėdos nafta“ pranešimas platformoje „LinkedIn“

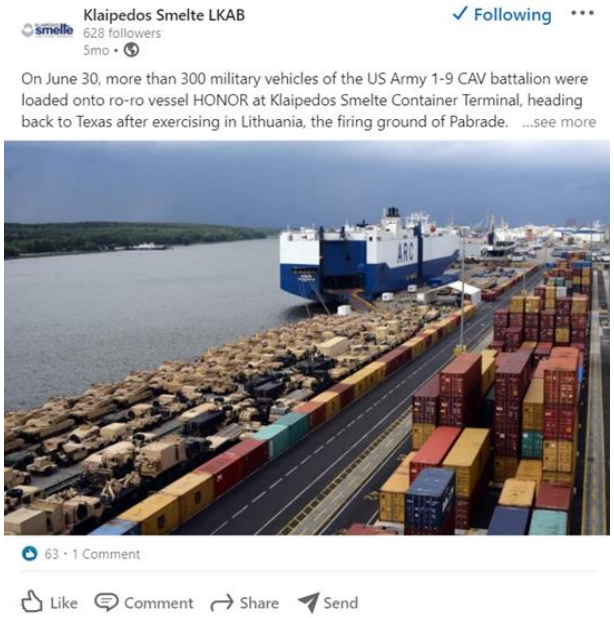
„Arijus“, UAB, – nuo 1992 metų savo veiklą vykdanti, viena iš didžiausių krovinių gabenimo ir ekspedijavimo bendrovių Lietuvoje, krovinių gabenimo konteineriais pradininkė šalyje. „Arijus“, UAB, yra viena iš logistikos lyderių Lietuvoje: krovinių ekspedijavimą vykdo jūra, autotransportu, geležinkeliu, oru ir kombinuotu transportu, pristato krovinius nuo durų iki durų visame pasaulyje, profesionaliai perveža pavojingus ir negabaritinius krovinius, teikia sandėliavimo ir kitas paslaugas. „Arijus“, UAB, „LinkedIn“ paskyroje ne tik ieško naujų darbuotojų, bet ir parodo, kad įmonės darbuotojai dalyvauja įvairiose akcijose, pvz., „Vilties bėgimas“, „Golfas iš širdies“, „Gera daryti gerą“. Taip pat didelį įspūdį palieka šios kompanijos visų darbuotojų ir jų šeimos narių surengta iniciatyva paremti projektą „Pasaulinei neišnešiotų naujagimių dienai“. Visi įmonės darbuotojai ir jų šeimos nariai visi prisijungė prie šios socialinės iniciatyvos ir bendromis jėgomis numezgė antklodžių ir vilnonių kojinių neišnešiotiems kūdikiams. Tačiau, nepaisant to, jog jie vieningai užsiima įvairiomis iniciatyvomis, nesusijusiomis su krovinių pervežimu, jie išlieka labai profesionalūs ir taktiški savo paskyroje, tai atskleidžia įmonės atstovų dalyvavimas užsienio konferencijose, tarpininkavimas su kitomis uosto krova užsiimančiomis įmonėmis ir neeilinių projektų vykdymas (žr. 6 pav.).




**6 pav.** „Arijus“, UAB, pranešimas platformoje „LinkedIn“

Jie ne tik ieško naujų, veiklių žmonių komandai papildyti, bet ir parodo, kokie iššūkiai tenka jai, kaip vienai iš didžiausių gabaritinių krovinių gabenimo bendrovei. Tai atspindi ir jų pasiekimai, apie kuriuos jie noriai dalijasi, o jų nuotraukos „LinkedIn“ paskyroje gali sukelti įspūdį, kad šia iššūkių nebijančia, daugiametę patirtį (net 28 metai) turinčia įmone galima pasitikėti.

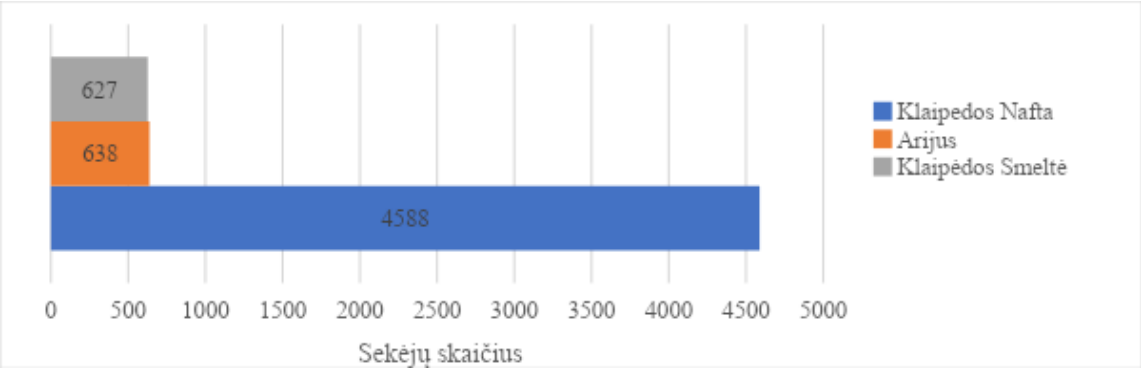
LKAB „Klaipėdos Smeltė“ – tai šiuolaikinis konteinerių terminalas Klaipėdos uoste, veikiantis nuo 2006 metų. Bendrovė užsiima krovinių krovimu ir sandėliavimo darbais. Tai apima negabaritinių ir sunkiasvorių įrenginių, šaldytos mėsos ir žuvies produkcijos bei įvairių pakuotų, birių ir suverstinių krovinių sandėliavimą. Anksčiau dabartinėje LKAB „Klaipėdos Smeltės“ teritorijoje buvo žvejybos uostas, po kurio veiklos pabaigos likę pastatai buvo nugriauti, o teritorija tinkamai nebuvo sutvarkyta. Tolimesnėje tyrimo eigoje bus atskleista, kad ši įmonė mažiausiai iš visų skiria laiko savo veiklai reprezentuoti. Ji noriai demonstruoja savo veiklos pobūdį, kuris kartais išeina iš kasdienybės zonos, susijusios su krovos darbais, ir tuo dalijasi su sekėjais „LinkedIn“ paskyroje (žr. 7 pav.).




**7 pav.** LKAB „Klaipėdos Smeltė“ pranešimas platformoje „LinkedIn“

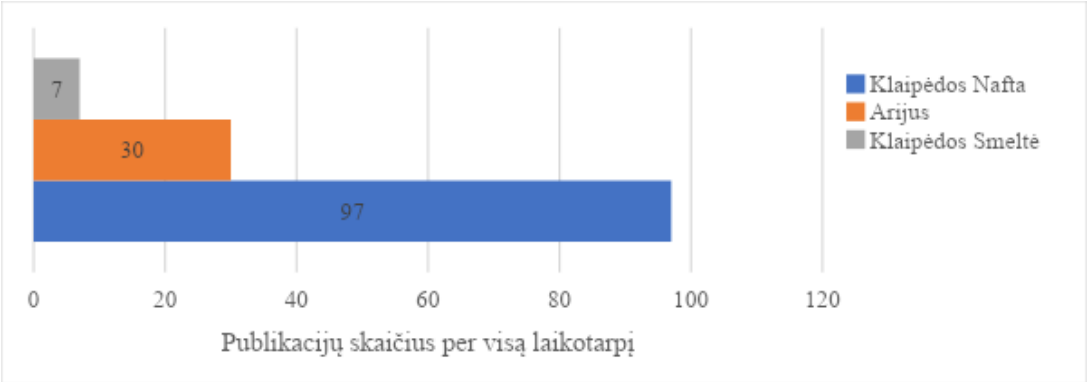
Tačiau LKAB „Klaipėdos Smeltė“ palaiko menką ryšį su auditorija, nors ji galėtų pasidalyti kartu su „YIT Lietuva“ atliktu 17 mln. eurų vertės projektu, kuriuo buvo įvykdyti svarbiausi rekonstrukcijų darbai ir tai kaip konteinerių terminalo pajėgumai išaugo dvigubai – nuo 500 tūkst. iki 1 mln. sąlyginių konteinerių (TEU).

Atlikus pasirinktų kompanijų „LinkedIn“ profilių sekėjų skaičiaus analizę, buvo nustatyta, kad iš viso šios pasirinktos trys kompanijos turi 5 853 sekėjus, tačiau net 4 588 žmonės, arba 78 proc. visų sekėjų, seka AB „Klaipėdos nafta“ „LinkedIn“ profilį (žr. 8 pav.).




**8 pav.** Kompanijos populiarumas „LinkedIn“ tinkle

LKAB „Klaipėdos Smeltė“ ir „Arijus“ UAB, savo „LinkedIn“ paskyrose turi panašų sekėjų skaičių (po 11 % ). Tokie rezultatai sudaro prielaidas teigti, kad LKAB „Klaipėdos Smeltė“ aktyviai plėtoja savo, kaip patrauklaus darbdavio, pozicijas skaitmeninėje erdvėje. Tai galima pagrįsti ir įrašų skaičiumi profilyje (žr. 9 pav.).




**9 pav.** Kompanijų populiarumas „LinkedIn“ tinkle

Susumavus visų trijų kompanijų įrašus, jų skaičius siekia 134 įrašai per vienerių metų laiko periodą, o tai sudaro maždaug po 3 įrašus per dieną. Pastebima tai, kad AB „Klaipėdos naftos“ paskyrai 1,5 metų, „Arijus“, UAB, – tik 1 metai, o LKAB „Klaipėdos Smeltė“ – tik 9 mėnesiai. Galima daryti išvadas, kad pagal pranešimų skaičių lydere išlieka AB „Klaipėdos nafta“, kurios populiarumas augo ypač sparčiai dėl gero socialinės rinkodaros išplėtojimo.

Nustačius kiekvienos kompanijos skelbiamų publikacijų skaičių ir išnagrinėjus publikuojamo turinio pobūdį, pasireiškia skirtingas požiūris į „LinkedIn“ paskyros išnaudojimo verslui reikiamumą šioms kompanijoms (žr. 1 lentelę). Galima teigti, kad tyrime dalyvavusių įmonių poreikiai skirtingi ir pagal tai galima susidaryti nuomonę, į ką labiausiai orientuojasi kiekviena kompanija.

**1 lentelė.** Procentinis „LinkedIn“ turinčių kompanijų skelbiamo turinio pobūdis

| | AB „Klaipėdos nafta“ | „Arijus“, UAB | LKAB „Klaipėdos Smeltė“ |
|---|---|---|---|
| Reklama | 26 % | 4 % | 3 % |
| Darbuotojų paieška | 32 % | 89 % | 27 % |
| Įmonės vaizdavimas | 42 % | 7 % | 70 % |

*Šaltinis*: *įmonių internetiniai puslapiai socialiniame tinkle „LinkedIn“.*

AB „Klaipėdos nafta“ pasižymi nuosekliu skaitmeninės rinkodaros priemonių taikymu, naudojant „LinkedIn“ socialinį tinklą visais trimis tirtais tikslais – paskyros egzistavimas, sekėjų skaičiaus įvertinimas ir skelbiamų įrašų vienetai. Ji labiausiai išlaiko balansą tarp reklamos, įmonės įvaizdžio kūrimo ir personalo paieškos.

## Išvados

Apibūdinus skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste, galima teigti, kad socialinė rinkodara leidžia vadovams nuolat plėtoti interaktyvumą ir pagerinti savo veiklą. Vadovai turi peržiūrėti, kas vyksta socialinėje žiniasklaidoje, atidžiai stebėdami klientus, konkurentus ir jų aplinką bei veiksmingai reaguodami į tai, vykdyti socialinės rinkodaros internetinę veiklą.

Išanalizavus „LinkedIn“ socialinio tinklo siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus, galima pastebėti, kad šio socialinio tinklo priemonės yra skirtos palengvinti kompanijų rinkodaros strategiją, formuojant žmogiškuosius išteklius, poreikius, o priemonės yra plačiai taikomos personalo paieškos procesuose bei pristatant kompanijas kaip patrauklų darbdavį. Todėl galima būtų teigti, kad šio tinklo naudojimas įmonei sukuria pridėtinę vertę, formuojant žmogiškuosius išteklius, siekiant didinti žinomumą, sudominti būsimus darbuotojus. Norint pasiekti maksimaliai gerų rezultatų ir pralenkti konkurentus, būtina investuoti į įmonės socialinės rinkodaros plėtrą.

Taikant pasirinktą metodiką ir įvertinus didžiųjų Klaipėdos valstybinio jūrų uosto įmonių taikomą skaitmeninės rinkodaros strategiją panaudojant „LinkedIn“ tinklo instrumentus ir paslaugas, buvo nustatyta, jog būtent AB „Klaipėdos nafta“ ir LKAB „Klaipėdos Smeltė“ „LinkedIn“ paskyrose publikuojamų reklamų tikslas buvo reprezentuoti įmonę kaip patrauklų darbdavį. Efektyvios reklamos padeda pritraukti darbo ieškančių žmonių dėmesį. Šių įmonių profiliuose skelbiama informacija daugiausiai buvo orientuota į naujų darbuotojų paiešką.

Nepaisant populiarumo socialinėje erdvėje, kiekviena įmonė pasiekia gerų rezultatų pagal jų skirtingą poreikių skalę bei skirtingai taikomą socialinės rinkodaros metodiką.

## Literatūra

Dalikas, A. (2016). *Reklama, kuri patinka*. Vilnius: Alma littera.

Juščius, V. ir Baranskaitė, E. (2015). *Internetinės rinkodaros tendencijos ir efektyvumo vertinimo kriterijai.* Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 16(2), 44–53.

Kox, H. (2014). *A profile of online advertising and tracking industry: technology, business model and market structure.* SSRN electronic journal, 1–21.

Bakanauskas, A. (2012). *Integruotosios marketingo komunikacijos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.

Scott, D. M. (2016). *The new rules of sales and service: how to use agile selling, real-time customer engagement, big data, content, and storytelling to grow your business.* New Jersey: John Willey & Sons.

Wiese M., & Salilul Akareem H., (2020). Determining perceptions, attitudes and behaviour towards social network site advertising in a three-country context, *Journal of Marketing Management, 36 (5–6),* 420–455.

Parsons, A. L., & Lepkowska-White, E. (2018). Social Media Marketing Management: A Conceptual Framework, *Journal of Internet Commerce*, 17(2), 81–95.

Maree, T. (2017). *Linkedin Users' Self-Brand Congruence, Attitudes and Social Media Use Integration*, Communication, 43(3–4), 95–113.

Socialinio tinklo „LinkedIn" profilio puslapis, *AB Klaipėdos nafta*, puslapis Prieiga per internetą: https://www.linkedin.com/company/klaipedos-nafta/.

Socialinio tinklo „LinkedIn" profilio puslapis, *LKAB Klaipėdos smeltė*. Prieiga per internetą: https://www.linkedin.com/company/lkab-klaipedos-smelte-/.

Socialinio tinklo „LinkedIn" profilio puslapis, *Arijus UAB*. Prieiga per internetą: https://www.linkedin.com/company/uab-arijus/

https://www.nbranded.lt/socialinio-tinklo-linkedin-galimybes-verslui-ir-organizacijoms/

https://www.vilniuscoding.lt/kodel-svarbu-tureti-gera-linkedin-profili/

# BŪTINYBĖ KEISTIS: KOKIA VIDAUS KONTROLĖ TURI BŪTI LIETUVOJE?

**Gabija Kilikevičiūtė**
*Vilniaus kolegija, Ekonomikos fakultetas*
*gabija.kilikeviciute@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos EKF dėst. Žana Prokopovičienė

**Anotacija**

Į klausimą, koks turėtų būti Lietuvos viešasis sektorius, atsakytų beveik kiekvienas pilietis: norėtųsi efektyvaus viešojo sektoriaus, kuris laiku teiktų kokybiškas paslaugas. Tuo tarpu apie viešojo sektoriaus vidaus kontrolę dažniausiai diskutuoja ekonomistai, vidaus kontrolės specialistai bei vidaus auditoriai, nors vidaus kontrolės kūrimas ir užtikrinimas – tai nuolatinis procesas, kuriame dalyvauja visi darbuotojai, o prie vidaus kontrolės vertinimo prisideda ir išorės vertintojai (pvz., įvairios institucijos arba naudos gavėjai). Vidaus kontrolės sistema yra skirta nustatyti ir valdyti institucijos rizikos veiksnius, užtikrinti, kad veikla vyktų pagal paskirtį ir įgyvendintų bendruosius tikslus. Šiame straipsnyje yra aptariamos vidaus kontrolės reglamentavimo aktualijos Lietuvoje. Darbo tikslas – išnagrinėjus teisės normas, apibūdinti pagrindinius vidaus kontrolės reglamentavimo pasikeitimus Lietuvos viešajame sektoriuje. Susisteminus teisės aktuose ir kituose literatūros šaltiniuose pateiktą informaciją, nagrinėjama vidaus kontrolės sistema, jos išorės bei vidaus vertintojai, apibrėžiami vidaus kontrolės vertinimo lygiai bei apibendrinamas vidaus kontrolės funkcionavimas Lietuvos viešajame sektoriuje.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: viešasis sektorius, vidaus kontrolė, vidaus kontroles elementai, viešasis juridinis asmuo.

## Įvadas

Privačiose įmonėse vidaus kontrolė kuriama įmonės vadovybės iniciatyva – jos privalomumas įstatymiškai nėra nustatytas. Kita vertus, viešuosiuose juridiniuose asmenyse efektyvi vidaus kontrolė yra privaloma. Valstybės kontrolės teigimu, efektyvi vidaus kontrolė – vienas svarbiausių įrankių, padedančių vadovams ir darbuotojams priimtinomis sąnaudomis valdyti rizikas, nuosekliai ir strategiškai siekti rezultatų ir būti naudingiems visuomenei. Turėdama efektyvią vidaus kontrolę, organizacija gali objektyviai įvertinti vykdomos veiklos plėtros galimybes ir tendencijas, sugeba pastebėti ir pašalinti organizacijai kylančias grėsmes ir rizikas. Už visos efektyvios vidaus kontrolės sistemos sukūrimą institucijoje, jos veikimą ir tobulinimą yra atsakingi institucijų vadovai, kurių sukurtos vidaus kontrolės sistemos dažnai nepadeda gerinti veiklos rezultatų, panaudojant turimus išteklius. Lietuvos aukščiausioji audito institucija Valstybės kontrolė (2017) atkreipė dėmesį, kad tuometis Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymas nesudarė pagrindo efektyviai vidaus kontrolės sistemai kurti, palaikyti ir vertinti, todėl jį būtina keisti. Tad Lietuvos vidaus kontrolės sistemoje reikėjo imtis esminių pokyčių.

Kitas aspektas yra toks, kad apie viešojo sektoriaus vidaus kontrolę, jos kūrimą, įgyvendinimą bei tobulinimą dažniausiai diskutuoja ekonomistai, audito, vidaus kontrolės specialistai bei vidaus auditoriai, nors vidaus kontrolė – tai nuolatinis procesas, kuriame dalyvauja visi darbuotojai, o prie vidaus kontrolės vertinimo prisideda ir išorės vertintojai (pvz., įvairios institucijos arba naudos gavėjai).

**Straipsnio problema** – kokia vidaus kontrolė turi būti Lietuvoje, kad padėtų siekti aukščiausių rezultatų įstaigose bei atitiktų piliečių lūkesčius?

**Darbo tikslas –** išnagrinėjus teisės normas, apibūdinti pagrindinius vidaus kontrolės reglamentavimo pasikeitimus Lietuvos viešajame sektoriuje.

Darbo uždaviniai:

- atskleisti, kokia vidaus kontrolė turi būti Lietuvoje;
- išnagrinėti sudėtinės vidaus kontrolės sistemos elementus;
- apibūdinti vidaus kontrolės vertinimą Lietuvos viešajame sektoriuje.

**Metodai:** straipsnyje atliekama moksliniuose darbuose, tyrimuose, publikacijose, taip pat ir normatyviniuose dokumentuose pateiktos informacijos apie vidaus kontrolę analizė, palyginimas bei sintezė.

## Vidaus kontrolės esminiai reglamentavimo pokyčiai

Valstybės kontrolės (2017) atliktas auditas, kuriuo vertinta, ar sudarytos sąlygos viešojo sektoriaus vidaus kontrolės sistemai veikti efektyviai, atskleidė, kad daugelio audituotų ministerijų ir auditui pasirinktų savivaldybių vidaus kontrolės sistemos nėra orientuotos į tinkamą veiklos organizavimą ir kokybę, o tai rodė neatsakingą požiūrį į visą sistemą. Pavyzdžiui, nebuvo vertinamos veiklos rizikos ir tai, ar joms valdyti parenkamos efektyvios (įvertinus sąnaudas ir naudą) kontrolės priemonės, neatsisakoma perteklinių priemonių, apibrėžiant svarbiausius veiklos procesus, nėra tobulinama vidaus ir išorės komunikacija bei nuolatinė sistemos stebėsena. Be to, institucijų vadovams teisės aktais nebuvo nustatyta prievolė sistemą kurti pagal Tarptautinės aukščiausiųjų audito institucijų organizacijos INTOSAI Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gaires, kuriose nustatyti penki vidaus kontrolės elementai: kontrolės aplinka, rizikos vertinimas, kontrolės veikla, informavimas ir komunikacija bei stebėsena.

Taip pat buvo pastebėta, jog Finansų ministerija metodiškai vadovavo tik finansų kontrolės ir vidaus audito klausimais ir jai nebuvo priskirta atsakomybė už visos vidaus kontrolės sistemos reikalavimų kūrimą, metodologinį vadovavimą ir priežiūrą. Valstybės auditoriai, pateikdami rekomendacijas LR finansų ministerijai, kreipėsi į Vyriausybę, prašydami užtikrinti, kad įstatymo projektas būtų pateiktas Seimui.

Tad LR vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo pakeitimo įstatymo projektas jau 2017 m. gruodžio 7 d. buvo pateiktas LR Seimui. Seimas 2018 m. gegužės 8 d. šį projektą grąžino iniciatoriams tobulinti pagal Lietuvos Respublikos Seimo Audito komiteto pateiktus siūlymus – iš esmės spręsti vidaus kontrolės mechanizmo reglamentavimą viešajame sektoriuje išdėstant įstatymą nauja redakcija. Nauja įstatymo projekto redakcija buvo parengta 2019 m. kovo 18 d., kurios keliamas tikslas buvo patobulinti viešojo sektoriaus vidaus kontrolės ir vidaus audito teisinį reglamentavimą taip, kad jis atitiktų tarptautiniu mastu pripažintą gerąją praktiką (Tarptautinės aukščiausiųjų audito institucijų organizacijos (INTOSAI) viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gaires ir Tarptautinius vidaus audito profesinės praktikos standartus) ir sudarytų sąlygas efektyviai vidaus kontrolei viešajame sektoriuje veikti. Tad, dėl Valstybės kontrolės viešajame sektoriuje įvyko pokyčiai. 2020 m. birželio 29 d. LR finansų ministerijos priimtame įsakyme „Dėl vidaus kontrolės įgyvendinimo viešajame juridiniame asmenyje“ jau buvo apibrėžti vidaus kontrolės elementus apibūdinantys principai, vidaus kontrolės dalyvių funkcijos, vertinimo kriterijai ir kt.

Taip pat buvo nurodyta, jog viešuosiuose juridiniuose asmenyse gali būti įdiegtos kokybės vadybos sistemos (pavyzdžiui, ISO 9000 serijos standartai, Europos kokybės vadybos fondo tobulumo modelis, LEAN sistema), kurios padėtų efektyviau atlikti viešojo juridinio asmens vidaus kontrolės analizę ir vertinimą.

Šiuo metu viešajame sektoriuje ir toliau vyksta pokyčiai – subjektai diegia privalomus dalykus, nustatytus naujausiuose teisės aktuose, organizuojami įvairūs seminarai bei diskusijos vidaus kontrolės ir jos politikos diegimo klausimais. Taip pat svarbu pabrėžti, kad apie vidaus kontrolės esminius dalykus, kurie dabar buvo reglamentuoti, privalu kalbėti ir institucijų viduje (vidiniai mokymai, diskusijos ir pan.) – ypač apie vidaus kontrolės sistemos elementus ir principus, vidaus kontrolės dalyvius, vertintojus bei vertinimą.

Būtent jie ir bus pristatyti toliau straipsnyje, o apibendrinant dabartinius pokyčius, reikia pabrėžti, kad viešojo sektoriaus vidaus kontrolė turi būti tinkama ir optimali (didžiausias, bet neperteklinis, dėmesys pagrindinėms įstaigų rizikoms), efektyvi (vidaus kontrolės įgyvendinimo sąnaudos neturi viršyti gaunamos naudos), turi būti tobulinama atsižvelgiant į besikeičiančią aplinką bei veikti nuolat ir, tikėtina, kad įvykdžius šias sąlygas vidaus kontrolė bus rezultatyvi, t. y. bus pasiekti visi vidaus kontrolės tikslai.

## Vidaus kontrolės sudėtinės dalys viešajame sektoriuje

Pagrindinius vidaus kontrolės, įskaitant finansų kontrolę, ir vidaus audito funkcionavimo viešajame juridiniame asmenyje, kuris valdo, naudoja valstybės ir savivaldybės turtą ir juo disponuoja, teisinius pagrindus reglamentuoja LR Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymas (2002), nauja 2020 m. liepos 1 d. įstatymo redakcija akcentuoja rizikos valdymą. Pagal įstatymą, vidaus kontrolė – viešojo juridinio asmens rizikos valdymui jo vadovo sukurta kontrolės sistema, padedanti siekti strateginiuose planavimo dokumentuose numatytų tikslų. Viešasis juridinis asmuo turi nustatyti ir analizuoti rizikos veiksnius ir sukurti tokią vidaus kontrolę, kuri padės užtikrinti, kad viešasis juridinis asmuo (LR vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymas, 2002):

- laikytųsi teisės aktų, reglamentuojančių viešojo juridinio asmens veiklą, reikalavimų;
- saugotų turtą nuo sukčiavimo, iššvaistymo, pasisavinimo, neteisėto valdymo, naudojimo ir disponavimo juo ar kitų neteisėtų veikų;
- vykdytų veiklą laikydamasis patikimo finansų valdymo principo, grindžiamo ekonomiškumu, efektyvumu ir rezultatyvumu;
- teiktų patikimą, aktualią, išsamią ir teisingą informaciją apie savo finansinę ir kitą veiklą.

Nuo 2020 m. pradžios nauju teisiniu reguliavimu pagal INTOSAI viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gaires plačiau reglamentuotas vidaus kontrolės mechanizmas nurodant, kad vidaus kontrolė turi būti pritaikyta kiekvienam viešajam juridiniam asmeniui pagal jo veiklos ypatumus, įgyvendinama laikantis vidaus kontrolės principų, sudaryta iš penkių tarpusavyje susijusių vidaus kontrolės elementų, integruota į jo veiklą, įgyvendinama visų vidaus kontrolės dalyvių, nuolat tobulinama ir prisitaikanti prie pokyčių (Lietuvos Respublikos vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo aiškinamasis raštas, 2019). INTOSAI (s. a) gairėse teigiama, jog vidaus kontrolės tikslas yra suteikti tvirtą užtikrinimą, jog organizacijos bendrieji tikslai bus pasiekti. Tad aiškūs tikslai yra būtina efektyvaus vidaus kontrolės proceso sąlyga.

Lietuvos viešojo sektoriaus vidaus kontrolės ir vidaus audito teisinio reglamentavimo tobulinimas vyko taip, kad jis atitiktų tarptautiniu mastu pripažintą gerąją praktiką (Tarptautinės aukščiausiųjų audito institucijų organizacijos (INTOSAI) viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gaires ir Tarptautinius vidaus audito profesinės praktikos standartus) ir sudarytų sąlygas efektyviai vidaus kontrolei viešajame sektoriuje veikti. 1 paveiksle patekti vidaus kontrolės elementai (taip vadinamas COSO modelis), kurie nuo 2020 m. buvo perkelti ir į nacionalinį reglamentavimą.

**Kontrolės aplinka**

•Vadovybės ir darbuotojų asmeninis ir profesinis sąžiningumas bei moralinės vertybės, įskaitant visoje organizacijoje vyraujantį vidaus kontrolės palaikymą
•Kompetencijos siekis
•Vadovybės formuojama filosofija ir veiklos stilius
•Organizacinė struktūra
•Žmogiškųjų išteklių politika ir praktika

**Rizikos vertinimas**

•Rizikos nustatymas
•Rizikos vertinimas
•Organizacijos toleruojamos rizikos nustatymas
•Reagavimo numatymas

**Kontrolės veikla**

•Autorizavimo ir patvirtinimo procedūros
•Pareigų (leidimo davimo, atlikimo, užregistravimo ir patikrinimo) atskyrimas
•Išteklių ir dokumentų prieigos kontrolė
•Patikrinimas
•Suderinimas
•Veiklos rezultatų peržiūra
•Veiklos sričių, procesų ir veiklų peržiūra
•Priežiūra (užduočių skyrimas, peržiūra ir tvirtinimas, nurodymų davimas ir mokymas)

**Informavimas ir komunikacija**

**•Informavimas:**
•Greitas sandorių bei įvykių registravimas ir tinkamas klasifikavimas
•Vidaus duomenys (finansinės ir nefinansinės ataskaitos, su reikalavimų vykdymu susijusi informacija, sudaranti sąlygas įgyvendinti ir kontroliuoti veiklą, informacija apie išorės įvykius, veiklą ir sąlygas, būtina sprendimams priimti ir ataskaitoms rengti)
•Tinkama, pateikiama laiku, aktuali, tiksli ir prieinama informacija
**•Komunikacija:**
•Komunikacija, apimanti visas sudedamąsias dalis ir visą struktūrą (vykdoma organizacijoje žemyn, aukštyn ir skersai)
•Efektyvi komunikacija su išorės šalimi

**Stebėsena**

•Reguliari valdymo ir priežiūros veikla bei kiti veiksmai darbuotojams atliekant savo pareigas (nuolatinė stebėsena)
•Vertinimų apimtį ir dažnį lemia visų pirma rizikos įvertinimas irnuolatinės stebėsenos efektyvumas (atskiri vertinimai)

**1 pav.** Vidaus kontrolės elementų apibūdinimas (sudaryta autorės pagal INTOSAI gaires)

Svarbu suprasti vidaus kontrolės elementus, tačiau privaloma žinoti ir jiems keliamus tikslus, tarpusavio ryšius bei pritaikymą institucijos veiklos aspektams. Tad **kontrolės aplinka** – visos vidaus kontrolės sistemos pagrindas. Ji užtikrina discipliną bei struktūrą ir atmosferą, turinčią įtakos vidaus kontrolės kokybei. Ji veikia strategijos ir tikslų formulavimo procesą ir kontrolės veiklos organizavimą (Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės, s. a).

Pagal teisės aktus, **kontrolės aplinką** apibūdina šie principai:

- **profesinio elgesio principai ir taisyklės** – įstaigos vadovas ir darbuotojai laikosi profesinio elgesio principų ir taisyklių, vengia viešųjų ir privačių interesų konflikto, vadovas formuoja teigiamą darbuotojų požiūrį į vidaus kontrolę;
- **kompetencija** – įstaigos siekis, kad darbuotojai turėtų tinkamą kvalifikaciją, pakankamai patirties ir reikiamų įgūdžių savo funkcijoms atlikti, pareigoms įgyvendinti ir atsakomybei už vidaus kontrolę suprasti;
- **valdymo filosofija ir vadovavimo stilius** – įstaigos vadovas palaiko vidaus kontrolę, nustato politiką, procedūras ir formuoja praktiką, skatinančią ir motyvuojančią darbuotojus siekti geriausių veiklos rezultatų, prižiūri, kaip įgyvendinama vidaus kontrolė;
- **organizacinė struktūra** – įstaigoje patvirtinama organizacinė struktūra, kurioje nustatomas pavaldumas ir atskaitingumas, pareigos vykdant įstaigos veiklą ir įgyvendinant vidaus kontrolę. Organizacinė struktūra detalizuojama pareigybių sąraše, padalinių nuostatuose ir darbuotojų pareigybių aprašymuose;

- **personalo valdymo politika ir praktika** – įstaigoje formuojama tokia personalo politika, kuri skatintų pritraukti, ugdyti ir išlaikyti kompetentingus darbuotojus.

Nustačius aiškius tikslus ir suformavus efektyvią kontrolės aplinką, **įvertinama** organizacijos **rizika**, su kuria ji susiduria įgyvendindama savo misiją ir tikslus, nes tai sudaro pagrindą tinkamam reagavimui į riziką.

Teisės aktuose nustatyta, kad **rizikos vertinimą** apibūdina šie principai:

- **rizikos veiksnių nustatymas** – nustatomi galimi rizikos veiksniai (įskaitant korupcijos riziką), turintys įtakos įstaigos veiklos tikslų siekimui. Taip pat nustatomi ir įvertinami pokyčiai, galintys reikšmingai paveikti vidaus kontrolę įstaigoje (išorės aplinkos (teisinio reguliavimo, ekonominių, fizinių veiksnių) pokyčių vertinimas, įstaigos misijos, organizacinės struktūros ir kitų pokyčių vertinimas). Įstaigos strateginio planavimo dokumentuose aiškiai iškelti veiklos tikslai padeda tinkamai nustatyti ir įvertinti su jais susijusius rizikos veiksnius. Rizikai nustatyti sudaromas rizikos veiksnių sąrašas;
- **rizikos veiksnių analizė** – įvertinamas nustatytų rizikos veiksnių reikšmingumas ir jų pasireiškimo tikimybė bei poveikis veiklai. Atliekant rizikos veiksnių analizę rizikos veiksniai sugrupuojami pagal jų svarbą įstaigos veiklai;
- **toleruojamos rizikos nustatymas** – nustatoma toleruojama rizika, kurios valdyti nėra poreikio ar galimybės (gali būti toleruojama nereikšminga rizika, kurios pasireiškimo tikimybė maža, o priemonių rizikai mažinti sąnaudos yra didelės);
- **reagavimo į riziką numatymas** – priimami sprendimai dėl reagavimo į reikšmingą riziką, kurios pasireiškimo tikimybė didelė (numatomos priemonės rizikai mažinti iki toleruojamos rizikos).

Rizikos mažinimo strategija įgyvendinama per vidaus **kontrolės veiklą**. Kontrolės veikla gali būti prevencinio ir (ar) nustatomojo pobūdžio. Kad būtų pasiekti tikslai, vidaus kontrolės veiklą būtinai turi papildyti ištaisomieji veiksmai. Kontrolės veikla ir ištaisomieji veiksmai turi būti efektyvūs išlaidų požiūriu. Jų kaina neturi būti didesnė už gaunamą naudą (sąnaudų efektyvumo principas) (Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės, s. a).

Pagal teisės aktus **kontrolės veiklą** apibūdina šie principai:

- **kontrolės priemonių parinkimas ir tobulinimas** – parenkamos ir tobulinamos riziką iki toleruojamos rizikos mažinančios kontrolės priemonės;
- **technologijų naudojimas** – parenkama ir tobulinama technologijų veikla (valdymo ir kontrolės mechanizmų, užtikrinančių įstaigos informacinių technologijų sistemų veiklą bei tinkamą nustatytų veiklos priemonių kontrolę, kūrimas, saugos politikos taikymas, informacinių technologijų įsigijimo, priežiūros ir palaikymo procesų kontrolė ir kita veikla);
- **politikų ir procedūrų taikymas** – kontrolės veikla įgyvendinama taikant atitinkamas įstaigos politikas ir procedūras. Vidaus kontrolė reglamentuojama nustatant įstaigos tikslus, organizacinę struktūrą, veiklos sritis ir vidaus kontrolės procedūras (pavyzdžiui, struktūrinėse schemose, politikose, tvarkų aprašuose, taisyklėse ir kituose dokumentuose).

Efektyvus **informavimas ir komunikacija** turi esminę reikšmę organizacijos veiklos vykdymui ir valdymui. Organizacijos vadovybei turi būti laiku pranešama aktuali, išsami, patikima ir teisinga informacija apie vidaus bei išorės įvykius. Tikslams pasiekti būtina, kad informacija būtų paskleista po visą organizaciją.

Teisės aktuose apibrėžti šie **informavimo ir komunikacijos** principai:

- **informacijos naudojimas** – įstaiga gauna, rengia ir naudoja aktualią, išsamią, patikimą ir teisingą informaciją, atitinkančią jai nustatytus reikalavimus ir palaikančią vidaus kontrolės veikimą;
- **vidaus komunikacija** – nenutrūkstamas informacijos perdavimas įstaigoje, apimantis visas įstaigos veiklos sritis ir organizacinę struktūrą. Tiek įstaigos vadovas, tiek darbuotojai turi būti informuoti apie veiklos rezultatus, pokyčius, riziką ir vidaus kontrolės veikimą. Vidaus informacijos vartotojai turi tarpusavyje keistis informacija;
- **išorės komunikacija** – informacijos perdavimas išorės informacijos vartotojams ir informacijos gavimas iš jų naudojant įstaigoje įdiegtas komunikacijos priemones.

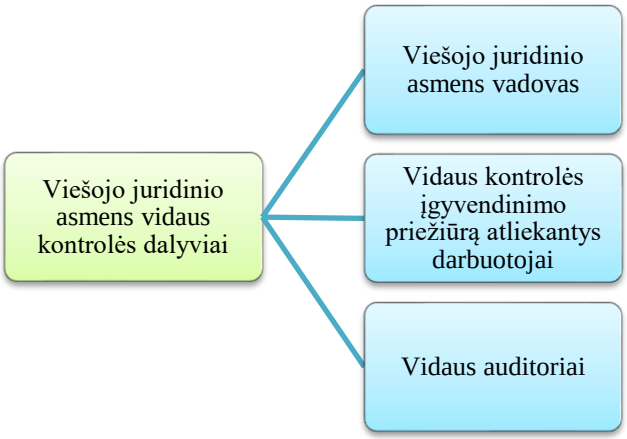
Galiausiai, kadangi vidaus kontrolė yra dinamiškas procesas, kurį būtina nuolat pritaikyti prie organizacijos rizikos veiksnių ir pokyčių, reikalinga vidaus kontrolės sistemos **stebėsena**, užtikrinanti, kad vidaus kontrolė neatsiliktų nuo pasikeitusių tikslų, aplinkos, išteklių ir rizikos (Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės, s. a).

Pagal teisės aktus **stebėseną** apibūdina šie principai:

- **nuolatinė stebėsena ir (ar) periodiniai vertinimai** – atliekama reguliari įstaigos valdymo ir priežiūros veikla ir (ar) atskiri vertinimai, siekiant nustatyti, ar vidaus kontrolė įstaigoje įgyvendinama pagal įstaigos vadovo nustatytą vidaus kontrolės politiką ir ar ji atitinka pasikeitusias veiklos sąlygas;
- **trūkumų vertinimas ir pranešimas apie juos** – apie vidaus kontrolės trūkumus įstaigoje, nustatytus nuolatinės stebėsenos ir (ar) periodinių vertinimų metu, turi būti informuotas įstaigos vadovas ir kiti sprendimus priimantys darbuotojai.

Šie elementai lemia viešajam sektoriui rekomenduojamą vidaus kontrolės būdą ir sudaro pagrindą vidaus kontrolei vertinti. Šie elementai taikomi visiems organizacijos veiklos aspektams. O vidaus kontrolė viešajame juridiniame asmenyje veiksmingai įgyvendinama pagal kiekvieną vidaus kontrolės elementą ir jį apibūdinančius principus – priemones, kuriomis viešasis juridinis asmuo siekia savo tikslų. Iki reglamentavimo pasikeitimų įstaigos savo vidaus dokumentuose skirtingai apibrėždavo vidaus kontrolės sistemas (skyrėsi elementų skaičius, nebuvo apibrėžti principai).

Kitas svarbus reglamentavimo dalykas – vidaus kontrolės dalyviai ir jų kompetencija (Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo 7 str.). Vidaus kontrolės sistemoje dalyvauja vadovas, vidaus kontrolės įgyvendinimo priežiūrą atliekantys darbuotojai ir vidaus auditoriai (žr. 2 pav.). Ankstesniame reglamentavime buvo akcentuojama tik įstaigos vadovų bei vidaus auditorių funkcijos ir kompetencija.




**2 pav.** Vidaus kontrolės dalyviai (sudaryta autorės pagal LR Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo 7 straipsnį)

**Įstaigos vadovas**, veikdamas vidaus kontrolės srityje, užtikrina vidaus kontrolės sukūrimą įstaigoje, jos įgyvendinimą ir tobulinimą (vadovaujantis teisės aktais), nustato įstaigos vidaus kontrolės politiką pagal teisės aktų nuostatas bei finansų ministro nustatyta tvarka teikia LR finansų ministerijai informaciją apie vidaus kontrolės įgyvendinimą.

Taip pat, LR finansų ministro įsakymo „Dėl vidaus kontrolės įgyvendinimo viešajame juridiniame asmenyje“ teigimu, viešojo juridinio asmens vadovas užtikrina, kad kiekvienais metais būtų atliekama vidaus kontrolės analizė, apimanti visus vidaus kontrolės elementus, kurios metu būtų įvertinami viešojo juridinio asmens veiklos trūkumai, pokyčiai, atitiktis nustatytiems reikalavimams (ar vidaus kontrolė viešajame juridiniame asmenyje įgyvendinama pagal viešojo juridinio asmens vadovo nustatytą vidaus kontrolės politiką ir ar ji atitinka pasikeitusias veiklos sąlygas), vidaus kontrolės įgyvendinimo priežiūrą atliekančių darbuotojų pateikta informacija, vidaus ir kitų auditų rezultatai ir numatomos vidaus kontrolės tobulinimo priemonės.

**Vidaus kontrolės įgyvendinimo priežiūrą atliekantys darbuotojai** prižiūri vidaus kontrolės įgyvendinimą viešajame juridiniame asmenyje ir jos atitiktį viešojo juridinio asmens vadovo nustatytai vidaus kontrolės politikai, atlikdami nuolatinę stebėseną, apimančią kiekvieną vidaus kontrolės elementą. Jie teikia viešojo juridinio asmens vadovui informaciją apie vidaus kontrolės ir rizikos valdymą, vidaus kontrolės politikos įgyvendinimo trūkumus ir rizikos veiksnius.

**Vidaus auditoriai**, atlikdami vidaus auditą, tiria ir vertina vidaus kontrolę viešajame juridiniame asmenyje ir teikia viešojo juridinio asmens vadovui, viešajam juridiniam asmeniui pavaldžių ir (ar) atskaitingų viešųjų juridinių asmenų vadovams rekomendacijas dėl vidaus kontrolės tobulinimo (LR Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymas, 2002).

Verta paminėti, jog institucijos vadovas yra pati svarbiausia vidaus kontrolės sistemos dalis, nes diegia sistemą ir prisiima atsakomybę už ją. Labai svarbus vadovo intensyvus bendravimas su kitais darbuotojais, kurie įgyvendina, stebi ir vertina sistemos veikimą. Tad pagal gerąją praktiką vidaus kontrolės sistemos dalyvių pareigos ir atsakomybės yra aiškiai atskirtos.

## Vidaus kontrolės vertinimas Lietuvos viešajame sektoriuje

Vidaus kontrolė daugiausia įgyvendinama įstaigos vidaus jėgomis, tačiau vidaus kontrolės sistemą veikia ir išorės suinteresuotųjų asmenų veiksmai. Vidaus kontrolės vertintojus galima suskirstyti į vidaus ir išorės. Prie vidaus kontrolės vertinimo iš vidaus prisideda visi darbuotojai. Reikėtų skirti vidaus kontrolės dalyvių ir vertintojų vaidmenis įstaigoje.

Vidaus kontrolės dalyvių vaidmuo buvo pateiktas ankstesniame skyriuje, tačiau prie vidaus kontrolės tinkamo įgyvendinimo, veikimo bei vertinimo prisideda visi įstaigos darbuotojai – atlikdami savo kasdienes funkcijas (žr. 3 pav.).

| Vadovai | Vidaus auditoriai | Darbuotojai |
|---|---|---|
| • tiesiogiai atsakingi už visą organizacijos veiklą, įskaitant vidaus kontrolės sistemos planavimą, įgyvendinimą, veikimo priežiūrą, palaikymą ir dokumentavimą<br>• jų atsakomybė skiriasi atsižvelgiant į jų funkcijas organizacijoje ir organizacijos ypatybes | • nagrinėja vidaus kontrolės efektyvumą ir prisideda prie jo savo vertinimais bei rekomendacijomis, todėl atlieka reikšmingą vaidmenį užtikrinant vidaus kontrolės efektyvumą<br>• tačiau jie, priešingai vadovams, tiesiogiai neatsako už vidaus kontrolės planavimą, įgyvendinimą, palaikymą ir dokumentavimą | • vidaus kontrolė – aiškiai matoma arba paslėpta kiekvieno darbuotojo pareigų dalis<br>• visi darbuotojai turi tam tikrą vaidmenį įgyvendinant kontrolę ir jiems gali būti skirta atsakomybė už pranešimą apie veiklos problemas, elgesio taisyklių nesilaikymą ar veiklos krypties pažeidimus |

**3 pav.** Vidaus kontrolės vidaus vertintojų vaidmenys ir atsakomybė (sudaryta autorės pagal INTOSAI gaires)

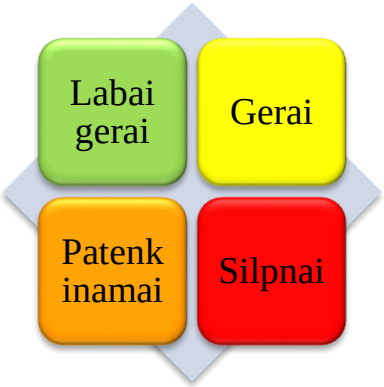
Antra stambi suinteresuotųjų asmenų grupė yra išorės šalys: aukščiausios audito institucijos (Lietuvoje – Valstybės kontrolė), išorės auditoriai, įstatymų leidėjai, reguliuojančios institucijos ir kt. Jie gali prisidėti prie organizacijos tikslų įgyvendinimo arba teikti vidaus kontrolei naudingą informaciją. Tačiau jie neatsako už organizacijos vidaus kontrolės sistemos planavimą, tinkamą funkcionavimą, priežiūrą ar dokumentavimą. Svarbu žinoti, jog išorės šalys irgi turi didelę reikšmę vidaus kontrolės procesui, nes jie gali prisidėti prie organizacijos tikslų įgyvendinimo arba teikti vidaus kontrolei naudingą informaciją (Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės, s. a). Tačiau būtina pabrėžti, kad jie neatsako už organizacijos vidaus kontrolės planavimą, įgyvendinimą, palaikymą ar dokumentavimą (žr. 4 pav.).

| | |
|---|---|
| AAI (aukščiausioji audito insitucija) | • Skatina ir remia efektyvios vidaus kontrolės diegimą viešajame sektoriuje. Vidaus kontrolės įvertinimas – esminis AAI atliekamų reikalavimų laikymosi, finansinių ir veiklos auditų dalykas. Apie nustatytus faktus ir rekomendacijas jos praneša suinteresuotosioms šalims. |
| Išorės auditoriai | • Kai kuriose šalyse atlieka kai kurių valstybės organizacijų auditą. Jie ir jų profesinės organizacijos turėtų teikti patarimus irrekomendacijas dėl vidaus kontrolės. |
| Įstatymų leidėjai ir reguliavimo institucijos | • Nustato vidaus kontrolės taisykles ir nurodymus. Turėtų prisidėti prie bendro vidaus kontrolės supratimo. |
| Kitos šalys | • Bendrauja su organizacija (naudos gavėjai, tiekėjai ir kt.) ir teikia informaciją dėl jos tikslų įgyvendinimo. |

**4 pav.** Vidaus kontrolės išorės vertintojų vaidmenys ir atsakomybė (sudaryta autorės pagal INTOSAI gaires)

Taigi, vidaus kontrolė daugiausia įgyvendinama organizacijos vidaus jėgomis – ją atlieka vadovas, vidaus auditoriai ir darbuotojai. Tačiau vidaus kontrolės sistemą veikia ir išorės suinteresuotųjų asmenų veiksmai.

Kita vertus, viešojo juridinio asmens vadovas užtikrina, kad kiekvienais metais būtų atliekama vidaus kontrolės analizė, apimanti visus vidaus kontrolės elementus, kurios metu būtų įvertinami viešojo juridinio asmens veiklos trūkumai, pokyčiai, atitiktis nustatytiems reikalavimams (ar vidaus kontrolė viešajame juridiniame asmenyje įgyvendinama pagal viešojo juridinio asmens vadovo nustatytą vidaus kontrolės politiką ir ar ji atitinka pasikeitusias veiklos sąlygas), vidaus kontrolės įgyvendinimo priežiūrą atliekančių darbuotojų pateikta informacija, vidaus ir kitų auditų rezultatai ir numatomos vidaus kontrolės tobulinimo priemonės. Viešajame sektoriuje vidaus kontrolė yra vertinama 4 lygiais (žr. 5 pav.).




**5pav**. Vidaus kontrolės vertinimo lygiai viešajame sektoriuje (sudaryta autorės pagal LR finansų ministro įsakymą „Dėl Vidaus kontrolės įgyvendinimo viešajame juridiniame asmenyje“)

- ✓ **Labai gerai** – jei visa rizika yra nustatyta ir valdoma, vidaus kontrolės trūkumų nerasta;
- ✓ **gerai** – jei visa rizika yra nustatyta ir valdoma, bet yra vidaus kontrolės trūkumų, neturinčių neigiamos įtakos viešojo juridinio asmens veiklos rezultatams;
- ✓ **patenkinamai** – jei visa rizika yra nustatyta, tačiau dėl netinkamo rizikos valdymo yra vidaus kontrolės trūkumų, kurie gali turėti neigiamą įtaką viešojo juridinio asmens veiklos rezultatams;
- ✓ **silpnai** – jei ne visa rizika yra nustatyta, nevykdomas rizikos valdymas ir vidaus kontrolės trūkumai daro neigiamą įtaką viešojo juridinio asmens veiklos rezultatams.

Atlikus vidaus kontrolės analizę ir vertinimą, viešojo juridinio asmens vadovas gali siūlyti vidaus audito tarnybai atlikti tam tikrų viešojo juridinio asmens veiklos sričių vidaus auditą. Vidaus kontrolė viešajame juridiniame asmenyje nuolat tobulinama, atsižvelgiant į vidaus kontrolės analizės ir vertinimo rezultatus (pateiktas rekomendacijas ir pasiūlymus). Svarbu žinoti, jog viešuosiuose juridiniuose asmenyse gali būti įdiegtos kokybės vadybos sistemos (pavyzdžiui, Bendrasis vertinimo modelis, ISO 9000 serijos standartai, Subalansuotų rodiklių metodas, Europos kokybės vadybos fondo tobulumo modelis, LEAN sistema), padedančios efektyviau atlikti viešojo juridinio asmens vidaus kontrolės analizę ir vertinimą („Dėl vidaus kontrolės įgyvendinimo viešajame juridiniame asmenyje“, 2020).

## Išvados

2017 m. Valstybės kontrolė nustatė, kad tuometis Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymas nesudarė pagrindo efektyviai vidaus kontrolės sistemai kurti, palaikyti ir vertinti, todėl jį būtina keisti: nebuvo vertinamos veiklos rizikos, neatsisakoma perteklinių priemonių apibrėžiant svarbiausius veiklos procesus, netobulinama vidaus ir išorės komunikacija bei nuolatinė sistemos stebėsena, nebuvo apibrėžti vidaus kontrolės elementai.

Taip pat pastebėta, kad LR finansų ministerija metodiškai vadovavo tik finansų kontrolės ir vidaus audito klausimais ir jai nebuvo priskirta atsakomybė už visos vidaus kontrolės sistemos reikalavimų kūrimą, metodologinį vadovavimą ir priežiūrą. Nuo 2020 m. įsigaliojo Vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo pakeitimai, taip pat buvo priimti kiti vidaus kontrolę reglamentuojantys teisės aktai, kartu jie nustatė, kad vidaus kontrolė pasieks savo tikslus tada, kai bus tinkama, optimali, efektyvi, bus tobulinama atsižvelgiant į besikeičiančią aplinką bei veiks nuolat.

LR vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo aktualiausia redakcija akcentuoja, kad vidaus kontrolė yra viešojo juridinio asmens rizikos valdymui jo vadovo sukurta kontrolės sistema, kuri padeda siekti tikslų: atskaitingumo (bei ataskaitų teikimo), įstatymų ir norminių aktų laikymosi, veiklos tvarkingumo, rezultatyvumo bei efektyvumo ir išteklių apsaugos. Vidaus kontrolė viešajame sektoriuje įgyvendinama apimant penkis vidaus kontrolės elementus: kontrolės aplinką, rizikos vertinimą, kontrolės veiklą, informavimą bei komunikaciją ir stebėseną.

LR vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatyme sukonkretintos trys vidaus kontrolės dalyvių grupės: 1) viešojo juridinio asmens vadovas, 2) vidaus kontrolės įgyvendinimo priežiūrą atliekantys darbuotojai ir 3) vidaus auditoriai. Įstaigos vadovas užtikrina vidaus kontrolės sukūrimą, jos įgyvendinimą ir tobulinimą, remdamasis teisės aktais. Vidaus kontrolės įgyvendinimo priežiūrą atliekantys darbuotojai prižiūri vidaus kontrolės įgyvendinimą, atlikdami nuolatinę stebėseną, apimančią kiekvieną vidaus kontrolės elementą. Vidaus auditoriai vertina vidaus kontrolę įstaigoje ir teikia įstaigos vadovui rekomendacijas dėl vidaus kontrolės tobulinimo, konsultuoja įstaigos vadovą, padalinių vadovus vidaus kontrolės klausimais.

Vidaus kontrolė daugiausia įgyvendinama įstaigos vidaus jėgomis, tačiau vidaus kontrolės sistemą veikia ir išorės suinteresuotųjų asmenų veiksmai, pvz., išorinį vertinimą Lietuvos viešajame sektoriuje atlieka Valstybės kontrolė, išorės auditoriai, įstatymų leidėjai ir reguliavimo institucijos bei kiti vertintojai, o vidinį vertinimą – vidaus kontrolės dalyviai ir visi kiti įstaigos darbuotojai. Priklausomai nuo rizikos valdymo ir pasekmių įstaigos rezultatams vertinimo, vidaus kontrolė vertinama labai gerai, gerai, patenkinamai, silpnai.

## Literatūra

Lietuvos Respublikos vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymas: Lietuvos Respublikos Seimas, 2002 m. gruodžio 10 d., Nr. IX-1253. Valstybės žinios, 2002, Nr. 123-5540.

Lietuvos Respublikos vidaus kontrolės ir vidaus audito įstatymo Nr. IX-1253 pakeitimo įstatymo projekto aiškinamasis raštas. Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2019 m. kovo 18 d., Nr. XIIIP-1465(2).

TAAIO profesinių standartų komitetas, sekretoriatas. Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės – išsamesnė informacija apie organizacijos rizikos valdymą, [s. a] [žiūrėta 2020 m. spalio 24 d.]. Prieiga per internetą: https://www.vkontrole.lt/INTOSAI_standartai/INTOSAI_GOV_9130_LT.pdf.

Įsakymas „Dėl vidaus kontrolės įgyvendinimo viešajame juridiniame asmenyje“: Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2020 m. birželio 29 d., Nr. 1K-195. TAR, 2020, Nr. 14531.

Valstybinio audito ataskaita. Ar sudarytos sąlygos viešojo sektoriaus vidaus kontrolės sistemai efektyviai veikti, 2017 m. kovo 29 d., Nr.VA-P-50-3-6 [žiūrėta 2020 m. spalio 28 d.]. Prieiga per internetą: file:///C:/Users/T101968/AppData/Local/Temp/Ataskaita_Viesojo_sektoriaus_vidaus_kontroles_sistema.pdf.

Vidaus kontrolės standartų komitetas. Viešojo sektoriaus vidaus kontrolės standartų gairės, [s. a] [žiūrėta 2020 m. spalio 24 d.]. Prieiga per internetą: https://www.vkontrole.lt/INTOSAI_standartai/INTOSAI_GOV_9100_LT.pdf.

# PRIEGLAUDOS GYVŪNAMS DRAUGIŠKA KAVOS STUDIJA

**Patricija Milinytė, Saulė Kumpelytė, Ana Ragoža, Pavlina Sidorovič**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
*pavlina.sidorovic@stud.viko.lt, patricija.milinyte@stud.viko.lt, saule.kumpelyte@stud.viko.lt, ana.ragoza@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Vilma Gegužienė

**Anotacija**

Žmonės patiria vis daugiau streso ir negatyvių emocijų. Šiuo sunkiu laikotarpiu Lietuvoje trūksta kavinių, kuriose būtų galima atsipalaiduoti ir praleisti laiką su beglobiais gyvūnais. Buvo nuspręsta išsiaiškinti, kaip vertinama tokia idėja ir ar Klaipėdos gyventojams ir svečiams reikia kavos studijos, kuri būtų draugiška prieglaudos gyvūnams (šunims). Buvo iškelti darbo uždaviniai: atlikti literatūros šaltinių analizę, siekiant išsiaiškinti, kokie šunys galėtų būti laikomi kavinėje ir kaip jais rūpintis, atlikti panašios paskirties užsienio kavinių interneto puslapių turinio analizę, taip pat, atlikus apklausą, nustatyti, kaip žmonės vertintų tokią kavinę Lietuvoje. Rašant šį darbą buvo naudojamasi literatūros šaltinių analize, apklausa internetu, užsienio šalių kavinių tinklapių turinio analize ir moksliniu straipsniu. Atsižvelgusios į Lietuvos ir užsienio verslo sektorius bei anketinės apklausos rezultatus šio straipsnio autorės nusprendė įkurti panašaus tipo maitinimo įstaigą. Netrukus Klaipėdos centre įsikurs kavos studija „Dogeris“. Ši kavos studija trauks lankytojus, nes jie galės ne tik išgert kavos arba pasmaližiauti skanių desertų, bet ir pažaisti su šunimis. Jeigu kuris šuniukas ypač patiks, lankytojas galės jį pasiimti globoti. Kavos studija skirta tiek jaunesniems, tiek vyresnio amžiaus žmonėms.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: šunys, prieglauda, kavos studija.

## Įvadas

Dabartiniame pasaulyje, atsižvelgiant į šių dienų aktualijas, žmonės patiria vis daugiau streso ir negatyvių emocijų, todėl buvo nuspręsta išsiaiškinti, ar kavos ir šunų namai gali padėti žmonėms atsikratyti streso ir įtampos, pamilti save. Šunų ir kavos namai yra maitinimo paskirties įstaiga, kurioje pagrindinė prekė – profesionalo įvairiais būdais ruošiami gėrimai išsinešti ar vartoti vietoje. Tokios kavinės labai populiarios įvairiose užsienio šalyse, todėl nuspręsta tokio tipo maitinimo įstaigą atidaryti Klaipėdos centre. Kavos namuose būtų galima paragauti kavos, arbatos, kitų gėrimų ir tiekėjų tiekiamų įvairių desertų. Kavinės išskirtinumas tai, kad ji, bendradarbiaudama su gyvūnų prieglauda, laikytų savo patalpose šuniukus iš globos namų. Šunys būtų kaip kavinės traukos objektas. Žmonės galėtų juos maitinti, pasiimti kavos puodelį išsinešti ir patikusį šuniuką pavedžioti kieme, o jei gyvūnas patiktų, galėtų jį pasiimti globoti. Taigi vienas iš tikslų – būti socialiai atsakingu verslu. Taip pat skatinti žmones susimąstyti apie gyvūnus, leisti lankytojams atsipalaiduoti, gyvūnų draugijoje pamiršti stresą ir įtampą, suprasti gyvūnų svarbą mūsų visuomenėje.

**Straipsnio problema**: kaip vertinama tokia idėja?

**Darbo tikslas:** išsiaiškinti, ar Klaipėdos gyventojams ir svečiams reikia kavos studijos, kuri būtų draugiška prieglaudos gyvūnams (šunims).

**Darbo uždaviniai:**

- atlikti literatūros šaltinių analizę, siekiant išsiaiškinti, kokie šunys galėtų būti laikomi kavinėje ir kaip jais rūpintis;
- atlikti panašios paskirties užsienio kavinių interneto puslapių turinio analizę;
- atlikus apklausą, nustatyti, kaip žmonės vertintų tokią kavinę Lietuvoje.

**Tyrimo objektas:** Klaipėdos miesto gyventojai ir lankytojai.

**Informacijos rinkimo metodai:** literatūros šaltinių analizė, apklausa internetu, užsienio šalių kavinių tinklapių turinio analizė ir mokslinis straipsnis.

## Šunys mūsų aplinkoje: teorinis pagrindimas

Norint išsiaiškinti, kokią įtaką šunys daro žmonėms, į ką reikėtų atkreipti dėmesį, steigiant kavos studiją, ir kaip išmokti tinkamai rūpintis šunimis, buvo išanalizuoti keturi šaltiniai. Juose atskleidžiamos įvairios autorių idėjos, patarimai ir tyrimai. Karen Pryor knygoje „Negalima urgzti ant šuns!“ teigiama, kad šunys yra tokie gyvūnai, kurių elgesys priklauso nuo to, kaip su juo elgiamasi ir kaip bus paduotas maistas. Iš viso yra dviejų rūšių pasistiprinimas: teigiamas ir neigiamas. Teigiamas stiprinimas yra tai, ko nori gauti mokymo subjektas: maistas, pritarimas ir meilumas. O neigiamo sustiprinimo jis norėtų išvengti: nemalonaus garso, pliaukštelėjimo ir grėsmingos išraiškos. Nors minimalūs pastiprinimai yra efektyviausi, kartkartėmis tiriamajam yra naudinga skirti didelį dėmesį – kelis kartus didesnį atlygį (maistą) nei įprasta, tuomet norimas rezultatas (elgesys) gaunamas netikėtai. Šuo sugeba nudžiuginti, pralinksminti ir padidinti subjekto motyvaciją. Sąlyginis šuns pasistiprinimas sukurtas dar prieš pradedant formuoti elgesį. Sąlyginis pasistiprinimas derinamas su valgymu ar glostymu. Sukūrus sąlyginę armatūrą, ji tampa vertinga savaime. Šunys gali atlikti visą pasirodymą tik su sąlyga, kad bus pavalgę. Nuolatinis skanėstų davimas reikalingas tik treniruočių metu. Po kurio laiko tai nebereikalinga. Be to, reikėtų pabrėžti, kad maitinimas daro įtaką šuns elgesiui, tačiau ne visada tai gali būti naudinga. Kartais šuo elgiasi tam tikru būdu, nes mano, kad jo elgesys atneš vienokį ar kitokį rezultatą. Taigi galima daryti išvadą, kad su šunimis reikia elgtis gerai, nebandyti jų įskaudinti, o atvirkščiai – skirti jiems dėmesio, duoti maisto, ir tik tokiu būdu bus užmegzti klientų ar darbuotojų ryšiai su šunimis (Pryor, 2018).

Alexandra Horowitz savo knygoje „Ką šunys galvoja?“ atskleidžia, kaip derėtų elgtis su savo mylimu augintiniu, kad šis pats suprastu, kada elgiasi tinkamai, o kada jo elgesys yra netinkamas ir peržengiantis visas įmanomas ribas.

Autorė teigia, kad kiekvienas iš gatvės ar triukšmingos prieglaudos paimtas šuo turėtų būti mokomas nuostatų, kad galėtų gyventi su žmonėmis. Šuniukas skleidžia aukšto dažnio garsus tik tada, kai jam kažką skauda arba prireikia dėmesio. „Pasirodo, šuns laikysena turi įvairių reikšmių“ (Horowitz, 2018, p. 113). Kitaip tariant, šuo savo ypatinga laikysena prašo, kad jūs su juo pažaistumėte arba išvestumėte į lauką. Šunys žmones pažįsta gerokai geriau nei žmonės juos, jie yra labai protingi, moka nuspėti įvykius, todėl jų gebėjimai yra gerokai geresni. Kad ir kaip būtų keista, bet dažniausiai šunys žmones atpažįsta iš išvaizdos, o dar geriau iš kvapo. Žmonių daromi veiksmai, judesiai atspindi jų būdą, augintiniams net paprasčiausias elgesys gali suteikti daug informacijos. Naminiai augintiniai, kaip ir žmonės, labai gerai jaučia paros metą, žino, kada jiems metas valgyti, vienus dalykus mėgsta labiau nei kitus (vietas, kur valgo, miega ar saugiai atlieka gamtinius reikalus). Šie maži gyvūnai labai daug prisimena: pasivaikščiojimų vietas, kur reikia ieškoti pagalio ar gero kvapo, žino, dėl ko su žmogumi susipyko praėjusį kartą, kada leidžiama lipti į lovą, o kada draudžiama. Šiuos dalykus šunys kuo puikiausiai žino, nes jų kažkada išmoko. A. Horowitz pabrėžia, kad svarbu nepamiršti, jog ne visiems šunims patinka būti glostomiems, taip pat kad pasivaikščiojimas turi patikti ne tik žmogui, bet ir augintiniui. Reikėtų leisti jiems būti šunimis: vedžioti kuo dažniau be pavadžio, netempti ir leisti jiems susipažinti su kitais gyvūnais, uostant pasturgalius. Taip pat nereikėtų šių mažųjų draugų maudyti kiekvieną dieną, o leisti jiems turėti savo kvapą (Horowitz, 2018).

Trečio šaltinio autoriaus tyrimų laboratorijos vadovo Gregory Berns’o knygoje „Kaip šunys mus myli: neuromokslininkas atskleidžia šuns smegenų paslaptis“ įvardyta, į ką reikėtų atkreipti dėmesį, prieš pasiimant iš prieglaudos šunis. Reikia kruopščiai atsirinkti, kokie šunys labiausiai tinka pagal charakterio savybes, kad nebūtų laikomi prievarta. Taigi šunys turėtų būti:

- nebijantys naujos aplinkos;
- linkę bendrauti su žmonėmis;
- nejaučiantys streso dėl įvairių garsų;
- trumpesnio plauko, dėl švaros palaikymo;
- sutariantys tarpusavyje, dėl tvarkos palaikymo.

Kavos studijai bus atrinkti tinkami šunys, tačiau reikės atrinkti ir tinkamiausius darbuotojus. Darbuotojams, kaip ir G. Berns’o šunų tyrimo kolektyvo nariams, turės patikti šunys. „Gal likimas lėmė, kad vienas iš klausimų, kuriuos užduodavome pamatinių vertybių eksperimento dalyviams, buvo apie tai, ar žmogus laiko save šunų ar kačių mylėtoju. Nežinau, ar toks požiūris teisingas, bet aš žmones visada skirsčiau į šias kategorijas. Atsakymas „save laikau nei tokiu, nei tokiu“ yra pats blogiausias“ (Berns, 2020, p. 45). Kavos studijoje bus svarbu, kad darbuotojai ne tik gerai sutartų tarpusavyje, bet ir kad sutartų su šunimis, nes kitaip tiek žmonės, tiek šunys jaus įtampą ir kitus nemalonius jausmus.

Emilijos Tagijevos darbe „Animaloterapija – kaip psichokorekcinis darbas su ikimokyklinio ir mokyklinio amžiaus vaikais“ aptariama gyvūnų terapija. Tokios terapijos metu naudojami gyvūnai ir jų vaizdai. Kitaip tariant, bendraujant su gyvūnais, sukuriamas psichoterapinis poveikis. Knygoje teigiama, kad bendravimas su gyvūnais:

- normalizuoja nervų sistemą,
- mažina baime,
- mažina agresiją,
- mažina stresą,
- stimuliuoja tarpasmeninius santykius.

Šiuos teiginius patvirtina aprašytas su šunimis susijęs tyrimas. Eksperimentas, taikant gyvūnų terapiją, buvo atliktas Baku (Azerbaidžanas) su 15 savanorių vaikų nuo 10 iki 14 metų amžiaus. Remiantis diagnozės rezultatais, šią grupę sudarė vaikai, kuriems pasireiškė agresyvus elgesys, žema savigarba ir padidėjęs nerimas. Užsiėmimai su šunimis vyko B.A.R.S benamių gyvūnų prieglaudoje kartą per savaitę. Pamokų metu vaikai rūpinosi šunimis, juos maitino, vedžiojo. Už tai, kad rūpinosi gyvūnais, vaikai buvo giriami prie kitų vaikų ir suaugusiųjų, tai padidino jų savigarbą. Žaidimai, bėgiojimai ir mokymai su šunimis padėjo sumažinti raumenų ir emocinę įtampą. „Bendraujant su prieglaudos šunimis, agresyvaus elgesio vaikai išmoko tokių savybių kaip empatija ir pasitikėjimas“ (Tagijeva, 2018, p. 23). Po kiekvieno užsiėmimo buvo galima pastebėti, kad vaikai buvo geros nuotaikos, sumažėjo jų nerimas ir agresija. Kai pasibaigė eksperimentas, vaikai išreiškė norą organizuoti papildomą veiklą, siekdami padėti prieglaudai. Vaikai kartu su tėvais rengė labdaros muges, o tai teigiamai paveikė jų santykius. „Po visų užsiėmimų pakartotinio diagnozavimo rezultatai parodė, kad gyvūnų terapijos metodas kokybiškai sumažino emocinę įtampą ir agresyvumą, skatino žodinį ir neverbalinį aktyvumą, sumažino nerimą“ (Tagijeva, 2018, p. 23).

Pryor (2018) ir Horowitz (2018) knygose analizuojamos tos pačios šunų problemos. Tuo tarpu Tagijeva (2018) ir Bernsas (2020) pabrėžia visiškai kitokias, įdomesnes šunų pasaulio ypatybes. Pryor (2018) ir Horowitz (2018) nagrinėja šunų elgesį, jų mąstyseną ir bendravimo ypatumus. Moko, kaip tinkamai elgtis su šunimis įvairiose situacijose, kad jie būtų laimingi ir neliktų įžeisti. Šunų mylėtojas Bernsas (2020) įvardija pagrindines taisykles, kurios gali padėti žmonėms, norintiems pasiimti globoti augintinį. Taip pat savo laboratoriniu bandymu įrodė, kad prieglaudose esantys šunys nesiskiria nuo veislinių šunų, juos taip pat galima dresuoti ir pasiekti pačių geriausių rezultatų. Tagijevos (2018) atliktas tyrimas leidžia teigti, kad šunys, jų vaizdai ir garsai gali suteikti veiksmingą socialinę ir psichologinę pagalbą tiek suaugusiajam, tiek vaikui. Žmogus, glostydamas šunį, atsipalaiduoja. Šunys skleidžia stiprią gydomąją energiją. Bendraudami jie atiduoda dalį savo energijos, todėl puikiai veikia kaip antidepresantas. Taip pat padeda įgyti pasitikėjimą savo jėgomis, ugdo kantrybę, tolerantiškumą ir empatiją.

## Užsienio šalių kavinių tinklapių turinio analizė

1 lentelėje galima matyti aštuonis kriterijus, pagal kuriuos tyrimo metu buvo vertinamos draugiškos šunims užsienio šalių kavinės.

**1 lentelė.** Užsienio šalių kavinių tinklapių turinio analizė

| | *The dog cafela* | *The dog cafe* | *Hogoken cafe* | *Boris and Horton* | *Edinburgh Chihuahua Cafe* |
|---|---|---|---|---|---|
| Taisyklės lankytojams | – | – | – | • | • |
| Meniu | – | • | – | • | – |
| Publikuojamos gyvūnų nuotraukos | • | • | • | • | • |
| Naujienos apie gyvūnus | • | • | • | • | • |
| Savanoriai | • | – | – | – | – |
| Gyvūnų prekių parduotuvė | • | • | • | • | • |
| Partneriai | • | – | – | • | – |
| Atsiliepimai | – | • | – | – | • |

Paaiškėjo, kad visos penkios tirtos kavinių svetainės (*The dog cafela, The dog cafe, Hogoken cafe, Boris and Horton, Edinburgh Chihuahua Cafe*) skelbia gyvūnų nuotraukas, naujienas apie juos ir turi elektronines parduotuves. Nagrinėjant toliau buvo pastebėta, kad visos kavinės išsiskiria savo turiniu. *Boris and Horton* kavinei buvo suteikta mažiausiai minusų, nes ji neturėjo tik savanorių ir atsiliepimų skilties. O štai *Hogoken cafe* sulaukė daugiausia neigiamų įvertinimų: neturėjo lankytojų taisyklių, meniu, savanorių, parterių ir atsiliepimų skilčių. Labiausiai nustebino tai, kad savanorius turi tik viena kavinė – *The dog cafela*. Galima daryti išvadą, kad, nepaisant visame pasaulyje populiarėjančios savanorystės idėjos, šioje srityje savanorystė dar neįsitvirtinusi. Taigi, išnagrinėjus penkių užsienio šalių kavinių svetainių turinį, galima daryti išvadą, kad visos svetainės yra ganėtinai skirtingos, vis dėlto jos turi ir panašumų, kurių pats svarbiausias – jos skirtos šunis mylintiems žmonėms.

## Mokslinio straipsnio analizė

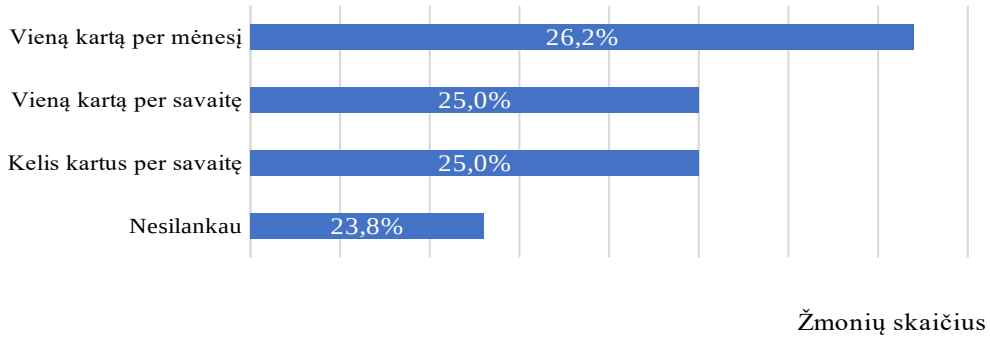
„Gydymas gyvūnais – tai alternatyvus gydymo metodas, pagrįstas žmogaus ir gyvūnų sąveika, kuris naudojamas kaip papildoma terapija, siekiant pagerinti gyvenimo sąlygas lėtinėmis ligomis ar psichikos sutrikimais sergantiems žmonėms“ (Arzu, Ç., Mehmet, K., 2020). Gydomoji terapija dažnai taikoma gydant tokias ligas ir sutrikimus, kaip vystymosi sutrikimas, vėžys, Alzheimerio liga, demencija, vienatvė, nerimas ir depresija. Siekiant padėti gydyti onkologiniuose skyriuose hospitalizuotus vaikus ir palengvinti jų pritaikymą prie proceso, buvo įgyvendinta gyvūnų terapijos programa, pavadinta „Magic Dream“. Buvo atrinkta 16 tėvų ir vaikų bei 12 slaugytojų. Šunų pagalbinė terapija taikoma siekiant palengvinti tėvų ir vaikų psichologinę būseną prisitaikant prie gydymo proceso. Atlikus vienų metų bandomąjį tyrimą, buvo pastebėta, kad terapija padėjo pagerinti psichologinę būklę.

Šunų gydomoji terapija gali būti naudojama ir kitose srityse. Pavyzdžiui, siekiant sumažinti žmonių baimę būti svetimoje aplinkoje, tarkim, teismo rūmuose. Todėl kartais, siekiant sumažinti kaltinamųjų baimę, posėdžiuose leidžiama dalyvauti ir šunims. Melsono tyrime buvo nustatyta, kad naudojant šunų terapiją sumažėja kraujospūdis, stresas. Taip pat vaikai, bendraudami su naminiais gyvūnais, gauna emocinę paramą. Taigi tokie tyrimai teigiamai keičia požiūrį į gyvūnus mūsų visuomenėje, o susidomėjimas, empatija ir užuojauta didėja.

## Apklausos rezultatų analizė

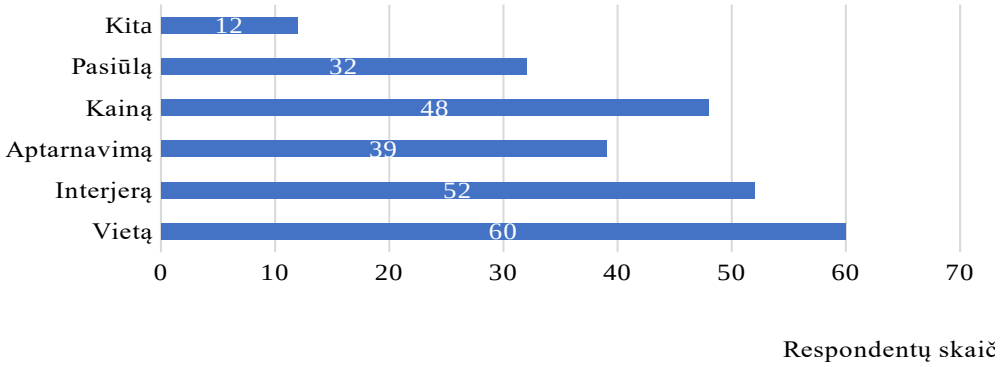
Anketinė apklausa internete buvo vykdoma savaitę. Anketos tikslas buvo sužinoti, kaip žmonės vertintų šunims draugišką kavos studiją. Apklausoje dalyvavo 93 respondentai, iš kurių tik 9 nėra lankęsi Klaipėdoje. Šiam tyrimui labai svarbi Klaipėdos gyventojų ar svečių nuomonė, nes būtent Klaipėdoje ir planuojama įkurti tokią kavinę. Taigi, visiškai į apklausą atsakė 84 respondentai, iš kurių 53 moterys ir 31 vyras. Vidutinis apklausos dalyvių amžius – 27 metai.

Daugiausiai apklaustųjų priklauso 18–25 metų amžiaus grupei, taip pat nemažai respondentų priklauso 36–45 metų amžiaus grupei. Apklausoje dalyvavo respondentai iš penkių Lietuvos apskričių. Daugiausiai iš Vilniaus (45,5 %) ir Panevėžio (44,2 %) regionų. Apklausa buvo siekta įvertinti, kaip dažnai respondentai lankosi Klaipėdoje, kaip dažnai lankosi kavos studijose, kaip vertina augintinius (ypač šunis).




**1 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kaip dažnai lankosi kavos studijoje (N = 84)

Į klausimą, kaip dažnai lankosi kavos studijose (žr. 1 pav.), po 25 proc. respondentų atsakė, kad kelis kartus per savaitę ar vieną kartą per savaitę. Šie rezultatai yra itin svarbūs kuriamam verslui, nes rodo, kad formuojasi tam tikras įprotis lankytis kavos studijose, kavinėse.

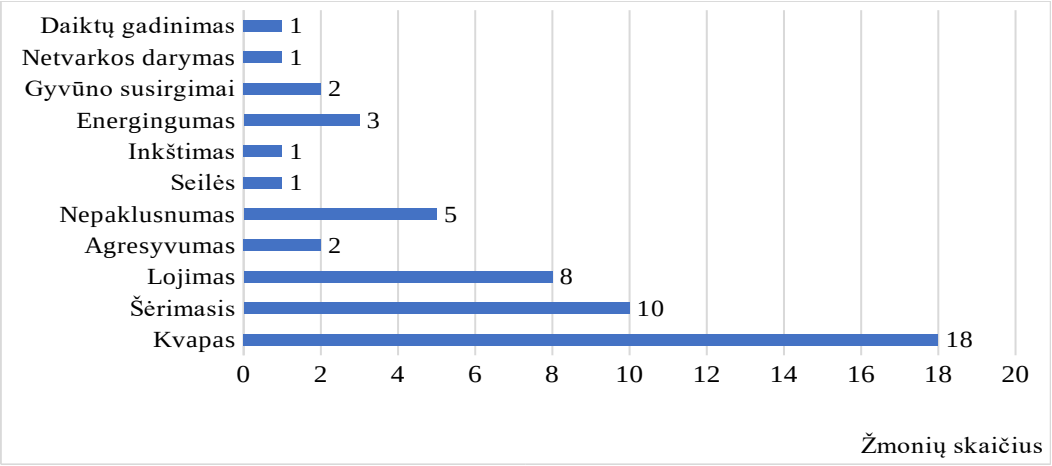



**2 pav.** Pagal ką žmonės renkasi kavos studijos, kavinės aplinką (N = 84)

Iš 2 paveikslo galima matyti, jog daugiausia žmonės kavos studiją renkasi pagal vietą (60 žmonių), interjerą (52 žmonės) ir kainą (48 žmonės). Įspūdį daro tai, kad aptarnavimas yra svarbesnis nei meniu pasiūla.

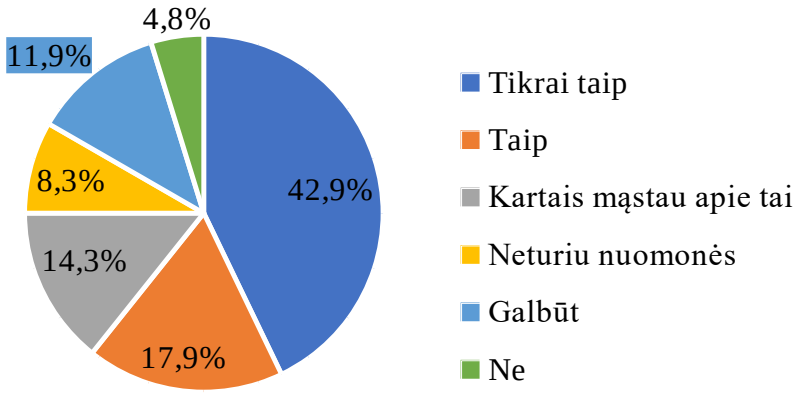
Apklausos rezultatai rodo, kad dauguma atsitiktinai apklaustų žmonių yra šunų mylėtojai. Kad myli šunis, teigė 71 (84,5 %) respondentas. 10,7 proc. apklaustųjų atsakė, kad jie nėra tikri šunų mylėtojai, ir tik 4,8 proc. respondentų teigė, kad nemyli šunų. Kiek daugiau nei pusė apklausoje dalyvavusių respondentų (51,2 %) šiuo metu namuose turi šunį.

Vienas iš šiuolaikinio žmogaus gyvenimo palydovų yra alergijos. Jas gali sukelti ir naminiai augintiniai. Vis dėlto tyrimo rezultatai rodo, kad 80 respondentų, arba 95,2 proc. visų apklaustųjų, nėra alergiški šunims.



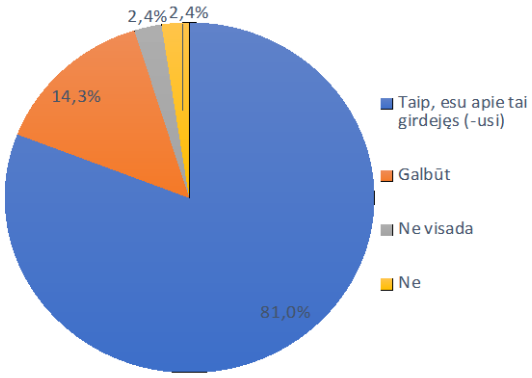

**3 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai, koks šunų elgesys juos erzina (N = 52)

Nepaisant to, kad dauguma respondentų teigė mylintys šunis, vis dėlto nemažai apklaustųjų nurodė, kad šunys kartais juos erzina. 3 paveiksle matyti, kad net 18 respondentų nepatinka ar erzina šunų kvapas. 10 žmonių teigė, kad jiems nepatinka tai, jog šunys šeriasi. Ir tik vienas respondentas išvardijo, kad jį erzina daiktų gadinimas, netvarkos darymas, inkštimas ir seilės.



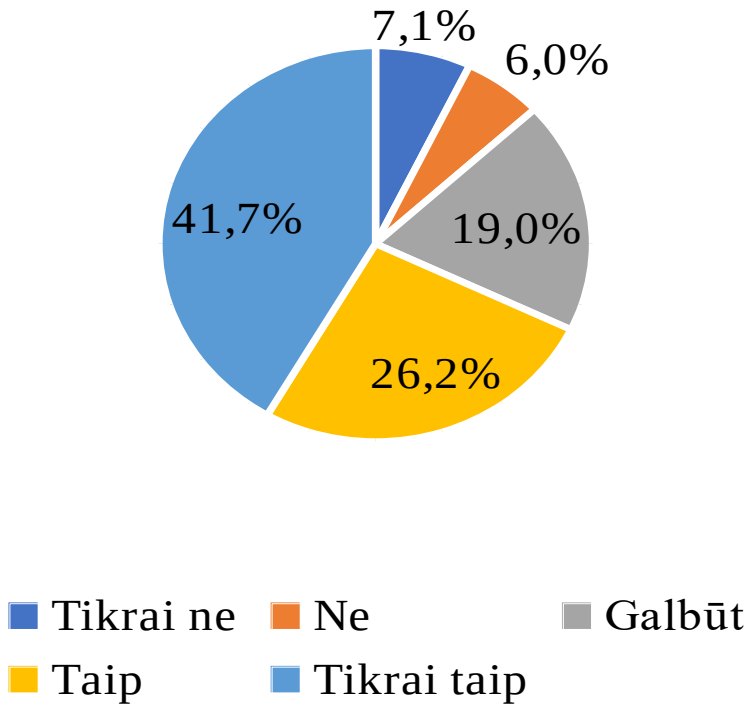

**4 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal ryžtą auginti šuniuką, paimtą iš prieglaudos (N = 84)

Paklausti apie tai, ar ryžtųsi auginti šunį, paimtą iš prieglaudos (žr. 4 pav.), didžioji dalis respondentų, net 42,9 proc., atsakė, kad tikrai taip. 14,3 proc. respondentų teigė, kad kartais susimąsto apie tai. Ir tik 4,8 proc. žmonių atsakė, kad neaugintų šuns, paimto iš prieglaudos.




**5 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tikėjimą, kad šunys gali padėti atsikratyti streso (N = 84)

Tyrimo rezultatai rodo (žr. 5 pav.), kad apie tai, jog šunys gali žmogui padėti atsikratyti streso, yra girdėję didžioji dalis apklausos dalyvių (81 %), 14,3 proc. respondentų abejoja šiuo teiginiu ir tik 2,4 proc. apklaustųjų teigė netikintys, kad šunys galėtų padėti atsikratyti streso.




**6 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal nuomonę, ar jie apsilankytų ypatingoje kavos studijoje (N = 84)

Net 41,7 proc. respondentų teigė, kad tikrai lankytųsi ypatingoje maitinimo įstaigoje, kurioje būtų galima ne tik pasilepinti kava ir desertais, bet ir būtų šunų prieglauda, leidžianti parodyti savo meilę gyvūnams, juos pradžiuginti. Vis dėlto 13 proc. asmenų atsakė, kad nesilankytų tokioje įstaigoje (žr. 6 pav.).

Išnagrinėjus apklausos rezultatus, buvo atsakyta į labai svarbius klausimus, kurie kyla kuriant gyvūnams draugišką kavos studiją. Respondentai atsakė, kiek dažnai lankosi kavos studijose, pagal ką renkasi kavinę ir ar lankytųsi tokioje ypatingoje maitinimo įstaigoje. Ketinamoje atidaryti kavos studijoje būtų ne tik laikomi šunys iš prieglaudos, bet ir būtų skatinama pasiimti juos globoti. Taip pat daug informacijos gauta uždavus klausimą, kuo šunys erzina žmones. Iš gautų atsakymų galima daryti išvadą, kad mažiausiai žmones erzina daiktų gadinimas, netvarkos darymas, inkštimas ir seilės.

## Išvados ir rekomendacijos

1. Atlikus literatūros apžvalgą, paaiškėjo, kad šunys turi teigiamą įtaką žmonių emociniam intelektui. Teigiamas poveikis stebimas tiek vaikams, tiek suaugusiems žmonėms. Žmogaus ir šuns ryšys turi teigiamą naudą.
2. Išanalizavus užsienio šalių šunims draugiškų kavinių interneto svetaines, galima daryti išvadą, jog visos svetainės tarpusavyje yra ganėtinai skirtingos, bet tuo pačiu turi panašumų – jos visos skirtos žmonėms, kurie myli šunis, skelbia gyvūnų nuotraukas, naujienas apie juos ir turi gyvūnų prekių parduotuves. Šis tyrimas buvo naudingas, nes ateityje kuriant verslo svetainę, bus galima šiomis svetainėmis remtis kaip pavyzdžiais.
3. Anketinė apklausa atskleidė žmonių požiūrį į gyvūnams draugišką kavos studiją ir buvo nustatyta, kad dauguma žmonių tikrai lankytųsi tokioje maitinimo įstaigoje.
4. Išnagrinėjus užsienio šalių kavinių svetaines, galima šunų ir kavos namams pasiūlyti tokią rekomendaciją: turėti savo kavos studijos interneto svetainę, kur žmonės galėtų surasti gyvūnų nuotraukas, taisykles, reikiamą informaciją apie šunis ir kavinės darbo laiką, taip pat galėtų sekti naujienas apie visą įmonės veiklą.

## Literatūra

Berns, G. (2020). *Kaip šunys mus myli: neuromokslininkas atskleidžia šuns smegenų paslaptis.* Vilnius: Liūtai ne avys.

Horowitz, A. (2018) *Ką šunys galvoja?.* Vilnius: VšĮ forSMART.

Edinburgh Chihuahua Cafe. Prieiga per internetą: https://edinburghchihuahuacafe.co.uk/?fbclid=IwAR0twvIZsShdWt3K7_Sk5-KlZHNa0cb0D4owWCiu0nT2G7e7SofJHyqltlY.

Boris and Horton. Prieiga per internetą: https://borisandhorton.com/?fbclid=IwAR3eU0lCzKPSH7OgD1DdneU2XQ15K8UAC9lKphIJZBuQSxqsBq8JMjJrwNI.

Hogoken cafe. Prieiga per internetą: https://animalcafes.com/v/25656.html?fbclid=IwAR0aXIzucMKUK7MyKWojFZVfQNN1FHNcGhRqRf2ZIcz_347zf8m-luov69U.

The dog cafela. Prieiga per internetą: https://www.thedogcafela.com/?fbclid=IwAR3OI_emA_4oFbNl7oMnVSsdI8NTPg-BdeW4qp04M2L_ZzRE60-3BO6YWPA.

The dog cafe. Prieiga per internetą: https://www.thedogcafela.com/?fbclid=IwAR1LPc-EYiuI3Ep3Bkpqx35R6IDyb03JrIrsQRHf_BXjM-QdRP6X3FGxfhc.

Apklausa internete. Prieiga per internetą: https://docs.google.com/forms/d/1wOZqDla923sV1aLxRq1eU4dKqiXxv8h3SkCbN0QrFOw/edit.

ТАГИЕВА, Эмилия (2017, balandis.) Анималотерапия — как метод психокоррекционной работы с детьми дошкольного и школьного возрастов. Молодой ученый, 148.1, 21–24.

ПРАЙОР, Карен (2018) *Не рычите на собаку! О дрессировке животных и людей.* Москва: Эксмо. Prieiga per internetą: http://yaosobenniy.ru/files/upload/Praior_Karen._Ne_richite_na_sobaky.pdf?fbclid=IwAR35Nle1OEkwxJvbkcRE6dq8vWQ_saFeRiNXdipvDriVFbYSqmrEya2aYKU.

Arzu, Ç., Mehmet, K. (2020) *Animal Assisted Therapy***.** Prieiga per EBSCOhost: http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=c29b3517-8af9-4864-80da-68f9a8a54909%40pdc-v-sessmgr04&vid=5&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtbGl2ZQ%253d%253d&lg=1&bdata=Jmxhbmc9cnUmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=142542120&db=a9h.

# KULTŪRINIO ŠOKO RAIŠKA: ATVEJO ANALIZĖ

**Dovilė Kuprytė, Aida Kuzmickaitė, Aliona Savickaja**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
*Dovile.kupryte@stud.viko.lt, Aliona.savickaja@studviko.lt, Aida.kuzmickaite@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Lina Žirnelė

## Anotacija

XXI amžiuje, kai pasaulis tampa daugiakultūriu, gebėjimas sėkmingai komunikuoti su žmonėmis, kurie atstovauja skirtingoms kultūroms, ir įsilieti į kitos kultūros gyvenimą yra be galo svarbu, jei norima pasiekti savo tikslų. Daugelis žmonių, atvykę į svetimą šalį, visų pirma susiduria su būsena, kurią amerikiečių antropologas K. Obergas pavadino „kultūriniu šoku“. Išvykti gyventi į svetimą šalį yra sunku. Tačiau sunkiausia susipažinti, priprasti ir priimti naują kultūrą. Dėl šios priežasties, daugelis susiduria su jau minėtu kultūriniu šoku. Šiais laikais kelionės yra neatsiejama žmonių gyvenimo dalis. Ir keliauti tenka įvairiais tikslais: darbo, atostogų, studijų ir pan. Tačiau kiekvienas keliauninkas, vykstantis į kitą šalį, norintis sėkmingai įsilieti į kitos kultūros gyvenimą ir patirti kuo mažesnį kultūrinį šoką, turėtų suprasti ir žinoti, kas yra kultūrinis šokas, kaip jis pasireiškia ir kaip jį suvaldyti. Siekiant išsiaiškinti, kaip graikų kultūros atstovui pasireiškė kultūrinis šokas, buvo atliktas kokybinis tyrimas – giluminis interviu, apklausiant Graikijos kultūros atstovą, kuris į Lietuvą atvyko studijuoti. Išanalizavus respondento pateiktus atsakymus, galima teigti, kad graikų ir lietuvių kultūros skiriasi kultūriniu gyvenimu, tai atskleidžia graiko patirtas kultūrinis šokas Lietuvoje.

**Pagrindinės sąvokos:** kultūra, kultūrinis šokas, studentas, graikų kultūra.

## Įvadas

Pasak Džeraldo Fordo: „Gyvenime nieko nėra svarbiau už gebėjimą efektyviai bendrauti“ (Dienos citata, n. d.). Komunikavimas su kitais asmenimis užima svarbų vaidmenį mūsų gyvenimuose. Kiekvienas iš mūsų turi savitą bendravimo ir paties gyvenimo būdo suvokimą, kuriam turi įtakos supanti kultūra. Susidūrus su kitos kultūros aplinka, kuri neretai būna kitokia, dažniausiai patiriamas kultūrinis šokas. Kultūrinė adaptacija šiuolaikiniame pasaulyje tampa itin aktuali tema. Su kitomis kultūromis susiduriama keliaujant, darbo ar mokymosi aplinkose. Tad norint efektyviai bendrauti skirtingų kultūrų atstovams, reikėtų žinoti vienas kito kultūrų savybes. Kaip teigia V. Pruskus, „net kada daiktai / dalykai atrodo svetimi ir dezorientuoti, taisyklių žinojimas suteikia pasitikėjimo, saugumo jausmą. Reikia mokėti visavertiškai gyventi santykyje su kita kultūra, kas kartais prilygsta menui“ (Pruskus, 2003). Šiame darbe, remiantis įvairių autorių požiūriais, nagrinėjama graikų kultūros atstovo patirto kultūrinio šoko pasireiškimai atvykus studijuoti į Lietuvą. Atlikus tyrimą ir išanalizavus rezultatus, pateikiamos rekomendacijos šokui suvaldyti, mažinti.

**Straipsnio problema:** graikų kultūros atstovo kultūrinio šoko patyrimas susidūrus su Lietuvos kultūra (aplinka).
**Darbo tikslas:** įvertinus kultūrinį šoką sąlygojančius veiksnius ar priežastis, numatyti jo mažinimo galimybes.
**Darbo uždaviniai:**

- teoriniu aspektu aptarti patiriamo kultūrinio šoko raiškos ypatumus;
- remiantis kokybinio tyrimo duomenimis, atskleisti patiriamo kultūrinio šoko stadijas bei raiškos priežastis;
- remiantis tyrimo rezultatais, numatyti patiriamo kultūrinio šoko mažinimo galimybes.

**Tyrimo metodai ir imtis:** analitinis aprašomasis tyrimo metodas, kokybinis tyrimo metodas (pusiau struktūruotas interviu); turinio (*content*) analizės metodas.

## Kultūrinis šokas teoriniu aspektu

Kiekvienas žmogus, atvykęs į svetimą šalį, patiria kultūrinį šoką. Vieniems jis būna stiprus, kitiems lengvesnis. Kultūrinį šoką individas gali patirti ir neišvykęs iš savo šalies. Su panašiomis situacijomis, kaip ekspatriantas, susiduria ir vietinis žmogus, kai pakeičia darbo, gyvenamąją vietą ar mokymosi įstaigą ir pan. Visur susiduriama su tam tikromis kultūromis, prie kurių tenka taikytis. Kultūrinio šoko sąvoką tyrinėtojai apibūdina įvairiai. Panagrinėjus lietuvių autorių literatūrą, galima rasti, jog šis reiškinys apibūdinamas kaip normalus ir natūralus procesas, persikėlus į kitą šalį. Pasak V. Pruskaus, „kultūrinis šokas nėra psichologinis sutrikimas, bet socialinio žinojimo, įgūdžių, reikiamų naujoje aplinkoje, trūkumas“ (Pruskus, 2012). Tuo tarpu N. Mačianskienė (2009), kalbėdama apie kultūrinį šoką, teigia, kad šis terminas išreiškia krypties stoką, kuri sukelią nežinomybės jausmą, ką daryti ar kaip daryti naujoje aplinkoje, ir nežinant, kas tinka ar netinka. Užsienio autoriai kultūrinį šoką apibūdina kaip „<...> traumą, kurią patiriate, kai persikeliate į kitokią, nei jūsų namų kultūra. Kultūrinis šokas yra komunikacijos problema, apimanti nusivylimą nesuprasti priimančios kultūros verbalinio ir neverbalinio konteksto, jos papročių ir vertybių sistemų komunikacijos“ (Chaney ir Martin, 2005). B. G.

Andersonas straipsnyje „Adaptive Aspects of Culture Shock“ kultūrinį šoką įvardijo kaip psichinę ligą (American Anthropologist, 1971). 1975 m. Peteris S. Adleris teigė, kad „kultūrinis šokas visų pirmą yra emocinių reakcijų rinkinys, kai prarandami suvokimo stiprinimai iš savo kultūros į naujos kultūros dirgiklius, kurie turi mažai reikšmės arba visai neturi“. Daugelis mūsų esame susidūrę su kultūriniu šoku svetimoje šalyje ar gimtinėje. Ir tikriausiai galėtume nupasakoti, kokie jausmai tuo metu mus ištinka. Pagal K. Olbergą, pagrindiniai kultūrinio šoko simptomai yra:

- nepagrįstas kultūros, šalies ir žmonių kritikavimas;

- padidėjęs irzlumas, nuolatiniai skundai dėl klimato, nuolatiniai pretekstų ieškojimai likti namuose, niekur neiti, nedalyvauti;
- baimė prisiliesti prie vietinių žmonių, atsisakymas mokytis vietinės kalbos;
- noras kalbėtis tik su „protingais“ žmonėmis, t. y. ne vietiniais, perdėtas tėvynės garbinimas, kalbos apie tai, kad ten buvo beveik rojus, stiprus noras grįžti namo, nepaisant pasekmių (Pruskus, 2012).

Dauguma autorių įvardija panašius simptomus, kurie pasireiškia kultūrinio šoko metu. Tuo tarpu N. Mačianskienė mano, kad skirtingu metu gali pasireikšti:

- liūdesys, melancholija, vienatvė;
- nemiga, noras miegoti;
- temperamento pokyčiai, depresija;
- pyktis, irzlumas, susierzinimas, nenoras bendrauti su kitais;
- noras tapatintis su senąja kultūra, idealizuoti senąją šalį;
- nepasitikėjimas;
- stereotipų kūrimas apie naują kultūrą (Mačianskienė, 2009).

Nors ši emocinė būsena kiekvienam asmeniui pasireiškia individualiai, negalima išskirti, ar tai trumpalaikė ar ilgalaikė būsena. Viskas priklauso nuo individualaus pasiruošimo, požiūrio ir kitų priežasčių. Tačiau literatūroje pažymima, jog daugumai žmonių kultūrinis šokas kyla dėl tų pačių aspektų. V. Pruskus knygoje „Tarpkultūrinė komunikacija ir vadyba“ kalba apie K. Olbergo išskirtus pagrindinius aspektus, sukeliančius nemalones emocijas:

- praradimo ir netekties (draugų, socialinės padėties, profesijos, nuosavybės) jausmas;
- nerimas, jog nepažįstamos kultūros nariai neįsileidžia į savo ratą;
- susipainiojimas atliekant vaidmenis: ko buvo tikimasi ir su kokia realybe susiduriama, skirtingos vertybės, jausmų bei savęs identifikavimo sąmyšis;
- nuostaba, pyktis, pasibjaurėjimas ir pasipiktinimas, susidūrus su kultūriniais skirtumais;
- bejėgiškumo jausmas, nesugebant kovoti su nauja aplinka ir joje adaptuotis (Pruskus, 2012).

Tai atskleidžia žmonių reakciją į pasikeitusią aplinką ir negalėjimą suprasti, kontroliuoti kitų elgesio. Viskam susidėjus į vieną, žmogų ištinka stresas, dėl to jis tampa piktas, viskuo nepatenkintas ir t. t. „Prarandamas pasitikėjimas savimi, pradedama abejoti kitais, atsiranda lengvas nerimas, dingsta išradingumas ir spontaniškumas, pradedama perdėtai rūpinasi tvarka ir švara“ (Pruskus, 2003). Svarbu prisiminti, kad kultūrinis šokas nėra staigus reiškinys, reakcija į pasikeitusią aplinką. Tai procesas, kuris susideda iš 5 stadijų. Labiau jas panagrinėjus, bus galima suprasti, kas darosi žmogui, susidūrus su jomis. Kadangi, kaip ir buvo minėta anksčiau, kiekvienas patirią kultūrinį šoką ir išgyvena tuos pačius etapus, gali skirtis tik pati patyrimo forma, kuri priklauso nuo kelionės tikslo į svetimą šalį. K. Olbergas išskyrė 5 kultūrinio šoko stadijas:

- medaus mėnuo;
- krizė;
- atsigavimas;
- prisiderinimas;
- sugrįžimo šokas (Pruskus, 2002).

Kiekvienai iš išvardytų stadijų būdingi tam tikri pojūčiai ar elgesys. 2003 m. V. Pruskus rašė, jog pirmoji stadija yra „euforijos būsena, didelių lūkesčių etapas <..>. Pirmomis savaitėmis individas žavisi viskuo, kas nauja, jaučiasi pakylėtas, euforijos bei pamalonintas šiltų ir draugiškų vietos gyventojų santykiu.“ Ši stadija yra maloniausia ir suteikia geras, šiltas emocijas. Nė vienas žmogus nenorėtų prarasti šių emocijų ir pereiti prie kitos stadijos. Tačiau didžioji dauguma ekspatriantų susiduria kardinaliai kitokia realybe. Krizė, arba kitaip vadinama vidinė dezorientacija, „ištinka bandant prisiderinti prie naujos kultūros, kuri iš esmės yra labai skirtinga. Patirti pojūčiai sukelia priešiškumą, nes negali iki galo suprasti jų nerimo priežasties“ (Pruskus, 2003). Antrosios stadijos metu suprantama, kad kita kultūra yra visai kitokia nei individo. Kyla pyktis ir nepasitenkinimas kita kultūra.

Tačiau po kurio laiko požiūris į kultūrą pasikeičia. Atsigavimo etapas, pasak V. Pruskaus (2012), „jei žmogus, neišvyksta iš šalies atgal į namus, jis įveikia save, ima įsiklausyti ir įsigyventi naujoje aplinkoje. Krizė praeina, bandoma įsilieti į naujos kultūros visuomeninį gyvenimą, t. y. pradedama mokytis vietinės kalbos, suvokiami reiškiniai ir įvykiai <...>, susipažįstama su tradicijomis bei papročiais.“ Šios stadijos metu pradedama po mažu prisitaikyti prie naujos kultūros, keičiant savo turimus įpročius. Įvykus pokyčiams, prasideda ketvirtoji stadija – prisiderinimas. „Atvykusieji, priimdami kitų papročius kaip normalų gyvenimo būdą, suvokia, jog naujoji kultūra turi tiek teigiamų, tiek neigiamų pusių. Pasikeitus požiūriui prieinama riba, kada nustojama jaustis užsieniečiu“ (Pruskus, 2003). Šiuo etapu ekspatriantas jaučiasi, kaip naujosios kultūros namuose, įsitraukia į kultūros veiklą, puoselėja draugystę. Pasak L. Chaney ir S. Martin, prisitaikymo etape „Jūs mokotės kalbos <...> netgi išmoksite mėgautis kai kuriais papročiais <...>“ (Chaney ir Martin, 2005). Prisitaikius prie naujos kultūros, priėmus jos papročius ir vertybes, dažniausiai tenka grįžti namo. Tada ir prasideda penktoji stadija – sugrįžimo šokas. Kadangi tai mažiausiai tikėtina reakcija, ji ir yra skausmingiausia.

Kultūriniai skirtumai ir išgyventi pokyčiai be jokios abejonės pakeis tolimesnį individo gyvenimą, darbą ir karjerą. Jis suvokia, jog yra pasikeitęs, tačiau negali paaiškinti, kaip ir kodėl. Įmanoma, jog „eksternalizuoti pasikeitę individo veiklos produktai įgis objektyvų pobūdį. Iš to plaukia, kad institucinio pasaulio objektyvumas yra žmogaus sukurtas, sukonstruotas objektyvumas“ (Pruskus, 2003). Grįžus į gimtąją šalį, daugelis žmonių jaučia tas pačias emocines ir fizines reakcijas, kurias patyrė atvykę į užsienį. Grįžus kyla džiaugsmo emocijos, bet paskui, supratus, jog draugai ir aplinkiniai nėra suinteresuoti išklausyti potyrių, tampama irzliais. Nauji įgyti įgūdžiai tampa beverčiai. Pasak L. Chaney ir Martin (2005), po sugrįžimo šoko grįžtama prie prisitaikymo etapo, kuriame „ <...> susipažinsite su naujomis technologijomis ir įvertinsite maisto ir drabužių gausą ir įvairovę bei patobulintus švaros standartus“. Pagaliau grįžtama prie priėmimo etapo, kai žmogus jaučiasi patogiai savo kultūroje ir grįžta prie savo senų pažiūrų ir elgesio.

Apibendrinant galima teigti, kad kultūros šokas sudėtinga ir gana skausminga patirtis, kurią ekspatriantai išgyvena skirtingai. Viskas priklauso nuo jų požiūrio ir pasiruošimo.

## Kultūrinio šoko poveikis atskiroms socialinėms grupėms

Šiuolaikiniame pasaulyje visi žmonės patyria kultūrinį šoką, tačiau visi jį patiria skirtingai. Jo intensyvumas priklauso nuo kiekvieno asmens savybių. Įvairiose literatūrose aprašomos 3 pagrindinės ekspatriantų grupės: studentai, studijuojantys užsienio universitetuose, turistai, besilankantys svetimose šalyse, ir verslo atstovai, atvykę tvarkyti verslo reikalų. Pasak V. Pruskaus, mažiausią kultūrinį šoką patiria turistai. Tai lemia trumpas šalyje buvimo laikas, kuris ekspatriantui leidžia nepatirti neigiamų emocijų naujoje šalyje, o tik pajusti pirmąją kultūrinio šoko stadiją – euforiją. Antras dalykas, kuris lemia mažo kultūrinio šoko potyrį, yra sureguliavimas. „Dauguma turistų pasirenka gerai suplanuotas keliones, kur viskas suorganizuota ir užsakyta, todėl jie nėra priversti nuolat kontaktuoti su vietiniais gyventojais, išskyrus suvenyrų ar kitų prekių pirkimo atvejus“ (Pruskus, 2012). Taip pat tendencija būti stebėtoju, bet ne dalyviu, apsaugo turistą nuo tiesioginio kultūrinio šoko. Nepaisant įvardytos „apsaugos“, turistai išgyveną didesnį neigiamos nuotaikos antplūdį, kuriam daro įtaką sveikatos sutrikimai ir vertimas dalyvauti turistinėse programose. V. Pruskaus knygoje „Tarpkultūrinė komunikacija ir vadyba“ teigiama, jog „ <...> turistai patiria maksimalų socialinį ir psichologinį poveikį, jei vietinė bendruomenė yra maža, nepatyrusi ir izoliuota. Ir mažesnį poveikį, jei visuomenė pažangesnė ir skirtumas tarp turistų bei vietinių gyventojų nėra didelis“ (Pruskus, 2012).

Didesnį kultūrinį šoką patiria verslo atstovai. V. Pruskus (2012) išskiria asmenims, užsiimantiems verslu, didžiausią įtaką darančias dimensijas: „ <...> atstumas, šalis, darbo pobūdis, socialinė parama, laikas, sugrįžimas ir savanoriškumas.“ Nėra lengva atskirti pareigas ir socialinį mobilumą, kurie daro didelį poveikį kultūriniam šokui pasireikšti. 2012 m. V. Pruskus aprašo amerikiečių kultūros sociologo K. Bretto išskirtas teigiamas ir neigiamas mobilumo savybės. Jis teigia, jog „mobilų darbą dirbantys asmenys yra labiau patenkinti savo veikla dėl galimybės gauti aukštesnes pareigas, didesnį atlyginimą ir daugiau socialinių garantijų. <...> Nemobilūs arba riboto mobilumo individai dažniau serga, pasitenkina žemesne gyvenimo kokybe.“

Didžiausią kultūrinį šoką patirianti ekspatriantų grupė yra studentai. Su sunkumais studentai susiduria ne tik akademiniu, bet ir dvasiniu lygmeniu. Yra išskirtas „užsieniečio studento sindromas“, kuris apibūdinamas kaip „<...> neaiškumo pojūčiu, fiziniais nusiskundimais, pasyvumu, nebendravimu tarpusavyje, netvarkingumu“ (Pruskus, 2012). K. Singhas išskyrė pagrindines problemas, su kuriomis susiduria studentai: emocinės, akademinės, prisiderinimo.

Pasireiškia emocinės problemos, tokios kaip vienišumas, namų ilgesys, mitybos sutrikimai ir t. t. Akademinėje srityje studentai susiduria su bendravimo užsienio kalba problemomis, aukštesniu studijų lygiu, nesusipratimu su dėstytojais. V. Pruskaus (2012) knygoje teigiama, jog prisiderinimo pobūdis priklauso nuo socialinės klasės – „ <...> aukštesnio socialinio lygmens studentai adaptuojasi lengviau negu vidutinio, universiteto lygio (lengviau studijuoti provincijos universitetuose), studijų trukmės, amžiaus ir asmeninių savybių“.

Visi anksčiau paminėti faktai rodo, kad studentai patiria didesnį kultūrinį šoką, be to, jie patiria papildomą stresą, susidurdami su komunikacijos barjerais, nesulaukdami šeimos paramos.

## Kultūrinio šoko suvaldymas

Kultūrinis šokas – neišvengiamas reiškinys persikėlus gyventi į svetimą šalį. Vis dėlto asmenys, imigravę iš kitų šalių, geba įveikti naujos aplinkos kliūtis. N. Mačianskienė išskiria septynis būdus sėkmingai įsilieti į kitos šalies kultūrą ir suvaldyti kultūrinį šoką:

1. *Išmokite būti konstruktyvus.*
2. *Palaikykite ryšį su savo etnine grupe* – tai suteiks jums jausmą, kad kažkam priklausote ir sumažinsite vienišumo jausmą.
3. *Palaikykite ryšį su naująja kultūra* – išmokite kalbą, savanoriaukite, įsiliekite į bendruomenės veiklą, tai leis praktikuoti išmoktą kalbą, sumažinti stresą dėl kalbos nemokėjimo.
4. *Raskite būdų gyventi su dalykais, kurie jūsų netenkina.*
5. *Išlaikykite pasitikėjimą savimi.*
6. *Jei jaučiate stresą, ieškokite pagalbos.*
7. *Įtraukite į savo kasdienybę fizinį aktyvumą (*Mačianskienė, 2009).

Tuo tarpu V. Pruskus (2012) kalba apie kultūrinio šoko privalumus. Pasak jo, yra išskiriami du pagrindiniai kultūrinio šoko privalumai: savęs tobulinimas ir bendravimo skirtumų supratimas. „Neįmanoma kitos kultūros perprasti apie ją tik

girdint. Norint realiai pritapti kitoje aplinkoje, reikia išmokti ir remti būdus, padedančius valdyti pasaulį.“ Nors sakoma, kad kultūrinis šokas yra neigiamos emocijos, neigiamas poveikis, tačiau iš tikrųjų tai yra galimybė save tobulinti kaip asmenybę. Kiekvienas asmuo, išvykęs į naują aplinką, prie jos taikosi, mokydamasis vietinės kalbos, prisitaikydamas prie vietinių gyventojų ir jų papročių, taisyklių ir pan. Išvykę svetur, mes tampam svečiais. Tačiau žmogus, norėdamas įsilieti į naują kultūrą, tobulina save, savo žinias ne tik apie savo šalį, bet ir apie kitas. Taip plėsdamas savo akiratį. Ne veltui sakoma, kad tobulėjimui nėra ribų. „Prisiderindami gyventi užsienyje, naują etapą traktuojame kaip patrauklų ir jaudinantį“ (Pruskus, 2012).

Viena iš didžiausių problemų, su kuriomis susiduria imigrantas, tai bendravimo skirtumai, kurie, pasak Pruskaus (2012), atsiranda dėl „<...> pagrindinės kultūrinių skirtumų kategorijos: verbalinė ir kūno kalba, socialinės taisyklės, tarpusavio santykiai, motyvacija“. Kiekvienoje kultūroje egzistuoja nusistovėjusios taisyklės, kurios atvykusiems gali atrodyti nepriimtinos, svetimos. Dėl to svarbu „<...> prieš susiduriant su nauja kultūra, būtina susipažinti su pagrindinėmis taisyklėmis, nusistovėjusiais socialiniais santykiais, laiko supratimu ir būti pasirengusiems tai perimti“ (Pruskus, 2012). Taigi, svarbiausia, atvykus į svetimą šalį, prieš tai pasidomėti apie jos kultūrą, kadangi, žinodamas esminius dalykus, asmuo nepatirs tokio kultūrinio šoko, kokį jis patirtų, nežinodamas kultūros savybių.

Taip pat reikia bandyti įsilieti į kuo daugiau veiklų, kurios padėtų užmiršti neigiamas emocijas, ir stengtis suprasti vietinių taisykles ir taikytis prie jų, tai palengvins bendravimą su tos kultūros atstovais.

## Metodai

Buvo atliktas tyrimas, siekiant išsiaiškinti, ar Graikijos kultūros atstovas atvykęs į Lietuvą patyrė kultūrinį šoką. Norint informatyviai ir detaliai atskleisti temą, buvo pasirinkta atlikti apklausą žodžiu – interviu. 2014 m. Gaižauskienė ir Mikėnė teigė, kad „apklausa – duomenų rinkimo metodas, plačiai taikomas tiek moksliniuose, tiek taikomuosiuose socialiniuose tyrimuose“. Anketa sudaryta remiantis moksline literatūra ir atliktais tyrimais apie kultūrinį šoką. Pagrindiniu šio tyrimo metodu buvo pasirinktas kokybinis – pusiau struktūruotas interviu. „Pusiau struktūruotas interviu taip pat remiasi interviu planu, kuriame numatyti konkretūs klausimai ir iš anksto apgalvota jų pateikimo seka, tačiau numatyta, kad tyrimo eigoje tyrėjas gali papildomai užduoti plane neįtrauktų klausimų, jeigu mano, kad taip galima būtų praturtinti tyrimą“ (mokslomedis.lt, n. d.).

Šis būdas yra naudingas ir suteikia daug išsamios informacijos. Butkevičienė (2020) teigia, kad „iš anksto numatomi būtini ir galimi klausimai, pusiau standartizuoto interviu procedūra ir klausimai standartizuojami tik iš dalies“. Taip pat buvo taikyta turinio (*content*) analizė, kurios metu reziumuojami reikšmingi kiekybiniai duomenys.

Anketa buvo sudaryta anglų kalba iš dvylikos atvirųjų klausimų, kurie leido įvertinti, ar respondentas patyrė kultūrinį šoką. Tyrime dalyvavo graikų kultūros atstovas, kuris į Lietuvą atvyko studijuoti prieš dvejus metus.

Respondento (intervanto) pateikti atsakymai, apimantys kultūrinį šoką, jo raiškos ypatumus ir galimus patiriamo kultūrinio šoko mažinimo būdus bei galimybes, buvo kokybiškai apdorojami, t. y. kategorizuojami, grupuojami. Taikant turinio (*content*) analizės metodą, , remiantis turinio interpretavimu, buvo išskirti prasmingi vienetai. Surinkti duomenys analizuojami remiantis žodžių, konteksto dažnumo, komentarų intensyvumo, atsakymų tikslumo kriterijais.

## Rezultatų pristatymas

Giluminio interviu metu respondentas atsakinėjo į atviruosius klausimus. Tyrimo metu buvo norima sužinoti, kaip pasireiškė Graikijos kultūros atstovo patirtas šokas atvykus į Lietuvą.

Tiriamasis teigė, kad apie Lietuvą sužinojo iš kompiuterinio žaidimo, kuriame jį sudomino mūsų šalies istorija ir užimamo ploto skirtumas, palyginti su dabartimi. Tai paskatino daugiau sužinoti apie Lietuvos kultūrą, tačiau pasiruošimas buvo labiau materialus (tinkami drabužiai), psichologiškai nesiruošė. Taip pat jis minėjo, kad žinojo apie galimus kultūrų skirtumus ir galimybę patirti šoką. Tačiau prieš atvykstant nesidomėjo kultūrinio šoko etapais ir pasireiškimais. Apie tai nugirdo pirmąją atvykimo dieną, kai lankėsi renginyje, kuriame buvo pasakojama apie kultūrinę adaptaciją ir kaip reikėtų elgtis. Nors graikas žinojo apie kultūrų skirtumus, tačiau kultūriniu šoku prieš atvykdamas nesidomėjo. Remiantis šiuo teiginiu, galima daryti prielaidą, kad patirtam kultūriniam šokiui įtakos galimai turėjo respondento turimos informacijos stoka.

Kultūrinis šokas, pasak K. Olbergo, prasideda nuo *medaus mėnuo* stadijos. Pirmosiomis savaitėmis respondentas jautėsi labai gerai priimtas, gerbiamas ir laukiamas vietinių gyventojų. Jam integruotis padėjo lietuvis, su kuriuo jis susipažino internetu. Jis kvietė graiką į renginius, supažindino su savo draugais ir išmokė pagrindinių frazių lietuvių kalba. Aplinkinių elgesys buvo normalus, ramesnis nei Graikijoje. Taigi, iš pateikto atsakymo galima pastebėti, kad ekspatriantas jautėsi priimtas vietinių gyventojų. Aplinkiniai su juo elgėsi palankiai, priėmė į savo draugų ratą ir supažindino su Lietuvos kultūra. Šioje atsakymo dalyje galime įžvelgti pirmąją kultūrinio šoko stadiją – *medaus mėnesį,* nes respondentas žavisi nauja kultūra ir žmonėmis. Tokius elgesio požymius 2003 m. išskyrė ir Pruskus.

Antroji *krizės* stadija respondentui pasireiškė taip: studentą glumino tai, kad lietuviai buvo savo erdvės burbule ir kalbėjo ne taip garsiai kaip jis. Tai buvo netikėtumas, dėl kurio jis buvo priverstas sumažinti savo balso toną, nes, aplinkinių nuomone, jis rėkė. Taip pat sužinojo, kad Lietuvoje nėra įprasta bendraujant dažnai liesti kitą žmogų. Iš atsakymų galima matyti, kad graikas, bendraudamas su vietiniais, pastebėjo, jog jo turimi neverbaliniai įpročiai yra kitokie. Skyrėsi balso tonas ir kontaktavimas bendraujant. Iš šios atsakymo dalies galima suprasi, kad ekspatriantas patyrė antrąją kultūrinio šoko stadiją – *krizę*. Tuo metu jis suprato, kad Lietuvos kultūra skiriasi nuo kultūros, kurioje jis užaugo. Taip yra todėl, kad abi kultūros yra skirtingo kontekstualumo: Graikija – aukšto, Lietuva – žemo. Aukšto kontekstualumo kultūrų vienas iš požymių yra „dėmesys neverbaliniam bendravimui ir mokėjimas „kalbėti akimis“, o žemo

kontekstualumo – „nedidelis dėmesys neverbalinio bendravimo formų naudojimui bendraujant“ (Pruskus, 2012). Paprašius papasakoti istoriją ar įvykį, nutikusį dėl Lietuvos ir Graikijos kultūrų skirtumų, ekspatriantas papasakojo apie pirmąją paskaitų dieną. Tą dieną jis pasiklydo mieste ir neatvyko į pirmąją paskaitą. Dėstytoja supyko. Paaiškinus situaciją ir atsiprašius, dėstytojos pyktis neatslūgo. Graikijoje, respondento teigimu, taip nebūtų nutikę. Jo kultūroje žmonės atlaidūs užsieniečiams. Jo teigimu, tai buvo pirmas sukrėtimas dėl skirtumų tarp Graikijos ir Lietuvos kultūrų. Taigi, iš papasakoto įvykio galima matyti, kad tuo metu respondentas patyrė *krizės* stadiją. Bandydamas įsilieti į naują kultūrą, susidūrė su skirtumu. Šioje situacijoje taip pat matome ir kitą kultūrų skirtumą – nepasitenkinimo išreiškimą. Kaip jau buvo minėta anksčiau, Lietuva yra žemo kontekstualumo, o Graikija – aukšto. Aukšto kontekstualumo kultūros pasižymi „atviro nepasitenkinimo rodymo vengimu“, o žemo – „atviru nepasitenkinimo išreiškimu“ (Pruskus, 2012). Taigi, dėstytoja, galimai būdama Lietuvos kultūros atstovė, neslėpė savo nepasitenkinimo susidariusia situacija. Bet Graikijos kultūros atstovas nesuprato taip akivaizdžiai reiškiamo nepasitenkinimo, nes jo kultūroje nepriimtina tai reikšti. Krizės stadijos pasireiškimas būtų mažesnis ir ne toks keliantis nepasitenkinimą, jei studentas būtų pasidomėjęs kultūrų skirtumu kontekstualumo prasme. Skirtumai tarp Graikijos ir Lietuvos kultūrų būtu ne tokie stebinantys ir sukrečiantys.

Trečiąją ir ketvirtąją stadijas studentas suvaldė ganėtinai sėkmingai. Ekspatrianto išsakyta patirtimi, geriausia su kultūriniu šoku kovoti „įtraukiant save į veiklas ir bendraujant. Taip pat svarbu nevengti „nepatogių“ situacijų, o jas tiesiog išgyventi ir prisitaikyti prie situacijos. Nesiekti prisijungti prie savo kultūros bendruomenės ir izoliuotis nuo naujos. Palaikyti gimtajai kultūrai būdingą bendravimą tik su šeima ir draugais.“ Iš šio atsakymo galima matyti, kad graikas stengėsi kuo labiau pritapti prie naujos kultūros, taip patirdamas trečiąją ir ketvirtąją kultūrinio šoko stadijas – *atsigavimą, prisiderinimą.* Šiuose etapuose jis prisitaikė prie naujos kultūros, priimdamas papročius ir vertybes kaip normalų gyvenimo būdą. Siekdamas kuo greičiau integruotis į naują kultūrą, respondentas buvusius įpročius užgožė naujais. Senuosius taikė bendraudamas su saviškiais, o naujuosius priėmė kaip savaime suprantamus.

Penktoji *sugrįžimo* šoko stadija respondento atsakymuose išryškėjo pasiteiravus apie patirtus asmenybės pokyčius. Jo teigimu, šeima ir draugai Graikijoje pastebėjo, kad jis pradėjo labiau planuoti, stengiasi visur atvykti laiku. Didžiausias skirtumas prieš ir po buvimo Lietuvoje, jo manymu, yra pasikeitęs požiūris į balso garsumą kalbant kitiems žmonėms. Respondento manymu, graikai tikrai kalba kiek per garsiai. Tad matoma, jog tiriamasis patyrė penktąją kultūrinio šoko stadiją – *sugrįžimo šoką.* Grįžus į Graikiją, buvo pastebimų elgesio pasikeitimų, kuriems turėjo įtakos perimta Lietuvos kultūra. Taip pat respondentas minėjo, kad labiausiai pasiilgo laisvės, nes Lietuvoje gyveno vienas ir buvo atsakingas pats už save. Iš pateikto atsakymo galima matyti, kad tiriamasis pakeitė savo požiūrį į Graikijos kultūrai būdingą kolektyvizmą ir tapo labiau individualesnis. Toks pasikeitimas taip pat sukėlė jam *sugrįžimo šoką*. Patirta penktoji stadija taip pat parodo, kad ketvirtosios stadijos metu studentas tikrai prisitaikė prie naujos kultūros ir pakeitė savo įpročius.

## Išvados ir rekomendacijos

Atlikus mokslinės literatūros analizę, galima teigti, kad, priklausomai nuo asmens individualių ypatumų, kiekvienas skirtingai išgyvena kultūrinio šoko stadijas, tokias kaip medaus mėnuo, krizė, atsigavimas, prisiderinimas ir sugrįžimo šokas. Vienos iš pagrindinių kultūrinio šoko raiškos priežasčių, persikėlus į kitą šalį, yra komunikacijos barjeras, paramos ir palaikymo iš artimųjų stoka ar nebuvimas.

Remiantis interviu atsakymais, galima teigti, kad informacijos apie patį kultūrinį šoką stoka, taip pat žinių apie kultūrą ir kultūrų skirtumus trūkumas yra vienos iš kultūrinį šoką sąlygojančių priežasčių.

Atsižvelgus į tyrimo metu išaiškėjusius aspektus, pateikiamos rekomendacijos graikų kultūros atstovui, kaip sumažinti kultūrinį šoką atvykus į Lietuvą. Visų pirma, vykstant į kitą šalį, reikėtų pasidomėti jos kultūra. Tai yra vienas iš pirmųjų žingsnių, kurie padės sumažinti kultūrinio šoko poveikį. Taip pat atvykus svetur nederėtų lyginti savo šalies su dabartine, o kaip tik reikėtų domėtis ir įsilieti į naują kultūrą, pavyzdžiui, mokytis kalbos, kuo daugiau bendrauti su vietiniais, eiti į renginius. Tačiau, remiantis tyrimu, respondentas taip pat siūlo sau kelti iššūkius, išeiti iš komforto zonos. Tokiose situacijose pasijauti, kad esi reikalingas, laukiamas, taip patiri iššūkių, kurie išstumia į nepatirtas, nepatogias situacijas ir tu iš jų sukiesi, mokydamasis ir ugdydamas save kaip asmenybę.

Siekiant mažinti patiriamo kultūrinio šoko raišką, rekomenduojama prieš vykstant į kitą šalį pasidomėti jos kultūra, o atvykus į ją siūloma aktyviai įsitraukti į naujos kultūros gyvenimą, dalyvauti renginiuose, užmegzti naujas pažintis, mokytis kalbos.

## Literatūros sąrašas


- Adler P. S. (1975). The Transitional Experience: an Alternative View of Culture Shock. *Journal of Humanistic Psychology*, 15, 13–17. Prieiga per internetą: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002216787501500403.
- Anderson B. G. (2020). American Anthropologist. *Adaptive Aspects of Culture Shock*, 73, 1121-1125. Prieiga per internetą: https://www.jstor.org/stable/672824?seq=1.
- Butkevičienė E. (2020). *Apklausų duomenų analizė*. Prieiga per internetą: http://www.lidata.eu/index.php?file=files/mokymai/seminaras_20110129/sem0129.html&course_file=sem0129_1_1.html.
- Chaney L. H. Ir Martin J. S. (2007). *Intercultural business communication.* (2007). Leidimo vieta: New Jersey.
- Dienos citata (n. d) Džerldas Fordas. Prieiga per internetą: http://www.dienoscitata.lt/dzeraldas_fordas.
- Gaižauskaitė I. Ir Mikėnė S. (2014). *Socialinių tyrimų metodai: apklausa.* Prieiga per internetą: https://wdn.ipublishcentral.com/association_lithuania_serials/viewinsidehtml/64562202905605?fbclid=IwAR39LVGPKcvimbKnP939-mzTvTM1msPeJsTskMgVlQkPLOKUbms6o3WEfl4.

- Mačianskienė N. (2009). *English for Intercultural Communication.* Prieiga per internetą: https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/257/1/ISBN9789955125105.pdf.
- Mokslomedis.lt (n .d.). *Atviros prieigos centras.* Prieiga per internetą: http://www.mokslomedis.lt/strukturuotas-ir-nestrukturuotas-interviu/.
- Pruskus V. (2003). *Multikultūrinė komunikacija ir vadyba.* Prieiga per internetą: https://vma-test.viko.lt/pluginfile.php/99940/mod_resource/content/1/Multikulturine%20Komunikacija%20ir%20Vadyba%20%28Pruskus%29.pdf.
- Pruskus V. (2012). *Tarpkultūrinė komunikacija ir vadyba*. . Prieiga per internetą: https://vma-test.viko.lt/pluginfile.php/99940/mod_resource/content/1/Multikulturine%20Komunikacija%20ir%20Vadyba%20%28Pruskus%29.pdf

# MIEGO KAVINĖS VERSLO IDĖJOS KŪRIMAS, REMIANTIS MIEGUISTUMO PROBLEMA VISUOMENĖJE

**Edvinas Kuslevičius[1], Liudvikas Visnevski[2], Paula Kelbauskaitė[3], Ugnė Kisieliūtė[4], Lina Jamantaitė[5]**

*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*

[1]edvin.kuslevicius@stud.viko.lt, [2]liudvik.visnevski@stud.viko.lt, [3]paula.kelbauskaite@stud.viko.lt, [4]ugne.kisieliute@stud.viko.lt, [5]lina.jamantaite@stud.viko.lt

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Vilma Gegužienė

**Anotacija**

Intensyvus gyvenimo tempas ir jį lydintis nuovargis, mieguistumas pažįstamas dažnam, su tuo susiduria žmonės darbo dienos eigoje. Atsiradęs mieguistumas mažina darbo našumą, jo kokybę. Šiame straipsnyje pristatomas tyrimas, kurio tikslas buvo nustatyti žmonių dienos miego įpročius ir rezultatą pritaikyti plėtojamai verslo idėjai įgyvendinti. Šiame tyrime buvo taikomi tyrimai – kiekybinė apklausa (apklausa internetu) ir kokybinis interviu. Mokslinės literatūros analizė rodo, kad vienas iš būdų išlikti žvaliam, atsikratyti mieguistumo jausmo yra dienos miegas, kuris turi teigiamą įtaką bendrai žmonių savijautai, didina produktyvumą. Remiantis kiekybinės apklausos rezultatais, galima teigti, kad dauguma apklaustųjų žmonių patiria mieguistumo jausmą dienos metu, kuris pasireiškia motyvacijos dirbti stoka, išsekimu, bendru silpnumu. Dėl šių priežasčių mieguistumas yra įvardijamas kaip problema. Pagrindinė mieguistumo priežastis – prastas nakties miegas. Vieni iš populiariausių būdų kovoti su snauduliu – dienos miegas ir kava. Todėl apklaustieji nevengia vartoti tonizuojančio gėrimo, turinčio kofeino, bei miegoti dienos metu. Didžioji dauguma miega 36–60 minučių, kad atgautų jėgas. Dažniausiai įvardijama priežastis, kodėl žmonės dieną miegoti nesirenka – laiko stoka ir nemalonus pojūtis pabudus. Interviu metu gauta informacija papildo ir atliepia kiekybinės apklausos duomenis. Dienos metu miegantys respondentai miega namuose, saugioje, ramioje vietoje. Plėtojama kavinės tipo maitinimo įstaigos verslo idėja galėtų padėti spręsti mieguistumo problemą įkūrus įmonę, kurioje vartotojas galėtų snūstelėti dienos metu.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: mieguistumas, dienos miegas, darbo našumas, kavinės tipo maitinimo įstaiga.

## Įvadas

Šiame straipsnyje nagrinėjama, kaip visuomenėje pasireiškianti problema gali būti panaudota verslo idėjos kūrimui. Daugeliui žmonių dabartiniame moderniame pasaulyje iškyla mieguistumo problema, kai reikia susikaupti ir atlikti tam tikras paskirtas užduotis, mokytis. Atsiradęs mieguistumo jausmas mažina darbo našumą, jo kokybę. Vienas iš būdų, kaip žmonės stengiasi susidoroti su energijos sumažėjimu – tonizuojančių produktų, tokių kaip kava, energiniai gėrimai, cukrus, vartojimas. Plėtojama verslo idėja – miego kavinė – siūlo dar vieną sprendimą šiai problemai spręsti. Tai būtų kavinės tipo maitinimo įstaiga, kurioje žmogus galėtų ateiti ir įsigyti vietą šiek tiek snūstelėti ir taip atgauti jėgas. Šis mieguistumo jausmo įveikimo būdas yra sveikas, inovatyvus ir patogus dėl vietos – vartotojui nereikia gaišti laiko kelionei iki namų ir atgal. Mūsų tyrimo objektas – žmonės, kurie yra linkę miegoti dienos metu. Norime ištirti jų miego įpročius ir sužinoti dienos miego tendencijas. Naudojame kiekybinės ir kokybinės apklausų metodus – internetinę apklausą bei interviu.

**Straipsnio problema:** kokią įtaką darbo našumui turi dienos miegas?

**Darbo tikslas:** susisteminti žmonių dienos miego įpročius ir rezultatą pritaikyti plėtojamai verslo idėjai įgyvendinti.

**Darbo uždaviniai:**

- atlikti mokslinės literatūros analizę apie dienos miegą, jo ypatumus;
- atlikti kiekybinę apklausą, siekiant nustatyti mieguistumo paplitimą, būdus jį sumažinti ir dienos miego įpročius;
- išsiaiškinti dienos miego poreikio priežastis ir naudą, atlikus interviu su praktikuojančiaisiais dienos miegą;
- apibendrinus gautus duomenis, įvertinti verslo idėjos praktinio pritaikymo galimybes.

**Tyrimo hipotezė:** dienos miegas gerina produktyvumą, daro teigiamą įtaką darbo našumui.

**Metodai ir imtis:** šiame darbe naudoti tiek kiekybinis, tiek kokybinis apklausos metodai. Kiekybinis tyrimas naudotas statistiniam problemos aktualumui pagrįsti. Kokybinio tyrimo tikslas – suprasti patį tiriamą reiškinį iš apklaustųjų patirties.

## Teorinis pagrindimas

Ši verslo idėja yra orientuota į dirbančius, studijuojančius žmones. Būna dienų, kai visiškai nėra jėgų ir norisi saldaus popietės miego atgauti jėgas. Miego kavinės teikiama paslauga, kurią gali įsigyti vartotojas, yra privati ir patogi vieta trumpam miegui. Pagal Lietuvos Respublikos darbo kodeksą, reglamentuojantį darbuotojo ir darbdavio santykius, darbuotojui ne mažiau kaip po penkių valandų darbo turi būti suteikta pietų pertrauka, skirta pailsėti ir pavalgyti. Šios pertraukos trukmė negali būti trumpesnė negu trisdešimt minučių ir ne ilgesnė kaip dvi valandos. Žmogus laisva valia gali nuspręsti, ką nori nuveikti per šią pietų pertrauką. Kadangi per pietų pertrauką darbuotojas gali palikti darbovietę, tuo metu gali apsilankyti miego kavinėje ir užsisakyti tam tikros trukmės poilsio pertraukėlę. Studentų atveju, ši poilsio vieta yra puiki galimybė kompensuoti miego trūkumą, jeigu mokslo įstaiga yra toli nuo namų. Norintys nusnūsti laisvu laiku tarp paskaitų, taip galėtų optimaliai išnaudoti turimą laiką, jo nešvaistant kelionei iki namų ir atgal.

Miegas turi įtakos darbuotojo fizinei būklei, produktyvumui, nuotaikai ir pakeliamam darbo krūviui (Grandner, 2017). Atsiradus nakties miego trūkumui, išsekus darbo dienos metu apima mieguistumas, dėl kurio krenta darbo našumas, mažėja koncentracija (Sathvik, Krishnaraj, 2020). Įprasta praktika, kai žmonės, norėdami dirbtinai pakelti energiją, griebiasi kavos puodelio. Miego kavinės verslo idėja siūlo dar vieną sprendimą šiai problemai spręsti. Karačio universiteto (Pakistanas) tyrėjų (Maryam Shakeel, Khalid Mahmood Iraqi, 2020) atlikto tyrimo metu nustatyta, kad popietės miegas turi teigiamą įtaką darbo kokybei ir našumui. Todėl žmogus, kuris jaučiasi lyg būtų traukiamas prie žemės, turi galimybę darbo dienos pertraukos metu atgauti energiją miego kavinėje ir toliau tęsti darbus pailsėjęs, susikaupęs ir produktyvus.

Žmogus, apsilankęs miego kavinėje, galės ne tik įsigyti kavos ar arbatos puodelį, tačiau ir nusipirkti vietą, kurioje galima netrukdomai ir ramiai pailsėti, atgauti jėgas. Miego trukmės asortimentas bus padalytas į tam tikrus laikus, už kuriuos, žinoma, vartotojas turės sumokėti skirtingą kainą. Kad vartotojui būtų lengviau pasirinkti laiką ir jis žinotų skirtingo miego trukmės poveikį, išnagrinėtas mokslininkų atliktas tyrimas (Brooks and Lack, 2006) apie skirtingą popiečio miego trukmės įtaką energijos atgavimui. Buvo tiriamas ir analizuojamas 5, 10, 20 ir 30 minučių trukmės snūstelėjimas. Po 5 minučių trukmės pietų miego buvo jaučiamas bendras energijos padidėjimas, tačiau jis tęsėsi tik iki valandos. Pabudus po 10 minučių trukmės snūstelėjimo iš karto buvo jaučiamas stiprus budrumo, darbo našumo padidėjimas, kuris pirmąją valandą pasireiškė dvigubai stipriau, nei po 5 minučių miego. Dešimties minučių miego poveikis tęsėsi iki 3 valandų. Dvidešimties minučių miegas, kaip ir 10 min. trukmės snūstelėjimas, turėjo panašų teigiamą poveikį, tačiau jis pasireiškė tik praėjus 35-ioms minutėms po pabudimo. Galiausiai nagrinėjamas 30 min. trukmės miegas pasireiškė taip pat budrumu, bendros savijautos pagerėjimu, tačiau tik praėjus ne mažiau nei 35 min. po atsikėlimo. Optimaliausia miego trukmė žmogui, norinčiam skubiai atgauti energiją, yra 10 minučių. Dirbantis žmogus, norintis atgauti budrumą ir pagerinti darbingumą darbo dienos metu, turi realią galimybę per pietų pertrauką pasinaudoti miego kavinės teikiama paslauga. Asmenys, turintys daugiau laiko, galėtų savęs nevaržyti ir šiam malonumui skirti tiek laiko, kiek tik trokšta.

Miego kavinės tikslas – suteikti optimaliausią būdą vartotojui greitai atgauti energiją ir išsivaduoti iš snaudulio, užtikrinant maksimalų pasitenkinimą apsilankymo metu. Kaip ir kiekviena paslaugų sektoriaus įstaiga, ši kavinė atsižvelgs į vartotojų kavos ir (ar) miego trukmės pasirinkimą lemiančius veiksnius: regos, klausos, uoslės ir lytėjimo. Norint šiuos jutiminius pojūčius palenkti į malonumą suteikiančią apsilankymo patirtį, kavinės patalpų planas ir interjeras bus planuojami remiantis Oksfordo (Charles Spence, 2019) ir Kampinaso (Fabiana M. Carvalho, 2019) universitetams priklausančių tyrėjų atliktos apžvalgos rezultatais. Minėtieji autoriai apžvelgė nepublikuotą laboratorinį tyrimą, nagrinėjantį šviesos intensyvumo įtaką išgeriamos kavos kiekiui (Gal, Wheeler, and Shiv, 2007). Pastebėta, jog žmonės, mėgstantys stiprią kavą, jos išgeria daugiau esant ryškiai šviesai, silpnesnės kavos mėgėjai jos suvartoja daugiau aplinkoje, kuri yra mažiau apšviesta. Miego kavinės verslo idėja yra orientuota į energijos pliūpsnį dienos metu, todėl norint, kad silpnesnės kavos būtų išgerta daugiau, apšvietimas bus renkamas mažiau intensyvus.

Turint omenyje spalvų ir garso įtaką vartotojų elgsenai, bus derinamos neutralios spalvos, kurios sukuria prieinamumo ir lyg buvimo namuose pojūtį. Taip pat bus atsižvelgta ir į kavos aparato skleidžiamą garsą – kietas, nemalonus garsas vartotojams asocijuojasi su neskania kava, todėl renkantis kavos aparatą reikia atsižvelgti ir į jo veikimo garsą. Minkšto paviršiaus baldai, kurie šiek tiek sugertų aplinkos triukšmą, taip pat viliotų pirkėjus pasilikti ilgiau, o naudojami keramikiniai puodeliai vietoje popierinių prisidėtų prie aplinkos saugojimo ir tausojimo.

Kavos kvapas pats savaime yra laikomas vienu iš maloniausių kvapų (Ayabe-Kanamura et al., 1998), kad jo nenustelbtų kiti, aštrūs kvapai, kavinės užkandžių asortimentas būtų sudarytas atsižvelgiant į tai, kokį kvapą produktai skleidžia.

## Metodai ir imtis

Šio darbo tyrimo metodika sudaryta iš mokslinės literatūros analizės, kokybinės ir kiekybinės apklausų. Prieš atliekant sociologinį tyrimą, pirmiausia buvo sudarytas tyrimo planas. Įvykdžius apklausas, surinkti empiriniai duomenys buvo analizuojami.

Kiekybinis sociologinis tyrimas buvo atliktas naudojantis internetinės apklausos forma „Microsoft Forms“ platformoje. Anketą sudarė 11 klausimų ir ji buvo aktyvi savaitę laiko. Buvo taikyta patogioji tikslinės grupės atranka (kadangi verslo planui yra aktuali žmonių grupė, gyvenanti Vilniuje, taikomas klausimas filtras, kad apklausoje dalyvautų tik Vilniuje gyvenantys žmones). Tyrimo metu į apklausos klausimus atsakė 68 respondentai.

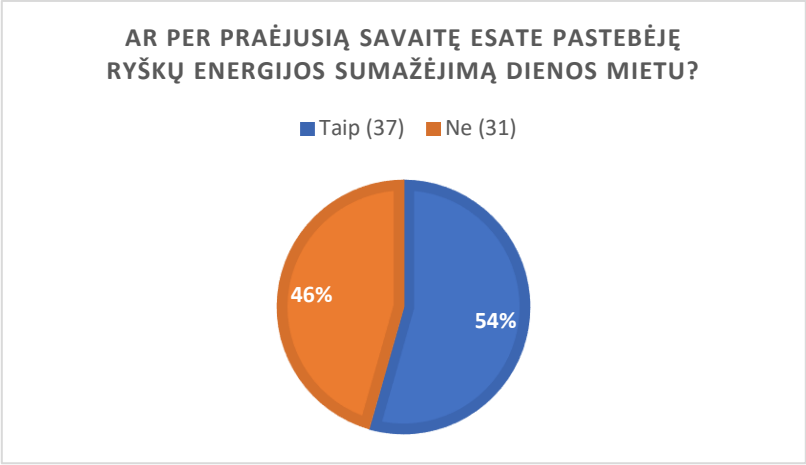
Kokybinis sociologinis tyrimas buvo atliktas standartizuoto interviu metodu pagal iš anksto sudarytą klausimyną, norint į problemą pažvelgti iš respondentų pozicijos. Taikoma homogeniška atranka, naudojant du atrankos kriterijus – gyvenamoji vieta Vilnius ir polinkis miegoti dienos metu. Buvo apklausti 5 asmenys, kurie gyvena Vilniaus mieste ir yra linkę miegoti dienos metu. Interviu metu atliktas įrašas transkribuotas ir analizuojamas interpretacinės analizės būdu.

## Rezultatų pristatymas

### Kiekybinio apklausos tyrimo duomenų analizė

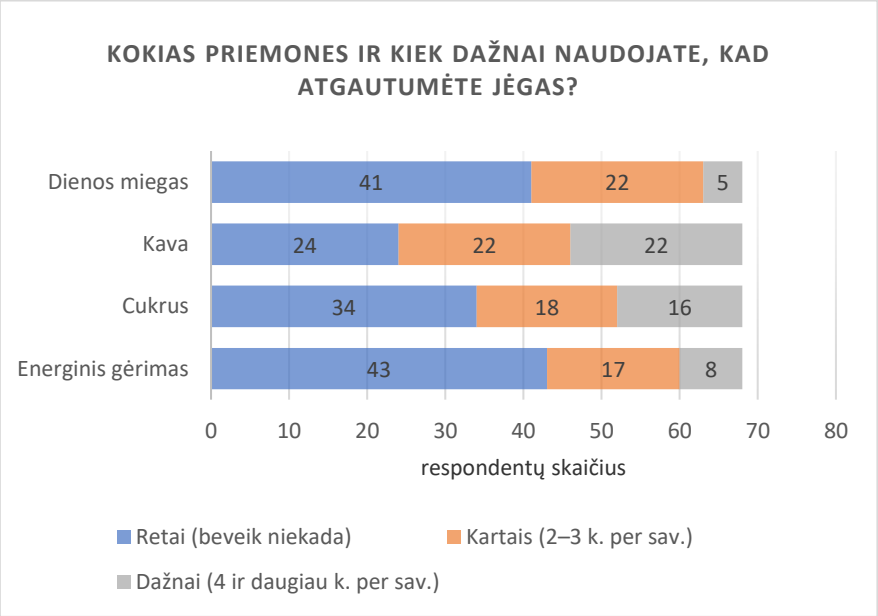
Atlikta internetinė apklausa apie mieguistumo jausmą, energijos sumažėjimą dienos metu, dienos miego įpročius. Į anketos klausimus atsakė 87 respondentai. Kadangi tyrimas fokusuotas į asmenis, kurie gyvena Vilniaus mieste, toliau apklausoje dalyvavo 68 respondentai.

Dauguma apklaustųjų (67) priklauso 18–25 metų amžiaus grupei ir tik vienas respondentas priklauso 26–65 metų amžiaus grupei. Daugiausia apklaustųjų studijuoja (51), toliau dirba (10), o likę asmenys užima kita veikla (7).



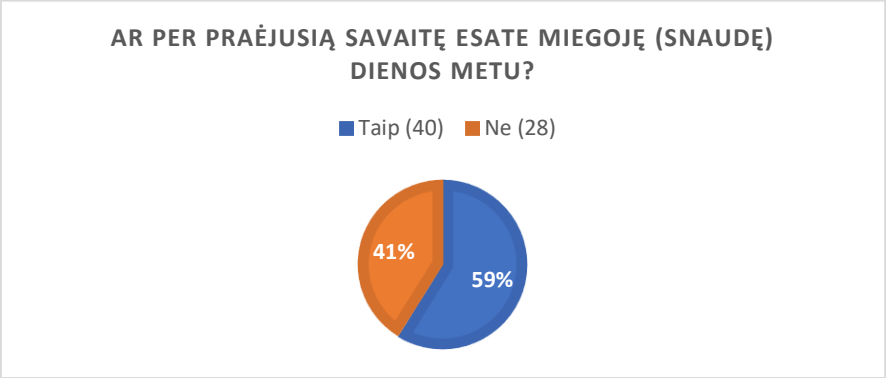

**1 pav**. Apklaustieji, patiriantys energijos sumažėjimą

Tyrimo rezultatai rodo, kad daugiau nei pusė apklaustųjų per praėjusią savaitę (nuo tada, kai atsakinėjo į apklausą), pastebėjo ryškų energijos sumažėjimą dienos metu. Vadinasi, mieguistumo problema yra aktuali. Ar visais metų laikas, lieka neatsakyta, tikėtina, kad ji gali sietis su sezoniškumu, tačiau plačiau šis klausimas šio tyrimo metu nagrinėtas nebuvo.



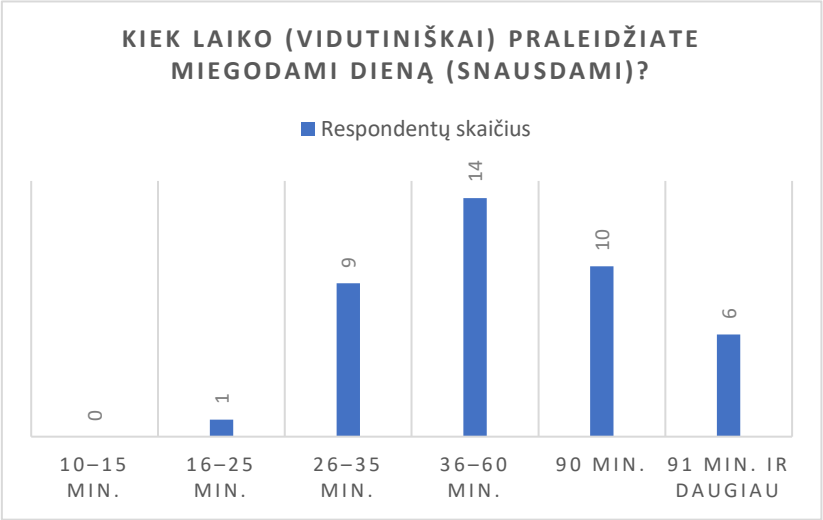

**2 pav.** Priemonės, kurias naudoja respondentai, norėdami atgauti jėgas – malšinti mieguistumo jausmą

Populiariausias būdas dirbtinai pakelti energijos kiekį – kava. Kavą dažnai (4 ir daugiau kartų per sav.) ir kartais (2–3 kartai per sav.) vartoja po 22 apklaustuosius. Pusė apklaustųjų teigė, jog bent 2 kartus per savaitę vartoja produktus, turinčius daug cukraus. 27 respondentai renkasi dienos miegą, kaip išeitį, norint atgauti jėgas. Mažiausiai vartojama energinių gėrimų – labiausiai kenkiančių produktų sveikatai – 43 asmenys atsakė, jog energinius gėrimus vartoja retai (beveik niekada).



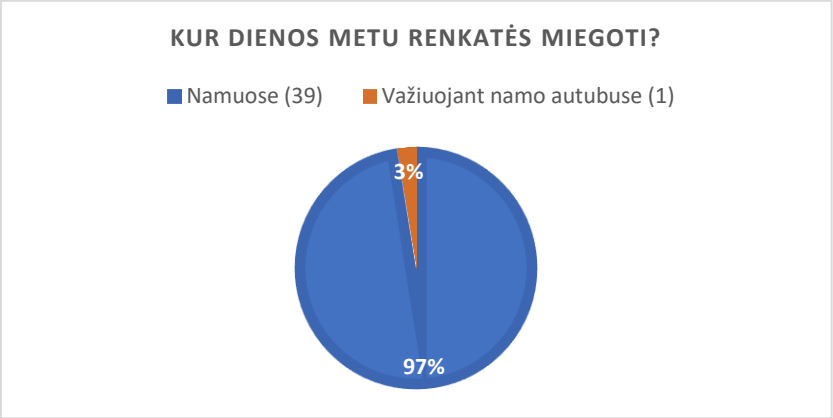

**3 pav**. Respondentai, besirenkantys miegoti dieną

Daugiau nei pusė respondentų atsakė, kad per praėjusią savaitę, nuo to laiko, kai atsakinėjo į apklausą, yra miegoję dienos metu (snaudę). Asmenys, kurie į šį klausimą atsakė neigiamai, toliau apklausoje nedalyvavo. Toliau į apklausą atsakinėjo 40 respondentų.



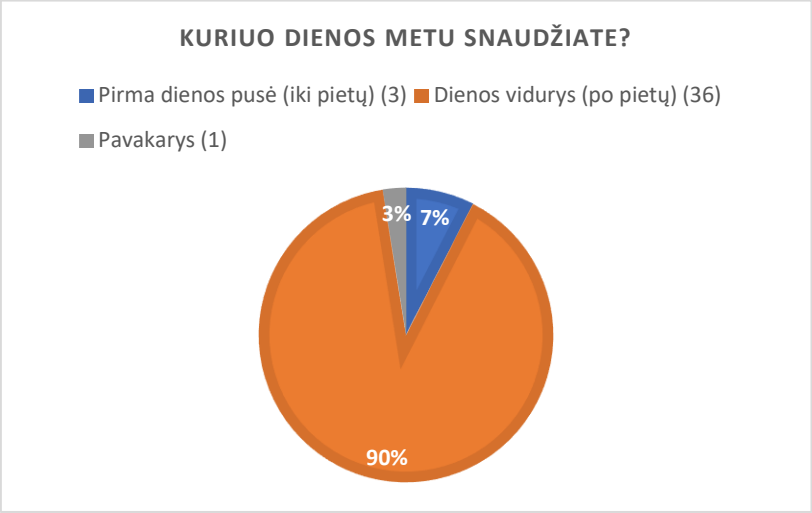

**4 pav.** Dienos miego trukmė

Respondentams, kurie pripažino, kad dienos metu miega, buvo užduotas klausimas, kiek laiko jie paprastai miega dienos metu. Stulpelinė diagrama vaizduoja, kiek vidutiniškai laiko respondentai praleidžia miegodami dieną (snausdami) (žr. 4 pav.). Daugiausiai apklaustųjų snaudžia 36–60 min. (14), 90 min. snaudžia 10 apklaustųjų, 26–35min. – 9 apklaustieji, 91 min. ir daugiau – 6. Vienas respondentas atsakė, jog snaudžia 16–25 min. Analizuota mokslinė literatūra teigia, jog norint atgauti produktyvumą, užtenka snūstelėti 10 min.



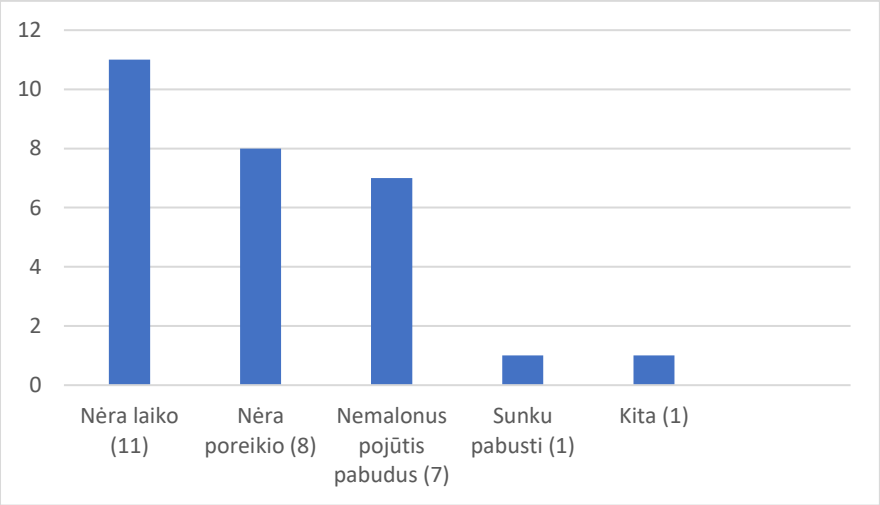

**5 pav.** Vieta, kurioje respondentai renkasi miegoti dieną

5 pa veiksle galima matyti, kur respondentai renkasi miegoti dieną. Dauguma apklaustųjų renkasi miegoti namuose, tik vienas asmuo miega autobuse važiuodamas namo.




**6 pav.** Dienos metas, kai respondentai renkasi miegoti

6 paveiksle matoma, kuriuo dienos metu respondentai renkasi miegoti. Daugiausiai – net 36 apklaustieji – snaudžia dienos viduryje (po pietų). Pirmoje dienos pusėje (iki pietų) snaudžia tik 3 ir 1 apklaustasis snaudžia pavakary.




**7 pav.** Priežastys, kodėl respondentai miegoti dieną nesirenka

Į šį klausimą atsakinėjo tik tie respondentai, kurie per praėjusią savaitę nuo apklausos atlikimo datos dieną nemiegojo. Stulpelinėje diagramoje pateiktos priežastys, kodėl dienos metu asmenys miegoti nesirenka. Daugiausiai atsakė, kad nėra laiko (11), nėra poreikio (8), kitiems 7 respondentams yra jaučiamas nemalonus pojūtis pabudus, vienam sunku pabusti ir dar vienas dienos metu miegoti nesirenka dėl kitų priežasčių.

## Kiekybinio apklausos tyrimo duomenų analizė

Standartizuoto interviu metu buvo apklausti 5 asmenys, gyvenantys Vilniaus mieste, apie miego įpročius ir jų ypatumus (žr. 1 lentelę).

Priežastys, kurios sukelia mieguistumo jausmą, yra kelios ( žr. 8 pav.). Pats mieguistumo jausmas pasireiškia energijos sumažėjimu, sumažėjusia motyvacija atlikti darbus, silpnumu. Apklaustieji mieguistumą vertiną kaip problemą, nes tai parodo, jog žmogus yra pervargęs, nepailsėjęs, galima manyti, jog miego režimas nėra pastovus. Respondentų patirtis rodo, jog mieguistumo jausmas pasireiškia vos ne kasdien, nors tamsiuoju sezonu labiau, negu kitu metų laiku. Žmonės, norėdami nesijausti mieguisti, renkasi įvairiausius sprendimus, tokius, kaip dažnas kavos gėrimas, pasivaikščiojimas gryname ore, sportas. Taip pat populiarus variantas – dienos miegas, kai, užėjus mieguistumui, nesistengiama su juo kovoti. Snūstelėjimas dienos metu nėra blogas dalykas. Jis padeda atgauti jėgas, kompensuoja nakties miego trūkumą, tačiau, jei tai tampa pakaitalu nakties miegui ir taip sujaukia miego režimą, tai jau nėra geras ženklas. Apklausos dalyviai kaip tobuliausią vietą miegui įvardijo namus. Tai yra patogiausia ir jaukiausia vieta, kur gali atsipalaiduoti. Užsnūdimas ne vietoje ir ne laiku gali sukelti ir nesmagių įvykių. Viena mergina užsnūdo paskaitoje ir prabudo tik jai pasibaigus, o tai rodo, jog jai trūko poilsio. Mieguistumo problemą taip pat padeda spręsti kava, tačiau tai yra individualus dalykas – ne visi respondentai ją vartoja.

**8 pav.** Mieguistumo priežastys

**1 lentelė.** Susisteminti kokybinio tyrimo rezultatai

| **Pagrindinis klausimas** | **Respondentų atsakymai** |
|---|---|
| Kodėl dieną žmonės jaučiasi pavargę? | Prastas nakties miegas (3), sveiko gyvenimo būdo nepuoselėjimas, nesveika mityba, kėlimasis anksti, intensyvus darbas (2), poilsio trūkumas, darbas naktį, lietingas oras. |
| Kaip pasireiškia energijos sumažėjimas? | Jaučiasi mieguistumas, jaučiamas energijos trūkumas (2), nėra noro kažką daryti (2), ima miegas (2), silpna, nemalonu. |
| Ar mieguistumas – tai problema? | Tai yra problema, nes tai reiškia, jog žmogus yra pervargęs, nepailsėjęs nakties metu. Galbūt yra sutrikęs miego režimas. |
| Kaip dažnai apima mieguistumas? | Beveik kiekvieną dieną (3), rudenį ir žiemą dažniau nei vasaros ir pavasario metu. |
| Kaip žmonės yra linkę spręsti mieguistumo problemą? | Kava (3), dienos miegas (4), riešutai, šokoladas, pasivaikščiojimas, grynas oras, sportas. |
| Kaip yra vertinamas dienos miegas? | Puikus būdas atgauti jėgas (2), kompensuoja nakties miego trūkumą, miegoti dieną nėra blogai, kol netampa nakties miego pakaitalu. |
| Ar žmonės nesirenka miegoti dieną, nes neturi patogios vietos? | Miegu namuose (4). |
| Ar žmonės yra linkę užsnūsti ne vietoje ir ne laiku? | Esu užsnūdusi paskaitoje ir atsikėliau jau jai pasibaigus (2), nespėjus pabusti iš miegų nejaukūs pokalbiai telefonu, esu užmigęs pamokos metu. |
| Kiek laiko žmonės praleidžia miegodami dieną? | Snaudžiu apie valandą (2), nuo pusvalandžio iki 2 valandų (2). |
| Ar kava yra efektyvus būdas, kad dingtų mieguistumas? | Gali sumažinti mieguistumą, kiekvieną dieną išgeriu po du, tris puodelius kavos (3), dažniausiai gelbsti kava, veikia tik tam tikrą laiką, ilgam laikui vieno kavos puodelio neužtenka, tai nėra sveika, kavos gerti negaliu. |
| Kokią vietą renkasi miegoti dieną? | Namuose (4), yra tekę miegoti mašinoje. |
| Ar domintų miego kavinės paslauga? | Taip (4), ne (1), pasinaudočiau šia galimybe, įdomu būtų išbandyti, manau, žmonės bus dėkingi už šią galimybę, ateičiau pažiūrėti, kaip tai atrodo, rinkčiausi tokį variantą, jei nebūtų galimybių grįžti namo, jeigu tikrai reikėtų – būtų negera, jog ima miegas. |

Miegas dienos metu padeda atgauti jėgas ir tai yra teigiamas dalykas tol, kol nesutrikdomas nakties miego režimas. Miego kavinės idėja informantams patiko: „<...> Pasinaudočiau šia galimybe, įdomu būtų išbandyti, manau, žmonės bus dėkingi už šią galimybę, ateičiau pažiūrėti, kaip tai atrodo, rinkčiausi tokį variantą, jei nebūtų galimybių grįžti namo, jeigu tikrai reikėtų – būtų negera, jog ima miegas.“

## Išvados ir rekomendacijos

Atlikus mokslinių šaltinių apžvalgą paaiškėjo, kad dienos miegas turi teigiamą įtaką darbo našumui, budrumui, darbuotojų bendrai savijautai. Optimali dienos miego trukmė – 10 minučių, kurias dirbantis žmogus gali panaudoti pietų pertraukos metu.

Remiantis kiekybinės ir kokybinės apklausų rezultatais, galima teigti, kad dauguma žmonių patiria mieguistumo jausmą dienos metu, kuris pasireiškia motyvacijos dirbti stoka, išsekimu, bendru silpnumu. Dėl šių priežasčių

mieguistumas yra įvardijamas kaip problema. Pagrindinė mieguistumo priežastys – prastas nakties miegas. Vieni iš populiariausių būdų kovoti su snauduliu – dienos miegas ir kava. Todėl apklaustieji nevengia vartoti tonizuojančio gėrimo, turinčio kofeino, bei miegoti dienos metu. Didžioji dauguma miega 36–60 minučių, kad atgautų jėgas. Dažniausiai įvardijama priežastis, kodėl žmonės dieną miegoti nesirenka – laiko stoka ir nemalonus pojūtis pabudus.

Atlikus dienos miego įpročių analizę, galima pasiūlyti sprendimą mieguistumo problemai spręsti bei išeitį žmonėms, kurie neturi laiko miegoti arba to nedaro dėl nemalonaus pojūčio pabudus. Plėtojama miego kavinės verslo idėja yra orientuota į žmones, kurie darbo dienos metu nori greitai ir efektyviai atgauti energiją, kompensuoti nakties miego trūkumą, išlaikyti susikaupimą ir produktyvumą. Prieš snūstelėjimą išgerta kava mažina miego inerciją – pojūtį pabudus, kuomet dar labiau norisi miego, kadangi organizmo įsisavintas kofeinas pradeda veikti maždaug po pusvalandžio. Šios įstaigos teikiamos paslaugos ne tik patenkintų žmonių, kurie yra linkę miegoti dieną, miego įpročius, tačiau taip pat pasiūlytų išeitį asmenims, to nedarantiems dėl laiko stokos, pojūčio pabudus.

## Literatūra


Ayabe-Kanamura S., Schicker I., Laska M., Hudson R., Distel H., Kobayakawa T., Saito S. (1998). Differences in perception of everyday odors: A Japanese-German crosscultural study. *Chemical Senses*, 23, 31–38.

Brooks A, Lack L. A brief afternoon nap following nocturnal sleep restriction: which nap duration is most recuperative? *SLEEP* 2006; 29(6): 831–840.

Upadhyay D. B., Agrawal S. B., Verma A., Mahajan N., Shah N. (2020). Effect of prenap coffee on daytime sleepiness in university students. *International Journal of Research in Medical Sciences Upadhyay DB et al. Int J Res Med Sci*. 2020 Apr;8(4): 1469–1474.

Gal, D., Wheeler, S. C., Shiv, B. (2007, unpublished manuscript). Cross-modal influences on gustatory perception. Prieiga per internetą: http://ssrn.com/abstract=1030197.

Grandner M. A. (2017). Sleep, Health, and Society. *Sleep Medicine Clinics*, 12(1), 1–22.

Shakeel M., Khalid M. I. (2020). Impact of Nap Time on Work Performance: A Study of Public Sector Universities in Sindh: R*esearch Journal of Supply Chain & Business Management*, Vol 1. No. 1 (2020).

Sathvik S., Krishnaraj L. 2020 IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. 912 062055.

Spence C., Carvalho F. M. (2019). The coffee drinking experience: Product extrinsic (atmospheric) influences on taste and choice. *Food Quality and Preference*, 103802. doi:10.1016/j.foodqual.2019.103802.

# SOCIALINIO TINKLO „YOUTUBE“ PANAUDOJIMO RINKODAROS TIKSLAIS JŪRŲ TRANSPORTO VERSLO SEGMENTE TYRIMAS

**Dominykas Lukošius**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
*do.lukosius@lajm.lt*

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos UEVK katedros lektorė Elena Valionienė

**Anotacija**

Daugybė logistikos ir sandėliavimo paslaugas teikiančių įmonių savo verslą sieja su jūrų uosto veikla užsiimančiomis jūrinėmis valstybėmis. Todėl natūraliai kyla probleminis tyrimo klausimas, kokia yra jūrų transporto sektoriuje veikiančio verslo ūkio subjektų struktūra pagal jų veiklos pobūdį ir kokia dalis verslo ūkio subjektų dirba su jūrų uostu susijusiose verslo srityse. Jūrinėse valstybėse logistikos sektoriuje statistiškai reikšmingai dominuoja logistikos kompanijos, kurių veikla yra susijusi su jūriniais kroviniais, o jeigu situacija yra tokia, kaip Lietuvos, kai rinkoje susikuria ir kita dalis logistikos, aptarnaujančios tarptautinius krovinius, gabenamus sausumos transporto koridoriais, konkurencijos padidėjimo kontekste aktualu tampa analizuoti šių kompanijų rinkodaros strategiją ir jų pozicionavimo rinkoje aspektus. Plečiantis socialinių tinklų siūlomos skaitmeninės rinkodaros technologijų įvairovei, sudominami didesni klientų srautai ir dalis įmonių persikelia į socialinių tinklų erdves. Natūraliai susidaro poreikis pademonstruoti įmonių galimybes ir jos rinkodaros strategiją bei integruoti į įvairias virtualias aplinkas. Šio tyrimo idėja yra susijusi su viena iš gerai žinomų socialinių tinklų platforma „YouTube“. Remiantis jos siūlomomis rinkodaros priemonių paslaugomis, siekiama nustatyti, kokios jūrų transporto sektoriuje veikiančios didžiosios verslo įmonės savo rinkodaros strategiją susiejo su šiuo socialiniu tinklu ir kaip šį socialinį tinklą išnaudoja savo veiklai reklamuoti. Siekiant įgyvendinti šią idėją, tyrimo metu apibūdinama skaitmeninės rinkodaros samprata jūrų transporto verslo segmento kontekste, apžvelgiamos socialinių tinklų siūlomos rinkodaros priemonės, koncentruojantis į „YouTube“ socialinio tinklo galimybes, analizuojamas pasirinktų kompanijų „YouTube“ paskyrų ir reklamos skelbimų turinys, siekiant identifikuoti pagrindinę skaitmeninės rinkodaros ir pozicionavimo rinkoje strategiją.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: jūrinės valstybės, tarptautiniai kroviniai, socialiniai tinklai, rinkodaros priemonės.

## Įvadas

Logistikos ir sandėliavimo paslaugas teikiančios įmonės savo verslą sieja su jūrų uosto veikla užsiimančiomis jūrinėmis šalimis. Taigi natūraliai kyla probleminiai tyrimo klausimai: kokia yra jūrų transporto sektoriuje veikiančio verslo ūkio subjektų struktūra pagal jų veiklos pobūdį ir kokia dalis verslo ūkio subjektų dirba su jūrų uostu susijusiose verslo srityse? Jūrinėse šalyse logistikos sektoriuje vyrauja logistikos kompanijos, kurių veikla yra susijusi su jūriniais kroviniais, o jeigu situacija yra tokia, kaip Lietuvos, rinkoje susikuria ir kita dalis logistikos, aptarnaujančios tarptautinius krovinius, gabenamus sausumos transporto koridoriais, konkurencijos padidėjimo kontekste svarbu tampa analizuoti šių kompanijų rinkodaros strategiją ir jų pozicionavimo rinkoje aspektus. Plėsdamasi socialinių tinklų įvairovė plečia ir skaitmeninės rinkodaros technologijų įvairovę. Taip sudominami didesni srautai klientų ir būna, kad įmonės persikelia į socialinių tinklų erdves. Natūraliai susidaro poreikis pademonstruoti įmonių galimybes ir jos rinkodaros strategiją bei integruoti į įvairias virtualias aplinkas.

**Tyrimo objektas:** socialinio tinklo „YouTube“ panaudojimas rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Tyrimo tikslas:** ištirti socialinio tinklo „YouTube“ panaudojimą rinkodaros tikslais jūrų transporto verslo segmente.

**Tyrimo uždaviniai:**

- apibūdinti skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste;
- analizuoti „YouTube“ socialinio tinklo siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus;
- nustatyti didžiųjų Klaipėdos valstybinio jūrų uosto įmonių taikomą skaitmeninės rinkodaros strategiją, panaudojant „YouTube“ tinklo instrumentus ir paslaugas.

**Tyrimo hipotezė:** jūrų verslo kompanijoms naudinga turėti „YouTube“ paskyrą.

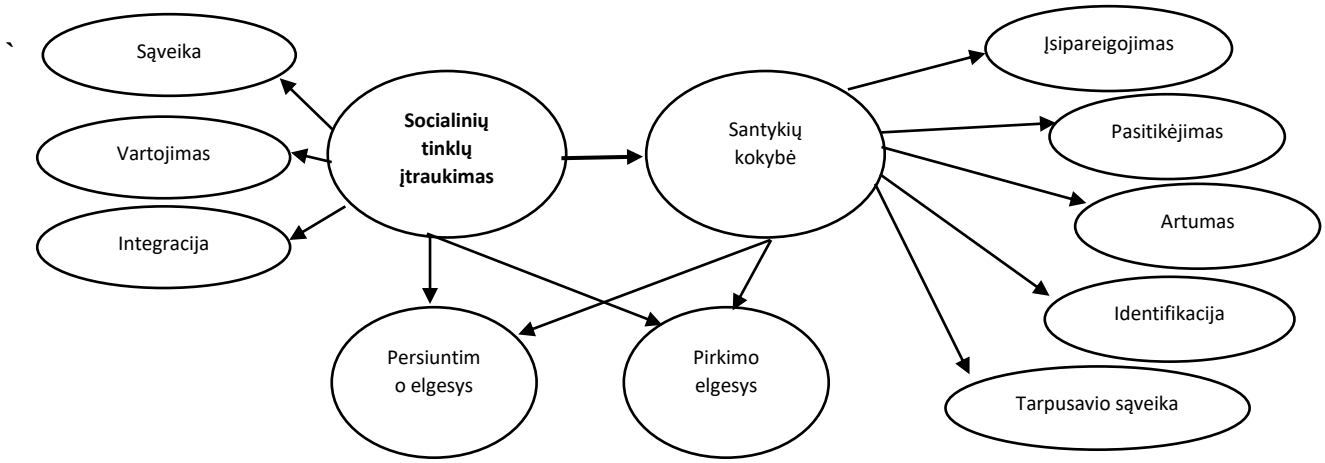
**Tyrimo metodai:** mokslinės literatūros šaltinių analizė, stebėjimas, socialinio tinklo paskyros turinio analizė, vizualizavimas.

## Skaitmeninės rinkodaros sampratos jūrų transporto versle apibūdinimas

Šiuolaikinės kompiuterių ir interneto paslaugų technologijos ir socialinių tinklų sprendimai sudaro prielaidas plėtoti skaitmeninę rinkodarą, kaip organizacijos įvaizdžio formavimą, elektroninėje erdvėje užtikrinant tradicinės rinkodaros priemonių tąsą. Visi socialiniai tinklai pasižymi tinkline bazine struktūra, o jų sukuriamame tinkle tarpusavyje susiejami veikėjai ir jų būsenos. Būtent todėl, siekiant didinti įmonių žinomumą, socialiniai tinklai tampa vienomis pagrindinių rinkodaros priemonių. Socialinių tinklų panaudojimo rinkodaros tikslais pagrindinis uždavinys – įtraukti vartotoją, įtikinti jį savo patikimumu.

Klientų įtrauktis socialiniuose tinkluose gali būti išreikšta tokiais elementais, kaip:

- sąveika, tai yra abipusis veikimas tarp „YouTube“ ir vartotojo;
- socialinio tinklo vartojimas;
- integracija, tai prisijungimas prie visumos;
- persiuntimo elgesys (žr. 1 pav.).




**1 pav.** Socialinių tinklų įtraukimas (*Rang Wang & Sylvia Chan-Olmsted, 2020*)

Tačiau įtraukimas taip pat gali būti išreikštas ir per vartotojų socialiniame tinkle santykių kokybę, kuri išreiškiama tokiais elementais, kaip:

- įsipareigojimas;
- pasitikėjimas;
- artumas;
- identifikacija;
- tarpusavio sąveika (žr. 1 pav.).

Šiais laikais susiduriame su vis didesniu žmonių skaičiumi, kurie praleidžia labai daug laiko „YouTube“ pasaulyje. Iki šiol veiksniai, kurie įtikina klientus priimti „YouTube“ reklamą kaip reklamos priemonę, dar nėra visiškai suprantami. „YouTube“ patvirtinimo ženklinimas, kartais vadinamas savąja reklama, yra rinkodaros forma, kai reklamos sklandžiai įtraukiamos į vaizdo įrašų turinį. „YouTube“ patvirtinimo rinkodara skirstoma į tris formas:

1) tiesioginis rėmimas, kai turinio kūrėjas bendradarbiauja su rėmėju kurdamas vaizdo įrašus;

2) susijusios nuorodos, kai turinio kūrėjas gauna komisinį atlygį už pirkėjus, priskirtinus kūrėjo kūrėjui;

3) nemokama produktų atranka, kai produktai siunčiami turinio kūrėjams nemokamai, kad būtų rodomi vaizdo įraše. Kiekvienos iš trijų „YouTube“ rinkodaros formų pavyzdžių galima pastebėti beveik visuose vaizdo žanruose, pavyzdžiui, mados, žaidimų, kulinarijos ar komedijos. Yra svarbiausių suinteresuotųjų šalių interesų – „YouTube“ turinio kūrėjų, žiūrovų, „YouTube“ ir kompanijų. Atidus šių interesų sąveikos tyrimas patvirtina šio straipsnio argumentą, kad „YouTube“ rinkodara yra tendencinga ir efektyvi, tačiau jai reikia skubaus skaidrumo.

Jūrų transporto verslo segmentas yra pakankamai uždaras ir specifinis, kadangi yra tiesiogiai susijęs su griežtesnio saugojimo zonomis, mažiau atviromis visuomenei, todėl jūrų transporto verslo skaitmeninės rinkodaros formavimas socialinių tinklų panaudojimo principais yra pasyvesnis, negu kitų rinkoje veikiančių verslo subjektų. Tačiau vis didesnė dalis vartotojų pereina į skaitmeninę erdvę, uostai susikuria savo profilius, didėja konkurencija ne tik veiklos aplinkoje, tačiau ir pozicionavimo bei reklamos srityje, todėl vis didesnė dalis jūrų transporto sektoriaus orientuoja savo rinkodaros strategiją į elektroninę erdvę. Tai patrauklu, nes tinklų principu veikiantys socialiniai tinklai suburia automatiškai potencialių klientų, tiekėjų ir kitų suinteresuotųjų šalių tinklus, kuriuos efektyviai išnaudojant galima produktyviai didinti organizacijos žinomumą ir pritraukti didesnius klientų srautus.

Apibendrinant galima teigti, kad socialinis tinklas yra patraukli rinkodaros priemonė dėl instrumentų įtraukiant vartotojus ir sukuriant partnerystės tinklus, nes visi socialiniai tinklai pasižymi pagrindinėmis savybėmis ir turi visas įtraukties priemones. Jūrų transporto verslo segmente didėjant klientų įsitraukimui į socialinius tinklus bei didėjant partnerių ir konkurentų pozicionavimo rinkoje priemonių panaudojimo koncentracijai, susidaro poreikis originaliai ir tikslingai pasinaudoti socialiniuose tinkluose siūlomomis priemonėmis. Socialinių tinklų įvairovė yra didelė, tačiau pagal vaizdo reklaminių priemonių demonstravimo specifiką išsiskiria „YouTube“ kanalas, kurio priemones tikslinga integruoti į jūrų transporto verslo segmento rinkodaros priemonių planą.

## „YouTube“ socialinio tinklo siūlomų rinkodaros priemonių ir sprendimų analizė

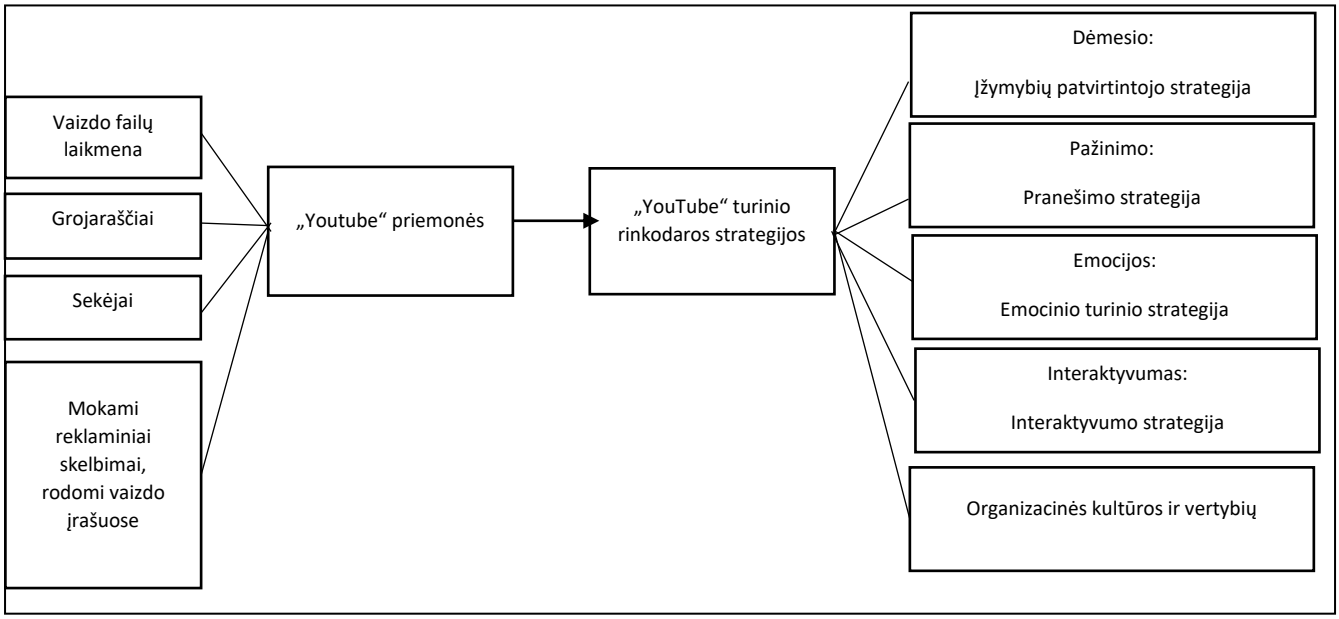
„YouTube“ yra „Google“ bendrovei priklausantis socialinis tinklas. Šiandien „YouTube“ yra didžiausia vaizdo įrašų turinio tiekėja pasaulyje; ji tapo pagrindine daugialypės terpės informacijos platinimo platforma.

„YouTube“ verslui suteikia daugybę naudojimo būdų ir pranašumų, kurie gali papildyti naudojimąsi kitais komunikacijos kanalais. „YouTube“ yra ne tik vaizdo įrašų paieškos sistema, bet ir socialinė svetainė, prie kurios gali prisijungti kiekvienas.

Šis socialinis tinklas leidžia visiems nemokamai skelbti vaizdo įrašus ir dar tuo pačiu leidžia uždirbti. Žmonės dalijasi įrašais, tad jeigu į paskyrą keliamas unikalus turinys, kuris patinka žmonėms, paskyra lengvai išpopuliarėja. Jeigu paskyra yra populiari, turi daug sekėjų, dažnai kelia visokiausius vaizdo įrašus, tai „YouTube“ tarp vaizdo įrašų prideda reklamų ir tokiu atveju paskyra uždirba pinigų. Yra ir dar vienas būdas užsidirbti „YouTube“ platformoje – reklamuoti prekę (tokių paskyrų savininkai lietuviškai yra vadinami nuomonių formuotojais), t. y. filmuoti kaip ji yra supakuota, kaip išpakuojama, pasakoti, ar patiko ta prekė ir pan. Tai atrodo gana lengva ir paprasta, tačiau paskaičius straipsnius apie pačius nuomonių formuotojus, jų gyvenimus, galima susidaryti nuomonę, kad ne maža jų dalis JAV gyvena žemiau skurdo ribos.

Svarbu atlikti tyrimą, kuris nustato, kaip užuominos ir kanalo atsiliepimai daro įtaką reklamos efektyvumui dėl įvairių priežasčių. Pirmiausia naudinga suprasti, kaip šie veiksniai veikia įmonės reklamavimo efektyvumą, norėdami nustatyti, kur jų reklamos investicijos bus pelningiausios. Tai įmonei padės suprasti, ar „YouTube“ yra efektyvi vieta naudoti reklamas, ir kaip naudotojai priims ar perteiks produktus arba jau egzistuojančias paslaugas šioje socialinėje platformoje. Šis tyrimas gali orientuoti verslą į tai, kur jų investicijos greičiausiai sukuria vartotojo įsitraukimą ir todėl tampa veiksminga terpe. Tiriant prekės ženklo „YouTube“ kanalų turinio rinkodaros strategiją, šis tyrimas pritaria koncepcinei vartotojų įsitraukimo sistemai, kad būtų galima nustatyti labiausiai svarbius strateginius aspektus. Vartotojų įsitraukimas apibrėžiamas kaip „psichologinė būsena, atsirandanti dėl interaktyvios, kartu kuriančios klientų patirties su objektu (pvz., prekės ženklu) palaikant ryšius tarp paslaugų“. Siūloma, kad ši koncepcija būtų daugialypė su kognityviniais, emociniais, elgesio, patirtiniais ar socialiniais komponentais.

Žvelgiant iš vartotojo pusės, prekės ženklo įsitraukimas gali paskatinti pirkimo intencijas, paskatinti pasakojimus iš lūpų į lūpas, ugdyti lojalumą prekės ženklui. Literatūroje taip pat teigiama, kad įsitraukimas yra labai kontekstualus. Šis tyrimas tiria vaizdo įrašų koncepciją socialinės žiniasklaidos platformoje, prekės ženklo turinio rinkodaros kontekste.




**2 pav.** Konceptuali tyrimo sistema (*Achen, 2017*)

Siekiant ištirti, kaip „YouTube“ socialinio tinklo priemonės yra naudojamos jūrų transporto verslo segmente, buvo suformuotas esminis koncepcinis tyrimo modelis, pavaizduotas 2 paveiksle.

Siekiant nustatyti, kaip „YouTube“ yra naudojamas jūrų transporto versle, reikia išsirinkti jūrų transporto verslo atstovus, kurių paskyros bus analizuojamos, ir nustatyti pagrindinius palyginimo, vertinimo kriterijus, kurie tiksliai atvaizduoja „YouTube“ funkcinę paskirtį. Renkantis jūrų transporto verslo kompanijas, pagrindinis kriterijus – „YouTube“ paskyros egzistavimas. Kitas kriterijus – skirtingos veiklos sritys: agentavimo paslaugos, krova, ekspedijavimas.

Atliekant tyrimą ir analizuojant kompanijų „YouTube“ paskyras, atliekamas palyginimas pagal tai, kokias „YouTube“ priemones įmonė naudoja (žr. 2 pav.).

Siekiant nustatyti priemonių naudojimo tikslingumą, analizuojama šių įmonių paskyrų medžiaga ir suformuotas turinys, lyginant paskyras ir jose skelbiamą turinį pagal pagrindinius kriterijus: dėmesio, pažinimo, emocijų, interaktyvumo ir vertybių strategijos (žr. 2 pav.).

Apibendrinant galima teigti, kad tyrimo metodika yra sudaryta remiantis pagrindinėmis „YouTube“ socialinio tinklo paskirties funkcijomis ir charakteristikomis, kurios padės padaryti išvadas apie tai, kokias priemones ir kokiais tikslais jūrų transporto sektoriaus kompanijos naudoja savo rinkodaros strategijai įgyvendinti, taip pat padės įžvelgti esmines rinkodaros priemonėmis iškeliamas vertybes.

## „YouTube“ socialinio tinklo naudojimo jūrų transporto versle vertinimo metodika

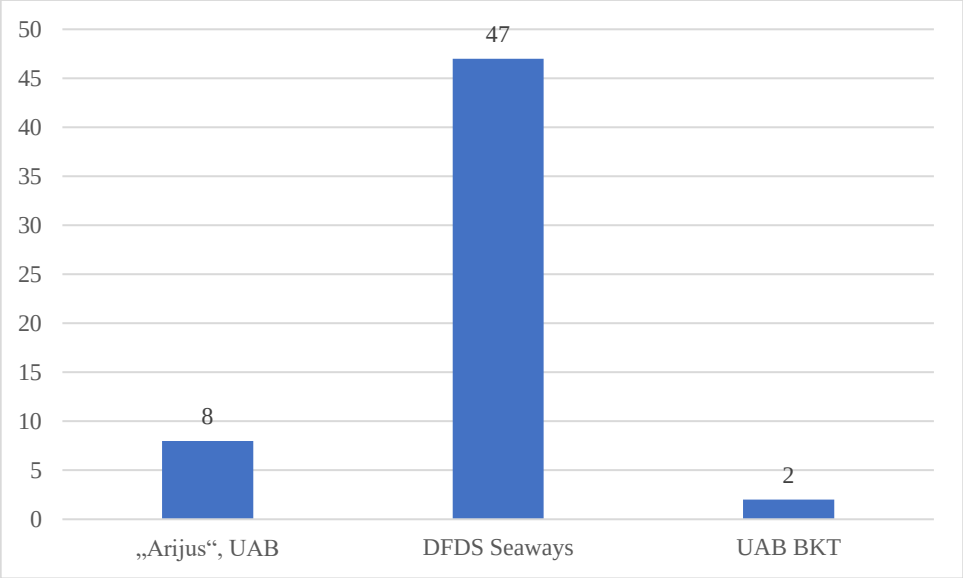
Pasirinkti jūrų transporto kompanijas, turinčias socialinio tinklo „YouTube“ profilius, nėra lengva. Maža jų dalis orientuojasi į savo verslo plėtrą šiuolaikiniuose socialiniuose tinkluose, kurie, be abejo, suteiktų galimybę praplėsti savo žinomumą ir pritraukti didesnius būsimų klientų srautus. Daugelis verslų tapo pranašesni tik dėl socialinių tinklų, t. y. dėl reprezentuojančių reklamų, subtilios rinkodaros. Tarp jų ir tyrimui atrinktos kompanijos: DFDS Seaways, „Arijus“, UAB, UAB Birių krovinių terminalas. Tyrimui atlikti buvo remiamasi šių kompanijų paskyrose esama informacija.

*DFDS Seaways.* 1866 m. C. F. Tietgen'o iniciatyva buvo sujungtos keturios Danijos garlaivių bendrovės į vieną – DFDS (*Det Forenede Dampskibs-Selskab*). Sujungimo tikslas – kad naujoji bendrovė leistų prekybą, kuri augo po industrializacijos eksponentiškai. 1972 metais pradėta plėtoti ir logistikos veikla. 2010 m. DFDS įsigijo „Norfolkline“ ir keletą logistikos įmonių ir taip vėl transformavosi į unikalią Europos laivybos ir logistikos grupę, teikiančią gyvybiškai svarbias infrastruktūros paslaugas Europoje. DFDS veikla suskirstyta į du komercinius padalinius:

keltų skyrius gabena krovinius ir keleivius keltų maršrutais Europoje;

logistikos skyrius teikia transporto ir logistikos sprendimus įvairiausioms įmonėms.

Nuolatinis klientų aptarnavimo tobulinimas ir veiklos efektyvumas yra pagrindiniai tvaraus ir pelningo DFDS augimo veiksniai. Skaitmeninių galimybių plėtra taip pat yra labai svarbi, ir jie vis labiau vertina naujus verslo modelius ir technologijas ir su jais bendradarbiauja (žr. 3 pav.).




**3pav.** Į „YouTube“ platformą įkelti įmonių vaizdo įrašai

Daugiausiai vaizdo įrašų, net 47, į „YouTube“ platformą yra įkėlę DFDS Seaways. Tuo tarpu „Arijus“, UAB, yra įkėlę 8 vaizdo įrašus. UAB BKT, palyginti su kitomis įmonėmis, yra paskelbę daug mažiau vaizdo įrašų, t. y. tik 2.

DFDS savo „YouTube“ kanale pirmą vaizdo klipą įkėlė 2013 metais, t. y. prieš 7 metus. Tai reiškia, kad jie socialiniame tinkle yra jau tikrai ne trumpą laiko tarpą. DFDS savo kanale skelbia nemažai vaizdo įrašų. Daugiausia jie kelia pagreitintus vaizdo įrašus, kuriuose rodomos jų kelionės iš vieno miesto į kitą jūromis. Taip pat skelbiami visokie reportažai, filmuojami jų keltai iš vidaus, kaip jie įrengti, rodomos kajutės, barai, reklamuojamos bilietų kainų nuolaidos. Pagal kompanijos vaizdo įrašų turinį matoma, jog jiems aktualus žmonių požiūris į juos, kaip į tobulėjančią ir besiplečiančią kompaniją, kuri remiasi klientų santykių puoselėjimo politika.

*„Arijus“, UAB,* yra nuo 1992 metų savo veiklą vykdanti, viena iš didžiausių krovinių gabenimo ir ekspedijavimo bendrovių Lietuvoje, krovinių gabenimo konteineriais pradininkė šalyje. Šiuo metu „Arijus“, UAB, yra viena iš logistikos lyderių Lietuvoje: krovinių ekspedijavimą vykdo jūra, autotransportu, geležinkeliu, oru ir kombinuotu transportu, pristato krovinius nuo durų iki durų, profesionaliai perveža pavojingus ir negabaritinius krovinius, teikia sandėliavimo ir kitas paslaugas. Tai yra socialiai atsakinga bendrovė, kuri savo sėkmės garantu laiko joje dirbančius žmones. Įmonių grupė nuolat investuoja į darbuotojų kvalifikacijos kėlimą, užtikrina darbuotojams visas socialines garantijas ir taiko motyvacijos sistemą, vadovaujasi skaidraus verslo principais, rūpinasi aplinkosauga ir yra aktyvi bendruomenės narė. „YouTube“ tinkle „Arijus“, UAB, reklamuoja bei kviečia dalyvauti jų jau 9 metus organizuojamame golfo turnyre „Baltic Breeze“. Jie taip pat išlieka labai profesionalūs savo paskyroje ir atskleidžia įmonės atstovų dalyvavimą užsienio konferencijose, tarpininkavimą su kitomis uosto krova užsiimančiomis įmonėmis. Jie pirmi Lietuvos keliais pervežė sunkiasvorį, negabaritinį krovinį, iki šiol jų rekordas nėra sumuštas. Ir todėl jų šūkis labai teisingai atspindi jų filosofiją: „Mes kelią randame arba ji sukuriame.“ Įmonių grupė „Arijus“, UAB, palieka didelį įspūdį „YouTube“ tinkle savo puikiais vaizdo įrašais, kuriuose demonstruoja svarbiausias įmonės vertybes, tokiais kaip sąžiningumą, profesionalumą, darną, saugumą, bendradarbiavimą. Demonstruoja profesionalumą, savo įmonę reklamuoja ir pristato gerais darbais, pavyzdžiui, padovanojo skulptūrą Klaipėdos molui, dalyvauja akcijoje „DAROM“, „Vilties“ bėgime.

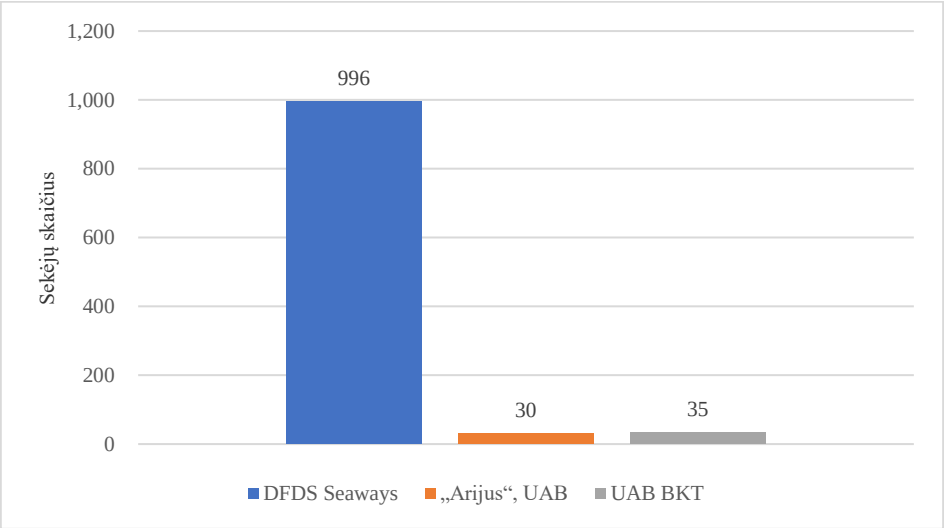
Jie stengiasi darbuotojus skatinti būti sveikus ir fiziškai aktyvius. Jie buvo vieni iš pirmųjų, kurie pritraukė į Klaipėdos uostą tarptautines laivybos kompanijas, kurios pradėjo vežti krovinius į Klaipėdos arba per Klaipėdos uostą į kitus tranzitinius taškus. Jų vaizdo įrašai „YouTube“ paskyroje sukuria nuomonę, jog iššūkių nebijančia, daugiametę patirtį turinčia įmone galima pasitikėti.

*UAB Birių krovinių terminalas (UAB BKT)*. UAB Birių kroviniu terminalas yra viena jauniausių Klaipėdos uosto kompanijų, pradėjusių savo veiklą 1997-aisiais metais. Per pastaruosius 10 metų terminalo trąšų krova tonomis išaugo net 7 kartus ir BKT tapo didžiausiu terminalu Klaipėdos uoste bei viena efektyviausių uosto krovos kompanijų Europoje. Terminale birios trąšos kraunamos ne tik į laivus, bet ir į jūrinius konteinerius. Bendrovėje įrengti du konteinerių pakrovimo mazgai. Abiejų mazgų našumas sudaro 240 (TEU) per parą. Per metus pakraunama daugiau kaip 45 tūkst. konteinerių. UAB BKT taip pat užsiima ir sandėliavimo paslaugomis. Terminalo sandėliavimo kompleksą sudaro 10 dengtų sandėlių. Vienu metu bendrovė gali sandėliuoti 250 tūkstančių tonų birių trąšų, visi sandėliai turi vagonų iškrovimo mazgus ir laivų pakrovimo mašinas, sujungtas galerijomis ir įdiegta modernia įranga, leidžiančia lanksčiai paskirstyti krovinius į ar iš sandėlių. Didelį krovos našumą padeda užtikrinti sandėliuose dirbantys ratiniai krautuvai, kurių keliamoji galia siekia 16 t. Uždari sandėliai ir visos uždaros krovinio transportavimo sistemos užtikrina saugų krovinio judėjimą iš vagono iki laivo be jokios žalos aplinkai.

UAB BKT „YouTube“ platformoje demonstruoja, kokia efektyvi yra jų įmonė. Tai didžiausia pasaulyje jūros krovinių kompanija trąšu krovos sektoriuje. Būtent ši įmonė sudaro 22 proc. viso Klaipėdos uosto krovinių, generuoja 17 proc. viso uosto rinkliavų. Jie puikiai išnaudoja krantinių efektyvumą, t. y. 5 kartus daugiau, negu yra uosto vidurkis. Joje yra mažiausia darbuotojų kaita visame Klaipėdos uoste, t. y. darbuotojai, kurie nepalieka darbo ir ilgą laiką lieka ten pat. Šios įmonės trąšos plukdomos į visus pasaulio žemynus.

## „YouTube“ socialinio tinklo naudojimo jūrų transporto versle vertinimas

Populiariausia iš pasirinktų įmonių „YouTube“ platformoje yra DFDS Seaways. DFDS Seaways „YouTube“ platformoje yra seniausiai iš visų trijų tirtų firmų, t. y. 7 metus. „Arijus“, UAB, „YouTube“ platformoje yra nuo 2018 m., t. y. 2 metus, o UAB BKT – jauniausia šioje srityje – tik 5 mėnesius. Viena vertus, įmonės kelia panašų turinį, demonstruoja, kokios jos didelės ir galingos. Kita vertus, DFDS Seaways ir UAB BKT negali pasigirti tokiais darbais, kaip „Arijus“, UAB. „Arijus“, UAB, „YouTube“ pasakoja apie savo gerus darbus, stengiasi darbuotojus skatinti būti sveikus ir fiziškai aktyvius. Jų vaizdo įrašai „YouTube“ platformoje kelia nuostabą.




**4pav.** Populiarumas „YouTube“ platformoje

DFDS Seaways taip pat kelia unikalų turinį – pagreitintus vaizdo įrašus, kaip plaukia jūromis, reklamuoja keltų bilietų akcijas, to nedaro nė viena iš minėtų kompanijų. UAB BKT savo paskyroje rodo savo didumą, galią Klaipėdos uoste. Jie savo „YouTube“ paskyroje rodo BKT įmonės statistinius duomenis, kaip kiekvienais metais vis didėja krovos skaičiai, kaip išnaudoja krantinių efektyvumą. Populiarumas „YouTube“ platformoje pavaizduotas 4 paveiksle.

## Išvados

- Apibūdinus skaitmeninės rinkodaros sampratą jūrų transporto verslo rinkodaros kontekste, galima teigti, kad „YouTube“ rinkodara yra tendencinga ir efektyvi, tačiau jai reikia skubaus skaidrumo.
- Išanalizavus „YouTube“ socialinio tinklo siūlomas rinkodaros priemones ir sprendimus, galima pastebėti, kad šio socialinio tinklo priemonė yra kaip užuominos ir kanalo atsiliepimai daro įtaką reklamos efektyvumui dėl įvairių priežasčių. Naudinga suprasti, kaip veiksniai veikia įmonės reklamavimo efektyvumą, norint nustatyti, kur jų reklamos investicijos bus pelningiausios.

- Siekiant įvertinti „YouTube“ naudojimą jūrų transporto versle, galima matyti, kad DFDS Seaways lenkia visas kitas įmones šioje platformoje, nes turi net 996 prenumeratorius, tuo tarpu UAB BKT turi 35, o „Arijus“, UAB, tik 30 prenumeratorių. Dar buvo įmonės buvo palygintos pagal įkeltus vaizdo įrašus, taigi daugiausiai jų turi DFDS Seaways, jie įkėlę 47 vaizdo įrašus, tuo tarpu UAB BKT yra paskelbę 2 vaizdo įrašus, o „Arijus“, UAB, – 8. Taigi galima teigti, jog iš pasirinktų įmonių DFDS Seaways geriausiai panaudoja „YouTube“ platformą.

**Literatūra**


Achen, M. R. (2017). Measuring social media marketing: moving towards a relationship-marketing approach, *Managing Sport and Leisure.* Prieiga per internetą: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23750472.2017.1379883.

Khan, M. L. (2016). Social media engagement: what motivates user participation and comsumption on YouTube? Prieiga per internetą: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216306513.

Parsons, L. A. & Lepkowska-White, E. (2018). Social Media Marketing Management: A Conceptual Framework, *Journal of Internet Commerce.* Prieiga per internetą: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15332861.2018.1433910?tab=permissions&scroll=top.

Rodriguez, P. R. (2017). Effectiveness of YouTube Advertising: A Study of Audience Analysis, *RIT Scholar Works*. Prieiga per internetą: https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.com/&httpsredir=1&article=10612&context=theses.

Vedula, N., Sun, W., Lee, H., Gupta, H., Ogihara, M., Johnson, J., Ren & G., Parthasarathy, S. (2017). Multimodal Content Analysis for Effective Advertisements on YouTube. *IEEE International Conference on Data Mining.* Prieiga per internetą: https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8215612.

Wang, R. & Chan-Olmsted, S. (2020). Content marketing strategy of branded YouTube channels, *Journal of Media Business Studies.* Prieiga per internetą: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16522354.2020.1783130.

Wattenhofer, M., Wattenhofer, R. & Zhu, Z. (2012). The YouTube Social Network, *Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.*

https://research.google/pubs/pub37738

https://www.youtube.com/channel/UCnJmSZwvMLaA1CIn7X4AQcQ

https://www.youtube.com/channel/UCgWlWOEdHsfL-zIZWU0os8g

https://www.youtube.com/channel/UCBEhFPR3or_CyJiXhRjsPfQ

# VILNIAUS KOLEGIJOS / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES VERSLO IR VADYBOS STUDENTŲ PASIRENGIMAS KURTI NUOSAVĄ VERSLĄ

**Agata Lutova**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
agata.lutova@stud.viko.lt

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF doc. dr. Kristina Samašonok

**Anotacija**

Šiandienėje visuomenėje rinkos ekonomikos sąlygomis asmens verslumas ir jo ugdymas įgyja ypatingą svarbą, todėl straipsnyje nagrinėjama problema, ar Vilniaus kolegijos / University of Applied Sciences verslo ir vadybos studentai ketina kurti nuosavą verslą ir ar tam pasirengia studijų metu? *Tyrimo tikslas* – ištirti Vilniaus kolegijos / University of Applied Sciences verslo ir vadybos studentų pasirengimą kurti nuosavą verslą. *Tyrimo metodai:* analitinis aprašomasis, kiekybinis tyrimų metodas, statistinis metodas. Straipsnyje pristatoma atlikta mokslinės literatūros, susijusios su nagrinėjama tema, analizė. Išnagrinėtas tiriamųjų požiūris į pasirengimą kurti nuosavą verslą ir išsiaiškinti jį ribojantys veiksniai. Taip pat nustatyta, ar studentams pakanka studijų metu įgytų gebėjimų, įgūdžių ir žinių, reikalingų pasirengi nuosavo verslo kūrimui. Pateiktos išvados, apibendrinančios atlikto tyrimo rezultatus.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: nuosavo verslo kūrimas, studentas, aukštoji mokykla.

## Įvadas

Gyvenant ekonominių, socialinių, kultūrinių procesų nuolat kintančiomis sąlygomis, ypatingą svarbą įgyja asmens išradingumas, novatoriškumas, kūrybiškumas ir verslumas (Bučienė ir kt., 2015). Šie įgūdžiai ir gebėjimai sudaro galimybes sėkmingiau konkuruoti darbo rinkoje ir prisitaikyti prie pokyčių. Todėl verslumo įgūdžių ugdymas jaunimą ruošiant profesinei veiklai įgauna vis didesnę reikšmę.

Nuosavo verslo kūrimas – tai yra vienas iš geriausių būdų padidinti nuosavas pajamas, įgyvendinti savo idėjas ir derinti pomėgį su darbu. Remiantis *Eurostat* duomenimis, po COVID-19 bangos jaunimo nedarbas išaugo 8,3 proc. ir yra svarbi Europos Sąjungos problema (Eurostat, 2020). Tad vienas iš galimų problemos spendimo būdų – paruošti jaunimą nuosavo verslo steigimui.

Pasak Ginevičiaus (2016, p. 7), „verslas – asmeniniais verslininko ir jo komandos sugebėjimais grindžiama veikla, kuriuos tikslas – užsidirbti pragyvenimui ir gauti pelno, panaudojant tiek savo žinias, laiką, įgūdžius, finansinius išteklius, tiek ir sukurti kitiems žmonėms darbo vietas“. Teigiama, kad „atpildas verslininkui už sėkmingą verslą yra gautas pelnas. Verslininkas gali tai pasiekti tik tenkindamas vartotojų poreikius, gamindamas ir parduodamas savo prekes ar teikdamas paslaugas“ (Ginevičius ir kt., 2016, p. 9).

Tačiau šiandienis verslas ir jo plėtojimas grindžiami ne tik materialinėmis vertybėmis – pelno siekimu. Pastaruoju metu vis dažniau atkreipiamas dėmesys į tokius vertybinius aspektus, kaip savarankiškas mąstymas, iniciatyva, atsakomybė už savo darbo rezultatus, lygybė tarp komandos narių, bendradarbiavimas (juo paremti ilgalaikiai santykiai su partneriais), sąžiningumu ir atvirumu paremta verslo etika, lojalumo ir darbštumo vertinimas, puiki prekių ir paslaugų kokybė, socialinė atsakomybė darbuotojams ir visuomenei.

Anot Joniko (2017, p.18), „daugybė žmonių turi inovatyvių idėjų ar padaro tikrų išradimų, bet nesiima verslo, nes nežino kaip“. Joniko nuomone, „<...> kad verslas būtų sėkmingas, vien inovatyvios idėjos neužtenka“. 2017 m. Jonikas teigė, kad kartais „<...> net pačios geriausios ir perspektyviausios idėjos dažnai nesulaukia reikiamo potencialių investuotojų dėmesio, nes jų autoriai neišmano, kaip jas pateikti“ (p. 18). Mokslininkai teigia, kad šiame kontekste ypatingą reikšmę įgyja asmens verslumas, kuris apibrėžiamas, kaip pridėtinės vertės kūrimo procesas, galimybių ieškojimas ir panaudojimas, naujovių kūrimas (Bučienė ir kt., 2015). Todėl aukštosioms mokykloms, teikiančioms verslo ir vadybos studijų krypčių programas, ypatingą svarbą įgyją verslios asmenybės ugdymas, kuri gebėtų įsitvirtinti darbo rinkoje, savarankiškai veikti ir prisiimti atsakomybę už veiksmus bei sprendimus. Tačiau ar ruošdamasis profesinei veiklai studijų metu jaunuolis įgyja reikiamų verslumo gebėjimų, žinių bei įgūdžių, kuriuos sėkmingai galės pritaikyti kurdamas nuosavą verslą?

**Straipsnio problema** apibrėžiama klausimu: ar Vilniaus kolegijos / University of Applied Sciences verslo ir vadybos studentai ketina kurti nuosavą verslą ir ar tam pasirengia studijų metu?

**Darbo tikslas:** ištirti Vilniaus kolegijos / University of Applied Sciences verslo ir vadybos studentų pasirengimą kurti nuosavą verslą.

**Darbo uždaviniai:**

1) atlikti mokslinės literatūros, susijusios su nagrinėjama tema, analizę;
2) išnagrinėti tiriamųjų požiūrį į pasirengimą kurti nuosavą verslą ir išsiaiškinti jį ribojančius veiksnius;
3) nustatyti, ar studentams pakanka studijų metu įgytų gebėjimų, įgūdžių ir žinių, reikalingų pasirengti nuosavo verslo kūrimui;
4) pateikti išvadas, apibendrinančias atlikto tyrimo rezultatus.

**Metodai:** analitinis aprašomasis, kiekybinis tyrimų metodas, statistinis metodas.

**Analitinis aprašomasis metodas.** Analizuojama mokslinė literatūra. Metodas taikomas analizuojant verslo ir verslumo sąvokas, svarbiausius verslininkų įgūdžius ir verslumo ugdymą sąlygojančius veiksnius.

**Kiekybinis tyrimų metodas.** Taikyta anketinė apklausa, kuria buvo siekiama įvertinti veiksnius, turinčius įtakos nuosavo verslo kūrimui, ir įvardyti studentų nuosavo verslo kūrimą ribojančius veiksnius, ištirti respondentų motyvus, gebėjimus, pasirengimą ir galimybes kurti nuosavą verslą. Taip pat anketa buvo siekiama sužinoti, ar tyrimo dalyviai studijų proceso metu gauna pakankamai žinių ir ar plėtojami įgūdžiai bei gebėjimai skatinant jaunuolių nuostatą į nuosavo verslo kūrimą.

**Statistinis metodas.** Tyrimo metu surinktiems duomenims apdoroti taikytas statistinės analizės metodas: aprašomoji statistika (statistiniai vidurkiai), procentinis pasiskirstymas (dažnis). Duomenų statistinė analizė atlikta taikant SPSS (angl. *Statistic Package for Social Scienes*) programinės įrangos 18 versijos duomenų paketą.

**Tyrimo imtis.** Apklausos vykdymo metu nuolatiniu būdu Įstaigų administravimo studijų programoje studijavo 104 studentai, iš jų 1 kurso studentų buvo 24, 2 kurso – 41, 3 kurso – 39. Tarptautinio verslo studijų programoje nuolatiniu būdu studijavo 343 studentai, iš jų 1 kurso studentų buvo 121, 2 kurso – 120, 3 kurso – 102. Tyrimas buvo atliktas 2020 m. spalio mėnesį. Tyrime dalyvavo 105 Vilniaus kolegijos Verslo vadybos fakulteto Įstaigų administravimo ir Tarptautinio verslo studijų programų studentai.

Tyrimo imties dydžiui apskaičiuoti buvo naudojama Paniotto formulė: n = 1/(Δ^2 + 1/N), kur:

*n* – imties dydis

Δ – leistina paklaida (Δ – 0,9, kadangi tyrimo tikslas yra sužinoti studentų požiūrį, o ne tam tikrus kiekybinius parametrus).

*N* – populiacijos dydis (N = 447, nes 2020 metais Vilniaus kolegijose Įstaigų administravimą ir Tarptautinį verslą studijuoja 447 studentai).

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}} = \frac{1}{0{,}9^2 + \frac{1}{447}} = 94$$

## Teorinis pagrindimas

Lietuvos ekonomikos augimo galimybės rinkos sąlygomis iš esmės priklauso nuo verslo kūrimo ir jo plėtros. Verslo kūrimas ir jo plėtra – sudėtingas procesas, kurį reikia pažinti, mokėti planuoti, organizuoti, analizuoti, koordinuoti ir kontroliuoti. Todėl šiandien, kaip niekad anksčiau, įvairiapusiškos verslo studijos reikalingos rengiant įvairių sričių specialistus (Ginevičius ir kt., 2016). Svetikienė (2017), remdamasis Anitos Roddic nuomone, verslumą apibrėžia kaip išgyvenimo būdą, skatinantį kūrybiškai mąstyti. Verslas, pasak autoriaus, nėra mokslas apie finansus, tai prekyba – pirkimas ir pardavimas. Tuo tarpu Henry R. Luce'as praplečia mintį ir verslą apibūdiną kaip „<...> labiau negu bet kurią kitą veiklą, kuri yra visą laiką susijusi su ateitimi, su nuolatinių skaičiavimu, su instinktyviomis įžvalgomis" (cituojama pagal Svetikienė, 2017, p. 15).

Pradedant verslą svarbu žinoti, kad pagrindinis verslo sėkmės veiksnys yra verslumo įgūdžiai, gebėjimai, asmeninės savybės. Žmogus, kuris dėl savo nesėkmių nuolat ieško priežasčių išorėje, kitų žmonių ir institucijų veikloje, yra netinkamas verslui organizuoti (Ginevičius ir kt., 2016). Pasak Gurbaksho Chahalo „<...> emocinis stiprumas yra vienas iš svarbiausių verslininkų bruožų" (cituojama pagal Ginevičius ir kt., 2016, p. 19). Mokslininkų teigimu, emociškai stipriam verslininkui būdinga tai, kad jis dėl nieko nesigaili, nesiima to, kuo nenorės verstis, nebijo pokyčių, nelaiko pagiežos ir nejaučia pavydo, nemano, kad pasaulis jam skolingas, kuria indėlį visuomenei, nusprendžia būti laimingas, neeikvoja energijos tam, ko negali kontroliuoti, tiki savimi ir nebijo prisiimti rizikos (Ginevičius ir kt., 2016 ). Tokie asmenys, pasak Henry, nuolat siekia gauti daug per trumpą laiką, linkę tarpusavyje konkuruoti (cituojama pagal Strazdienę, 2009).

Ne vienas mokslininkas pripažįsta, kad verslo aplinkoje veikiančio asmens darbo efektyvumas dažnu atveju gali priklausyti nuo jo asmenybės bruožų. Mokslininkai Timmons ir Spinelli apibendrino psichologinėje literatūroje ištirtas verslininkui būdingas savybes ir išskyrė tokias, kaip įsipareigojimas, ryžtingumas ir atkaklumas, poreikis siekti ir augti, orientacija į tikslus ir galimybes, iniciatyvos ir asmeninės atsakomybės turėjimas, teisingas įsitikinimas ir humoro jausmas, grįžtamojo ryšio ieškojimas ir panaudojimas, polinkis į padėties kontrolę, tolerancija neaiškumui, stresui ir nežinomybei, pamatuotos rizikos priėmimas ir rizikos pasidalijimas, žemas tarnybinės padėties ir jėgos poreikis, garbingumas ir patikimumas, ryžtingumas, neatidėliojimas ir kantrumas, mokymasis iš nesėkmių, mokėjimas sudaryti komandą ir gebėjimas puoselėti asmenybes, kurios, mokslininkų įsitikinimu, gali būti įgyjamos ugdymosi pagrindu (cituojama pagal Strazdienė, 2009). Dar kiti mokslininkai verslią asmenybę sieja su asmeninėmis savybėmis, tokiomis kaip poreikis siekti, polinkis į padėties kontrolę, rizikos priėmimas, tolerancija neaiškumui, pasitikėjimas savimi ir inovatyvumas (Koh, 1996). Pasak Valuckienės, Ruškaus ir Balčiūno, tirdami verslumo, kaip asmenybės savybės, raišką moksleivių populiacijoje, išskiria tokias savybes: racionalus ekspresyvumas, gebėjimas lyderiauti, gebėjimas greitai ir racionaliai priimti sprendimus, orientacija į naudą ir pinigus, smalsumas, determinuotumas. Taigi, apibendrinus anksčiau išsakytas mintis, matyti, kad bene dažniausiai mokslinėje literatūroje pabrėžiama psichologinių savybių svarba kalbant apie verslo aplinkos atstovus (cituojama pagal Strazdienė, 2009).

Bet koks verslas prasideda nuo to paties – idėjos. Paskui ši idėja, nuo kurios priklauso verslo sėkmė, plėtojama toliau. Svetinienė (2017), apibendrindama žurnale „Entreprenuer" pateiktus duomenis, akcentuoja, kad didžioji dalis naujai pradedančiųjų savo verslą neturint idėjos žlunga per pirmuosius trejus metus. Tam, kad startuolis gebėtų įveikti tai, kas neįtikėtina, reikia geros idėjos ir puikaus verslo plano, verslumo dvasios, pasiryžimo prisiimti riziką, ryžto nesėkmėms įveikti ir įžvalgumo planui paversti veiksmais (Svetikienė, 2017).

Mokslininkai vis dažniau sprendžia klausimą, kodėl vieni asmenys sėkmingai sukuria verslą ir jį plėtoja, o kiti susiduria su nesėkmėmis. Jonikas (2017) išskiria 10 bendrų visiems pradedantiems verslininkams būdingų klaidų, pavyzdžiui, iš pradžių sukuriamas produktas, o po to galvojama apie rinkodarą; siūloma butaforinė, o ne esminė vertė; per mažai tikrinamas tinkamumas rinkai; stengiamasi įtikti investuotojams, o ne vartotojams; manymas, kad konkurentų nėra; manymas, kad jų idėjos puikios ir išpopuliarės savaime; tikėjimas, kad reikia tik geros augimo skatinimo strategijos; tikėjimas, kad be nemažo biudžeto verslas nepasiseks; planai su trenksmu įžengti į rinką; „deginami“, o ne investuojami pinigai (Jonikas, 2017). Pastarosios klaidos, mokslininko įsitikinimu, apsunkina sėkmingo verslo vystymąsi ir yra vienos iš verslo plėtotę ribojančių veiksnių. Taip pat mokslinėje literatūroje yra pateikiamos įvairios verslininkystės sėkmę ribojančių veiksnių tipologijos. Pavyzdžiui, Woodcockas ir Francis (cituojama pagal Lydeką, 2000, p. 56) „<...> analizuoja 11 potencialių ribotumų, trukdančių sėkmei ir asmeniniam tobulėjimui“. Išskiriami ribotumai: nemokėjimas savęs valdyti; neaiškios asmeninės vertybės; nesuvokti asmeniniai tikslai; nutrūkęs asmeninis tobulėjimas; nepakanka įgūdžių spręsti problemas; nepakanka kūrybiškumo; nesugebama paveikti aplinkinių; nepakankamas vadybinio darbo ypatumų supratimas; silpni vadovavimo įgūdžiai; ugdomi kitų žmonių sugebėjimai; nesugebama formuoti kolektyvo (komandos) (Lydeka, 2000). Lydeka teigia, kad „šie ribotumai leidžia įvertinti verslo dalyvio galimybes siejant jas su atliekamais darbais“ (2000, p. 56).

Pagal pateiktą sėkmingos veiklos ribotumų koncepciją, dėmesį vertėtų sutelkti į tuos veiksnius, kurie trukdo asmeninių gabumų visapusiškai realizacijai. Taigi verslininkystės sėkmės mąstymą riboja nepakankamas turimų gabumų panaudojimas ir per menkas rūpinimasis jų tolesniu tobulinimu (Lydeka, 2000).

Paliulis ir Sabaitytė (2018, p. 237) teigia, kad „verslas yra priverstas keistis iš tradicinio į elektroninį, turintį papildomų veiklos optimizavimo priemonių, kurios yra neabejotinas pranašumas konkurencinėje kovoje tiek smulkioms įmonėms, tiek didžiausioms tarptautinėms korporacijoms“. Pasak Kavaliauskinės ir Šarapavo (2002, p. 91) „elektroninio verslo plėtra tiesiogiai susijusi su „naująja ekonomika“ ir gali padaryti poveikį ekonomikai tiek mikro-, tiek makrolygmenyje. Dabartiniu laikotarpiu elektroninis verslas vis labiau plinta tarp komercinių organizacijų, tampa daugiau orientuotas į individualų vartotoją“. Teigiama, kad „1991 metais interneto pritaikymas elektroniniam verslui buvo beveik nežinomas – tuomet interneto vartotojų visame pasaulyje buvo mažiau nei 3 mln. 1999 m. tinklo vartotojų skaičius pagausėjo iki 250 mln. ir apie ketvirtis jų pirko interneto tinkle“ (Kavaliauskienė ir Šarapovas, 2002, p. 91). Kita vertus, elektroninis verslas „<...> padeda pasiekti platesnes rinkas ir didesnį vartotojų būrį, tuo pačiu mažindamas patiriamus kaštus ir optimizuodamas organizacijų verslo operacijas. Elektroninę erdvę verslas gali įvaldyti pasinaudodamas priemonėmis – elektroninio verslo potencialu, informacinėmis technologijomis, kurių plėtra ir skatina tradicinį verslą perkelti verslo procesus į elektroninę erdvę“ (Paliulis ir Sabaitytė, 2011, p. 237).

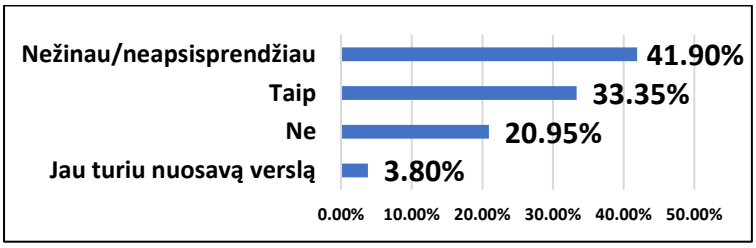
Todėl verslumo ugdymas tampa aktualus ir būtinas siekiant sėkmingai įsitvirtinti gyvenime, reikalauja pagrindinių praktinių įgūdžių įgijimo bei pasirengimo dirbti verslo sektoriuje (Strazdienė ir Garalis, 2006) ir turi būti kryptingas bei paremtas strateginiais sprendimais (Dudaitė ir Žibėnienė, 2012).

### Rezultatų pristatymas

Tyrimo metu buvo apklausti 105 Vilniaus kolegijos Verslo vadybos fakulteto studentai, iš jų 53 (50,48 %) moterys ir 52 (49,52 %) vyrai. Analizuojant tiriamųjų pasiskirstymą pagal studijų kryptį, matyti, kad didžioji dalis apklausoje dalyvavusiųjų priklauso Tarptautinio verslo studijų programai – 67 (63,80 %) studentai. Kiek mažiau dalyvavo Įstaigų administravimo studijų programos studentų – 38 (36,20 %) respondentai. Atliekant kiekybinį tyrimą, siekta sužinoti, kurio kurso studentai yra aktyvesni. Pastebima, kad daugiausia tyrime dalyvavo 1 kurso studentų – 81 (77,14 %) iš 105 respondentų. Tyrime dalyvavo 14 (13,34 %) antro kurso ir 10 (9,52 %) trečio kurso studentų.

### Verslo srities pasirinkimas

Siekiant ištirti tyrimo dalyvių nuostatą į nuosavo verslo kūrimą, taip pat išsiaiškinti, ar baigus studijas per artimiausius trejus metus respondentai planuoja pradėti nuosavą verslą, tyrimo rezultatai rodo (žr. 1 pav.), kad 41,90 proc. respondentų dar nėra apsisprendę, ar nori kurti nuosavą verslą per šį laikotarpį, tačiau paaiškėjo, kad daugiau nei trečdalis, arba 33,35 proc., respondentų planuoja per artimiausius trejus metus kurti nuosavą verslą, 20,95 proc. respondentų nuosavo verslo neplanuoja kurti, o 3,80 proc. respondentai jau turi nuosavą verslą.




**1 pav.** Studentų pasiruošimo kurti nuosavą verslą vertinimas, proc. (N = 105)

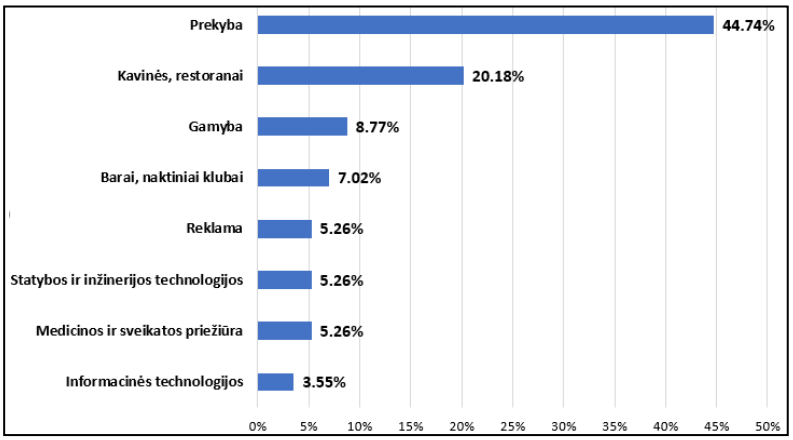
Siekiant sužinoti, koks verslo veiklos mastas studentams yra patrauklesnis, buvo paprašyta pasirinkti tarp tarptautinio ir verslo Lietuvoje (žr. 1 lentelę).

**1 lentelė.** Studentų pasirinkimas tarp tarptautinio ir verslo Lietuvoje, proc. (N = 105)

| Verslo mastas | Įstaigų administravimo programa | Tarptautinio verslo programa | Iš viso |
|---|---|---|---|
| Tarptautinis verslas | 14,28 | 29,52 | 43,80 |
| Verslas Lietuvoje | 21,92 | 34,28 | 56,20 |

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 1 lentelę), kad didžioji dalis respondentų, t. y. 56,2 proc. visų apklaustųjų, linkę kurti verslą, orientuotą į veiklą Lietuvoje (t. y. šalies mastu). Tarptautinio verslo studijų programos studentų atstovai pasidalijo beveik po lygiai – 29,52 proc. respondentų planuotų tarptautinį verslą, o 34,28 proc. – verslą Lietuvoje. Įstaigų administravimo studijų programos studentai daugiau linkę kurti verslą Lietuvoje (21,92 % respondentų) ir 14,28 proc. studentų ryžtųsi kurti tarptautinį verslą.

Siekiant išsiaiškinti studentų verslo srities pasirinkimą nuosavam verslui pradėti, respondentai turėjo galimybę pasirinkti daugiau negu vieną verslo sritį. Apibendrinus respondentų atsakymus, pastebima, kad 44,74 proc. apklaustųjų steigtų nuosavą verslą prekybos srityje, 20,18 proc. apklaustųjų pasirinktų viešojo maitinimo sektorių: kavines ir restoranus. Kitas verslo sritis linkę pasirinkti po mažiau negu 10 procentų apklaustųjų: gamybą – 8,77 proc., barus ar naktinius klubus – 7,02 proc., o tokias kaip reklama, statyba ir inžinierinės technologijos, medicina ir sveikatos priežiūra išrinko po – 5,26 proc. studentų. Mažiausia respondentų dalis nurodė, kad rinktųsi informacines technologijas – 3,55 proc. Atlikta detalesnė duomenų analizė atskleidė, kad 1,90 proc. studentų norėtų kurtį verslą automechanikos srityje, 3,80 proc. – grožio industrijoje, 0,95 proc. – meno srityje, 0,95 proc. – kriptovaliutos srityje, 1,90 proc. – paslaugų sektoriuje, 0,95 proc. planuoja steigti nuomos pagrindų verslą ir 0,95 proc. respondentų dar neapsisprendę. Nuosavam verslui pradėti tokių sričių, kaip švietimas, žemės ūkis ir maisto gamyba, respondentai nepasirinko (žr. 2 pav.).



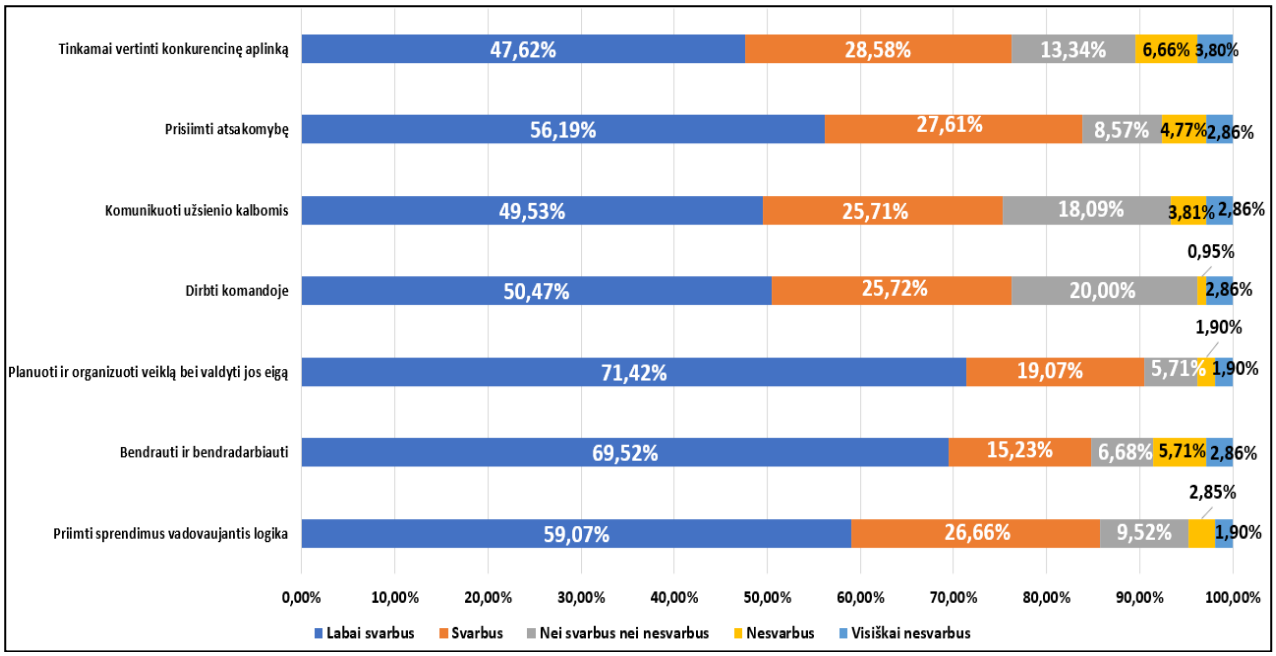

**2 pav**. Studentų pasirinktų verslo sričių vertinimas, proc. (N = 105)

Siekiant išsiaiškinti, kokį verslą tyrimo dalyviai planuotų įkurti, paaiškėjo, kad 42,85 proc. respondentų kurtų elektroninį verslą. Analizuojant respondentų, ketinančių kurti elektroninį verslą, grupėje priežastis, paaiškėjo, kad 16,90 proc. tyrimo dalyvių yra įsitikinę, kad elektroninį verslą pradėti yra lengviau, 14,28 proc. apklaustųjų galvoja, kad reikia mažiau investicijų, o 12,38 proc. norėtų kurtį elektroninį verslą, nes tai yra populiaru. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad šių dienų kontekste elektroninis verslas ir elektroninė komercija yra vertinamas kaip vienas reikšmingiausių informacinės technologijos raidos rezultatų. Įvertinus anksčiau aptartus aspektus, tikėtina, kad tai galėjo turėti įtakos respondentų sprendimui bei ketinimui kurti elektroninį verslą. Vis dėlto 57,15 proc. respondentų norėtų steigti tradicinį verslą.

**Reikiami ir turimi verslui gebėjimai: studentų subjektyvus vertinimas**

Remiantis mokslinės literatūros analize, matyti, kad gebėjimas bendrauti ir bendradarbiauti, planuoti bei organizuoti veiklas ir valdyti jų eigą, prisiimti atsakomybę, dirbti komandoje, taip pat vadovautis logika priimant sprendimus ir tinkamai vertinti konkurencinę aplinką yra verslo žmogaus gebėjimai ir kompetencijos.

Dauguma respondentų mano, kad visi 7 jų vertinimui pateikti gebėjimai yra labai svarbūs (žr. 3 pav.). Tyrimo rezultatai parodė, kad 69,52 proc. respondentų mano, jog mokėjimas bendrauti ir bendradarbiauti yra labai svarbus, 50,47 proc. respondentų gebėjimą dirbti komandose įvertino labai svarbiu. Taip pat duomenų analizė atskleidė, kad net 71,42 proc. respondentų pripažįsta, kad gebėjimas planuoti ir organizuoti veiklą yra labai svarbus. Remiantis studentų vertinimais, užsienio kalbų mokėjimą tik 49,53 proc. respondentų pažymėjo labai svarbiu. Gebėjimas prisiimti atsakomybę (56,19 %) ir mokėjimas tinkamai vertinti konkurencinę aplinką (47,62 %), respondentų manymu, yra labai svarbūs ir reikalingi kuriant nuosavą verslą.

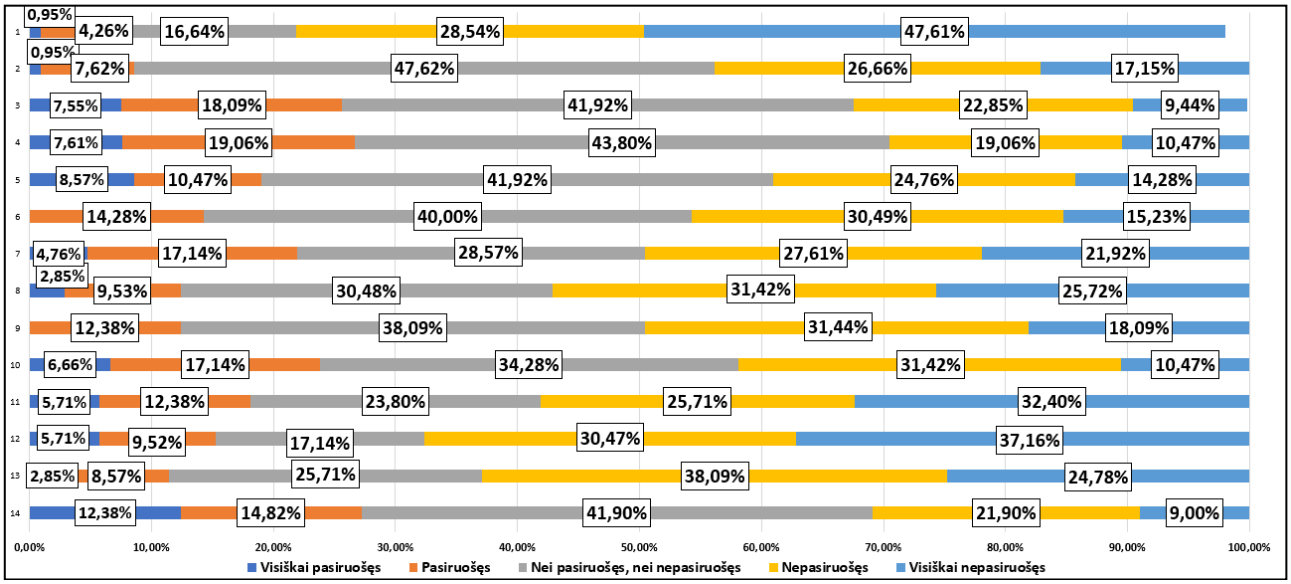



**3 pav**. Gebėjimų, reikalingų nuosavo verslo kūrimui, įvertinimas: studentų požiūris, proc. (N = 105)

Apibendrinus galima teigti, kad, daugumos respondentų manymu, svarbiausi gebėjimai kurti nuosavą verslą yra veiklos planavimas ir organizavimas bei jos eigos valdymas, mokėjimas bendrauti ir bendradarbiauti, logiški sprendimų priėmimai ir gebėjimas priimti atsakomybę.

Atlikta studentų pasiruošimo kurti nuosavą verslą analizė rodo (žr. 4 pav.), kad 27,20 proc. apklaustųjų turi pasiruošę verslo idėją (13,37 proc. visiškai pasiruošę ir 14,82 proc. pasiruošę), tačiau tik 8,57 proc. yra paruošę, o 2,85 proc. visiškai paruošę verslo planą. Taip pat, remiantis studentų vertinimais, 26,67 proc. respondentų moka valdyti ir kontroliuoti turimus materialinius ir finansinius išteklius. Kita vertus, 15,23 proc. apklaustųjų turi patikimą verslo partnerį, o 8,57 proc. geba plėtoti verslą, atsižvelgiant į globalizacijos procesus. Tyrimo metu pastebėta, kad 0,95 proc. apklaustųjų yra įsitikinę, kad grįš į šeimos verslą ir plėtos jį, 4,26 proc. svarsto apie tokią galimybę.

Tyrimo metu paaiškėjo, kad net 49,35 proc. respondentų nemoka naudotis teisės aktais, reglamentuojančiais pasirinką veiklos sritį, 37,16 proc. neturi pradinio kapitalo, o tai yra viena didžiausiu kliūčių nuosavo verslo kūrimui, ir nė vienas iš studentų nėra visiškai pasiruošęs organizuoti nenutrūkstamą darbo procesą verslo įmonėje ar jos padaliniuose.




**4 pav.** Studentų pasirengimas kurti nuosavą verslą, proc. (N = 105)

Pastabos:

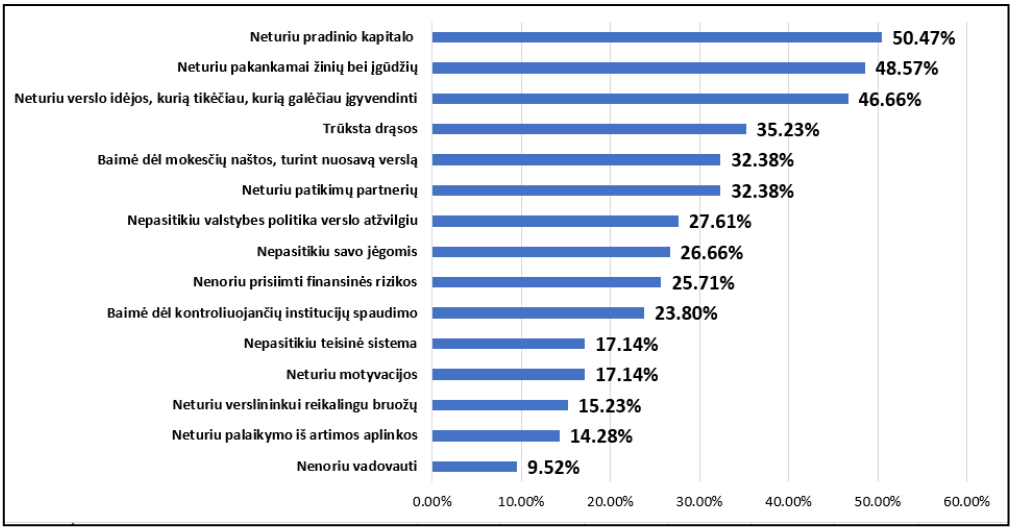
*1. Grįšiu į šeimos verslą ir jį plėtosiu;*

*2. Gebu plėtoti verslą atsižvelgiant į globalizacijos procesus;*

*8. Moku parengti įmonės (padalinio) veiklos vystymo strategiją ir taktiką;*

*3. Gebu valdyti pokyčius;*
*4. Moku valdyti ir kontroliuoti turimus materialinius ir finansinius išteklius;*
*5. Gebu užtikrinti veiklos kokybę;*
*6. Gebu organizuoti nenutrūkstamą darbo procesą verslo įmonėje ar jos padaliniuose;*
*7. Moku sudaryti įmonės (padalinio) planus;*
*9. Moku naudotis teisės aktais, reglamentuojančiais pasirinktą veiklos sritį;*
*10. Gebu įvertinti įmonės (padalinio) veiklą;*
*11. Turiu verslo partnerį;*
*12. Turiu pradinį kapitalą;*
*13. Turiu verslo planą;*
*14. Turiu verslo idėją.*

**Veiksniai, ribojantys nuosavo verslo steigimą**



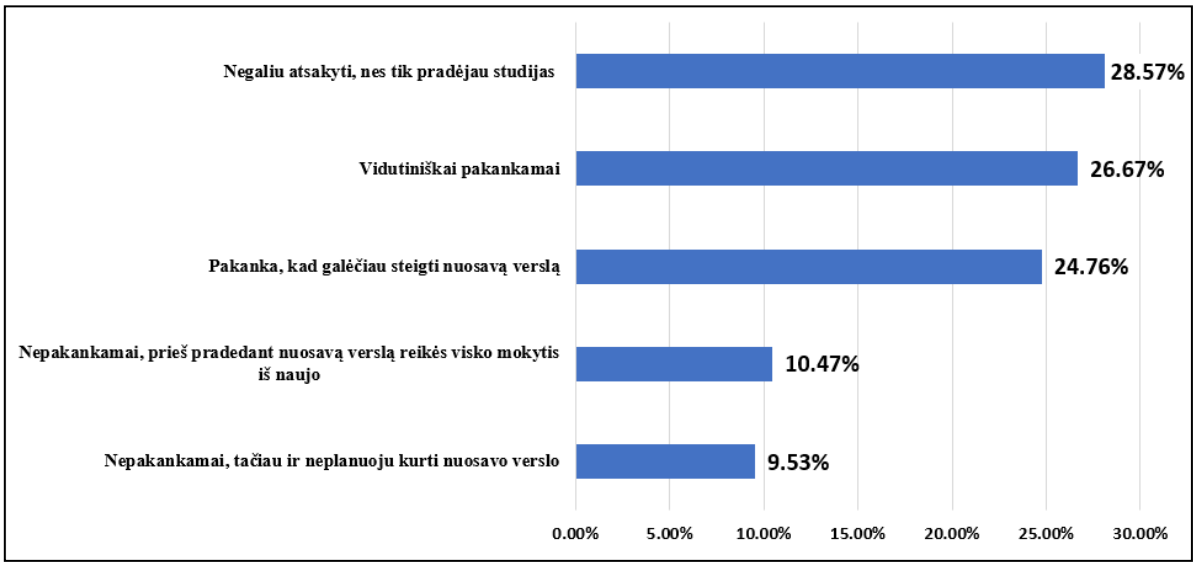

**5 pav.** Veiksniai, ribojantys nuosavo verslo steigimą, proc. (N = 105)

Atsižvelgiant į mokslinės literatūros analizės metu identifikuotus nuosavo verslo steigimą ribojančius veiksnius, respondentų buvo paprašyta pažymėti tuos, kurie neleidžia jiems pradėti nuosavo verslo. Kaip matyti iš 5 pav., reikšmingiausia priežastis, kurią nurodė net 50,47 proc. apklaustųjų, ribojanti nuosavo verslo kūrimą, yra pradinio kapitalo neturėjimas. Mokslininkų teigimu, tikėjimas, kad be nemažo biudžeto verslas nepasiseks, yra viena iš dažniausių klaidų. Taip pat 48,57 proc. tyrimo dalyvių teigia, kad neturi pakankamai įgūdžių. Pastarąjį rezultatą galėjo lemti tai, kad dauguma apklaustųjų yra 1 kurso studentai. Atlikta duomenų analizė parodė, kad 46,66 proc. respondentų neturi verslo idėjos, kuria tikėtų ir galėtų įgyvendinti, 35,23 proc. tyrimo dalyvių trūksta drąsos, o 32,38 proc. neturi patikimų partnerių. Taip pat buvo įvardytos tokios priežastis, kaip baimė dėl mokesčių naštos, turint nuosavą verslą (32,38 %) ir kontroliuojančių institucijų spaudimo (23,80 %), nepasitekėjimas valstybės politika verslo atžvilgiu (27,61 %), nepasitikėjimas savo jėgomis (26,66 %). Maža apklaustųjų dalis neturi motyvacijos (17,14 %), verslininkui reikalingų bruožų (15,23 %), palaikymo iš artimos aplinkos (14,28 %) ir noro vadovauti (9,52 %).

**Turimų gebėjimų, įgūdžių ir žinių, reikalingų kurti nuosavą verslą, įvertinimas**

Norint sužinoti, kokių įgūdžių ir gebėjimų, reikalingų kurti nuosavą verslą, studentai turi, atlikus duomenų analizę paaiškėjo, kad taikomųjų profesinių ar dalykinių gebėjimų (pvz., valdyti finansus, vadovauti kolektyvui, vadovautis teisės aktais, valdyti konfliktinės ir stresines situacijas, tirti bei vertinti verslo aplinką bei valdyti pokyčius) 11,43 proc. studentų visiškai nepakanka, 30,48 proc. nepakanka, 28,57 proc. nei pakanka, nei nepakanka, 22,85 proc. studentų pakanka ir tik 6,67 proc. šių gebėjimų visiškai pakanka. Karjeros plėtojimo gebėjimų (pvz., gebėti geriausiai pritaikyti savo talentus ir kompetencijas, susidaryti karjeros planą) pakanka 34,28 proc. studentų ir 32,38 proc. nei pakanka, nei nepakanka. Informacinių technologijų naudojimo kompetencijų (pvz., kompiuterinio raštingumo, multimedijos valdymo, naudojimosi duomenų bazėmis) visiškai pakanka 8,57 proc. studentų, pakanka 39,05 proc. studentų, nei pakanka, nei nepakanka 26,67 proc. studentų, nepakanka 21,90 proc. ir visiškai nepakanka 3,80 proc. studentų. Verslumo kompetencijų (pvz., atsakomybės prisiėmimo, sprendimų priėmimo, rizikos prisiėmimo, inovatyvaus mąstymo, profesinių ryšių plėtojimo nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis) pakanka 41,89 proc. studentų, nei pakanka nei nepakanka – 30,48 proc. ir nepakanka – 27,63 proc. studentų. Tyrimu nustatyta, kad bendrųjų gebėjimų (pvz., lyderiavimo, kūrybiškumo, bendravimo ir bendradarbiavimo, komandinio darbo, iškalbos) daugiau nei dviem trečdaliams (35,24 %) studentų nei pakanka, nei nepakanka. Tad ruošiant jaunimą nuosavo verslo kūrimui, svarbu, kad verslo ir vadybos studijų metu studentai įgytų pakankamai profesinių ar dalykinių gebėjimų, informacinių technologijų naudojimo bei verslumo kompetencijų, įgūdžių ir žinių, leidžiančių pasirengti nuosavo verslo kūrimui.

Siekiant išsiaiškinti studentų požiūrį, ar studijų metu jie gavo pakankamai žinių apie nuosavo verslo kūrimą, tyrimu nustatyta, kad 28,57 proc. negali atsakyti į klausimą, nes tik pradėjo studijas, 26,67 proc. studentų teigia, kad gauna vidutiniškai pakankamai žinių apie nuosavo verslo steigimą, o 24,76 proc. vertina gaunantys studijų metu pakankamai žinių nuosavo verslo kūrimui. Vis dėlto atkreiptinas dėmesys į tai, jog 10,47 proc. tyrimo dalyvių pripažino, kad prieš pradedant kurti nuosavą verslą reikės mokytis visko iš naujo, ir 9,53 proc. studentų teigia, kad studijų metu gauna nepakankamai žinių, tačiau ir neplanuoja kurti nuosavo verslo (žr. 6 pav.).




**6 pav.** Studijų metu gaunamos žinios apie nuosavo verslo kūrimą: studentų vertinimas, proc. (N = 105)

Siekiant išsiaiškinti, kas, studentų vertinimu, skatina aukštojoje mokykloje verslumo ugdymąsi, duomenų analizė parodė, kad, daugumos studentų vertinimu, verslumą skatina praktika verslo įmonėse (67,61 %), dėstytojų praktinė ir teorinė patirtis (54,28 %) ir susitikimai su verslo žmonėmis (50,47 %). Tyrimo rezultatais išaiškinta, kad mažiau skatina verslumą studijos pagal ERASMUS+ programą (37,14 %) ir dalyvavimas konferencijose (25,71 %).

**Išvados**

- Atlikus mokslinės literatūros ir kitų šaltinių analizę, galima teigti, kad nuosavo verslo kūrimas – vienas iš geriausių būdų padidinti nuosavas pajamas, įgyvendinti savo idėjas ir derinti pomėgį su darbu. Po COVID-19 bangos jaunimo nedarbas 2020 m. išaugo 8,3 proc. ir tapo svarbia Europos Sąjungos problema (Eurostat, 2020). Tad vienas iš galimų problemos sprendimo būdų – paruošti jaunimą nuosavo verslo kūrimui. Svarbu, kad verslo ir vadybos studijų metu studentai įgytų pakankamai profesinių ar dalykinių gebėjimų, kompetencijų, įgūdžių ir žinių, leidžiančių pasirengti nuosavo verslo kūrimui.
- Nustatyta, kad daugiau nei trečdalis tyrimo dalyvių per artimiausius 3 metus planuoja kurti nuosavą verslą. Didžioji dalis respondentų (56,20 %) linkę kurti verslą, orientuotą į veiklą Lietuvoje, tokiose srityse kaip prekyba (44,74 %) bei kavinės ir restoranai (20,18 %). Mažiausiai studentus dominančios sritys, kurių tiriamieji nesieja su savo nuosavo verslo kūrimo lauku, yra švietimas, žemės ūkis ir maisto gamyba.
- Nustatyta, kad pradinio kapitalo neturėjimas (50,47 %), žinių ir įgūdžių stoka (48,57 %), verslo idėjos neturėjimas (46,66 %), taip pat mokesčių našta turint nuosavą verslą (32,38 %) yra vieni iš didžiausių, respondentų manymu, nuosavo verslo kūrimą ribojančių veiksnių. Taip pat respondentai sieja sunkumus, kylančius kuriant nuosavą verslą, su individualiais ypatumais, tokiais kaip drąsos trūkumu (35,23 %), nepasitikėjimu savimi (26,66 %) ir motyvacijos stoka (17,14 %).
- Dauguma studentų įvertino, kad turi verslo idėją (27,20 %), moka valdyti ir kontroliuoti turimus materialinius ir finansinius išteklius (26,67 %), geba įvertinti įmonės veiklą (23,80 %) bei sudaryti jos planus (21,90 %), taip pat užtikrinti veiklos kokybę (19,04 %) bei valdyti pokyčius (25,64 %). Paaiškėjo, kad ketvirtadalis apklausoje dalyvavusiųjų nepakankamai turi žinių nuosavo verslo kūrimui ir pripažino, kad neturi verslo plano (62,87 %), verslo partnerių (58,11 %), trūksta žinių parengiant įmonės (padalinio) veiklos vystymosi strategiją ir taktiką (57,14 %), trūksta įgūdžių naudotis teisės aktais, reglamentuojančiais pasirinką veiklos sritį (49,53 %), bei organizuoti nenutrūkstamą darbo procesą verslo įmonėje ar jos padaliniuose (45,72 %).
- Respondentų manymu, organizuojamos praktikos verslo įmonėse (67,61 %), dėstytojų praktinė ir teorinė patirtis (54,28 %) bei susitikimai su verslo žmonėmis (50,47 %) skatina verslumo ugdymą.

## Literatūra


- Bayraktaroglu, S. ir Kutanis, R. O. (2012). *Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: a cross cultural perspective* Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/profile/Serkan_Bayraktaroglu3/publication/268406864_TESTING_HYPOTHESES_OF_ENTREPRENEURIAL_CHARACTERISTICS_A_CROSS_CULTURAL_PERSPECTIVE/links/54c73dfa0cf22d626a362ac3/TESTING-HYPOTHESES-OF-ENTREPRENEURIAL-CHARACTERISTICS-A-CROSS-CULTURAL-PERSPECTIVE.pdf.
- Bučienė, R., Ulvidienė, E. ir Valentukevičienė, S. (2015). Studentų verslumo ir kūrybiškumo ugdymas Vilniaus kolegijos Ekonomikos fakultete. *Mokslo taikomieji tyrimai Lietuvos kolegijose*, 11, II dalis, 17–27.
- Consulta. (n.d.). *Verslo rūšys, kurių imamasi dažniausiai.* Prieiga per internetą: http://www.consulta.lt/verslo-rusys-kuriu-imamasi-dazniausiai/?fbclid=IwAR0aQsbh5Rqg2T8FMLtVmYXtLCCgIDPtr3o1LUbA0rpoXwhAO6Goa4KNV6E.
- Dudaitė, J. ir Žibėnienė, G. (2012). Verslumo edukologijos studijų programą įgyvendinančių dėstytojų samprata apie verslumą ir verslumo ugdymą. *Socialinis darbas*, 11(1).
- Eurostat. (2020). *Unemployment statistics.* Prieiga per internetą: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics#Unemployment_in_the_EU_and_the_euro_area.
- Ginevičius R., Grybaitė V., Lapinskienė G. ir Peleckis K. (2016). *Verslo kūrimo ir plėtros projektavimas: teorija ir praktika.* Vilnius: Technika.
- Henry, C., Hill, F. & Leitch, C. (2003). *Entrepreneurship Education and Training*. England: Ashgate.
- Jonikas, D. (2017). *Startuolio evoliucija: nuo idėjos iki pelningo ir sparčiai augančio verslo*. Vilnius: Obuolys.
- Kavaliauskienė V. ir Šarapovas T. (2002). Sąvokų „elektroninė komercija“ ir „elektroninis verslas“ lyginamoji analizė. *Inžinerinė ekonomika*, 4 (30), 91–95. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2002~1367185918745/J.04~2002~1367185918745.pdf.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characterictics. *Journal of Managerial Psychology*, 11, 12–25.
- Lydeka, Z. (2000). Verslumas ir verslininkystės sėkmė. *Ekonomika*, 52, 51–61. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2000~1367189153220/J.04~2000~1367189153220.pdf.
- Paliulis N. K. ir Sabaitytė J. (2011). E. Verslo modelių panaudojimas verslo plėtrai. *Contemporary issues in business, management and education*, 237–252. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/268011515_E_verslo_modeliu_panaudojimas_verslo_pletrai.
- Strazdienė, G. ir Garalis A. (2006). Verslumas: ugdymo programos ir jų efektyvumo raiška. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 38, 153–168. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2006~1367155038980/J.04~2006~1367155038980.pdf.
- Strazdienė, G. (2009). *Kolegijų studentų verslumo ugdymas taikant imitacinės verslo įmonės modelį.* Edukologijos daktaro disertacija. Šiauliai: Šiaulių universitetas. Prieiga per internetą: https://www.lvb.lt/permalink/f/1gjkcsi/ELABAETD1910000.
- Svetikienė, D. (Red.). (2017). *Verslas*. Vilnius: Alma Littera.
- Valuckienė, J., Ruškus, J. ir Balčiūnas, S. (2004). Verslumo, kaip asmenybės savybės, identifikacija moksleivių populiacijoje. *Socialiniai tyrimai: mokslo darbai*, 4, 103–112. Prieiga per internetą: https://www.vdu.lt/cris/handle/20.500.12259/52281.
- Župerka, A. (2011). Studentų verslumo ugdymo plėtra Lietuvoje. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, 2 (26), 279–287. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2011~1367176873254/J.04~2011~1367176873254.pdf.

# SOCIALINIŲ TINKLŲ SVARBA IR KIBERNETINIO SAUGUMO PAVOJAI ŠIANDIENĖJE VISUOMENĖJE

**Ugnė Mincytė[1], Ovidija Matukonytė[2]**
*[1]Vilniaus kolegijos Ekonomikos fakultetas, [2]Vilniaus kolegijos Ekonomikos fakultetas*
*[1]ugne.mincyte@stud.viko.lt, [2]ovidija.matukonyte@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos EKF dėst. Žana Prokopovičienė

**Anotacija**

Šiandienėje visuomenėje beveik kiekvieno dirbančio žmogaus pagrindiniai darbo įrankiai yra kompiuteris ir internetas. Taip pat vis daugiau žmonių mokosi, apsiperka ir bendrauja nuotoliniu būdu – socialiniuose tinkluose ir internetinėse svetainėse. Tačiau dalis socialinėmis medijomis besinaudojančių asmenų nesusimąsto apie interneto platybėse tykančius pavojus. Jeigu interneto vartotojai nesinaudotų prevencinėmis priemonėmis, kibernetinės atakos taptų vis dažnesniu reiškiniu jų gyvenime. Darbo tikslas – išanalizuoti socialinių tinklų svarbą ir kibernetinio saugumo pavojus šiandienėje visuomenėje. Remiantis įvairiais šaltiniais, straipsnyje aprašomos socialinių tinklų vartotojų nuostatos apie duomenų saugumą, kibernetinius nusikaltėlius, apžvelgiami teigiami ir neigiami darbo nuotoliniu būdu aspektai. Siekiant išsiaiškinti žmonių, susidūrusių su kibernetiniais nusikaltėliais, atvejus, buvo atlikta anketinė apklausa. Straipsnyje naudoti tyrimo metodai – literatūros šaltinių analizė, anketinė apklausa, duomenų analizė ir lyginimas. Tyrimo metu nustatyta, kad apklausos dalyviai naudojasi socialinėmis platformomis darbo, mokymosi ir apsipirkimo tikslais. Nors dauguma respondentų saugiai įgyvendino savo tikslus, bet buvo susidurta ir su kibernetiniais nusikaltėliais.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: kibernetinis saugumas, socialiniai tinklai.

## Įvadas

Socialiniai tinklai – tai interaktyvi interneto struktūra, vienijanti bendrus interesus turinčią vartotojų grupę, kuri taip pat yra ir susitelkimo, nuomonės išsakymo bei diskusijų vieta. Žmonės socialiniuose tinkluose susiranda ne tik receptą, kaip išsikepti blynų, bet ir užmezga draugystes, sukuria sėkmingas verslo idėjas, kurias vėliau realizuoja realiame gyvenime. Socialinės medijos šiais laikais yra svarbi kiekvieno žmogaus gyvenimo dalis, kadangi tai palengvina tarpusavio bendravimą, žmonės tampa atviresni.

Kibernetinis saugumas – visuma teisinių, informacijos sklaidos, organizacinių ir techninių priemonių, skirtų kibernetiniams incidentams išvengti, aptikti, analizuoti ir reaguoti į juos, taip pat įprastinei elektroninių ryšių tinklų, informacinių sistemų ar pramoninių procesų valdymo sistemų veiklai, įvykus šiems incidentams, atkurti. Lietuvos Respublikos kibernetinio saugumo įstatyme kibernetinis incidentas apibrėžtas kaip „įvykis ar veika, kuri sukelia ar gali sukelti neteisėtą prisijungimą ar sudaryti sąlygas neteisėtai prisijungti prie informacinės sistemos, elektroninių ryšių tinklo ar pramoninių procesų valdymo sistemos, sutrikdyti ar pakeisti, įskaitant valdymo perėmimą, informacinės sistemos, elektroninių ryšių tinklo ar pramoninių procesų valdymo sistemos veikimą, sunaikinti, sugadinti, ištrinti ar pakeisti elektroninę informaciją, panaikinti ar apriboti galimybę naudotis elektronine informacija, taip pat sudaryti sąlygas pasisavinti ar kitaip panaudoti neviešą elektroninę informaciją tokios teisės neturintiems asmenims“ (Lietuvos Respublikos kibernetinio saugumo įstatymas, 2014). Šiomis dienomis kibernetinio saugumo svarba nebėra kvestionuojama. Nuolatos didėjantis kibernetinių atakų kiekis daro vis didesnę žalą įmonėms, valdžios įstaigoms ir individams. Kibernetiniai nusikaltėliai įnirtingai veikia ir socialiniuose tinkluose, kuriuose randa patiklių paauglių ir vyresnio amžiaus žmonių. Dauguma jų neatsakingai žvelgia į internetinę erdvę, net nesusipažinę sutinka su įvairiomis registracijos sąlygomis.

**Straipsnio problema.** Socialinės medijos iš esmės pakeitė bendravimo kultūrą. Žmonės laisviau jaučiasi bendraudami socialinėje erdvėje, kadangi turi laiko apmąstyti, ką ir kaip nori papasakoti, taip pat susisiekimas tapo greitesnis ir lankstesnis, galima lengvai susisiekti su giminaičiais, gyvenančiais kitoje šalyje, ar sudalyvauti darbo pokalbyje, neišėjus iš namų. Nors tokie socialiniai tinklai kaip „Facebook“ ar „Instagram“ palengvina kasdienę komunikaciją, tačiau taip pat kelią ir nemažą grėsmę saugumui. Šiuose ir kituose socialiniuose tinkluose vis dažniau siautėja internetiniai sukčiai, platinamos netikros naujienos, klaidinantys pasiūlymai ir kenksmingos nuorodos. Daugelis žmonių užsiregistruoja įvairiose interneto svetainėse ir pateikia savo asmeninius duomenis. Bet ar visi pateikti duomenys yra saugūs? Šis klausimas kyla ne vienam žmogui, bet tik maža dalis jų iš tikrųjų susirūpina duomenų saugumu ir perskaito taisykles, su kuriomis sutinka registruodamiesi įvairiose socialinėse platformose.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti socialinių tinklų svarbą ir kibernetinio saugumo pavojus šiandienėje visuomenėje.

**Darbo uždaviniai:**

- apibrėžti socialinių tinklų svarbą ir kibernetinių atakų pavojų šiandienėje visuomenėje;
- išsiaiškinti kibernetinių atakų dažnumą ir pobūdį;
- atskleisti žmonių patirtį, susidūrus su duomenų saugumo trikdžiais.

**Tyrimo hipotezės:** augant socialinių tinklų populiarumui, auga ir jais besinaudojančių žmonių skaičius, nors šiomis dienomis žmonės yra labiau išsilavinę, jų neatsargumas ir patiklumas neapsaugo nuo internetinėje erdvėje laukiančių pavojų.

**Metodai:** mokslinės literatūros šaltinių analizė, kiekybinis tyrimas (apklausa), duomenų analizė ir lyginimas.

## Socialinių tinklų svarba

Pasak Boyd ir Elison (2007), socialiniai tinklai yra interaktyvi interneto struktūra, kurioje žmonės gali susikurti viešus arba pusiau viešus profilius, kuriuos jungia ryšiai, parodomi tam tikro viešumo lygio nustatytais sąrašais. Teigiama, kad socialiniai tinklai palengvina tarpusavio bendravimą, žmonės tampa atviresni ir pasaulis neatrodo toks didelis. Dažnai pažymima, kad socialiniai tinklai yra susitelkimo ir nuomonės išsakymo vieta. Nurodomos pagrindinės socialinių tinklų internetinėje erdvėje populiarumo priežastys: lengvai prieinami, mažos išlaidos, vartotojas jaučiasi tarsi neribojamas.

Socialiniai tinklai taip pat apibrėžiami, kaip socialinė struktūra, kurią sudaro socialinių veikėjų rinkinys, dvilypių ryšių rinkiniai ir kita dalyvių socialinė sąveika. Internetas ir socialiniai tinklai suteikia galimybę bendrauti su draugais ir plėsti pažįstamų ratą, pagerinti bendravimo įgūdžius, puoselėti kūrybiškumą ir atvirai diskutuoti. Su kiekvienais metais socialiniai tinklai tampa vis populiaresni ir jų naudojimas auga. Dirbant ir mokantis nuotoliniu būdu, daug bendravimo perkeliama į virtualią erdvę ir socialinius tinklus. Populiarūs socialiniai tinklai dažnai kritikuojami dėl priklausomybę skatinančio poveikio ar šališkos informacijos gausos naujienų sraute, kalbama apie jų daromą žalą. Ar iš tiesų socialiniai tinklai tik žalingi?

Visuotinio karantino metu internetas ir socialiniai tinklai prisideda prie galimybės dirbti ir mokytis nuotoliniu būdu, rasti pramogų neišeinant iš namų. Dėl šių priežasčių labiau pastebimas teigiamas bendravimo poveikis virtualioje erdvėje. Socialiniai tinklai yra ideali erdvė keistis informacija. Internete galima skelbti viešas žinutes, susirašinėti, bendrauti rengiant garso ir vaizdo konferencijas, diskutuoti įvairiose grupėse. Virtualioje erdvėje gali būti paprasčiau atsiskleisti ir įsitraukti į diskusijas, kadangi yra laiko pagalvoti, ką norima pasakyti, aiškiai sudėlioti mintis, paskelbti informacijos šaltinius ir, žinoma, sumažinti arba įveikti scenos baimę. Šių dienų verslo sferoje socialiniai tinklai taip pat yra svarbūs. Verslo rinkodaros specialistai, kurie naudojasi internetu, atlikdami tam tikras operacijas, efektyvumo ir operatyvumo prasme pralenkia įmones, kurios naudoja tradicinius rinkodaros procesus (E-Commerce and Business Social Media Today, 2018).

Socialiniuose tinkluose galima sekti patikimus šaltinius, susijusius su profesija ar studijomis, taip pat sužinoti svarbiausias naujienas. „Facebook“ 2004 metais tapo populiarus tarp studentų kaip komunikacijos tinklas, kuriame buvo tariamasi dėl įvairių vakarėlių ar akcijų (Lamanauskas, V., Šlekienė, V., 2016). Dabar čia jau galima ne tik rašyti laiškus, kurti albumus, keistis muzika, stebėti žinomus žmones bei jų veiklą, bet ir prekiauti savo kūriniais ar nenaudojamais daiktais. Karantino metu labai išpopuliarėjo ir „Microsoft Teams“ vaizdo konferencijų programa, kurioje suteikiama galimybė daryti vaizdo konferencijas, internetinius susitikimus ir siųsti grupines žinutes. Taip pat stipriai išpopuliarėjo programėlė „TikTok“, kurioje vartotojai dalijasi vaizdo įrašais, apimančiais pačias įvairiausias kategorijas: nuo šokių pagal mėgstamiausias dainas iki komedijos ar virusinių iššūkių. Per trejus metus programėlė įsiveržė į lyderių viršūnes ir ne pirmą mėnesį programėlių parduotuvėse yra populiariausia, šiuo metu ja naudojasi 800 mln. aktyvių vartotojų (Mohsin, M., 2020). Karantino metu programėlės vartotojai dar įnirtingiau ėmė kurti vaizdo įrašus, kuriuose pateikė savo kasdienį gyvenimą. Tai tapo bene didžiausia pramoga neišeinant iš namų. Šioje programėlėje juokingus vaizdelius kuria ne tik paaugliai, bet į šią pramogą įsitraukia vis daugiau ir vyresnio amžiaus žmonių. Taip pat platformoje pradėjo veikti žinomi žmonės – atlikėjai Justinas Bieberis, Post Malone, Rita Ora ir kiti. Čia persikėlė ir kitų socialinių tinklų žvaigždės, kartu su savimi atsivesdamos ir savo sekėjų armijas. „TikTok“ šiuo metu turi milijonus aktyvių vartotojų, karantino metu čia išgarsėjo medikai, žinomi Lietuvos ir pasaulio žmonės.

Apibendrinant galima teigti, kad socialiniai tinklai yra svarbūs šiandienėje visuomenėje. Socialiniuose tinkluose žmonės gali paprasčiau bendrauti, dėlioti savo mintis, keistis informacija, kurti verslo idėjas ir pramogauti. Šiuo laikotarpiu ypač išpopuliarėjo vaizdo konferencijų programa „Microsoft Teams“ ir trumpametražių muzikos vaizdo įrašų programėlė „TikTok“. Socialiniai tinklai padeda ne tik užmegzti naujus draugystės ryšius ar linksmai leisti laiką, bet ir išgarsėti.

## Kibernetinių atakų pavojai šiandienėje visuomenėje

Remiantis Nacionalinio kibernetinio saugumo centro ataskaitomis, Lietuvoje 2018 m. buvo užregistruoti 53 183 kibernetiniai incidentai, kurie, palyginti su 2017 m., tapo pažangesni ir sunkiau aptinkami. Pažeistų interneto įrenginių skaičius išaugo 21 proc. (Nacionalinio kibernetinio saugumo centro ataskaita, 2018). Pagal Europos Vidaus audito institutų konfederacijos (ECIIA) prognozes, 2021 m. pirmoje vietoje bus kibernetinio saugumo ir duomenų apsaugos rizika (Risk in Focus 2021-hot topics for internal auditors, 2020).

Lietuvos Respublikos kibernetinio saugumo įstatyme (2014) kibernetinis saugumas apibrėžiamas kaip veiksmai, kurių imamasi norint apsaugoti kibernetinę aplinką ir užtikrinti informacinėmis sistemomis perduodamos ar jose tvarkomos elektroninės informacijos prieinamumą, vientisumą ir konfidencialumą. Šiomis dienomis sparčiai didėjant informacijos kiekiui, padidėjo ir kibernetinio saugumo pažeidimų, kurie sukelia didelius finansinius nuostolius ir naujas rizikas bei grėsmes informacinei visuomenei. Dėl to kibernetinis saugumo užtikrinimas tampa vis aktualesnė šių dienų problema. Niekas nenori, kad jiems svarbi ar konfidenciali informacija taptų viešai prieinama ar kitaip naudojama.

Mus supantys kompiuterių tinklai atvėrė neišmatuojamas galimybes našiau dirbti, patogiau gyventi, įdomiau ilsėtis, efektyviau spręsti šių veiklų valdymo – kibernetines – problemas. Socialiniai tinklai ir internetas tiek gyventojams, tiek įmonėms tampa veiksmingu socialinės gerovės įrankiu. Toliau augant interneto galimybėms, auga ir jo reikšmė kiekvieno žmogaus gyvenime. Socialiniuose tinkluose ir internete galima užsiimti įvairia naudinga veikla. Tačiau ne visi žmonės socialinę erdvę išnaudoja geriems ir naudingiems tikslams. Kai kurie žmonės internetą pasitelkia kaip nusikaltimo įrankį, pavyzdžiui, įvairios paskirties techninių, ekonominių, socialinių valdymo sistemų darbo trikdymui, neteisėtam informacijos grobimui ir sklaidai.

Incidentų metu skleidžiama daugybė virusinių nuorodų, kuriomis siekiama sujaukti kompiuterinių sistemų tinklą. Kibernetiniai nusikaltimai gali būti vykdomi ne tik pavienių programišių ar vagių, siekiančių pasipelnyti, bet ir konkuruojančių valstybių, teroristinių organizacijų. Kibernetinėms vagystėms taip pat gali būti priskiriamas skaitmeninis piratavimas – nelegalus perkūrimas, kopijavimas ir dalijimasis apsaugotos muzikos įrašų kopijomis (Visuomenės saugumas ir viešoji tvarka, 2017). Vadinamosios kibernetinės atakos tapo nauju, moderniu pavojingu ginklu, galinčiu suparalyžiuoti ne tik atskirų įstaigų, gamybos, prekybos, transporto, ryšių, elektros, vandens tiekimo įmonių, bet net ir valstybių veiklą. Kibernetinės atakos ypač pavojingos šalims, turinčioms gerai išvystytus kompiuterių tinklus, jų plėtrai būtiną informacinių technologijų plačiajuosčių tinklų infrastruktūrą (Kibernetinio saugumo apžvalga, 2016 m. gruodis). Kibernetinę ataką įvykdyti nėra sudėtinga, o būdai – lengvai prieinami. Šiandien internete galima rasti pilkųjų rinkų, kur parduodami įrankiai, nereikalaujantys daug specifinių žinių, tačiau leidžiantys atlikti kibernetines atakas, kurios gali tapti rimtų nuostolių priežastimi. Tokiais įrankiais bandoma išgauti konfidencialią informaciją, šifruoti duomenis, prašyti išpirkos ar net persekioti.

Didžiausios kibernetinio saugumo grėsmės kyla dėl didelio skaičiaus prie interneto prijungtų nesaugių įrenginių, pažeidžiamų interneto svetainių ir piktavališkų socialinės inžinerijos metodų naudojimo (Kibernetinio saugumo apžvalga, 2019 m. balandis). Sudėtingi ir dažniau atnaujinami slaptažodžiai, domėjimasis kibernetinio saugumo būkle, parsisiunčiamų programėlių analizavimas ir atsarginiai duomenų atkūrimo nustatymai – visa tai padeda apsisaugoti nuo kibernetinių nusikaltėlių. Kibernetinės atakos yra artimesnės, negu gali atrodyti, todėl geriau užbėgti įvykiams už akių ir iš anksto apgalvoti, kaip reikėtų elgtis ir ką reikėtų daryti, norint apsaugoti save, savo duomenis ir savo turtą.

Šiomis dienomis populiaria tapo „Zoom“ vaizdo konferencijų ir pokalbių platforma, tačiau, pasak Nacionalinio kibernetinio saugumo centro (NKSC), ši programa pažeidžia asmens duomenų privatumą. Vaizdo pokalbių platformoje atrastos saugumo spragos leido perimti įvairius vartotojų duomenis, tokius kaip el. paštas, nuotraukos, taip pat galima prieiti prie kameros ir mikrofono. Ši platforma neturėtų būti naudojama konfidencialiems duomenims persiųsti, nors „Zoom“ ir ėmėsi veiksmų bei ištaisė keletą spragų, susijusių su duomenų privatumo pažeidimais.

Išnagrinėjus mokslinės literatūros šaltinius, galima teigti, kad kompiuterių tinklai atvėrė galimybes našiau dirbti, lengviau bendradarbiauti ir įdomiau ilsėtis, tačiau tai taip pat atvėrė ir platesnes galimybes kibernetiniams nusikaltėliams. Laikui bėgant, duomenų saugumo trikdžiai taps opia problema, kadangi kibernetinių incidentų skaičius vis didėja ir jie tampa vis labiau pažangesni ir sunkiau aptinkami.

## Tyrimo rezultatų analizė

Tyrimui atlikti pasirinktas kiekybinis aprašomasis tyrimo metodas, anketinė apklausa raštu. Kiekybiniai tyrimo metodai – metodai, kuriais, atliekant tyrimą, galutiniai rezultatai išreiškiami skaičiais. Tai veiksmų, būdų ir aprašymo metodų visuma, kai suteikiama galimybė gauti naujų žinių (Kardelis, 2005). Šiam tyrimui pasirinktas kiekybinis tyrimas, jis yra anonimiškas, respondentai savanoriškai pasirenka atsakymus.

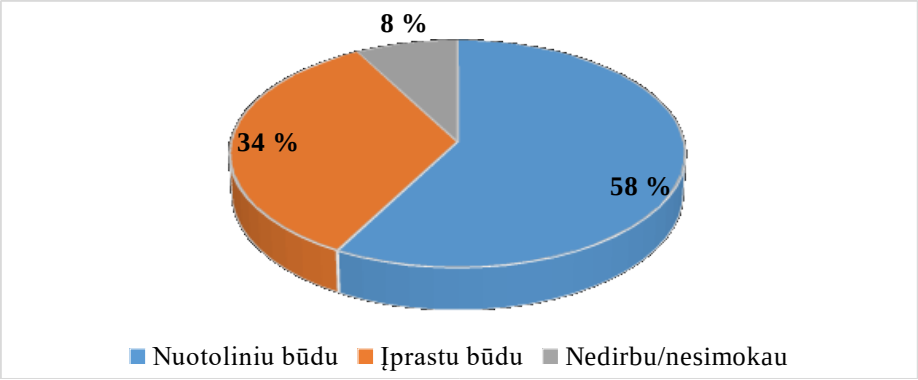
Tyrimo tikslas – nustatyti interneto ir socialinių tinklų svarbą bei jų keliamus pavojus.

Apklausai atlikti parengta anketa, kurią sudarė 9 klausimai. Anketa buvo siekiama išsiaiškinti, ar respondentams teko susidurti su kibernetiniais nusikaltėliais, kokiu būdu šiuo metu jie dirba ar mokosi bei kokias komunikacijos platformas naudoja darbo ar mokymosi reikmėms. Apklausa buvo vykdoma 2020 m. lapkričio 1–15 dienomis elektroniniu būdu, viešinant anketą puslapyje forms.office.com.

Į anketos klausimus atsakė 50 respondentų, iš jų 56 proc. moterų ir 44 proc. vyrų. Didžioji dalis, arba 52 proc., respondentų priklausė 15–25 metų amžiaus grupei, 30 proc. priklausė 26–36 metų amžiaus grupei, 12 proc. – 27–37 metų amžiaus grupei, o 48 metų ir vyresnių respondentų grupei priklausė vos 6 proc. visų dalyvavusiųjų apklausoje.

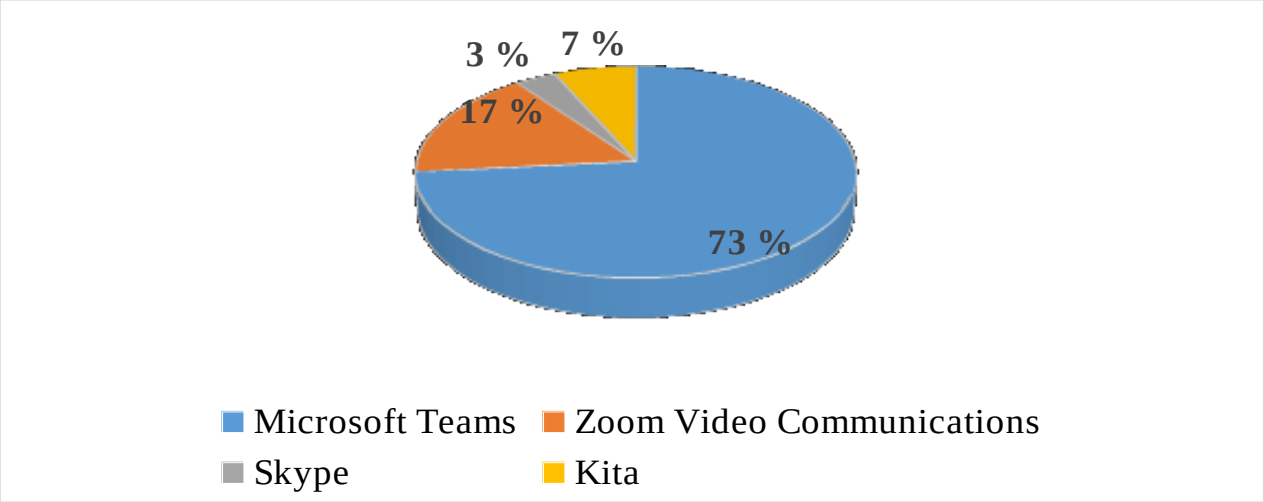
Iš apklausoje dalyvavusių respondentų 48 proc. buvo dirbantys asmenys, 44 proc. sudarė moksleiviai ir studentai, o likusieji – pensininkai ir bedarbiai.

Apklausos duomenys parodė, kad 58 proc. respondentų šiomis dienomis daugiausia dirba ar mokosi nuotoliniu būdu, o 34 proc. apklaustųjų dirba ar mokosi įprastu būdu. Tuo tarpu 8 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų šiuo metu nei dirba, nei mokosi. Galima daryti išvadą, kad karantino laikotarpiu didžioji dalis žmonių yra priversti dirbti ir mokytis nuotoliniu būdu.




**1 pav.** Respondentų darbo ir mokymosi pobūdis šiomis dienomis, proc.

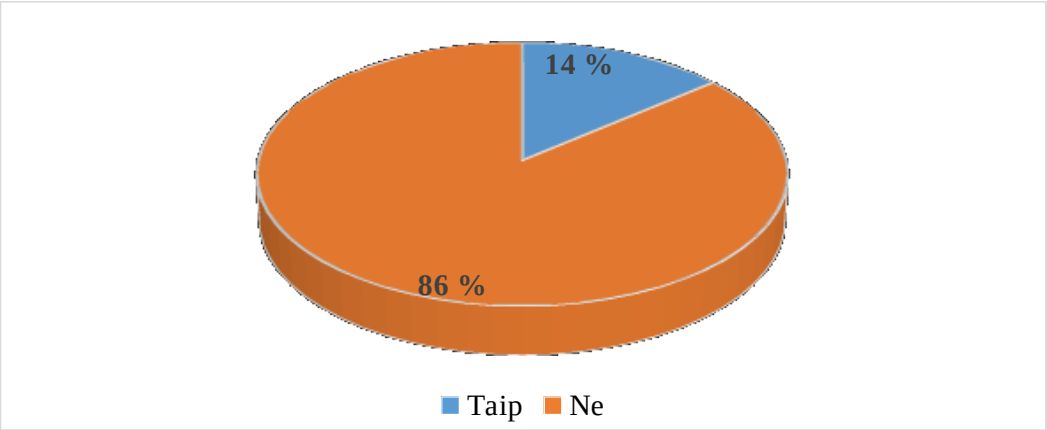
Į klausimą „Kokią komunikacijos platformą naudojate darbo ar mokymosi reikmėms?“ atsakiusiųjų nuomonės pasiskirstė taip (žr. 2 pav.): 73 proc. darbo ar mokymosi reikmėms naudoja „Microsoft Teams“ komunikacijos platformą, 17 proc. naudojasi „Zoom Video Communications“ programa, 3 proc. respondentų dirba ir mokosi naudodami „Skype“ programą, o 7 proc. apklaustųjų nurodė, kad naudoja kitą apklausoje nepaminėtą komunikacijos platformą.




**2 pav.** Komunikacijos platformos, naudojamos darbo ir mokymosi reikmėms, proc.

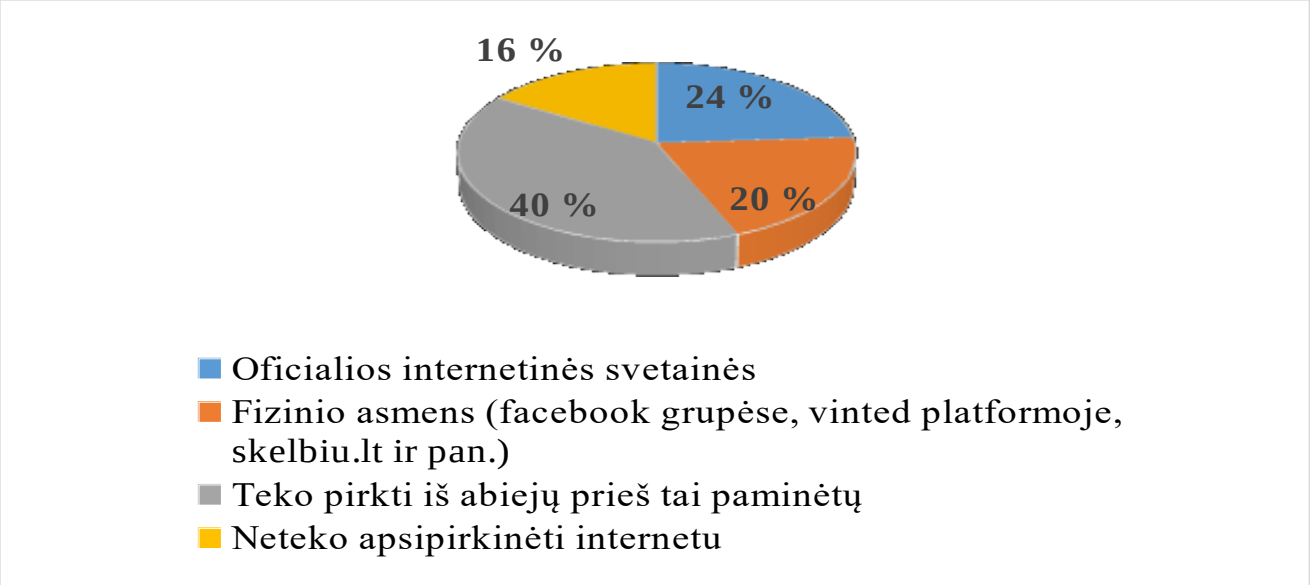
Didžioji dalis (86 proc.) respondentų nurodė, kad nėra susidūrę su duomenų saugumo trikdžiais ar kibernetiniais nusikaltėliais, tačiau 14 proc. apklaustųjų teko susidurti su kibernetinėmis atakomis. Respondentų atsakymai schemiškai pavaizduoti 3 paveiksle.

Respondentai turėjo galimybę pateikti informaciją apie atvejus, kaip teko susidurti su kibernetiniais nusikaltėliais, tačiau tik 3 iš 7 juos pateikė. Pirmu atveju sukčiai iš užgrobtos paskyros draugams siuntė asmeninius pranešimus, kuriuose buvo meluojama apie tai, kad asmuo įstrigo oro uoste Italijoje ir jam reikia pinigų bilietui grįžti į namus. Kadangi žinutė buvo išsiųsta draugams, kurie tuo metu buvo kartu, sukčiams nepavyko gauti pinigų. Antras atvejis yra gana panašus į pirmąjį, tačiau čia anketa buvo ne užgrobta, o suklastota. Sukčiai, susikūrę „Facebook“ anketą, prašė pinigų sunkiai ligai gydyti, buvo pateikti ir suklastoti dokumentai, įrodantys ligos tikrumą. Respondentas pasidalijo šia istorija, kadangi tuo metu patikėjo pateiktu pranešimu ir pervedė tam tikrą sumą pinigų. Po kurio laiko išaiškėjo, kad tai buvo melaginga informacija, tačiau anketa jau buvo ištrinta. Paskutinis atvejis buvo visai kitoks nei pirmieji du. Jame buvo rašoma apie gautą pranešimą su nuoroda, kurio šaltinis buvo įtartinas. Asmuo nebuvo toks patiklus ir nujautė, kad tai gali būti virusinis pranešimas, dėl to nuorodos neatidarė. Ir nepataria to daryti ir kitiems, neįsitikinus, kad tai patikimas šaltinis.




**3 pav.** Susidūrimas su duomenų saugumo trikdžiais ar kibernetiniais nusikaltėliais, proc.

Taip pat apklausos dalyviams buvo užduotas klausimas „Ar esate apsipirkinėję internetu, jei taip, iš kur?“ ir jų atsakymai pasiskirstė taip (žr. 4 pav.): 84 proc. respondentų yra apsipirkinėję internetu, iš jų 24 proc. teko pirkti tik oficialiose internetinėse svetainėse, 20 proc. apklaustųjų yra apsipirkinėję tik iš internete prekiaujančių fizinių asmenų, o 40 proc. teko pirkti tiek iš oficialių parduotuvių, tiek iš fizinių asmenų. Tuo tarpu likusieji 16 proc. apklaustųjų nėra apsipirkinėję internetu.




**4 pav.** Apsipirkinėjimo pobūdis ir pasirinkimas, proc.

Apibendrinant apklausos rezultatus, galima teigti, kad šiuo metu didžioji dalis respondentų dirba ar mokosi nuotoliniu būdu, naudodamiesi „Microsoft Teams“ komunikacijos platforma. Internetinis apsipirkinėjimas apklausoje dalyvavusiems asmenims nėra naujiena, didžioji dalis jų yra apsipirkinėję tiek oficialiose internetinėse svetainėse, tiek iš fizinių asmenų įvairiose socialinių tinklų grupėse ir kitokiose prekybos platformose. Tik 7 iš 50 respondentų yra susidūrę su kibernetiniais nusikaltėliais. Jų atvejai priverčia susimąstyti ir įvertinti aplinkybes prieš imantis tam tikrų veiksmų.

## Išvados

Šiais laikais galima pastebėti, kad socialiniai tinklai tampa vis populiaresni ir svarbesni – savo informacijos gausa ir lengvu prieinamumu, ypač šiuo karantininiu laikotarpiu, kai didžioji dalis žmonių dirba ar mokosi nuotoliniu būdu. Šiuo laikotarpiu labiau pastebimas ir teigiamas bendravimo virtualioje erdvėje poveikis žmonių gyvenimui – dar niekada nebuvo taip paprasta bendrauti, palaikyti artimus santykius su svetur gyvenančiais bičiuliais ir artimaisiais. Taip pat žmonės internete ne tik dirba ir mokosi, bet ir žaidžia, keičiasi informacija, skaito, stebi pasaulio naujienas, kuria ir žiūri vaizdo įrašus įvairiose programėlėse, tokiose kaip „Tik Tok“.

Kibernetiniai pavojai, tokie kaip kibernetinės apgaulės ir vagystės, kai melagingais metodais išviliojami prisijungimo duomenys ar asmeninė informacija, yra vis dažniau pasireiškiantys šiandienėje visuomenėje. Išnagrinėjus literatūros šaltinius matyti, kad socialiniai tinklai vis labiau traukia ir kibernetinius nusikaltėlius, ieškančius lengvo taikinio tarp nieko neįtariančių vartotojų. Statistiniai duomenys rodo, kad kibernetiniai incidentai 2018 m., palyginti su 2017 m., išaugo 21 proc. Kibernetinius nusikaltėlius vis sunkiau atpažinti, kadangi jie tampa vis labiau pažangesni. Dažniausiai kibernetinio saugumo grėsmės kyla, kai prie interneto prijungtas gausus srautas nesaugių įrenginių ar pažeidžiamų interneto svetainių.

Anketinės apklausos duomenimis, daugiau nei pusė apklaustųjų (58 proc.) šiuo metu dirba ar mokosi nuotoliniu būdu, o įprastu būdu dirba ar mokosi 34 proc. respondentų. Darbo ar mokymosi reikmėms 73 proc. apklaustųjų naudoja „Microsoft Teams“ komunikacijos platformą, o 17 proc. naudojasi „Zoom Video Communications“ programa. 84 proc. respondentų apsiperka internetu, iš jų 24 proc. pirko tik oficialiose internetinėse svetainėse, 20 proc. respondentų – tik iš fizinių asmenų, prekiaujančių internete, o 40 proc. teko pirkti tiek iš oficialių internetinių svetainių, tiek iš fizinių asmenų. Didžioji dalis respondentų (86 proc.) nurodė, kad niekada nebuvo susidūrę su internetiniais nusikaltėliais, tačiau 14 proc. apklaustųjų teko susidurti su kibernetinėmis atakomis.

Respondentai nurodė 3 konkrečius atvejus, kai buvo susidurta su kibernetiniais nusikaltėliais ar duomenų saugumo trikdžiais, iš jų dviem atvejais buvo prašoma piniginės pagalbos, suklastojus ar užgrobus kito asmens paskyrą, o trečiu atveju buvo gautas pranešimas su nuoroda, kurioje buvo virusinis pranešimas.

## Literatūra

Boyd, D. and Elison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history and scholarship. Journal of Computer – Mediated Communication.*

IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. (2018). *E-Commerce and Business Social Media Today*. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/407/1/012034/pdf.

Kardelis, K. (2005). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai.* Šiauliai: Liucijus.

Lietuvos Respublikos kibernetinio saugumo įstatymas. 2014 m. gruodžio 11 d. Nr. XII-1428. Teisės aktų registras. Prieiga per internetą: https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/f6958c2085dd11e495dc9901227533ee.

Kibernetinis saugumas – kaip apsaugoti save? 2019 m. Verslo žinios [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://www.vz.lt/verslo-valdymas/2019/10/08/4903/kibernetinis-saugumas--kaip-apsaugoti-save.

Kibernetinio saugumo apžvalga. 2016 m. gruodis [interaktyvus]. Prieiga per internetą: http://apzvalga.eu/images/kibernetinis_saugumas.pdf.
Kibernetinio saugumo apžvalga. 2019 m. balandis [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://www.mii.lt/files/doc/lt/skelbimai/ks_apzvalga_8.pdf.
Lamanauskas, V., Šlekienė, V. (2016). *Facebook vaidmuo studentų socialinėje ir edukacinėje aplinkoje* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: http://oaji.net/articles/2017/514-1491419310.pdf.
Mohsin, M. (2020, rugsėjo 11 d.) *10 TikTok Statistics That You Need to Know in 2020* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics.
Nacionalinio kibernetinio saugumo centro būklės ataskaita (2018) [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://www.nksc.lt/doc/NKSC_ataskaita_2018.pdf.
Risk in Focus 2021-hot topics for internal auditors. 2020 m. rugsėjo 22 d. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://www.eciia.eu/wp-content/uploads/2020/09/Risk-in-focus-press-release-V3.pdf.
Visuomenės saugumas ir viešoji tvarka public security and public order (2017). *Informacinės visuomenės iššūkiai: kokios yra kibernetinių nusikaltimų formos?* [nteraktyvus]. Prieiga per internetą: https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/15084/Kuklyt%c4%97.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

# APSAUGOS PRIEMONIŲ NUO COVID-19 NAUDOJIMO SVARBOS ŽMONĖMS TYRIMAS, MAŽINANT VIRUSO PLITIMĄ

**Dovilė Radavičiūtė ir Aistė Pigagaitė**
*Alytaus kolegija, Inžinerijos ir biomedicinos fakultetas*
*dovilera555@gmail.com, aiste3924@gmail.com*

Konsultavo Alytaus kolegijos dėstytojos Laima Urbonienė ir Danutė Abramavičienė

## Anotacija

Šiame darbe bus aptartos šiuo metu labai plačiai visame pasaulyje paplitusio COVID-19 viruso apsauginės priemonės, bandant užkirst kelią viruso plitimui. Straipsnio problema: kokios yra svarbiausios apsaugos nuo COVID-19 viruso priemonės pandemijos laikotarpiu? Vadovaujantis moksline literatūra, pateiktas COVID-19 prevencinių priemonių naudojimas, nagrinėjama jų svarba. Taip pat nurodomi galimi COVID-19 viruso požymiai. Atliekant prevencinių priemonių teorinę analizę, dėmesys buvo koncentruojamas į apsaugos priemonių naudojimo instrukcijas, technines charakteristikas. Pagrindinis tikslas – atlikti apsaugos priemonių nuo COVID-19 naudojimo svarbos žmonėms tyrimą, mažinant viruso plitimą. Taip pat šiame straipsnyje pateikti medicinos įstaigose dirbančio personalo anoniminės apklausos rezultatai, kurios metu buvo nustatytos respondentų dažniausiai naudojamos apsaugos priemonės.

**RAKTINIAI ŽODŽIAI:** COVID-19, apsaugos priemonės, svarba, virusas.

## Įvadas

Šiuo metu kilusi COVID-19 viruso pandemija privertė visuomenę geriau pažinti nuo virusų apsaugančias priemones ir patį virusą. COVID-19 – tai virusas, kuris 2019 m. pabaigoje pradėjo plisti Kinijos Hubėjaus provincijos sostinėje Uhane, o jau 2020 m. pradžioje paplito po visą pasaulį. Lietuvoje 2020 m. sausio pabaigoje LR sveikatos apsaugos ministerija pirmą kartą surengė ekstremaliųjų situacijų operacijų centro posėdį, kuriame aptarė naujausią situaciją dėl Kinijoje plintančio koronaviruso, tuo metu galimus ir planuojamus veiksmus ruošiantis galimoms grėsmėms. Tų pačių metų vasario pabaigoje dėl naujojo COVID-19 viruso plitimo grėsmės Vyriausybė paskelbė valstybės lygio ekstremalią situaciją visoje šalyje, tikėdamasi, kad taip lengviau bus galima koordinuoti prevencinius pasirengimo COVID-19 plitimui veiksmus, organizuoti institucijų darbą, panaudoti valstybės medicinos materialinių išteklių rezervą, greičiau ir lengviau vykdyti kitas procedūras. Dėl didėjančio koronavirusu užsikrėtusiųjų atvejų skaičiaus kovo mėnesio viduryje trims savaitėms visoje Lietuvos teritorijoje buvo paskelbtas karantinas. Karantino laikotarpiu susirgusių žmonių skaičius labai sumažėjo. Tačiau, prasidėjus antrai COVID-19 viruso plitimo bangai, sergančių asmenų skaičius šoktelėjo iki 2 000 ir daugiau (skaičiai auga kasdien). Todėl LR sveikatos apsaugos ministerija 2020 m. spalio mėnesį paskelbė antrąjį karantiną. Abiejų pandemijos bangų laikotarpiu LR sveikatos apsaugos ministerija medicinos, švietimo, viešojo maitinimo ir kt. sektoriams teikė rekomendacijas, kuriomis įstaigos ir įmonės turėjo ir turi vadovautis pandemijos laikotarpiu.

**Straipsnio problema:** kokios yra svarbiausios apsaugos priemonės nuo COVID-19 viruso pandemijos laikotarpiu?

**Straipsnio tikslas:** atlikti apsaugos priemonių nuo COVID-19 naudojimo, siekiant mažinti viruso plitimą, svarbos žmonėms tyrimą.

**Straipsnio uždaviniai:**

1) aprašyti COVID-19 viruso charakteristiką;
2) atlikti apsaugos priemonių naudojimo svarbos teorinę analizę;
3) naudojantis moksline literatūra, kitais informacijos šaltiniais išnagrinėti apsaugos priemones;
4) įvertinti apsaugos priemonių naudojimo svarbą.

**Straipsnio objektas:** apsaugos priemonės nuo COVID-19 viruso.

**Straipsnyje naudojami tyrimo metodai:**

1) teorinė literatūros analizė,
2) virtuali apklausa,
3) apibendrinimas.

## Teorinis straipsnio pagrindimas: apsaugos priemonių nuo COVID-19 naudojimo, siekiant mažinti viruso plitimą, svarbos žmonėms teorinė literatūrinė analizė

### COVID-19 viruso charakteristika

Virusas – neląstelinės sandaros infekcinis patogenas, negalintis augti ir daugintis už šeimininko ląstelės ribų. Viruso veikimo mechanizmas: patekęs į kūną, jis keliauja link plaučių. Patekęs į plaučius, virusas receptoriniais baltymais prisitvirtina prie epitelio ląstelės ir suleidžia savo genetinę medžiagą RNR. Tuomet ląstelė pradeda sintetinti baltymus ir RNR, kurie reikalingi naujų virusų sukūrimui. Ląstelė ilgai gamina virusus, tačiau galiausiai tampa nepakankamai pajėgi, tad plyšta jos plazminė membrana ir nauji virusai pasklinda ir infekuoja kitas ląsteles. „BIO-RAD“ atliktame *Platelia SARS-CoV-2 Total Ab* tyrime pateikiama, kad COVID-19 virusas yra su apvalkalu, kuriame galima rasti vienos grandinės teigiamo pojūčio RNR, jį sudaro 3 pagrindiniai baltymai: receptoriniai baltymai (S baltymai), voko baltymai (E baltymai) ir membraniniai baltymai (M baltymai). COVID-19 virusas – infekcinė liga, kurią sukelia koronavirusas SARS-CoV-2, tai daugiausia kvėpavimo takus paveikianti infekcija. SARS-CoV-2 koronavirusas turi teigiamos prasmės viengrandį ribonukleino rūgšties genomą. Remiantis *ACS Chemical Neuroscience* straipsniu, viruso dydis yra maždaug 29 kilobazės. Šis virusas priklauso su sunkiais ūmiais

respiraciniais sindromais susijusių koronavirusų (SARSr-CoV) giminei. Virusas yra zoononinės kilmės. Manoma, kad nuo šikšnosparnio persidavė žinduoliniam gyvūnui skujuočiui ir galiausiai mitybos grandine – žmogui. Persidavimas žmonėms galimai užfiksuotas 2019 metais Kinijoje.

**COVID-19 viruso požymiai**

COVID-19 viruso pagrindinis plitimo būdas – oro lašelinis. Žmonės šį koronavirusą išskiria kvėpavimo takų sekretų lašeliais čiaudėdami, kosėdami ar iškvėpdami į aplinką orą. Užsikrėtimui reikalingas labai artimas kontaktas tarp žmonių. Taip pat COVID-19 virusas išlieka aktyvus 72 valandas ant paviršių, todėl, palietus užkrėstą vietą ir pasitrynus akis ar pasikrapščius nosies ertmę, taip pat užsikrečiama virusu. Šio viruso inkubacinis laikotarpis (laikotarpis nuo užsikrėtimo iki simptomų atsiradimo) yra nuo 2 iki 14 dienų. *International Journal of Academic Information Systems Research* (IJAISR) straipsnyje yra pateikiami koronaviruso simptomai, kurie būna panašūs į gripo: karščiavimas, kosulys, galvos skausmas, dusulys, kaulų laužymas, skonio ir kvapo praradimas. Sunkesniais atvejais gali sukelti plaučių uždegimą, inkstų nepakankamumą, kitus sutrikimus ar mirtį. Specifinio gydymo nuo COVID-19 ligos nėra, taikomas tik simptominis gydymas. Susirgusieji gali būti visiškai išgydyti, priklausomai nuo jų sveikatos būklės bei nuo to, kada pradedamas taikyti gydymas. Europos vaistų agentūra (EMA) bendradarbiauja su Pasauline sveikatos organizacija (PSO), ieškant veiksmingų antivirusinių vaistų ir jų derinių, tačiau šiuo metu koronavirusui SARS-CoV-2 vakcinos nėra. Anot Arūno Vaitkevičiaus, iki šiol nėra nė vieno registruoto vaisto COVID-19 specifiškai gydyti. Pasaulinės sveikatos organizacijos ekspertai rekomenduoja, kad šiuo metu visi vaistiniai preparatai turėtų būti laikomi tiriamaisiais ir, kol nebus surinkta pakankamai patikimų duomenų, gali būti skiriami tik klinikinių tyrimų metu arba juos įtraukus į atitinkamus pacientų gydymo algoritmus. Ypač akcentuojama, kad neturėtų būti skatinama pacientų savigyda.

**Apsaugos priemonių nuo COVID-19 viruso klasifikacija**

Šios pandemijos laikotarpiu, medicininės kaukės yra neatsiejama žmonių gyvenimo dalis. Vienkartinės medicininės kaukės – pirmo saugumo lygio apsaugos priemonės. Jų funkcija yra apsaugoti nuo į kvėpavimo takus patenkančių dulkių, bakterijų, virusų ir kt. Taip pat jos apsaugo žmogų, kad, užsikrėtęs žmogus, nepaskleistų viruso į aplinką. Antro saugumo lygio apsaugos priemonės susideda iš vienkartinių medicininių kaukių arba FFP2 respiratorių (apsaugo nuo vidutinio dulkių lygio, kietų ir skystų aerozolių, virusų) ir vienkartinių medicininių pirštinių, kurios apsaugo odą liečiant užkrėstus paviršius. Trečio saugumo lygio apsaugos priemonės yra vienkartinės medicininės kaukės arba FFP2 respiratoriai, medicininės pirštinės, vienkartinis neperšlampamas chalatas arba vienkartinis neperšlampamas chalatas su prijuoste (apsaugai nuo viso kūno paviršiaus užterštumo), veido skydas arba prie veido priglundantys akiniai (apsauga nuo viruso patekimo į organizmą pro akių gleivinę) ir vienkartinė apsauginė kepurė. Ketvirto saugumo lygio aprangą sudaro FFP2 ar FFP3 respiratoriai, vienkartinės medicininės pirštinės, vienkartinis neperšlampamas chalatas arba vienkartinis neperšlampamas chalatas su prijuoste, arba kombinezonas, veido skydas, arba prie veido priglundantys akiniai ir vienkartinė apsauginė kepurė, jei nenaudojamas kombinezonas. Pačios saugiausios yra penkto lygio apsaugos priemonės: FFP3 respiratorius, vienkartinės medicininės pirštinės, vienkartinis neperšlampamas chalatas arba vienkartinis neperšlampamas chalatas su prijuoste, arba kombinezonas, veido skydas, arba prie veido priglundantys akiniai ir vienkartinė apsauginė kepurė, jei nenaudojamas kombinezonas, antbačiai arba uždara avalynė.

Visiems lygiams būtina ir bene populiariausia apsaugos priemonė – medicininė apsauginė vienkartinė veido kaukė arba respiratorius, todėl labai svarbu žinoti, kaip tinkamai dėvėti apsaugos priemones, siekiant apsisaugoti nuo COVID-19 viruso. Žvelgiant į SAM rekomendacijas, kaukę reikia nešioti taip, kad ji dengtų burną ir nosį, dėvint kaukę stengtis jos neliesti, nusiimant kaukę liesti tik pačius raištelius, palietus kaukę nusiplauti rankas, o vienkartinių kaukių nerekomenduojama naudoti pakartotinai ir po kiekvieno naudojimo išmesti.

**Apsaugos priemonių nuo COVID-19 viruso naudojimas**

Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija yra pateikusi rekomendacijas, kurias parengė VšĮ Respublikinės Vilniaus universitetinės ligoninės Infekcijų kontrolės skyrius, dėl asmeninių apsaugos priemonių apsirengimo ir nusirengimo sveikatos priežiūros įstaigose, kuriose gydomi įtariami ir patvirtinti COVID-19 pacientai. Asmens apsaugos priemonių užsidėjimas prasideda nuo rankų higienos, tada užsidedamas chalatas. Užsidedama medicininė kaukė, apsauginiai, prie veido priglundantys akiniai, galiausiai atliktus rankų higieną užsidedamos pirštinės. Apsaugos priemonių nusiėmimo algoritmas prasideda nuo chalato ir pirštinių nusiėmimo, tada nusiimami akiniai, medicininė kaukė ir atliekama rankų higiena.

**Apsaugos priemonių nuo COVID-19 viruso naudojimo svarba**

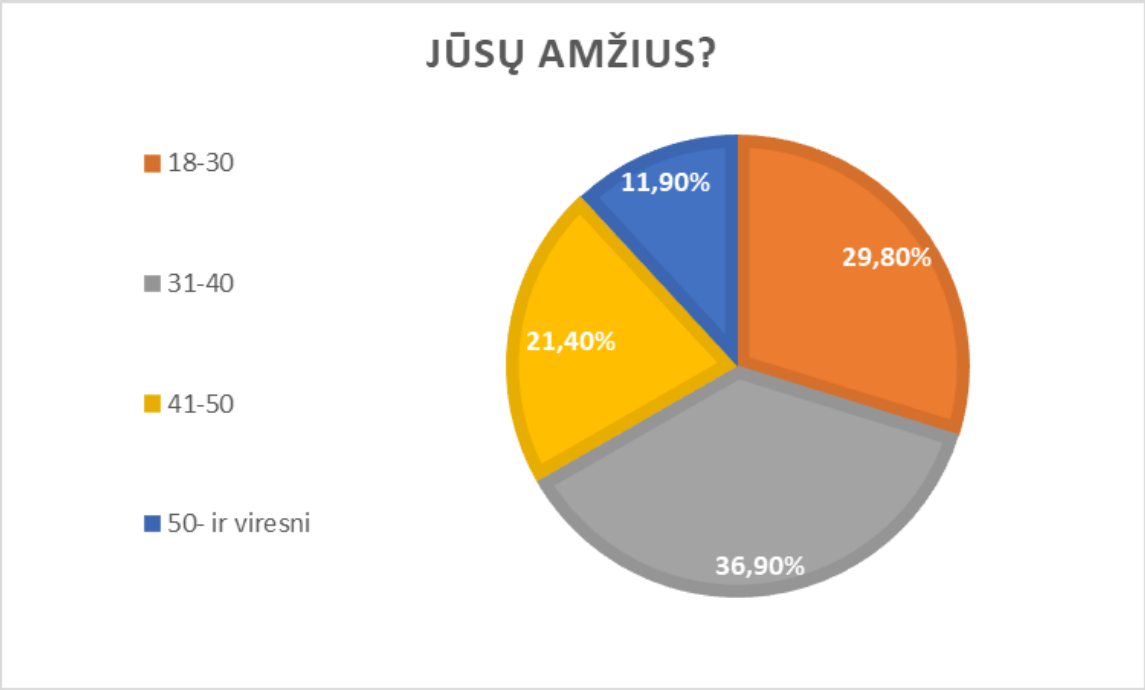
Pagal SAM rekomendacijas, kvėpavimo takų apsaugai rekomenduojama nešioti FFP2 arba FFP3 respiratorius, apsaugines kaukės, užtikrinančias kvėpavimo takų apsaugą nuo grėsmės, kurią gali lemti dulkės ir ore esančios dalelės, tokios kaip įvairūs milteliai, aerozolis, virusai ir bakterijos. Taigi respiratoriai filtruoja mūsų organizmui kenksmingas medžiagas. Akių apsaugai rekomenduojami akiniai, veido skydas, kad virusas pro akių gleivinę nepatektų į žmogaus organizmą. Kūnui – vienkartinis neperšlampamas chalatas, norint išvengti kūno užteršimo, rankoms – medicininės pirštinės, kurios dažniausiai yra naudojamos gydymo įstaigoje siekiant apsaugoti pacientus ir sveikatos priežiūros paslaugų teikėjus. Pagal Pasaulio sveikatos organizaciją, apsaugos priemonės privalo būti atsargiai užsidedamos ir nusiimamos. Rankų higienos procedūra turi visuomet būti atliekama prieš užsidedant ar nusiimant apsaugos priemones. Taip pat medicinos įstaigose dirbantys darbuotojai privalo išmesti apsaugos priemones į specialias atliekų dėžes, po to nusiplauti rankas.

## Tyrimo organizavimas

2020 m. buvo atlikta anoniminė medicinos įstaigose dirbančio personalo apklausa. Apklausai buvo panaudota apklausų atlikimo platforma www.apklausa.lt. Apklausoje dalyvavo 84 respondentai: 26 vyrai ir 58 moterys. Respondentams buvo pateikta 10 klausimų. Apklausa skirta nustatyti svarbiausias apsaugos priemones nuo COVID-19 viruso, taip pat nustatyti, kokios apsaugos priemonės dažniausiai naudojamos.

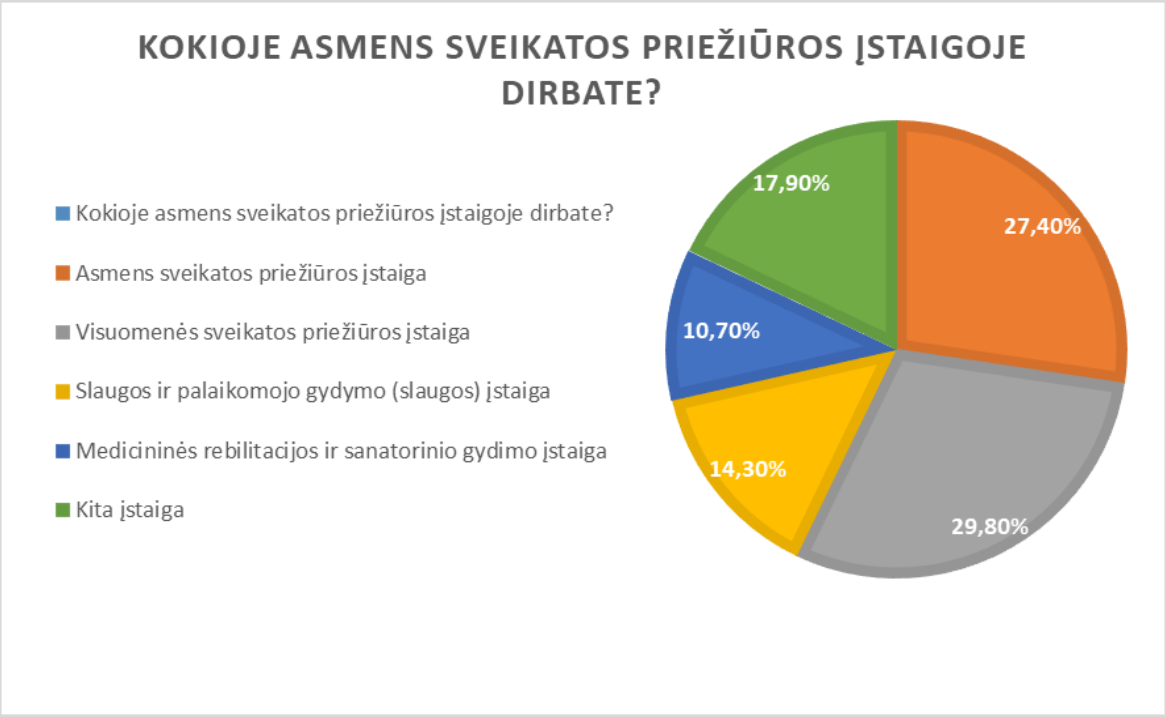
## Rezultatų pristatymas

Tyrime dalyvavo 84 respondentai.



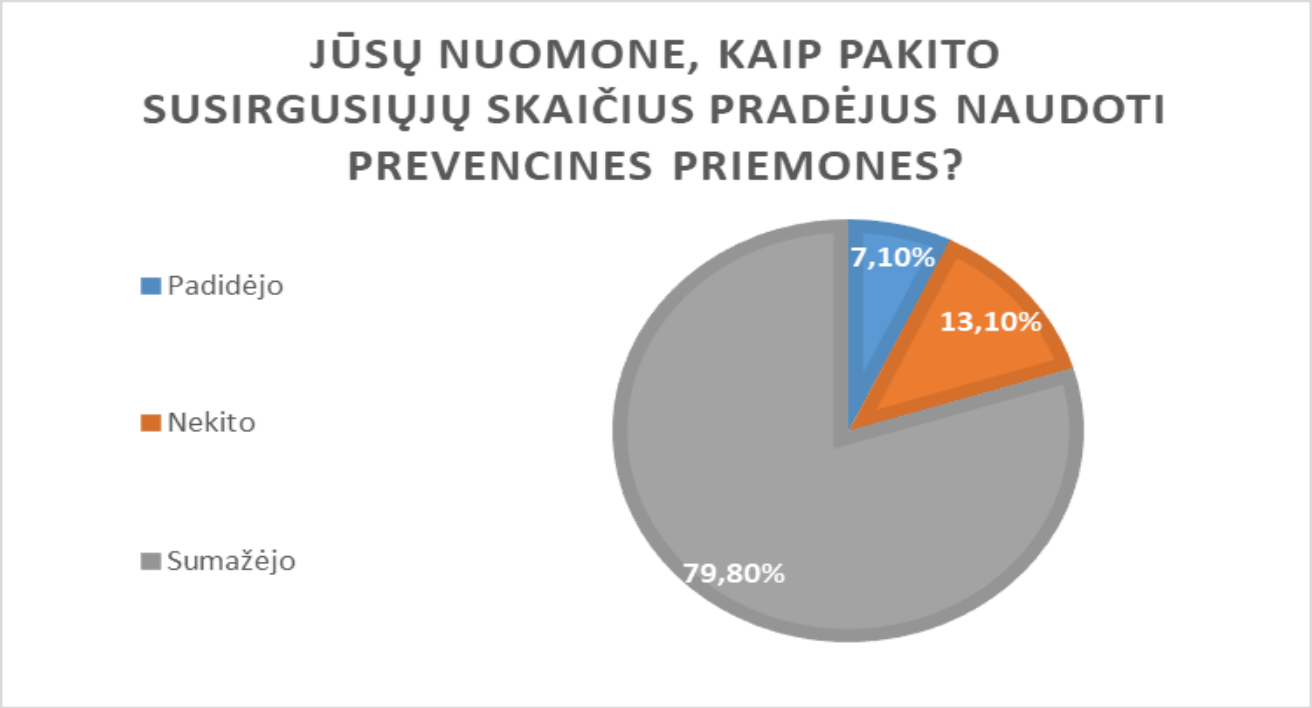

**1 pav.** Respondentų amžius

Respondentai buvo įvairaus amžiaus: 36,9 proc. sudarė 31–40 metų, 29,8 proc. sudarė 18–30 metų, 21,4 proc. Sudarė 41–50 metų ir 11,9 proc. sudarė respondentai, vyresni nei 51 metai. Iš pateiktų rezultatų galima teigti, kad medicinos įstaigose dirba įvairaus amžiaus personalas, bet dominuoja gana jauno amžiaus darbuotojai.




**2 pav.** Įstaiga, kurioje dirba respondentai

Analizuojant duomenis, kokioje asmens sveikatos įstaigoje respondentai dirba, gauti šie rezultatai: 29,8 proc. apklaustųjų dirba visuomenės sveikatos priežiūros įstaigose, 27,4 proc. – asmens sveikatos priežiūros įstaigose, 17,9 proc. – kitose įstaigose, 14,3 proc. dirba slaugos ir palaikomojo gydymo (slaugos) įstaigose, 10,7 proc. – medicininės reabilitacijos ir sanatorinio gydymo įstaigose. Iš gautų rezultatų galima teigti, jog daugiausiai apklaustųjų dirba visuomenės sveikatos priežiūros ir asmens sveikatos priežiūros įstaigose.

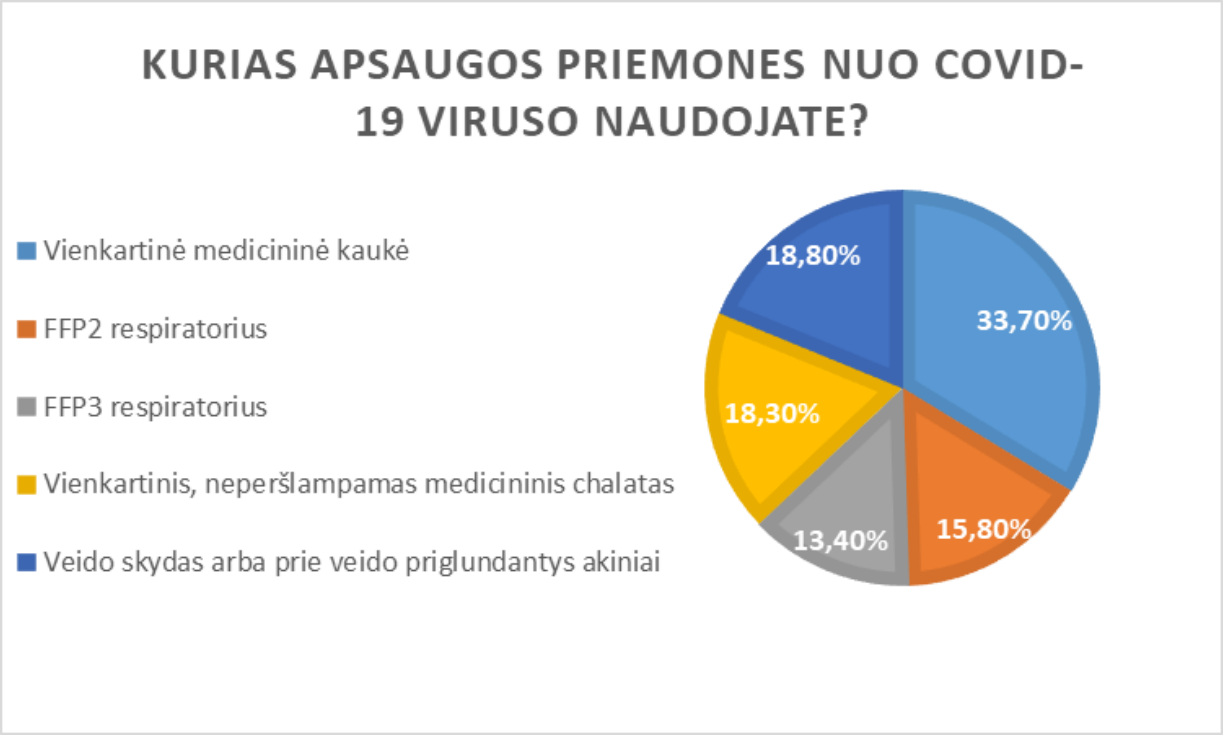



**3 pav.** Respondentų nuomonė, kaip pakito susirgusiųjų skaičius pradėjus naudoti prevencines priemones

Į klausimą, kaip pakito COVID-19 susirgusiųjų skaičius, pradėjus naudoti prevencines apsaugos priemones, 79,8 proc. respondentų atsakė, kad susirgusiųjų skaičius sumažėjo, 13,1 proc. – nekito, 7,1 proc. – padidėjo. Iš pateiktų rezultatų galima daryti išvadą, jog, pradėjus naudoti prevencines apsaugos priemones, COVID-19 virusu susirgusių asmenų akivaizdžiai sumažėjo.

**4 pav.** Ar respondentai laikosi LR sveikatos apsaugos ministerijos rekomendacijų

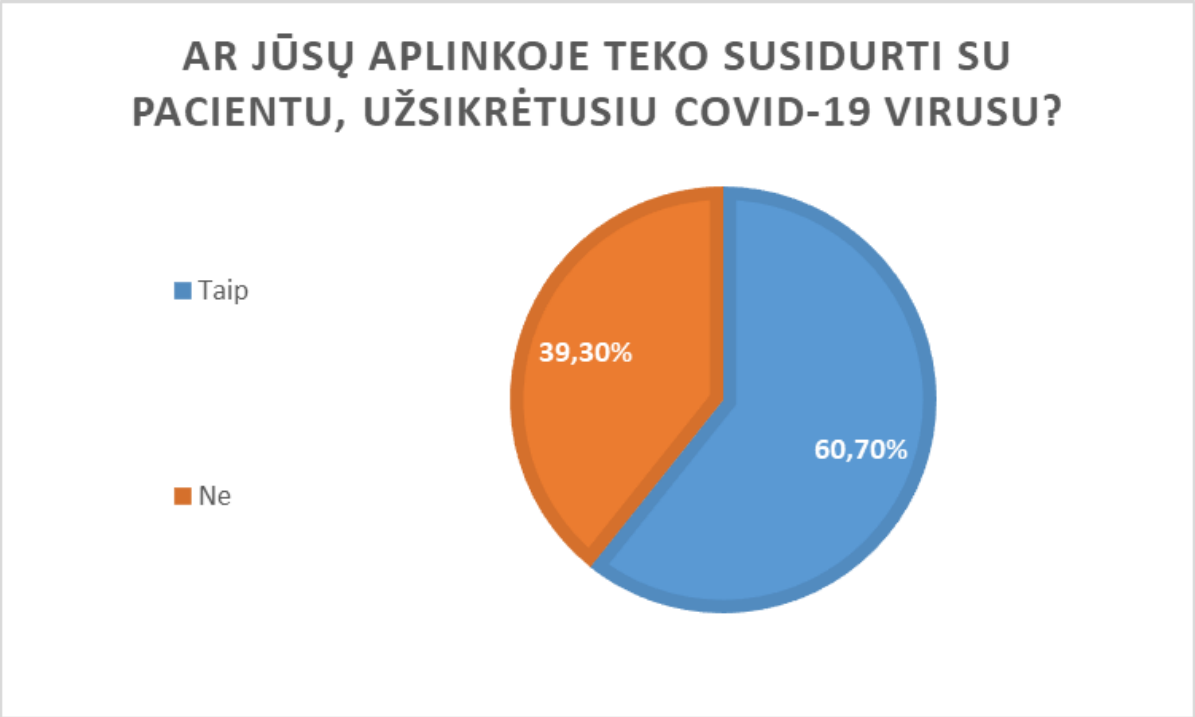
Į klausimą, ar laikotės sveikatos apsaugos ministerijos rekomendacijų dėl apsaugos priemonių naudojimo, didžioji dalis, arba 92,9 proc., apklaustųjų atsakė taip ir tik 7,1 proc. atsakė, kad ne, nesilaiko. Galima teigti, kad didžioji dauguma respondentų laikosi sveikatos apsaugos ministerijos rekomendacijų dėl apsaugos priemonių naudojimo.




**5 pav.** Kokias apsaugos priemones respondentai naudoja

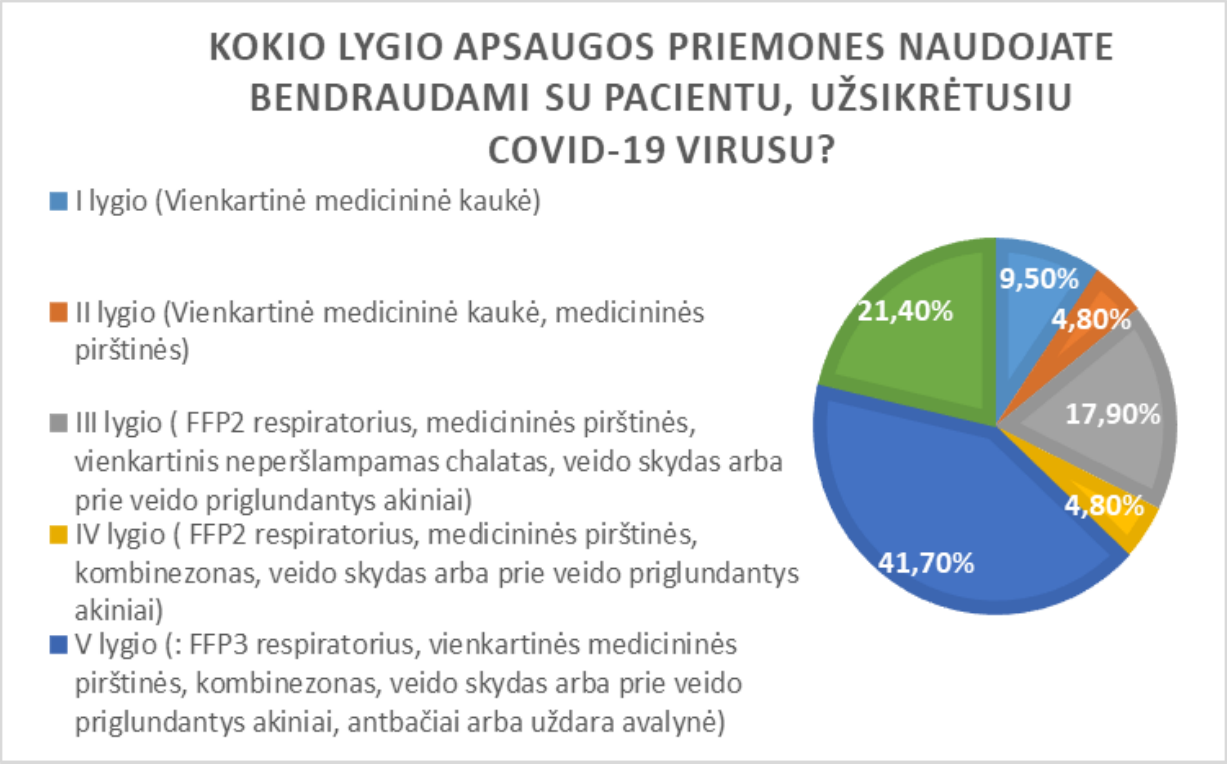
Į klausimą, kokias apsaugos priemones nuo COVID-19 viruso respondentai naudoja, 33,7 proc. Apklaustųjų atsakė, kad naudoja vienkartinę medicininę kaukę, 18,8 proc. – FFP2 respiratorių, 18,3 proc. – FFP3 respiratorių, 15,8 proc. – veido skydą, 13,4 proc. – vienkartinį neperšlampamą chalatą.

Galima teigti, jog medicinos įstaigose dirbantis personalas naudoja visas apsaugos priemones, tačiau dažniausiai dėvi vienkartines medicinines kaukes.



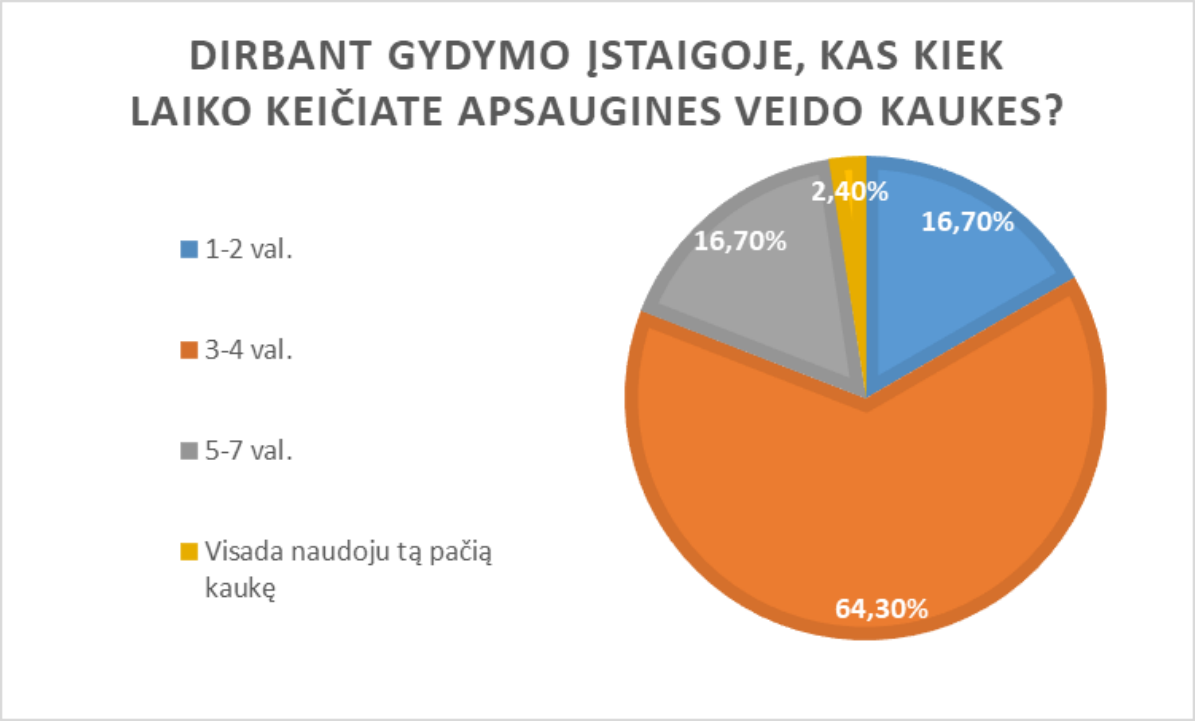

**6 pav.** Ar teko respondentui susidurti su COVID-19 užsikrėtusiu pacientu

Į klausimą, ar darbo aplinkoje teko susidurti su pacientu, užsikrėtusiu COVID-19 virusu, net 60,7 proc. respondentų atsakė, kad teko susidurti, tačiau 39,3 proc. apklaustųjų neteko. Galima daryti išvadą, kad daugumai respondentų teko susidurti su COVID-19 užsikrėtusiu pacientu.



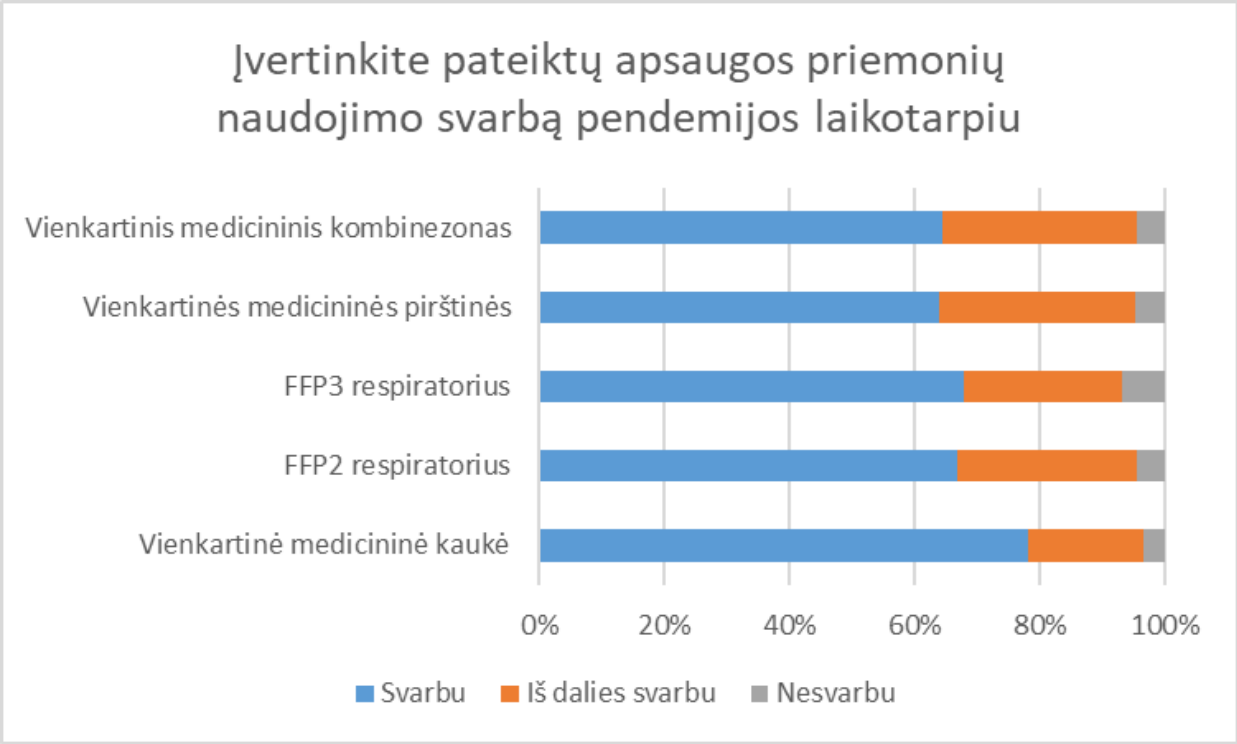

**7 pav.** Kokio lygio apsaugos priemones respondentai naudoja, bendraudami su COVID-19 virusu užsikrėtusiu pacientu

Analizuojant, kokio saugos lygio apsaugos priemones naudoja respondentai, bendraudami su COVID-19 virusu užsikrėtusiu pacientu, gauti šie rezultatai: V lygio naudoja 41,7 proc. apklaustųjų, III lygio – 17,9 proc., I lygio – 9,5 proc., II ir IV lygių – 4,8 proc., o 21,4 proc. respondentų į klausimą neatsakė, nes neturėjo sąlyčio su užsikrėtusiu pacientu. Iš pateiktų rezultatų galima teigti, kad medicinos įstaigoje dirbantis personalas, bendraudamas su pacientu, užsikrėtusiu COVID-19 virusu, dažniausiai naudoja V lygio apsaugos priemones.




**8 pav.** Respondentų apsauginių veido kaukių keitimo laikas

Į klausimą, kas kiek laiko keičia vienkartines medicinines kaukes, 64,3 proc. respondentų atsakė, kad keičia kas 3–4 val., po 16,7 proc. keičia kas 5–7 val. ir 1–2 val., 2,4 proc. – visada dėvi tą pačią kaukę. Iš pateiktų rezultatų galima teigti, kad dauguma respondentų vienkartinę medicininę kaukę keičia kas 3–4 valandas.




**9 pav**. Respondentų nuomonė dėl apsaugos priemonių naudojimo svarbos

Medicinos įstaigoje dirbantys respondentai įvertino, kad pandemijos laikotarpiu visos apsaugos priemonės yra svarbios. Tačiau pagrindine ir svarbiausia apsaugos priemone laikė vienkartinę medicininę kaukę.

## Išvados ir rekomendacijos

Teorinės analizės metu buvo aprašyta COVID-19 viruso charakteristika, kuri padės žmogui suprasti viruso veikimo mechanizmą ir jo sandarą bei požymius.

Atlikta apsaugos priemonių naudojimo svarbos teorinė analizė ir anoniminė medicinos įstaigose dirbančio personalo apklausa parodė, kad medicinos įstaigose dirba įvairaus amžiaus personalas. Darbuotojai, susidūrę su COVID-19 virusu užsikrėtusiais pacientais, dažniausiai naudoja V saugumo lygio apsaugos priemones: dėvi vienkartines medicinines kaukes, pirštines, neperšlampamus chalatus ar kombinezonus. Tyrime dalyvavusiųjų nuomone, svarbiausia apsaugos priemonė yra vienkartinė medicininė veido kaukė, kuri apsaugo nuo į kvėpavimo takus patenkančių dulkių, bakterijų, virusų ir kt., taip pat ji apsaugo, kad užsikrėtęs žmogus nepaskleistų viruso į aplinką.

Siekiant skatinti žmones būti atsakingus, rekomenduojama visur dėvėti apsaugos priemones nuo COVID-19 viruso ir taip mažinti tikimybę pandemijai plisti.

### Literatūra:


- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija. Naujasis koronavirusas: situacija stebima ir rengiamasi galimoms grėsmėms. Iš: sam.lrv.lt, [interaktyvus]. 2020 01 27 [žiūrėta 2020-11-16]. Prieiga per internetą: https://sam.lrv.lt/lt/naujienos/naujasis-koronavirusas-situacija-stebima-ir-rengiamasi-galimoms-gresmems.
- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija. Koronavirusas: prevenciniai veiksmai ir aktuali informacija (informacija nuolat papildoma). Iš sam.lrv.lt [interaktyvus]. 2020 02 25 [žiūrėta 2020-11-16]. Prieiga per internetą: https://sam.lrv.lt/lt/naujienos/koronavirusas-prevenciniai-veiksmai-ir-aktuali-informacija-informacija-nuolat-papildoma.
- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija. Lietuvoje patvirtintas pirmasis užsikrėtimo koronavirusu atvejis. Iš sam.lrv.lt [interaktyvus]. 2020 02 28 [žiūrėta 2020-11-16]. Prieiga per internetą: https://sam.lrv.lt/lt/naujienos/lietuvoje-patvirtintas-pirmasis-uzsikretimo-koronavirusu-atvejis.
- Pasaulio sveikatos organizacija. Koronavirusinė liga. COVID-19. Iš: who.int [interaktyvus]. 2020 10 12 [žiūrėta 20-11-15]. Prieiga per internetą: https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses.
- Užkrečiamų ligų ir AIDS centras. Kaip žmogus gali užsikrėsti COVID-2019. Iš: ulac.lt [interaktyvus]. Žiūrėta 2020-10-15. Prieiga per internetą: http://www.ulac.lt/lt/kaip-zmogus-gali-uzsikresti-covid-2019.
- Lietuvos mokslų akademija. COVID-19 virusologija. Iš: lma.lt [interaktyvus]. 2020 04 20 [žiūrėta 2020-11-16]. Prieiga per internetą: http://www.lma.lt/covid-19-viruso+logija.

- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija. Atsargumo priemonės ir asmens apsaugos priemonės (AAP). Iš: sam.lrv.lt [interaktyvus]. 2020 03 21 [žiūrėta 2020-11-28]. Prieiga per internetą: https://sam.lrv.lt/uploads/sam/documents/files/KORONA/Il+galaikes%20prieziuros%20istaigoms%20vadovas.pdf.
- Bio-Rad. Platelia SARS-CoV-2 Total Ab. Iš: www.bio-rad.com, [iteraktyvus]. 2020 06 [žiūrėta 2020-12-02]. Prieiga per internetą: https://www.bio-rad.com/webroot/web/pdf/inserts/CDG/lt/IFU_16008267_2020_06_LT.pdf.
- ACS Chemical Neuroscience. Iš: pubs.acs.org, [interaktyvus]. 2020 11 [žiūrėta 20-12-02]. Prieiga per internetą: https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acschemneuro.0c00122?ref=pdf.
- International Journal of Academic Information Systems Research (IJAISR). Expert System for COVID-19 Diagnosis. Iš: www.ijeais.org, [interaktyvus]. 2020 03 03 [žiūrėta 2020-12-02]. Prieiga per internetą: file:///C:/Users/Asus/Desktop/Straipsniui%20C:\Asus\Desktop\Straipsniui Covid-19\IJAISR200301.pdfCOVID-19/IJAISR200301.pdf.

# LIETUVIŲ POŽIŪRIS IR STEREOTIPAI APIE RUSŲ KULTŪRĄ IR JŲ ĮTAKA TARPKULTŪRINEI KOMUNIKACIJAI

**Matas Rajunčius, Ervinas Jengalyčevas**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
matas.rajuncius@stud.viko.lt, ervinas.jengalycevas@stud.viko.lt

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Lina Žirnelė

**Anotacija**

Straipsnio objektas – lietuvių požiūris ir stereotipai apie rusų kultūrą ir jų įtaka tarpkultūrinei komunikacijai. Tikslas – atskleisti lietuvių požiūrį į rusų kultūrą ir išlikusius stereotipus, kurie iki šiol daro įtaką šių šalių tarpkultūrinei komunikacijai. Šiuo darbu siekiama išsiaiškinti, iš kur tokie stereotipai kilo, kas lėmė jų susidarymą, kodėl toks požiūris į rusų kultūrą išliko iki šiol ir kaip stereotipai keičia tarpkultūrinę komunikaciją tarp lietuvių bei rusų. Metodai – apklausa ir turinio analizė. Tyrimo metu apklausti respondentai lietuviai, norint išsiaiškinti, kokios nuomonės ir stereotipai apie rusų kultūrą yra ypač aktualūs ir kenkia tarpkultūrinei komunikacijai bei bendradarbiavimui. Analizuojama tekstinė bei vizualinė informacija padėjo išsiaiškinti, koks yra lietuvių požiūris į rusų kultūrą ir kokie stereotipai tai atskleidžia. Gauti rezultatai atskleidžia, kad stereotipai sukelia komunikacijos trikdžius. Net ir šių dienų visuomenėje, kai tarptautinės bendruomenės skatina tautų įvairovę ir toleranciją, Rusijai nepavyksta atsikratyti stereotipų, dėl kurių kyla tarpkultūrinių nesusipratimų. Šiame pranešime ne tik bus aptartas lietuvių požiūris ir stereotipai apie rusų kultūrą tarpkultūrinėje komunikacijoje, bet ir bus pateikta siūlymų, kaip juos spręsti.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: lietuviai, rusai, stereotipai, tarpkultūrinė komunikacija, kultūra.

## Įvadas

**Temos aktualumas.** Net ir šiandien, kai tarptautinė bendruomenė skatina tautų įvairovę ir toleranciją, daugybės tautų atstovams nepavyksta atsikratyti jiems priklijuotos etiketės – stereotipo. Stereotipai iškyla spontaniškai. Jie yra mūsų tradicijas sauganti tvirtovė, po kurios priedanga galime jaustis saugiai toje padėtyje, kurią užimame. Stereotipai dažniausiai būna neadekvatūs objektyvios realybės atspindžiai, „žmogaus klaidą, išankstinį įsitikinimą priimant kaip viziją“ (Pruskus, 2012). Ko gero, vienas geriausių to pavyzdžių yra rusų kultūra, apie kurią stereotipų yra išties daug. Remiantis literatūriniais šaltiniais ir atlikta apklausa, bus aptarti dažniausi stereotipai, su kuriais susiduria rusų kultūra, taip pat bus išsiaiškinta, iš kur tokie stereotipai kyla ir kaip jie kenkia tarpkultūrinei komunikacijai. Pagrindinis dėmesys bus skiriamas lietuvių požiūriui į rusų kultūrą, taip išsiaiškinant, su kokiomis charakteristikomis lietuviams asocijuojasi rusų kultūra, taip pat sužinosime, kokiais stereotipais apie rusų kultūrą yra tikima, kaip jie kenkia tarpkultūrinei komunikacijai ir ar jie daro neigiamą ar teigiamą įtaką šalies kultūrai. Verta paminėti, kad net jei aplinkiniams stereotipai atrodo juokingi, tos šalies atstovams jie visai nepatinka ir atrodo nepriimtini. Iš vienos pusės, stereotipai palengvina santykius ir elgseną, nes žmogui nereikia galvoti, ar tai tiesa, ar melas, jis gali paprasčiausiai tikėti žiniasklaidos sudaryta nuomone. Iš kitos pusės, tikėdamas stereotipais, žmogus nepaiso asmens individualumo ir unikalumo, supratimo, kad ne visi žmonės vienodi ir kad tie stereotipai gali būti taikomi tik daliai šalies gyventojų. Daroma prielaida, kad lietuviai vis dar vadovaujasi 20-ies metų senumo stereotipais, veikiausiai atspindinčiais tą rusų kultūros įvaizdį, kuris pateikiamas žiniasklaidos.

**Straipsnio problema:** neigiamas lietuvių požiūris ir stereotipai apie rusų kultūrą ir jų įtaką tarpkultūrinei komunikacijai, tikėjimo stereotipais problematika.

**Darbo tikslas:** paneigti lietuvių tikėjimą stereotipais, kurie daro neigiamą įtaką rusų kultūrai ir tarpkultūrinei komunikacijai.

**Darbo uždaviniai:**

- išanalizuoti problemas apie Rusijos kultūros stereotipus, kurie sudaro blogą nuomonę apie šią šalį, ir pagrįsti, kaip tai trukdo tarpkultūrinei komunikacijai;
- išsiaiškinti, iš kur atsiranda stereotipai ir kas priverčia žmones jais tikėti;
- atlikti apklausą ir išanalizuoti, koks lietuvių požiūris į rusų kultūrą ir kokiais stereotipais jie tiki;
- įrodyti, kad dauguma stereotipų yra melas, kad jie tik žiniasklaidos gandai, susiformavę iš žmonių pasakojimų ar asmeninės patirties su kitos kultūros atstovais;
- išanalizuoti situaciją bei pateikti siūlymus ir sprendimo būdus, kurie padėtų kovoti su neigiamais stereotipais.

**Tyrimo hipotezė:** siekiama įrodyti, kad lietuviai neturėtų pasikliauti stereotipais apie rusų kultūrą, nes gana dažnai tie stereotipai yra tik žiniasklaidos ar asmeninės patirties apie kultūrą suformuota nuomonė, trukdanti tarpkultūrinei komunikacijai ir bendradarbiavimui.

**Tyrimo metodas:** apklausa ir turinio analizė.

Kiekvienas individas suvokia pasaulį pagal savo vertybes ir normas, egzistuojančias jo kultūroje. Dėl tos priežasties žmonių įsivaizdavimas apie pasaulį priklauso nuo to, kokioje kultūroje jis gimė ir buvo auklėjamas. Norint suprasti, kodėl vienos ar kitos kultūros atstovas elgiasi būtent taip, o ne kitaip, reikia išsiaiškinti, kaip jis suvokia pasaulį ir kaip tas pasaulis atrodo jo akimis. Tą įsivaizdavimą apie kitos kultūros atstovo elgesį, veiksmus daugiausia ir nulemia stereotipai. Iš esmės stereotipai – tai „melagingi, nekokybiški ir netobuli, vidutiniški dariniai arba išankstiniai nusistatymai: emociniai simboliai, fiksuoti vaizdiniai, turintys savo vertinamąjį elementą, kuris pasireiškia kaip orientaciją į emocinį bendravimą“ (Pruskus, 2012). Stereotipai yra būdingi daugeliui kultūrų, apie jas kuriami filmukai, anekdotai, karikatūros, klijuojamos etiketės. Dažnai stereotipai sukuria ir neigiamą kultūros įspūdį, o tai sukelia tarpkultūrinius komunikacijos trikdžius, tam tikrą nepasitenkinimą ar pyktį kitai kultūrinei aplinkai, neretai tokioje kultūrinėje erdvėje nenorima net lankytis. Ko gero, vienas geriausių to

pavyzdžių yra rusų kultūra, kuri dėl žiniasklaidos sudaryto įvaizdžio, žmonių pasakojimų ir istorijų, istorinės, politinės ir ekonominės padėties stereotipų turi daugiausiai. Gana daug stereotipų apie rusų kultūrą yra susidarę ir lietuviai, todėl šiame straipsnyje bus aptariamas būtent lietuvių požiūris ir stereotipai apie rusų kultūrą ir jų daromą įtaką tarpkultūrinei komunikacijai. Remiantis literatūriniais šaltiniais ir atlikta apklausa, galima teigti, kad daugelio kultūrų atstovai, iš jų ir lietuviai, apie rusus galvoja kaip apie labai daug alkoholio vartojančią tautą, kurioje tokie alkoholiniai gėrimai, kaip degtinė ar alus, yra neatsiejami kultūros simboliai. Pasak S. Ryžakovos ir M. Zavjalovos (2004), didžioji dalis lietuvių, paklausus, „Kas, Jūsų nuomone, galėtų būti Rusijos simbolis?“, atsakė, kad Rusijos simbolis yra degtinės butelis. Šiam semantiniam laukui neabejotinai priklauso ir tokie atsakymai kaip samanė, spiritas, raudona nosis. Be menkiausios abejonės, dažnai buvo įvardijami ir įvaizdžiai, susiję su komunistine praeitimi: raudona penkiakampė žvaigždė, raudona spalva, raudoni tankai, kūjis ir pjautuvas, Stalinas ir Leninas. Tai galima susieti su buvusia Lietuvos situacija iki Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo, kai Lietuva buvo okupuota ir priklausė Sovietų Sąjungai. Pažymėtina, kad asmenys, kaip Rusijos simbolis, taip pat buvo minimi gana dažnai, pavyzdžiui, Puškinas, Dostojevskis, Tolstojus ir t. t. Klausimas apie Rusijos simbolį, matyt, gerokai paveikė paauglių vaizduotę, nes jie kūrė gana sudėtingus įvaizdžius, pavyzdžiui, „pikta stora meška ant degtinės statinės“; „Gorbačiovo plikė raudonam fone“. Tokie atsakymai parodo stiprų polinkį stereotipizuoti Rusijos įvaizdį.

Panašūs rezultatai buvo pastebėti ir atliktoje apklausoje, kurioje daugelis respondentų rusų kultūrą sieja su tokiais įvaizdžiais kaip degtinė, Putinas, meška, Maskva, Sibiras, šaltis, Sovietų Sąjunga, keiksmažodžiai. Iš šių atsakymų galima daryti prielaidą, kad daugelis respondentų rusų kultūrą sieja su dideliu alkoholio vartojimu, taip pat pastebimas šalies prezidentas Vladimiras Putinas, apie kurį taip pat daugybė neigiamų nuomonių. Išryškėja šalčio, prasto oro tendencijos, miškai, kuriuose gyvena meškos, taip pat yra paminėta ir šalies sostinė – Maskva, pastebima ir istorinė praeitis – Sovietų Sąjunga, kuriai ilgą laikotarpį priklausė ir Lietuva. Įžvelgiami ir trėmimai į Sibirą, kai žmonės traukinio vagonais buvo gabenami į nežinią, nežinant, ar bus maisto, pastogė, išgyvenimo sąlygos, net ar bus sulaukta rytojaus. Taip pat išskiriama, kad, lietuvių respondentų nuomone, nemaža dalis rusų kultūros atstovų vartoja keiksmažodžius, yra agresyvūs, dažnai geria. Verta pabrėžti, kad nors neigiami respondentų įvaizdžiai apie rusų kultūrą dominuoja, yra ir teigiamų kultūros įvaizdžių: minimos gražios moterys, neaprėpiama šalis, miškai, literatūra ir žymūs žmonės.

Nepaisant to, kad yra ir teigiamų įvaizdžių, neigiami įvaizdžiai vis dėlto dominuoja. Labai daug atsakiusiųjų rusų kultūrą sieja su agresyvumu, alkoholizmu, impulsyvumu, taip pat gana dažnai teigiama, kad ten labai šalta, ypač Sibire, žmonės gyvena ganėtinai skurdžiai. Kai kurie respondentai išskiria, kad Rusijoje yra daug mafijos grupuočių, kurios vykdo nusikalstamą veiklą, užsiima korupcija, taip pat pamini ir prostitucijos miestuose problemą. Kita dalis respondentų teigia, kad ten daug kontrabandos, rusai nedraugiški, susiraukę, bendrauja tik rusų kalba, nepripažįsta kitų kalbų ir nesistengia jų išmokti. Remiantis kai kuriais etnopsicholingvistinio tyrinėjimo rezultatais, galima teigti, kad lietuviai, kalbėdami apie rusus, dažnai išskiria nacionalinės simbolikos objektus, žmonių savybes ir komunistinius valstybingumo simbolius. Rusas lietuvių vaizduotėje yra negražus, išpampęs nuo gėrimo, girtuoklis, benamis arba milijonierius, neaukštas, barzdotas, niūraus, nepatenkinto, susiraukusio veido, apkūnus, turi didžiulę mėlyną ar raudoną nosį, apsivilkęs treninginius drabužius, su degtinės buteliu, tamsiais akiniais ir cigarete dantyse arba žmogelis, sėdintis ant statinės, kurio rankose – puodelis išmaldai, o burnoje – gliaudomos saulėgrąžos. Pats žmogelis toks girtas, kad vos pakruta.

Tokios lietuvio ypatybės, kaip „santūrus, uždaras, nekalbus, ramus“, priešinamos ruso „atvirumui, plepumui, triukšmingumui“. Ši opozicija ryškiai iliustruoja kultūrų tipų skirtumus – individualizmo tipui, vakarietiškam, europietiškam elgesio stiliui, artimesnė lietuvių kultūra, o kolektyvizmui artimesnė rusų kultūra. Tai galima pagrįsti G. Hofstede kultūrų matavimo teorija, kurioje atskleidžiama, kad lietuvių kultūra individualistinė, tuo tarpu rusų kultūra priskiriama labiau kolektyvistinei. Negana to, R. D. Lewisas kultūrų grupavimo modeliu pabrėžia, kad rusų kultūra yra daugiaplanė – jie ekstravertai, nekantrūs, šnekūs, jiems svarbiausia bendravimas su žmonėmis, o lietuvių kultūra labiau linksta į vienaplaniškumą, kurios atstovai labiau intravertai, ramūs, ne tokie jausmingi (Baraldsnes, 2012).

Apibendrinant tai, kas buvo aptarta, galima teigti, kad nors ruso įvaizdis lietuvių vaizduotėje atrodo gana stereotipiškas, toks įvaizdis yra kilęs tikrai ne iš niekur. Tokie įvaizdžiai sudaro stereotipus, atsirandančius dėl daugelio priežasčių, pvz., dėl išsilavinimo, intelekto, asmeninės patirties, ir gali būti pritaikomi tik daliai rusų kultūros atstovų. Reikėtų nepamiršti, kad rusų kultūra keičiasi, kartos taip pat, todėl nebūtų tikslinga aklai pasitikėti žiniasklaidos sudaryta nuomone ar socialiniuose tinkluose viešinamomis juokingomis istorijomis ar filmukais, kurie išties nesudaro tikrojo rusų kultūros vaizdo. Todėl, prieš susidarant nuomonę apie rusų kultūrą, pirmiausia vertėtų pasidomėti apie stereotipų realumą, nes jie gali sukelti tam tikrų trikdžių tarpkultūrinei komunikacijai, pavyzdžiui, jei lietuviai manys, kad rusai nedraugiški, susiraukę, bendrauja tik rusų kalba, nepripažįsta kitų kalbų, nesistengia išmokti kitų kalbų, ko gero, manys, kad tikrai neverta net pradėti bendrauti.

Žinoma, šis stereotipas yra tik viena nuomonė iš daugelio, tačiau kiekvienas toks visuomenėje prigijęs stereotipas daro žalą tarpkultūrinei komunikacijai. Dėl tos priežasties neigiami rusų kultūros stereotipai išties yra žalingi, pradedant nuo komunikacijos su kitomis kultūromis ir baigiant turizmu – neigiama žiniasklaidos suformuota nuomonė gali atbaidyti turistus ir pan. Verta nepamiršti, kad rusų kultūra nuolat keičiasi, todėl tikrai nereikėtų vadovautis išankstinėmis išvadomis, kurios buvo sudarytos prieš kelis dešimtmečius.

Iš esmės stereotipai nėra blogi. Paprastai susiformavusių stereotipų paskirtis dažniausiai būna teigiama, nes jais siekiama trumpai apibrėžti vieną ar kitą kultūrą. Tokiu būdu greitai sužinai apie vieną ar kitą tautą, socialinę grupę. Bėda ta, kad stereotipai greitai prigyja ir retai keičiasi, todėl dažnai atspindi pasenusią realybę. Pavyzdžiui, stereotipai apie rusų kultūrą labai pastebimi žiniose, politikoje, vaizdo žaidimuose, stereotipai taip pat labai gajūs filmuose, socialiniuose tinkluose. Stereotipai atsiranda iš šalyje dažnai pasikartojančių įvykių ar bruožų, iš teisybės ir neteisybės. Jais tikėti verčia dabartiniai laikai, praeities nuoskaudos. Didelę įtaką stereotipams turi ir žiniasklaida, kuri parodo šiek tiek hiperbolizuotus stereotipus.

Verta paminėti, kad tiek rusų, tiek lietuvių kultūros atstovai savo kultūrą yra labiau linkę vertinti etnocentriškai – labiau girti savo tautą, tuo tarpu kritikos kitų kultūrų atžvilgiu tikrai netrūksta. Anot S. Ryžakovos ir M. Zavjalovos (2004), rusai

lietuvių akimis yra girtuokliai, kalbūs, plepūs ir draugiški, atviri, linksmi, tačiau tuo pačiu nemandagūs, triukšmingi ir pikti, tuo tarpu rusai patys save apibūdina kaip gerus, darbščius, drąsius ir stiprius. Rusai lietuvius vadina godžiais, įžūliais, pasipūtusiais ir piktais, tuo tarpu lietuviai patys save laiko užsidariusiais, pavydžiais, tačiau nuoširdžiais, darbščiais ir draugiškais žmonėmis. Dėl to tarsi būtų galima daryti prielaidą, kad lietuviai rusų kultūrą kritikuoja gana daug, tačiau tikrai nestokoja kritikos ir sau. Tai parodo, kad lietuviai gali pakeisti nuomonę apie rusų kultūrą, jei tik visuomenėje – žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose, konferencijose, aukštosiose ir vidurinėse mokyklose – bus pateikiama daugiau ne tik neigiamo, bet ir teigiamo turinio apie rusų kultūrą, kad būtų pateikiamos ne tik problemos, tačiau ir sprendimo būdai, išsiaiškinama iš kur tos problemos kilo ir ką reikėtų padaryti, norint užkirsti šioms problemoms kelią.

**1 lentelė.** Lietuvių ir rusų charakterio bruožai (Ryžakova ir Zavjalova, 2004) (N = 200)

| Lietuvių charakterio bruožai | | Rusų charakterio bruožai | |
|---|---|---|---|
| lietuvių akimis | rusų akimis | lietuvių akimis | rusų akimis |
| užsidarę (14)<br>pavydūs (12)<br>nuoširdūs (12)<br>darbštūs (11)<br>draugiški (10)<br>godūs (8)<br>linksmi (8)<br>geraširdiški (7)<br>svetingi (6)<br>santūrūs (6) | godūs (36)<br>įžūlūs (14)<br>pasipūtę (13)<br>kvaili (11)<br>dideli nacionalistai (11)<br>gudrūs (9)<br>išsišokėliai (8)<br>tinginiai (7)<br>pataikūnai (7)<br>pikti (6) | girtuokliai (daug geria) (25)<br>kalbūs, plepūs (13)<br>draugiški (7)<br>atviri (6)<br>linksmi (6)<br>nemandagūs (5)<br>triukšmingi (4)<br>tinginiai (4)<br>pikti (4)<br>kvaili (4) | geri (28)<br>drąsūs (28)<br>darbštūs (23)<br>stiprūs (20)<br>paprasti (bendraudami) (13)<br>kantrūs (ištvermingi) (13)<br>patriotai (12)<br>labai protingi (12)<br>linksmi (11)<br>geraširdiški (10) |

Ko gero, vienas geriausiai žinomų stereotipų apie rusų kultūrą yra alkoholizmas, tačiau daugelis turbūt nesusimąsto, kad, keičiantis visuomenei, keičiasi ir mentalitetas. Kadaise buvęs tipiškas rusas, kurį vos ne kiekvieną savaitgalį buvo galima rasti bare geriantį, tampa retenybe. Nepaisant savo istorijos ir tradicijų, degtinę Rusijos didžiuosiuose miestuose keičia hipsterių ir vyno barai, kurie degtinę pakeitė gruziniškais vynais ir amatiniu alumi. Kita vertus, alkoholio vartojimas, ypač degtinės, vis dar išlieka labai didele problema. Degtinė kartu su cigaretėmis yra visur, kur tik pažvelgsi, ypač atokesnėse kaimo vietovėse. Galbūt atokesniuose regionuose vis dar tokia probleminė alkoholio vartojimo kultūra yra susijusi su „stebuklinga ir gilia Rusijos siela“, kuri visada ieško atsakymų į tikrai sunkius gyvenimo ir mirties klausimus. O gal tai yra kažkas likęs iš baudžiavos ar sovietinių laikų, kai žmonės visada turėjo kažkokio simbolinio tėvo figūrą, kuri jais rūpinosi – prieš revoliuciją tai galėjo būti šeimininkas ar feodalas, o sovietmečiu tai akivaizdžiai buvo valstybė.

Kitas, bet ne mažiau žinomas stereotipas yra tas, kad rusų kultūra yra pavojinga dėl korupcijos, mafijos ir kitų kriminalinių grupuočių. Tai tik iš dalies tiesa, nes nors korupcija Rusijoje vis dar paplitusi, didžioji šalies dalis yra gana saugi. Tiesą sakant, dėl neįtikėtinai didelių policijos pajėgų didžiausiuose miestuose Rusija iš tikrųjų gali būti saugesnė nei dauguma Vakarų šalių. Tiek Maskvos, tiek Sankt Peterburgo centriniai rajonai yra ypač saugūs net vienišoms keliautojoms.

Vis dėlto budrumas vis dar būtinas, ypač einant per požemines perėjas, naktiniuose traukiniuose ar metro, aplink barus ir klubus.

Gana žinomas stereotipas apie rusų kultūrą yra ir tai, kad rusai labai nedraugiški, niekada nesišypso ir nemėgsta užsieniečių. Priešingai, žmonės Rusijoje yra gana malonūs ir atviri. Jie mėgsta kalbėtis ir daugeliu atvejų maloniai atsakys į klausimus, paaiškins, kaip rasti kelią. Tačiau jei jie nemoka kalbos, gali sutrikti ir tiesiog nueiti. Norint gauti patarimų, geriau klausti jaunesnių žmonių, nes jie geriau mokės anglų kalbą ir galės atsakyti į klausimus. Viešbučiuose, informacijos centruose, didelėse parduotuvėse, restoranuose ar turizmo agentūrose dirba angliškai kalbantys darbuotojai, todėl dažniausiai tai yra gana gera vieta kreiptis pagalbos. Rusai mėgsta šypsotis, tačiau retai tai daro nepažįstamiesiems, nes Rusijoje gajus stereotipas, kad juokas be priežasties yra kvailumo ženklas. Todėl, kai rusas šypsosi, tai jo šypsena tikra. Be abejonės, rusų kultūros atstovai geriausiai jaučiasi draugų, šeimos ir artimųjų apsuptyje.

Reikia išskirti ir stereotipą, teigiantį, kad Rusija yra labai šalta valstybė, kurioje gatvėmis net baltosios meškos vaikšto. Tikrai ne, gatvėse meškų nėra. Tik zoologijos soduose ar cirkuose. Tik į kai kuriuos Sibiro kaimus meškos kartais užklysta. Kalbant apie klimatą, Rusija yra didžiulė šalis, turinti net septynias klimato zonas, todėl orai gali pasidaryti gana ekstremalūs: nuo + 45 ℃ vasarą Kalmukijos regione iki mirtino –64 ℃ šalčio Oimiakono gyvenvietėje žiemą. Tačiau didžioji šalies dalis yra vidutinio klimato zonoje, todėl labai šalta nėra. Tai puikiai atskleidžiama ir straipsnyje „Exploring Structure and Salience of Stereotypes about Russia“, kuriame pateikiami Malaizijos studentų apklausos rezultatai, kurie teigė, kad Rusija yra didelė ir šalta šalis. Atsižvelgiant į stereotipų tyrimus socialinės psichologijos srityje, stereotipas šiame straipsnyje apibrėžiamas kaip „psichinis įvaizdis apie Rusiją, kurį turi besimokantieji rusų kalbos“, o bendru sutarimu paremtas stereotipas apibrėžiamas kaip „įvaizdis apie Rusiją, kuriuo pasidalijo daugiau nei dešimt procentų besimokančiųjų kalbos“. Kai kurie šiame tyrime dalyvavę studentai tipišką rusų kultūros atstovų elgesį ir bruožus apibūdino taip: „Rusijos žmonės geria degtinę“, „žmonės žiemą nešioja

kailius ir odą“, „turi stiprų akcentą kalbėdami užsienio kalbomis“. Negana to, dažniausiai pasitaikantys stereotipai buvo susiję su geografija, klimatu, technologijomis, kultūra, menu, kalba, miestais ir žmonėmis.

Verta paminėti, kad minėtą straipsnį galima susieti su atlikta apklausa, kurioje labai išryškėja vartojamo alkoholio, ypač degtinės, stereotipas. Taip pat galima palyginti ir su straipsniu „Lietuvių ir rusų požiūris vienų į kitus: kai kurie etnopsicholingvistinio tyrinėjimo rezultatai“, kuriame taip pat išryškėja labai panašūs alkoholio vartojimo, nusikalstamumo, šalčio, Sovietų Sąjungos stereotipai, kurie yra gajūs ne tik lietuvių, tačiau ir kitų kultūrose.

**Metodai ir imtis**

Tyrimas atliktas remiantis literatūros šaltiniais apie tai, kaip Rusijos įvaizdis, kultūra ir šalies stereotipai yra pateikiami žiniasklaidoje. Taip pat buvo atlikta apklausa, kurios tikslas buvo paneigti lietuvių pasitikėjimą stereotipais, darančiais neigiamą įtaką rusų kultūrai ir tarpkultūrinei komunikacijai. Apklausoje dalyvavo Vilniaus kolegijos trečio kurso studentai. Tyrimą sudarė dešimt klausimų, į kuriuos studentai atsakė remdamiesi savo nuomone ir asmenine patirtimi. Anketa buvo visiškai anoniminė, nereikėjo rašyti jokių asmeninių duomenų, respondentų atsakymai buvo panaudoti tik apibendrintai analizei.

**Rezultatų pristatymas**

Apklausoje, kurios tikslas buvo išanalizuoti, koks yra lietuvių požiūris į rusų kultūrą, kokiais stereotipais jie tiki ir kokią įtaką tai daro tarpkultūrinei komunikacijai, dalyvavo dvidešimt devyni respondentai. Remiantis analizės rezultatais, galima teigti, kad daugiau nei pusė respondentų buvo vyrai, mažesnę dalį sudarė moterys. Analizėje dalyvavo įvairių tautybių atstovai: lietuviai sudarė 82,8 proc., lenkai – 13,8 proc. ir rusai – 3,4 proc. visų apklaustųjų. Į klausimą „Su kokiais penkiais žodžiais jums asocijuojasi Rusija?“ buvo pateikta daug skirtingų ir stereotipinių asociacijų, todėl buvo išskirti keli populiariausi atsakymai: „ rusai geria daug degtinės“, „gražios moterys“, „lokys“, „Rusijoje yra pilna korupcijos“, „rusai yra pikti žmonės“. Dauguma šių asociacijų yra susijusios su neigiamais stereotipais apie rusų kultūrą. Anketoje buvo klausimas apie tai, ar respondentai tiki įvairiomis asociacijomis ir stereotipais. Išanalizavus apklausos rezultatus, paaiškėjo, kad 20,7 proc. žmonių tiki visais stereotipais. Tai parodo, kad stereotipai daro labai didelę įtaką žmonėms ir priverčia tikėti įvairiais mitais. Atsakydami į klausimą „Kokiais stereotipais apie Rusiją jūs tikite?“, respondentai pateikė beveik analogiškus atsakymus, kaip ir į klausimą apie asociacijas.

Išanalizavus kiekvieną stereotipą, galima įrodyti, kad dauguma stereotipų yra mitas. Verta pabrėžti, kad populiariausias respondentų atsakymas buvo degtinė. Ne paslaptis, kad tai yra labiausiai žinomas ir visur vartojamas stereotipas apie Rusiją, šalies kultūrą ir gyventojus. Kitų kultūrų atstovai yra įsitikinę, kad rusai alkoholį vartoja kiekvieną dieną, o šalies vaikai pusryčiams gauna degtinės. Šis stereotipas yra mitas. Pagal suvartojamo alkoholio kiekį rusai pasaulyje užima ketvirtą vietą. Trečią vietą užima Lietuva, antra – Moldova, na, o pasaulio čempionė yra Baltarusija. Nors šis stereotipas paneigtas, vis dėlto Rusijoje alkoholizmas yra viena iš svarbiausių problemų.

Viena iš pagrindinių alkoholio vartojimo priežasčių yra žemas pragyvenimo lygis, palyginti su kitomis šalimis. Mažesniuose miestuose daugelis gyvena skurdžiai, žmonės neturi galimybių susimokėti už mokslus, jaunimui mieste trūksta veiklos, dėl šios priežasties daugelis anksti pradeda vartoti alkoholį, įvairius narkotikus.

Rusijoje vyrai vidutiniškai gyvena 63 metus, moterys sulaukia 75-erių, tuo tarpu Europos vidurkis – 77-eri ir 83-eji metai. Kas penktas rusas miršta dėl besaikio alkoholio vartojimo (Klimčiauskaitė, 2016).

**2 lentelė.** Populiariausios asociacijos apie rusų kultūrą (N = 29)

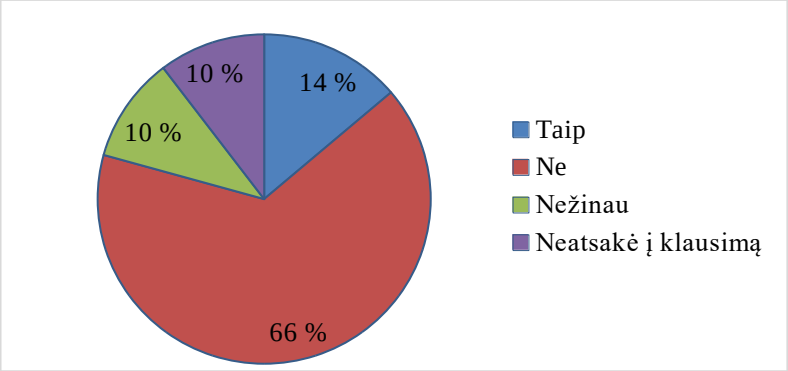
| Populiariausios asociacijos apie rusų kultūrą | Atsakiusiųjų respondentų skaičius |
|---|---|
| Rusai geria daug degtinės | 16 |
| Agresyvūs, pikti žmonės | 12 |
| Lokys | 7 |
| Korupcija | 7 |
| Gražios moterys | 3 |

Antras respondentų atsakymas buvo „gražios moterys“. Rusų kultūros atstovės yra žinomos dėl grožio, nepriekaištingos odos ir patenka tarp pasaulyje gražiausių moterų trejetuką. Akį traukiančią gražuolę galima pamatyti ne tik Maskvoje, bet ir atokiausiuose Sibiro kampeliuose, kur buvo atrasta pasaulinio garso manekenė Irina Shayk. Moterų žavesys – tai neatsiejama rusų kultūros dalis.

Apklausoje trečią vietą pagal populiarumą užima rusų kultūros simbolis lokys. Lokys visada buvo folkloro kūrinių objektas. Jis simbolizuoja Rusiją, kaip galingą ir nepriklausomą valstybę. Kitų kultūrų atstovai tiki, kad meškos laisvai vaikšto Rusijos miestų gatvėmis ir bet kada gali užpulti žmones. Tačiau tai taip pat yra tik mitas. Rusijoje šių gyvūnų tikrai nemažai, bet jie nevaikšto gatvėmis ir nepuola žmonių. Tai iš žiniasklaidos gandų susiformavęs stereotipas, kad rusai yra bebaimiai, labai stiprūs žmonės, kurie plikomis rankomis kovoja su lokiais kiekvieną dieną.

Ketvirtas pagal dažnumą stereotipas – „Rusija yra pilna korupcijos“. Iš dalies šis stereotipas yra tiesa. Rusija yra viena iš labiausiai korumpuotų valstybių pasaulyje. „Transparency International“ sudarytame korupcijos reitinge šalis užima 138 vietą iš 180. Tačiau tai neturi trukdyti turistui pažinti valstybės kultūrą ir ją aplankyti.

Dar vienas gana populiarus stereotipas, kuriuo tiki lietuviai, kad rusai yra „pikti žmonės“. Tai melas. Gal iš pradžių šypsenos sulaukti ir sunku, tačiau geriau susipažinus rusai tikrai parodo savo šilumą ir svetingumą. Tai yra susiję su jų gyvenimo būdo taisyklėmis. Pavyzdžiui, Rusijoje šypsena toli gražu nėra puikios nuotaikos rodiklis, tai – draugiškumo ženklas, kuris parodomas tuomet, kai nuoširdžiai tai jaučiama. Tik suartėję su nepažįstamais žmonėmis rusai parodo visą savo geranoriškumą ir ištikimybę. Turistui, kuris nori sužinoti kelią arba laiką, gali pasirodyti, kad rusų kultūros atstovo atsakymas yra piktas, nenorom pasakytas, tačiau taip atrodo tik todėl, kad rusams nėra priimtina šypsotis nepažįstamiems žmonėms.




**1 pav.** Ar visi stereotipai sudaro neigiamą požiūrį į rusų kultūrą? (N = 29)

Išanalizavus apklausos atsakymus, galima teigti, kad lietuviai, kaip ir kitų kultūrų atstovai, tiki populiariausiais stereotipais apie rusų kultūrą, iš kurių dauguma yra melas. Respondentai taip pat labai detaliai išreiškė savo nuomonę apie tai, kaip blogi stereotipai apie Rusiją trukdo tarpkultūrinei komunikacijai. Anketos dalyvių nuomone, blogi stereotipai gali sudaryti neteisingą požiūrį apie bendrą valstybės įvaizdį. Bet stereotipo populiarumas neatspindi tikros valstybės būsenos, tik jos dalį. Nors kartais gali atrodyti, kad jei stereotipas populiarus, tai jis tikras ir visi juo tiki. Ir dažniausiai tai būna neigiami stereotipai. Tokie stereotipai trukdo bendrauti, užmegzti darbo ir tarpusavio ryšius, kadangi susidaroma išankstinė bloga nuomonė apie kultūrą. Šalys vengia palaikyti darbo santykius, kenčia turizmas, bendras šalies įvaizdis blogėja, didėja atskirtis tarp bendraujančių pusių.

Išanalizavus visą situaciją ir anketos rezultatus, galima daryti išvadą, kad lietuvių požiūris į rusų kultūrą yra neigiamas, bet palengva keičiasi. Tai priklauso nuo žmogaus amžiaus. Vyresnio amžiaus žmonių požiūris į rusų kultūrą yra neigiamas dėl įvairių aspektų, pradedant rusų keiksmažodžiais, baigiant politika ir valdžia. Tačiau jaunoji karta žvelgia į viską švelniau. Taip, jie dar tiki jau seniai įsitvirtinusiais neigiamais stereotipais, tačiau jie taip pat mano, kad rusai yra gabi ir daug potencialo turinti tauta, išugdžiusi daug poetų, mokslininkų, profesionalų, kurie turėtų įkvėpti šiuolaikines kartas ir sukelti pasididžiavimo šalimi jausmą. Daugelis žavisi šalies kultūriniu paveldu, kuris tikrai turtingas. Ir tai padeda jaunimui pradėti gerbti šią šalį. Respondentų nuomone, visur yra visokių žmonių.

## Išvados ir rekomendacijos

Atlikus literatūros šaltinių analizę, galima teigti, kad daug stereotipų yra melas, tai tik žiniasklaidos gandai, susiformavę iš žmonių pasakojimų apie įvairias situacijas su kitos kultūros atstovais. Stereotipai kyla spontaniškai, bet žmonės vis tiek jais tiki. Internete ir socialiniuose tinkluose plintantys „memai“ tik dar labiau skatina patikėti net pačiais absurdiškiausiais stereotipais apie rusų kultūrą. Taip pat daug stereotipų išliko nuo senų laikų. Ne viskas yra tiesa ir nereikia tikėti visais neigiamais stereotipais. Išanalizavus visus šaltinius ir apklausos rezultatus, galima daryti išvadą, kad lietuvių požiūris į rusų kultūrą yra neigiamas, bet po truputį keičiasi į teigiamą. Be abejo, kai kurie netikri stereotipai sukelia dvejonių, tačiau kultūrinis paveldas, turtinga literatūra ir neapsakomo grožio kraštovaizdžiai su laiku paneigia senus stereotipus ir keičia žmonių nuomonę. Blogi stereotipai labai trukdo tarpkultūrinei komunikacijai. Žmonės, nepasidomėję stereotipų realumu, iš anksto susidaro apie šalį neigiamą nuomonę, todėl bendravimas tampa sudėtingas. Kitų kultūrų atstovai, kurie įsitikinę, kad rusai yra pikta ir šaltai bendraujanti tauta, tiesiog nebenori turėti jokių reikalų. Spręsti šią problemą įmanoma ir tikrai reikia. Prieš susidarant neigiamą nuomonę apie kitos šalies kultūrą, visų pirma vertėtų pasidomėti apie jos kultūros ypatumus, tradicijas. Prieš pasikliaujant stereotipais, vertėtų išsiaiškinti, ar jie tikri, nes didžioji dalis stereotipų yra mitai.

## Literatūra


- Baraldsnes, D. (2012). *Tarptautinė ir tarpkultūrinė komunikacija*. Projektas: Socialinių mokslų kolegijos studijų programos atnaujinimas ateities specialistų ugdymui.

- Cheskin, A. (2015). *Identity and Integration of Russian Speakers in the Baltic States: A Framework for Analysis*, Ethnopolitics, 14(1), 72–93. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/17449057.2014.933051.
- Frolova, E. V., Rogach, O. V., Medvedeva, N. V., & Shimanskaya, I. Y. (2017). *Tendencies and prospects of tourism industry in Russia: sociological analysis of stereotypes among population during tourism trips*. European Research Studies Journal, 20(2B), 308–320.
- Klimčiauskaitė, A. (2016). 5 populiariausi stereotipai apie rusus: tiesa ar melas? Prieigą per internetą: https://www.diena.lt/naujienos/ivairenybes/sunku-patiketi/5-populiariausi-stereotipai-apie-rusus-tiesa-ar-melas-766296.
- Mizera, L., Tulviste, T., Konstabel. K & Lausa. E (2013). *Silent and Slow Estonians, Emotional and Fast Russians: A Comparative Study of Communication Stereotypes in Two Neighboring Countries*, Communication Quarterly, 61(3), 268–283. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/01463373.2012.751927.
- Nikitina, Larisa & Mohd Don, Zuraidah & Loh, Sau. (2015). *Exploring Structure and Salience of Stereotypes about Russia (Структура и отличительные особенности стереотипов о России) (на англ. языке).* Zeitschrift für Slawistik. 60. 1–17. 10.1515/slaw-2015-0002.
- Pruskus, V. (2012). *Tarpkultūrinė komunikacija ir vadyba*. Vilnius: Technika.
- Ryžakova, S. ir Zavjalova. M. (2004). *Lietuvių ir rusų požiūris vienų į kitus: kai kurie etnopsicholingvistinio tyrinėjimo rezultatai.* Vilnius: Lituanistika.
- Wellnitz, A. (2008). *Etiketas keliaujantiems svetur*. Vilnius: Alma littera.

# SOCIALIAI PAŽEIDŽIAMOS ŽMONIŲ GRUPĖS DARNAUS VYSTYMOSI KONTEKSTE LIETUVOJE

**Mykolas Skliutas, Laurynas Zdanys**
*Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija, Technikos fakultetas*
mykolas.skliutas@stud.vtdko.lt, laurynas.zdanys@stud.vtdko.lt

Konsultavo Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos TF dėst. Rasa Bražulienė

**Anotacija**

Socialinis pažeidžiamumas yra viena iš svarbių gyvenimo sričių visuomenėje. Siejama su kompleksinėmis žmonių bendravimo problemomis, su kai kurių žmonių grupių integracijos į visuomenę kliūtimis, su rizikomis, kylančiomis dėl natūralių aplinkybių (globalizacijos, žinių visuomenės plėtros, klimato atšilimo ir kt.), kitais gyvenimą visuomenėje trikdančiais veiksmais. Darnaus vystymosi tikslai, tokie kaip skatinti visų amžiaus grupių gerovę, skatinti produktyvų įdarbinimą ir tinkamą darbą, nelygybės mažinimą, didina būtinumą mažinti socialinę atskirtį, imtis priemonių padėčiai pagerinti ir esamoms problemoms panaikinti. Straipsnio problema siejama su socialiniu pažeidžiamumu, kaip viena iš svarbių gyvenimo sričių visuomenėje. Tai yra kompleksinės žmonių bendravimo problemos, žmonių grupių integracijos į visuomenę kliūtys, rizikos, kylančios dėl natūralių aplinkybių (globalizacijos, žinių visuomenės plėtros, klimato atšilimo ir kt.), kiti gyvenimą visuomenėje trikdantys veiksniai, neigiamai atliepiantys darnaus vystymosi tikslus.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: socialiai pažeidžiamos gyventojų grupės, neįgalieji, užimtumas, benamystė, darnus vystymasis.

## Įvadas

Socialiai pažeidžiami asmenys arba jų grupės – benamiai, ilgalaikiai bedarbiai, vyresnio amžiaus žmonės, neįgalieji – susiduria su daug kliūčių integruojantis į visuomenės gyvenimą, o tai atliepia valstybės įsipareigojimams vykdyti darnaus vystymosi tikslus, tokius kaip nelygybės mažinimas pajamų atžvilgiu, socialinė lygybės ir paramos įtvirtinimas, darbo vietų sukūrimas ir pritaikymas, būsto suteikimas.

**Straipsnio problema:** kaip įvertinti socialiai pažeidžiamų žmonių grupių padėtį Lietuvoje?

**Darbo tikslas:** išanalizuoti socialiai pažeidžiamų grupių padėtį darnaus vystymosi kontekste Lietuvoje.

**Darbo uždaviniai:**

- apibūdinti socialiai pažeidžiamos grupės sampratą;
- išnagrinėti neįgaliųjų ir vyresnio amžiaus asmenų integracijos į darbo rinką apribojimus Lietuvoje;
- apžvelgti benamių ir socialinio būsto problematiką darnaus vystymosi kontekste Lietuvoje.

**Metodai:** mokslinės literatūros apžvalga, statistinių duomenų sisteminimas, palyginimas ir analizė.

### Socialinis pažeidžiamumas ir socialiai pažeidžiamos grupės

Socialinis pažeidžiamumas reiškia asmens, organizacijos arba visuomenės negebėjimą pasipriešinti patiriamoms neigiamoms įtakoms. Individai, išgyvenantys socialinio pažeidžiamumo būklę, gali patekti į rizikos spąstus. Taip visuomenėje susiformuoja socialiai pažeidžiamų žmonių grupės.

„Pažeidžiamumas siejamas su ataka ir fiziniu arba emociniu pažeidimu. Pažeidžiamumas gali būti siejamas ir su žmogaus būsena, kai šis pasiduoda aplinkybėms dėl įsitikinimų arba vilionių. Pažeidžiamumo sąvoka kildinama iš lotyniško žodžio **vulnerare** (sužeisti), ir anglakalbėje literatūroje vadinama **vulnerability** (pažeidžiamumas, arba *vulnerable* – pažeidžiamas). Socialinio pažeidžiamumo sąvokos terminą 1970 metais pateikė K. O'Keefe ir B. Wisner (1976), kurie teigė, kad natūralių socialinių rizikų ir socialinių problemų priežastys yra socialinės ekonominės sąlygos“ (Okunevičiūtė ir kt., 2009).

Viena iš pažeidžiamumo sričių yra socialinis pažeidžiamumas, kuris siejamas su tam tikromis socialinėmis problemomis (bendravimo, integracijos ir pan.). Pažeidžiamumo sąvoka apibūdina asmens arba asmenų grupės charakteristikas, kurios nurodo, kaip žmonės sugeba reaguoti, susitvarkyti ir atsigauti nuo jiems nutinkančių natūralių nelaimių (Sapam Ranabir Singh ir kt., 2014). G. R. Web ir B. D. Williams (2019) teigia, kad socialinis pažeidžiamumas siejamas su a) kultūra ir skurdu, b) moraliniu imperatyvu, c) saugumo trūkumu, d) žinių ir sąmoningumo stoka.

Mokslinėje literatūroje pateikiama tokia socialinio pažeidžiamumo sąvoka: „Socialinis pažeidžiamumas reiškia asmens, organizacijos arba visuomenės negebėjimą pasipriešinti patiriamoms neigiamoms įtakoms“ (Okunevičiūtė ir kt., 2009). Individai arba konkrečios jų grupės išgyvena socialinio pažeidžiamumo būklę, kai nesugebama ar negalima naudotis visuomenės sukuriamomis gėrybėmis, užsiimti darbine veikla, dalyvauti bendruomeniniame gyvenime, t. y. susiduriama su tokiomis socialinėmis problemomis, kurių jie patys nepajėgūs išspręsti (Zalunskaitė, 2016). Šios problemos gali būti išspręstos tik socialinės politikos priemonėmis. Taigi, socialinis pažeidžiamumas yra pirminė sąlyga, skatinanti visuomenę imtis priemonių prieš negatyvius įvykius ir poveikius, kovoti su jų priežastimis ir pasekmėmis, nukreipiant visų integralių priemonių dėmesį į tikslinę grupę (socialinę atskirtį patiriančius asmenis).

Ką reiškia viešojoje erdvėje girdimas terminas „pažeidžiamos visuomenės grupės“? Visuomenėje vyksta įvairūs sudėtingi procesai, ekonominiai, politiniai įvykiai. Besikeičiant sąlygoms, dalis žmonių negeba pasikeisti taip greitai ir tikslingai, kaip ir sąlygos, taip pat nespėja prisitaikyti, perimti naujus įpročius, vertybes. Vykstant dideliems visuomenės lūžiams, daug žmonių tampa pažeidžiami ekonomiškai, socialiai, prarandami socialiniai ryšiai, atsiranda vienišumas, atsiskyrimas nuo bendruomenės. Akcentuojamas produktyvumas, konkurencingumas, stiprybė. Tai skatina individualizmą, o kartu visuomenėje sukuria tam tikras pažeidžiamas grupes.

„Socialiai pažeidžiama žmonių grupė – tai dalis gyventojų, kurie dėl mažų pajamų, prastos sveikatos, amžiaus arba kitų aplinkybių negeba pasipriešinti neigiamoms įtakoms“ (Okunevičiūtė ir kt. 2009). Tai vieniši senyvo amžiaus žmonės, šeimos, kurių nariai yra bedarbiai, ilgalaikiai bedarbiai, ir dėl to savo kvalifikaciją praradę asmenys, neįgalieji, sergantieji psichikos ir (arba) lėtinėmis ligomis, benamiai, mažas pajamas gaunančio šeimos, auginančios vaikus, kvalifikacijos neturintys jauni (nuo 18 iki 25 metų) darbuotojai, vaikai, netekę tėvų globos. Socialiai pažeidžiami asmenys dažnai tampa ne tik socialinę riziką, bet ir socialinę atskirtį patiriančiais asmenimis. Socialinė atskirtis paveikia individus tada, kai skirtingi veiksniai, tokie kaip mažas atlyginimas, menkos galimybės naudotis sveikatos sistema, išsilavinimo stoka ir nesaugi gyvenimo aplinka, yra kliuvinys pasiekti bent pakenčiamą gyvenimo gerovę. Tačiau, kaip teigia A. Tereškinas (2015), reikšmingiausiu veiksniu, leidžiančiu ar apribojančiu įvairių socialinių grupių integraciją, ir svarbia kokybiško gyvenimo dalimi laikomas darbas. Socialinės atskirties grupėms darbas tampa naujos socialinės atskirties žymeniu ir tam tikru gero gyvenimo miražu šiuolaikinėje visuomenėje.

Detaliau straipsnyje bus analizuojama tik kai kurių socialiai pažeidžiamų žmonių grupių – neįgaliųjų, vyresnio amžiaus žmonių, benamių bei asmenų, turinčių teisę į socialinio būsto nuomą, padėtis.

**Neįgaliųjų padėtis darbo rinkoje**

„Negalia – tai bet koks sutrikimas, sindromas, susirgimas, liga, trauma ar pakenkimas, kuris atima, sumažina arba riboja asmens galimybes užsiimti kasdiene veikla ir jaustis pilnaverčiu visuomenės nariu“ (Kytrienė, 2009). Žmogui tapus neįgaliam, sumažėja jo galimybės užsiimti kasdiene veikla ir jaustis visateisiu visuomenės nariu. Neįgalūs žmonės patiria spaudimą iš visuomenės, išstumiančios juos iš įvairių socialinio ir ekonominio gyvenimo sričių: išsilavinimo, darbinės veiklos, aprūpinimo būstu. Taip gimsta mintis, kad žmones neįgalius daro ne kūno sutrikimai, o socialinė sistema, prikūrusi kliūčių dalyvauti jiems visuomenėje (Viluckas, 2008). Neįgalus žmogus taip pat neturi galimybių integruotis į darbo rinką ir konkuruoti darbo rinkoje su sveikais žmonėmis. Nedarbas sukelia ir socialines problemas, tokias kaip apatiją, negebėjimą pasitikėti socialine aplinka bei pačiu savimi, jis pažeidžia asmens savigarbą, trikdo nusistovėjusią gyvenimo rutiną bei priverčia juos tapti priklausomais nuo pašalpų (Baltrušaitienė, 2018).

Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis, 2019 m. Lietuvoje 8 proc. šalies gyventojų (236 tūkst.) turėjo negalią, iš jų 67 proc. Buvo darbingo amžiaus (158 tūkst.), tačiau iš jų tik 29 proc. dirbo. Palyginimui galima paminėti, kad Estijoje 2018 m. dirbančių asmenų, turinčių negalią, dalis siekia 40 proc.

Neįgalieji susiduria su didesne skurdo rizika nei kiti. Statistikos departamento duomenims, 2019 metais Lietuvoje skurdo riziką patyrė 31,3 proc. asmenų, turinčių negalią, ir šis skaičius vis dar stipriai viršija ES vidurkį (ES – 21,3 proc.). Šiandien dalis paramos neįgaliesiems yra pagrįsta išmokomis, o tai nedidina šios grupės asmenų savarankiškumo ir daro juos priklausomus nuo socialinės paramos. Be abejo, išmokos padeda išgyventi, bet nenaikina socialinių kliūčių būti savarankiškiems darbo rinkoje ar kasdienėje veikloje.

Siekiant didesnio neįgaliu asmenų įdarbinimo, reikalinga orientacija į socialines paslaugas, didinančias šių asmenų savarankiškumą. Šios paslaugos suaugusiam neįgaliam asmeniui turi būti teikiamos sudarant sąlygas jam gyventi savo namuose, šeimoje, bendruomenėje ir organizuojant pagalbą, padedančią ugdyti ar kompensuoti jo gebėjimus rūpintis asmeniniu (šeimos) gyvenimu ir dalyvauti darbo rinkoje. Tam, kad neįgaliesiems būtų teikiamos reikiamos paslaugos, turėtų būti kompleksiškai įvertinamas asmenų poreikis ir planuojamos paslaugos, atsižvelgiant į individualius asmens poreikius, tuo pačiu kuriamos naujos ar didinamas jau esančių paslaugų prieinamumas. Tuo tikslu savivaldybės, kaip už paslaugų planavimą ir teikimą atsakingos institucijos, turėtų rinkti duomenis ir reguliariai atlikti paslaugų asmenims, turintiems negalią, analizę: su kokiomis kliūtimis jie susiduria ir kokios sąlygos būtinos savarankiškam gyvenimui bendruomenėje užtikrinti. Deja, „savivaldybės nurodo, kad jos turi duomenis tik apie tuos asmenis, kurie kreipiasi į jas socialinės paramos, bet neturi duomenų apie visus teritorijoje gyvenančius neįgalius asmenis, jų skaičiaus pagal negalios pobūdį, darbingumo lygį, specialiuosius poreikius, amžių, lytį“ (Valstybės kontrolė, 2020). Taigi, savivaldybės negali identifikuoti asmenų, kuriems reikalinga pagalba, kai jie į savivaldybę nesikreipia.

Galima paminėti Jungtinės Karalystės pavyzdį, kai „vertinant suaugusio asmens pagalbos ir globos poreikį įvertinama ne tik ar ir kokia pagalba reikalinga, bet ir numatomi rezultatai, kurių asmuo nori pasiekti kasdieniniame gyvenime, ar priežiūros ir pagalbos paslaugų teikimas padėtų pasiekti tų rezultatų, jeigu taip, kokiu mastu. Į poreikių vertinimą įtraukiamas asmuo, jo globėjas, bet koks kitas asmuo, kurio prašo asmuo ar kuris suinteresuotas jo gerove. Įvertinus poreikius, sudaromas individualus planas“ (Valstybės kontrolė, 2020).

Sprendžiant neįgalių asmenų integracijos į darbo rinką klausimus, svarbus savivaldybių, nevyriausybinių organizacijų (patys neįgalieji) ir darbdavių bendradarbiavimas. Darbdaviams trūksta informacijos apie neįgaliųjų gebėjimus, todėl dažnai jie netiki, kad neįgalieji galėtų atlikti darbą kokybiškai.

Lietuvos gyventojų apklausa parodė, kad du iš penkių (43 proc.) šalies dirbančiųjų netiki, kad jų darbovietė būtų tinkama vieta dirbti žmonėms, turintiems negalią, ir galėtų padėti jiems integruotis į darbo rinką. „<...> Į sveikųjų poreikius masiškai orientuota darbo infrastruktūra yra rimtas iššūkis darbdaviams, nes norint įdarbinti neįgalų žmogų aplinką tektų iš esmės personalizuoti, o keičiantis darbuotojams – vėl perdaryti, koreguoti“ (Zumerytė, 2019). Aplinkos pritaikymas ir sąlygų sudarymas negalią turinčiam asmeniui, priklausomai nuo negalios tipo ir laipsnio, reikalauja nemažų finansinių investicijų, o neįgaliuosius įdarbinančioms įmonėms numatytos darbo užmokesčio subsidijos realių išlaidų nepadengia. Kita vertus, neįgaliųjų integracija į darbo kolektyvą yra iššūkis visam kolektyvui, reikalaujantis investicijų ir į patį kolektyvą.

Kalbant apie neįgaliųjų integraciją į darbo rinką, ne mažiau svarbus veiksnys – pačių neįgaliųjų motyvacija. „Finansinio skatinimo sistema taip pat neveikia ir nemotyvuoja dirbti pačių neįgaliųjų. Yra ir informacinės stokos, ir

baimės, kad iš nežinojimo, jei įsidarbinsiu, prarasiu dalį lengvatų“ (Alonderytė, 2020). Be abejo, nedideli skirtumai tarp socialinių išmokų ir minimalaus atlygio jų nemotyvuoja dirbti, jiems tenka manipuliuoti darbingumo statusu, sprendžiant, ar rinktis sunkų neįgalumo (iki 25 proc.) darbingumo lygį ir kartu gauti didesnę valstybės pašalpą, ar rinktis didesnio lygio darbingumą, gauti mažesnę pašalpą ir tikėtis įsidarbinti. Labai svarbu neįgaliesiems suteikti ir psichologinę pagalbą, nes jie susiduria su emocinėmis, bendravimo problemomis, kurios taip pat gali būti kliūtis įsidarbinant.

Paminėtinas dar vienas svarbus aspektas – tai viešųjų pastatų, transporto, interneto svetainių ir kitų mobiliųjų programų pritaikymas neįgaliųjų poreikiams. „Daugiau nei pusė savivaldybių neužtikrina, kad bent 30 proc. viešųjų pastatų, kuriuose teikiamos svarbios paslaugos, būtų pritaikyti. Pagal viešojo sektoriaus institucijų ir įstaigų svetainių prieinamumo neįgaliesiems tyrimo rezultatus matoma, kad per pastaruosius metus nuo 2017 iki 2019 metų prieinamų interneto svetainių neįgaliesiems sumažėjo vos ne dvigubai“ (Valstybės kontrolė, 2020). Viešojo transporto prieinamumas didžiuosiuose miestuose siekia 56 proc., kitose – 12 proc., 34 savivaldybėse nepritaikyta nė viena viešojo transporto priemonė, o juk viešasis transportas yra vienintelė galimybė jiems nebrangiai keliauti iki norimų vietų. Ne kiekvienas neįgalusis gali sau leisti įsigyti specialią mašiną, skirtą vežioti žmones su neįgaliojo vežimėliu. Tai dar vienas iš faktorių, ribojantis neįgaliųjų integraciją į visuomenę, taip pat tai veikia kaip demotyvacija ieškantis darbo. Siekiant žmones integruoti į darbo rinką, būtinas jų įgalinimas per socialinės apsaugos politikos tobulinimą, koncentruojant pagalbą į žmogaus motyvacijos kėlimą, o ne į pašalpų sistemos kūrimą (Baltrušaitienė, 2018).

**Vyresnio amžiaus žmonių padėtis darbo rinkoje**

Nepasitenkinimas dėl savo padėties gyvenime, kurį iš dalies lemia materialinių išteklių stoka, – labai opi vyresnių Lietuvos žmonių socialinė problema.

EUROSTAT duomenimis, 2017–2019 metų laikotarpiu Lietuvoje vyresnio amžiaus žmonių (55–64 metų), dalyvaujančių darbo rinkoje, skaičius kito nuo 66,1 iki 68,4 proc. Palyginimui, Estijoje tuo pačiu laikotarpiu šis procentas siekė nuo 68,1 iki 72,5 proc. Šiuo laikotarpiu užimtumo lygio didėjimą lėmė pensinio amžiaus ribos paslinkimas. Be abejo, mažėjo ir nedarbas.

Analizuojant 2017–2019 metų duomenis, šios amžiaus grupės ekonominis aktyvumas nuolat didėja, tačiau vis tiek apie 40 proc. 55–64 metų amžiaus Lietuvos gyventojų darbo rinkoje nedalyvauja. Šių gyventojų integracija į darbo rinką yra gana sudėtinga, nes dažnai jie nesiekia arba negali dalyvauti darbo rinkoje dėl sveikatos būklės. Dalies šios asmenų grupės ekonominio neaktyvumo priežastis yra išėjimas į pensiją ankstesniu laikotarpiu. Sveikatos problemos taip pat yra ne mažiau svarbi priežastis, atimanti galimybę dalyvauti darbo rinkoje tam tikro amžiaus asmenims. Atsižvelgiant į vyresnio amžiaus gyventojų gebėjimą sėkmingai dalyvauti darbo rinkoje (turima kvalifikacija, motyvacija dirbti, profesinis pasirengimas ir kt.), tik nedidelė jų dalis gali integruotis į darbo rinką be papildomos pagalbos. Vis tik padėtis gerėja ir Vyriausybės strateginės analizės centro (STRATA, 2020) duomenimis, šiuo metu dirba kas dešimtas 65 m. amžiaus sulaukęs Lietuvos gyventojas. Aktyviausi darbo rinkoje išlieka neseniai pensinį amžių pasiekę (65–69 m. amžiaus) gyventojai – samdomą darbą dirba kas ketvirtas tokio amžiaus asmuo. Tyrėjai prognozuoja, kad tokios tendencijos išliks ir ateityje, todėl skatina detaliau analizuoti vyresnio amžiaus gyventojų padėtį darbo rinkoje, ieškoti būdų, kaip prisitaikyti prie pokyčių. Šios tendencijos atveria galimybes kurti naujus darbo rinkos ir darbo santykių modelius, pritaikytus vyresnio amžiaus darbuotojų poreikiams. Prognozuojama, kad dalis sektorių jau artimiausiu dešimtmečiu susidurs su rimtais iššūkiais, norėdami rasti pamainą iš darbo rinkos pasitraukiantiems darbuotojams.

Todėl jau dabar verta pradėti galvoti, kaip galima sukurti sąlygas vyresnio amžiaus darbuotojams ilgiau išlikti aktyviais darbo rinkoje ar dirbti nepilnu darbo krūviu. Vyresnio amžiaus darbuotojai turi privalumų, kurių dažnai neįvertina darbdaviai, tai – sukaupta patirtis, geras bendravimas su kolektyvu, galimybės perkelti į paprastesnį darbą, mokyti jaunesnius darbuotojus ir lojalumas darbdaviui.

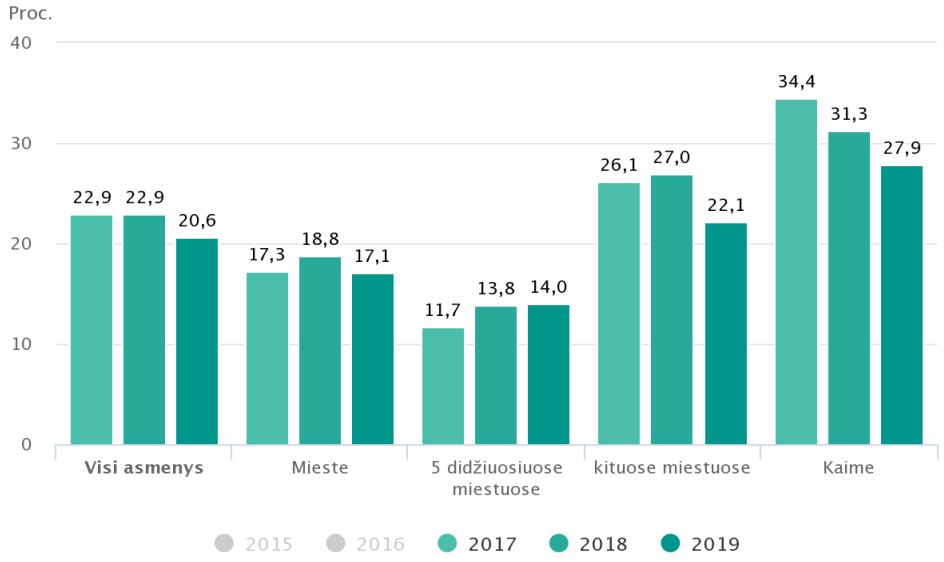
**Benamystė**

Nepaisant valstybės, vyriausybės pastangų didinti būsto prieinamumą pažeidžiamoms gyventojų grupėms bei mažinti socialinę atskirtį, benamystės problema išlieka aktuali ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje. Benamystės problema glaudžiai susijusi su skurdo lygiu visuomenėje. Skurdas – tai būklė, kai trūksta materialinių, kultūrinių ir socialinių išteklių net mažiausiam gyvenimo lygiui užtikrinti. Skurdo lygis 2019 metais Lietuvoje (žr. 1 pav.) mieste siekė 17,1 proc., kaime – 27,9 proc. Remiantis statistiniais duomenimis, bendras skurdo rizikos lygis, palyginti su 2018 m., sumažėjo 2,3 procentinio punkto, tačiau akivaizdu, kad skurdo ir benamystės problema išlieka opi visuomenės problema, ypač kaimo vietovėse.

Benamystė – tai viena iš socialinės atskirties formų, į kurią patekę žmonės dažnai atsiduria už pilietinės visuomenės ribų. „Benamystė suprantama kaip būsto problema. Juk būstas – tai vienas svarbiausių individo poreikių. Jis apsaugo žmones nuo gamtos negandų, leidžia plėtoti savastį, suteikia saugumo ir jaukumo jausmą, todėl daugeliui būsto neturėjimas yra svarbiausia problema“ (Luneckienė, 2007). Tačiau yra ir tokių žmonų, kurie neturi ne tik būsto, bet ir asmens dokumentų, darbo ir pan. Tokie žmonės vadinami benamiais.

*Benamis* – žmogus, neturintis nuolatinės gyvenamosios vietos arba laikinai negalintis ja naudotis, nakvojantis atsitiktinėse vietose arba laikino apgyvendinimo įstaigose ir neturintis lėšų būstui nusipirkti arba išsinuomoti (Kanopienė ir Mikulionienė, 2004). Dažniausiai galvojama, kad benamiai, tai tie žmonės, kurie nakvoja po atviru dangumi. Tačiau asmenys, neturintys nuolatinės gyvenamosios vietos, nakvoja ir nakvynei nepritaikytose vietose: laiptinėse, rūsiuose,

šiluminėse trasose, kanalizacijos šuliniuose, po tiltais, parkuose, stotyse, apleistuose pastatuose ir pan. Benamiams paprastai trūksta socialinių ir ekonominių išteklių, todėl kasdienis išgyvenimas susijęs su viltimi patenkinti minimalius kasdienius poreikius – susirasti pastogę, maisto, apsisaugoti nuo smurto ir šalčio (Ivanauskienė, Gončarova, 2016).




**1 pav.** Skurdo rizikos lygis Lietuvoje 2017–2019 m. (*Lietuvos statistikos departamentas*)

Išskiriamos benamystės priežastys (Kocai, 2006):

- *socialinės-ekonominės* – ilgalaikis nedarbas ir skurdas, būstų trūkumas vaikų namų auklėtiniams, pagyvenusių žmonių priežiūros ir globos namų stygius, psichinę negalią turinčių asmenų gydymo sąlygų stoka;
- *asmeninės* – neįgalumas, psichinės ligos, alkoholizmas, narkomanija, asocialumas, laisvas apsisprendimas;
- *šeimyninės* – skyrybos, smurtas, konfliktas su artimaisiais, giminaičiais;
- *teisinės administracinės* – būsto praradimas dėl įsiskolinimų, iškeldinimas iš būsto dėl teismo nutarties, migracija, teistumas;
- *atsitiktinės* – stichinės nelaimės, gaisrai, kariniai konfliktai.

Neturėdami kur prisiglausti, neturėdami pragyvenimo šaltinio šie žmonės jaučiasi nesaugūs ir pesimistiškai vertina ateities perspektyvas. Labai dažnai tokie žmonės išgyvena menkavertiškumo jausmą, jaučiasi nepilnaverčiai, kai susiduria su adaptacijos nesėkmėmis, įvairiomis problemomis. Menkinantis save žmogus, bendraudamas su kitais, yra pernelyg drovus, sukaustytas, jaučiasi nejaukiai. Jis iš anksto įsitikinęs, kad aplinkiniai jį vertina neigiamai. Toks žmogus dažnai pats neigiamai vertina kitus, yra nepasitikintis aplinkiniais. Dėl ilgalaikių nesėkmių, aplinkinių neigiamo požiūrio, atstūmimo formuojasi žemas savęs vertinimas, todėl toks žmogus patenka į asocialių grupių poveikio zoną.

Patekus į benamystės aplinką, sudėtinga ją pakeisti, nes žmonės prisitaiko ir net įpranta prie tokio gyvenimo būdo. Jie negali savarankiškai išspręsti daugybės asmeninių problemų, nesugeba pasinaudoti viešojo sektoriaus teikiamomis paslaugomis (kai kurios paslaugos jiems, neturintiems valstybinio socialinio ir sveikatos draudimo, net yra neprieinamos), praradę socialinius bei profesinius įgūdžius negali susirasti darbo. Neturėdami pajamų šaltinio, dažnai nusikalsta, nes tai žmonės, sergantys priklausomybės ligomis, asmenys grįžę iš įkalinimo įstaigų, rizikos grupės šeimos ir jų vaikai bei kt. Ir nors benamystė yra laikina aplinkybė, tačiau jai pašalinti reikalingas didelis visuomenės indėlis. Šie žmonės patiria didelę socialinę atskirtį, nes nuolatinės gyvenamosios vietos ir darbo neturėjimas juos išstumia iš visuomenės gyvenimo, sumažėja socialiniai ryšiai, susilpnėja ar net nutrūksta ryšiai ir su artimaisiais. Galima teigti, kad benamiai yra viena pažeidžiamiausių socialinės atskirties grupių.

Viena iš socialinių paslaugų teikimo benamiams formų yra nakvynės namai. Nakvynės namų paskirtis – laikinai (iki 6 mėnesių) apgyvendinti asmenis, praradusius gyvenamąjį plotą, suteikiant socialinių įgūdžių ir palaikymo bei kitas būtinąsias (asmeninės higienos, buitinių ir kt.) paslaugas. Nakvynės namų tikslas – teikiant socialines paslaugas mažinti socialinės rizikos ir kitų asmenų socialinę atskirtį ir skatinti jų integraciją į visuomenę. 2018 m. pabaigoje veikė 25 nakvynės namai, kuriuose buvo 1,1 tūkst. Vietų. 2018 m. nakvynės namuose gyveno 3 tūkst. žmonių (2017 m. – 2,5 tūkst.). Šie skaičiai dar nėra galutiniai, nes jie neapima benamių asmenų, kurie nesikreipia pagalbos į nakvynės namus. Tokie duomenys rodo, kad asmenų, neturinčių nuolatinės gyvenamosios vietos ploto, skaičius sparčiai auga, o nakvynės namų steigimas neišsprendžia benamių socialinės integracijos problemos.

Šiomis paslaugomis gali pasinaudoti asmenys, neturintys gyvenamosios vietos, ar dėl patirto smurto, prievartos ar kitų priežasčių negalintiems ja naudotis, siekiant atkurti savarankiškumą, prarastus socialinius ryšius ir padėti integruotis į visuomenę. Dalis išlaidų nakvynės namams išlaikyti skiriamos iš savivaldybių biudžetų, už dalį teikiamų paslaugų turi mokėti patys nakvynės namų gyventojai, priklausomai nuo nakvynės namuose pragyvento laiko. Deja, dalis benamių

negali susimokėti už teikiamas paslaugas, dalis jų net nėra suinteresuoti apsistoti nakvynės namuose, nes tai reiškia paklusti tam tikroms taisyklėms. Dalis kaip problemą įvardija blogas gyvenimo sąlygas. Kita vertus, problemą sudaro ir tai, kad nakvynės namuose yra ribotas vietų skaičius, o paslauga teikiama tik ribotą laiką.

Atlikta nakvynės namų gyventojų apklausa dėl įsidarbinimo galimybių (Indriliūnaitė, Petkevičiūtė, 2015) rodo, kad darbą šie žmonės laiko bilietu į aprūpintą pasaulį, tačiau komplikuotą nakvynės namuose gyvenančių asmenų įsitraukimą į darbo rinką lemia išsilavinimo ir kvalifikacijos stygius, sąlygotas ankstyvo savarankiško gyvenimo, taip pat darbo išlaikymo įgūdžių stoka, stigmatizuojantis visuomenės ir darbdavių požiūris.

## Socialinis būstas

Viena iš valstybės teikiamų paramos formų socialiai pažeidžiamoms asmenų grupėms – parama būstui. Lietuvoje parama būstui teikiama nuomojant savivaldybių socialinį būstą. Socialinis būstas suteikiamas mažas pajamas gaunantiems asmenims, kurie negali savarankiškai susirasti būsto. Lietuvos Respublikos paramos būstui įsigyti ar išsinuomoti įstatyme (www.e-seimas.lrs.lt, 2019) nurodoma, kad socialinis būstas – „savivaldybei nuosavybės teise priklausantis ar iš fizinių ar juridinių asmenų išsinuomotas būstas, įtrauktas į savivaldybės tarybos ar jos įgaliotos savivaldybės administracijos patvirtintą savivaldybės socialinio būsto fondo sąrašą, kuris yra savivaldybės būsto fondo sąrašo dalis“. Prie socialinio būsto nėra priskiriami bendrabučiai, nakvynės namai, tarnybinės gyvenamosios patalpos, socialinių paslaugų įstaigos gyvenamosios patalpos, savivaldybės būstai, kurie nuomojami ne socialinio būsto nuomos sąlygomis. Galimybė gauti socialinį būstą siejama su asmens gaunamomis pajamomis bei turimu turtu, o socialinis būstas suteikiamas, atsižvelgiant į šeimoje esančių asmenų skaičių.

Savivaldybėse sudaromi sąrašai asmenų (šeimų), turinčių teisę išsinuomoti socialinį būstą pagal šių asmenų prašymų pateikimo datą. Sudaromi atskiri sąrašai (LR socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis): jaunų šeimų; šeimų, auginančių tris ar daugiau vaikų ir (ar) vaikų, kuriems nustatyta nuolatinė globa (rūpyba); likusių be tėvų globos asmenų ir jų šeimų; neįgaliųjų, asmenų, sergančių lėtinių ligų, įrašytų į Vyriausybės ar jos įgaliotos institucijos patvirtintą sąrašą, sunkiomis formomis, ir šeimų, kuriose yra tokių asmenų; socialinio būsto nuomininkų, turinčių teisę į socialinio būsto sąlygų pagerinimą; bendrasis. Savivaldybėse socialinio būsto poreikis yra labai didelis, o laukti asmenims jo tenka ilgus metus (žr. 1 lentelę).

2019 m. pabaigoje sąrašuose socialiniam būstui nuomoti buvo įrašyta 10 550 asmenų (šeimų), iš jų 4 865 asmenys (šeimos) buvo bendrajame sąraše, 1 818 jaunų šeimų, 1 740 neįgalių asmenų (šeimų), 963 be tėvų globos likę asmenys (šeimos), 952 šeimos, auginančios tris ar daugiau vaikų (įvaikių), 212 asmenų, laukiančių socialinio būsto sąlygų pagerinimo. Vertinant atskirų savivaldybių pateikiamus duomenis, daugiausia norinčių išsinuomoti savivaldybių gyvenamąsias patalpas yra Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestų savivaldybėse.

Socialinį būstą asmenys išsinuomoti gali tik tuo atveju, jei deklaruoja turtą (įskaitant uždirbtas pajamas) ir jis neviršija nustatytų dydžių. „Estijoje teisę į socialinį būstą turi asmenys, kurie gauna mažas pajamas ir negali savarankiškai susirasti būsto. Socialiniai būstai išnuomojami asmenims, kuriems reikalingos socialinės paslaugos. Pirmenybę į šį būstą turi neįgalieji, pagyvenę asmenys. Priimant sprendimą apgyvendinti socialiniame būste, atsižvelgiama į prašymo pateikimo laiką, turimo būsto būklę ir dydį, šeimos dydį (įskaitant nepilnamečius vaikus), asmens ir jo šeimos narių sveikatos būklę ir kitus socialiai svarbius faktus“ (Valstybės kontrolė, 2017).

**1 lentelė.** Socialinio būsto poreikis Lietuvoje 2019 m.

| Sąrašas | Laikotarpio pradžia | | Laikotarpio pabaiga | |
|---|---|---|---|---|
| | **Asmenų (šeimų) sk.** | **Šeimos narių sk.** | **Asmenų (šeimų) sk.** | **Šeimos narių sk.** |
| Jaunos šeimos | 1 792 | 4 662 | 1 818 | 4 723 |
| Šeimos, auginančios 3 ir daugiau vaikų ar įvaikių | 942 | 4 560 | 952 | 4 659 |
| Likusių be tėvų globos asmenų (šeimų) | 964 | 1 249 | 963 | 1 222 |
| Neįgaliųjų ir asmenų, sergančių lėtinių ligų sunkiomis formomis | 1 782 | 2 600 | 1 740 | 2 510 |
| Bendrasis | 4 792 | 7 360 | 4 865 | 7 373 |
| Socialinio būsto nuomininkų, turinčių teisę į socialinio būsto sąlygų pagerinimą | 230 | 915 | 212 | 841 |
| **Iš viso** | **10 502** | **21 346** | **10 550** | **21 328** |

*Šaltinis: LR socialinės apsaugos ir darbo ministerijos ir savivaldybių teikiami statistiniai duomenys apie paramą būstui.*

Padedant gyventojams apsirūpinti gyvenamuoju plotu, savivaldybėse vykdoma socialinio būsto fondo plėtra, kuri finansuojama iš valstybės ir savivaldybių lėšų. Socialinio būsto fondas didinamas įsigyjant rinkoje jau esančius būstus ir pritaikant juos socialinio būsto poreikiams, bei statant naujus.

Deja, esama atvejų, kai savivaldybės socialinio būsto fondo plėtrai skirtas lėšas naudoja neefektyviai. „Savivaldybės, neapsvarsčiusios visų socialinio būsto plėtros alternatyvų (būsto pirkimo, nenaudojamų pastatų rekonstrukcijos) pasirinko brangiai kainuojančią naujų būstų statybą, todėl jais aprūpino mažiau asmenų, nei galėjo“ (Valstybės kontrolė, 2017).

2019 metais bendrą savivaldybių socialinio būsto fondą sudarė 11 736 būstai, iš jų laisvų – 320. Deja, dalis šiame fonde esančių būstų nurodomi kaip avariniai ar netinkami gyventi. Tokių būstų 2019 metais nurodyta 231. Dalies

savivaldybių socialinių būstų būklė yra prasta, ypač kaimiškose vietovėse, metų metus šie būstai nebuvo remontuoti, nes juose gyvenantys asmenys nepajėgūs to padaryti savomis lėšomis. Beveik kiekvienoje savivaldybėje vis dar yra tokių socialinių būstų, kuriuose gyvena šeimos su nepilnamečiais vaikais, kur vis dar tualetai yra lauke, nėra atvestas vanduo, nėra dušų, geriamojo vandens kokybės tyrimai nėra atliekami. Tokius socialinius būstus labiau derėtų vadinti socialiniais getais, kuriuose žmonės gyvena nepavydėtinomis sąlygomis. Pasak A. Tereškino (2015) „materialinės deprivacijos, kurią apibūdina nesugebėjimas patenkinti esminių reikmių, turėti pakenčiamą gyvenamąjį būstą ir pasiekti tam tikrą gyvenimo kokybės lygį, pojūtis nuskurdina asmenų gyvenimą“.

Socialinio būsto nuomininkai tampa tam tikros susiklosčiusios situacijos įkaitais, todėl priversti gyventi daugeliui žmonių nesuvokiamomis sąlygomis. Jeigu tokioje aplinkoje gyvena šeimos su vaikais, tai šioje aplinkoje priversti augti ir jų vaikai. Socialinio būsto nuomininkai dėl mažų pajamų dažnai balansuoja ant skurdo ribos, išgyvena nepriteklių, netgi socialinę atskirtį dėl savo padėties, o nežmoniška gyvenamoji aplinka verčia juos jaustis dar labiau pažeidžiamais. Tuomet socialinis būstas tampa „socialiniu getu“. Nereti atvejai, kai tokiomis aplinkybėmis augantys vaikai, ir ne vien jie, patiria patyčias, išnaudojimą, smurtą. „Jie vadinami moralinėmis šiukšlėmis, socialinėmis siurbėlėmis, parazitais, visuomenės priešais, pigios darbo jėgos kuinais. Gyvenantys „gete“ neišvengiamai jaučia kaltę ir gėdą, jie slepia savo adresą, nes nenori, kad pažįstami žinotų, kur jie gyvena. Nors iš „geto“ trokštama pabėgti, bet bėgti nėra kur, nes tai vienintelė vieta, kurią šie gyventojai – eiliniai žmonės, besistengiantys gyventi savo gyvenimus sunkiomis aplinkybėmis, – turi“ (Tereškinas, 2019).

**Socialiai pažeidžiamos žmonių grupės darnaus vystymosi kontekste**

„Tvarus vystymasis yra vystymasis, tenkinantis dabarties poreikius, nepažeidžiant ateities kartų galimybių patenkinti savo poreikius“, – teigiama Jungtinių tautų deklaracijoje (www.wto.org ).

Darnaus vystymosi kontekste, siekiant efektyvesnės neįgaliųjų integracijos į darbo rinką ir socialinį gyvenimą, turėtų būti sukurta poreikių vertinimo ir juos atliepianti pagalbos teikimo sistema, įdiegtos paveikiausios priemonės dėl neįgaliųjų įsitraukimo į atvirą darbo rinką ir aktyvesnio darbdavių dalyvavimo juos įdarbinant. Neįgaliesiems teikiamos paslaugos, atitinkančios individualius poreikius, didinančios jų savarankiškumą, savivaldybėse kaupiami išsamūs duomenys apie neįgalius asmenis, jų poreikius, paslaugos planuojamos atlikus išsamią šių duomenų analizę. Būtina siekti platesnio aplinkos, transporto pritaikymo. Taip pat būtina keisti darbdavių nuostatas dėl neįgalių asmenų gebėjimo dirbti, viešinti vykdomas programas ir gerąją įdarbinimo patirtį, informuoti juos apie teikiamą valstybės pagalbą, įdarbinant neįgalius asmenis. Spręsti neįgaliųjų problemoms turėtų būti pasitelkiamos nevyriausybinės organizacijos, tik joms dalyvaujant kuriamos neįgaliųjų integracijos strategijos. „Yra vienas aiškus kelias ir Lietuva juo turi eiti – pilietinė visuomenė. Pilietinės visuomenės, bendruomeninio gyvenimo, bendruomeninių paslaugų stiprinimas, kai galios yra atiduodamos pačioms bendruomenėms, organizuotoms žmonių grupėms, kurios gali siekti savo tikslų, burtis, padėti vieni kitiems“ (Ruškus, 2014).

Siekiant pagerinti vyresnio amžiaus asmenų galimybes įsidarbinti, reikėtų keisti visuomenės ir darbdavių požiūrį į vyresnio amžiaus žmones. Svarbu suprasti ir įvertinti vyresnio žmogaus patirtį ir ja pasinaudoti. Sudaryti galimybes dirbti pagal lankstesnį darbo grafiką, didinti mokymo programų pasirinkimą, daugiau dėmesio skirti kaimo žmonių užimtumui, didinti motyvaciją, pritaikyti darbo vietas.

Žmogui, norinčiam susigrąžinti įgūdžius, integruotis į visuomenę, turi būti suteikiamos socialinės paslaugos. Būtina benamių asmenų socialinės integracijos sąlyga – paslaugų sistemiškumas ir tęstinumas. Siekiant, kad benamių gretos nepasipildytų naujais nariais, o esantys benamiai įsitrauktų į visuomenės gyvenimą, būtina skirti dėmesio benamystės prevencijos ir intervencijos priemonėms: skatinti darbo vietų rizikos grupės asmenims kūrimą, gerinti socialinių paslaugų kokybę, daugiau remti nepilnas šeimas, didinti pragyvenimo lygį, skatinti išsilavinimą, suteikti pagalbą įsiskolinusiems už komunalines paslaugas, didinti socialinių darbuotojų skaičių darbui su benamiais, steigti benamiams dienos centrus. Integruojant asmenį į visuomenę, reikia siekti per darbą padėti žmogui atskleisti jo vidines galias, paskatinti suprasti, kad tik savo jėgomis galima susitvarkyti gyvenimą. Benamių asmenų informavimas, konsultavimas ir palaikymas – tai viena iš nepakankamai įvertintų ir panaudotų veiklos sričių.

Intensyviau didinti socialinio būsto plėtrą, pasirenkant efektyviausius būdus, kad socialiniu būstu būtų aprūpinta kuo daugiau asmenų ir kad šio būsto netektų laukti ilgus metus. Siekti, kad socialiniai būstai netaptų socialiniais getais, užtikrinant orias gyvenimo sąlygas juose gyvenantiems asmenims.

Dabartinėje visuomenėje žmogus, norėdamas ne tik išlikti, bet ir gyventi visavertį gyvenimą, yra priverstas nustatyti naują savo santykį su besikeičiančiu pasauliu ir išsiugdyti gebėjimą priimti gyvenimo jam keliamus reikalavimus, kad nebūtų socialiai atskirtas. Darnaus vystymosi kontekste „sveika ar siekianti ja būti visuomenė rūpinsis ne stipriaisiais visuomenės nariais. Reikia visuomet mąstyti, kad esame šalia rizikos zonos“ (Ruškus, 2014).

## Išvados ir rekomendacijos

Socialiai pažeidžiamų žmonių grupių atsiradimą visuomenėje lemia staigūs ekonominiai, socialiniai, politiniai pokyčiai, vykstantys valstybės gyvenime. Socialiai pažeidžiamai žmonių grupei priskiriami gyventojai, negebantys pasipriešinti neigiamoms įtakoms dėl mažų pajamų, sveikatos stokos, per jauno arba senyvo amžiaus, kitų veiksnių. Išskiriamos tokios socialiai pažeidžiamų žmonių grupės: vieniši senyvo amžiaus žmonės, šeimos, kurių nariai yra bedarbiai, ilgalaikiai bedarbiai, neįgalieji, benamiai, mažas pajamas gaunančios šeimos, auginančios vaikus.

Tik 29 proc. turinčių negalią žmonių dalyvauja darbo rinkoje. Šiuo metu veikianti sistema nemotyvuoja grįžti į darbo rinką, bijoma prarasti socialinę paramą, teisę į socialinio būsto nuomą. Paslaugos neįgaliesiems Lietuvoje nėra pakankamai užtikrinamos, nesudaromos galimybės gauti paslaugas pagal jų poreikius, dirbančių atviroje darbo rinkoje nedaugėja, trūksta viešųjų pastatų, transporto, interneto svetainių ir mobiliųjų programų pritaikymo.

Apie 40 proc. 55–64 metų amžiaus Lietuvos gyventojų darbo rinkoje nedalyvauja. Tai lemia sveikatos problemos, nepalankus darbdavių požiūris į vyresnio amžiaus žmones, prasta pačių asmenų motyvacija, nenoras keisti profesiją ar persikvalifikuoti.

Skurdo lygis rodo, kad skurdas ir benamystė Lietuvoje yra opi problema. Benamystei formuojantis sąveikauja įvairių priežasčių grupės. Dažniausiai minimi socialiniai, ekonominiai, teisiniai, šeiminiai, asmeniniai veiksniai. Konkrečios benamystės priežastys pagal svarbą yra šios: nedarbas ir skurdas, konfliktai šeimoje ir skyrybos, įvairios priklausomybės, grįžimas iš įkalinimo įstaigos ir paveldima benamystė iš kartos į kartą.

Asmenų, neturinčių nuolatinės gyvenamosios vietos, skaičius sparčiai didėja, o nakvynės namų steigimas neišsprendžia benamių socialinės integracijos problemos. Teikiama pagalba yra fragmentiška, neįvertinanti individualių asmens poreikių, neugdanti socialinių kompetencijų ir yra greičiau palaikanti tokį gyvenimo būdą nei sukurianti motyvaciją bei prielaidas iš jos ištrūkti.

Paramos būstui išsinuomoti sistema neužtikrina, kad būtų veiksmingai įgyvendinta teisė į būstą asmenims, neturintiems pakankamai lėšų pragyventi ir negalintiems gauti tokių lėšų savo pastangomis, nes trūkstant savivaldybėse socialinio būsto, asmenys priversti laukti eilėje ilgus metus. Dar vis esama situacijų, kai socialinis būstas tampa socialiniu getu jame gyvenantiems žmonėms.

Įgyvendinant darnaus vystymosi tikslus, tokius kaip skatinti visų amžiaus grupių gerovę, skatinti įsidarbinimą visose amžiaus grupėse, nelygybės ir atskirties mažinimą, paramą socialiai jautrioms ir pažeidžiamoms visuomenės grupėms, kurie atliepia visos visuomenės gerovės vystymąsi ir ateities tikslus, būtina sutelkti tiek visuomeninių organizacijų, savanorių, socialinių programų, valstybės paramos, tiek mūsų visų jėgas, kuriant valstybės gerovę.

**Literatūros sąrašas**


- Alonderytė, E. (2020). Viceministrė: integruojant neįgaliuosius į darbo rinką, trūksta ir motyvacijos. Prieiga per internetą: https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1227657/viceministre-integruojant-neigaliuosius-i-darbo-rinka-truksta-ir-motyvacijos.
- Indriliūnaitė, R. ir Petkevičiūtė, R. (2015). Tarpinstitucinis benamių vyrų dreifas. /Socialinė atskirtis ir geras gyvenimas Lietuvoje. Kolektyvinė monografija. VDU. Prieiga per internetą: https://www.vdu.lt/cris/handle/20.500.12259/85.
- Ivanauskaitė, V., Gončiarova, N. (2016). Vyrų benamystė nakvynės namuose ir gatvėje: išgyvenimo naratyvai. Tiltai, Nr. 1(73), p. 171–189.
- Kytrienė, D. Neįgaliųjų integracijos galimybės darbo rinkoje. Prieiga per internetą: http://gs.elaba.lt/object/elaba:1753674/1753674.pdf.
- Kocai, E. (2006). Benamystė kaip socialinis reiškinys. Filosofija. Sociologija. Nr. 2, p. 53–62.
- LR Seimas (2014). Lietuvos Respublikos paramos būstui įsigyti ar išsinuomoti įstatymas. Prieiga per internetą: https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/e944ee00600111e4bad5c03f56793630/asr.
- LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija (2020). Savivaldybių teikiami statistiniai duomenys apie paramą būstui. Prieiga per internetą: https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/socialine-statistika/savivaldybiu-teikiami-statistiniai-duomenys-apie-parama-bustui.
- LR Oficialiosios statistikos portalas (2020). Lietuvos gyventojų pajamos ir gyvenimo sąlygos (2020 m. leidimas). Skurdo rizikos lygis. Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-gyventoju-pajamos-ir-gyvenimo-salygos-2020/skurdo-rizika/skurdo-rizikos-lygis.
- Luneckienė, A. (2007). Benamių socialinė integracija į visuomenę. http://gs.elaba.lt/object/elaba:2025871/2025871.pdf.
- Okunevičiūtė-Neverauskienė, L.; Česnuitytė, V. (2009). Socialiai pažeidžiamos grupės darbo rinkoje. Vilnius „Technika“.
- Ruškus, J. (2014). Rūpinkimės silpnaisiais visuomenės nariais, nes galime jais tapti. Prieiga per internetą: https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/72059/j-ruskus-rupinkimes-silpnaisiais-visuomenes-nariais-nes-galime-jais-tapti.
- Sapam Ranabir Singh, Mohammad Reza Eghdami and Sarbjeet Singh. (2014). The Concept of Social Vulnerability: A Review from Disasters Perspectives. International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies (IJIMS). Vol. 1, No. 6, 71–82.
- Spinter Research (2019). Beveik pusė šalies darbuotojų netiki, kad kartu su jais galėtų dirbti ir neįgalieji. Prieiga per internetą: https://spinter.lt/site/lt/vidinis_noslide/menutop/9/home/publish/MTE3Njs5Ozsw.
- Valstybės kontrolė (2017). Ar užtikrinamas būsto prieinamumas mažas pajamas gaunantiems gyventojams. Valstybinio audito ataskaita. Prieiga per internetą : https://www.vkontrole.lt/audito_ataskaitos.aspx?tipas=2.
- Vyriausybės strateginės analizės centras (STRATA) (2020). Vyresnio amžiaus darbuotojai darbo rinkoje išlieka ilgiau. Prieiga per internetą: https://strata.gov.lt/lt/naujienos/8-naujienos/776-vyresnio-amziaus-darbuotojai-darbo-rinkoje-islieka-ilgiau.
- Tereškinas, A. (2015). Socialinės atskirties genealogijos: normatyvumas, pripažinimas, subjektyvi gerovė. /Socialinė atskirtis ir geras gyvenimas Lietuvoje. Kolektyvinė monografija. VDU: Socialinių tyrimų centras.
- Viluckas, T. (2008). Negalia šalia mūsų. Prieiga per internetą: https://www.bernardinai.lt/2008-12-03-tomas-viluckas-negalia-salia-musu/.
- Valstybės kontrolė (2020). Asmenų su negalia socialinė integracija. Valstybinio audito ataskaita. Prieiga per internetą: https://www.vkontrole.lt/audito_ataskaitos.aspx?tipas=2.

- Zalunskaitė, S. (2016). Europos Sąjungos struktūrinių fondų įtaka Lietuvos regionų gyventojų socialinei integracijai. Prieiga per internetą: https://www.esinvesticijos.lt.
- WTO (2020). The WTO and the Sustainable Development Goals https://www.wto.org/english/thewto_e/coher_e/sdgs_e/sdgs_e.htm.
- Web, G. R., Williams, B. D. (2019). Social vulnerability and disaster: understanding the perspectives of practitioners. Prieiga per internetą: https://onlinelibrary.wiley.com/.

# ŠVENČIŲ TRADICIJOS LIETUVOJE IR VOKIETIJOJE, ŠVENTIMO YPATUMAI BEI SKIRTUMAI

**Goda Stepukaitė, Erika Sirvydytė**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
goda.stepukaite@stud.viko.lt, erika.sirvydyte@stud.viko.lt

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Violeta Žemaitienė

**Anotacija**

Šiais laikais žmonės gali laisvai keliauti po pasaulį, tad kitų kultūrų, jų švenčių tradicijų ir papročių pažinimas tampa vienu iš esminių sėkmingos asmens integracijos kitoje kultūroje aspektų. Reikėtų pripažinti, kad šiandienos žmogui nepakanka gerai pažinti tik savo kultūrą, jos tradicijas ir papročius; būtina turėti kuo daugiau žinių apie skirtingų šalių tradicijas bei kultūras, jų žmones, papročius. Todėl asmens tarpkultūriškumo skatinimo tema nepraranda savo aktualumo, įgalina ieškoti būdų, kaip skatinti kitų kultūrų pažinimą. Nepaisant to, kad sudaromos galimybės šiandienos žmogui keliauti ir pažinti vis naujas šalis, tačiau šių šalių kultūros pažinimas, jų švenčių tradicijų bei papročių žinojimas išlieka kaip viena iš problemų, todėl straipsnyje siekiama nustatyti Vilniaus kolegijos studentų žinias apie švenčių tradicijas ir jų ypatumus Lietuvoje bei Vokietijoje. Straipsnyje siekiama atskleisti Lietuvos ir Vokietijos švenčių tradicijas, šventimo ypatumus ir skirtumus, be to, nustatyti, kiek daug Vilniaus kolegijos studentai žino apie kitų šalių tradicijas, taip pat analizuojant gautus tyrimo rezultatus ir atlikus literatūros analizę tikslingai numatyti studentų žinių apie papročius bei tradicijas skirtingose kultūrose plėtimo galimybes. Apklausos rezultatai atspindi studentų žinias ne tik apie savo šalį, bet ir apie kitų šalių kultūrą. Šiais laikais kiekvienam žmogui būtina turėti kuo daugiau žinių apie skirtingų šalių tradicijas ir kultūras, jų žmones, papročius. Taip yra skatinamas tarpkultūriškumas, komunikacija ir integracija.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: šventės, tradicijos, Lietuva, Vokietija, kultūra.

## Įvadas

Šventė – tai socialinis susirinkimas, skirtas švęsti ir ilsėtis. Kiekvienoje šalyje yra švenčiamos įvairios šventės. Jos būna labai įvairios, priklausomai nuo rengėjų, aplinkybių. Taip pat jos suteikia daug įvairiarūšių bendravimo galimybių, priklausomai nuo aplinkybių, gali užsimegzti įvairūs ilgalaikiai socialiniai ryšiai. Kiekviena šventė neapsieina be tradicijų. Tradicija – tai istoriškai susidarančių ir įsitvirtinančių kultūros formų – papročių, vaizdinių, simbolių, idėjų – perdavimas iš kartos į kartą, lemiantis tautos kultūros išlikimą. Svarbi jų dalis yra papročiai. Dažnai vartojama žodžių samplaika „papročiai ir tradicijos“. Visos šalys turi savo šventes, tradicijas ir kultūrą. Kultūra – tai žmogaus ir visuomenės gerbiami, puoselėjami objektai ir reiškiniai, jų formos ir sistemos, kurių funkcionavimas leidžia kurti, panaudoti ir perteikti tai, kas suvokiama kaip materialinės ir dvasinės vertybės. Kiekviena tauta saugo ir vertina savo tradicijas bei papročius, tačiau šiai laikais būtina pažinti ir gerbti kitataučių kultūrą, nes tai yra neatsiejama tarpkultūriškumo dalis.

Straipsnyje analizuojama problema – menkos studentų žinios apie kitų šalių tradicijas ir kultūrą neskatina jų tarpkultūriškumo. Kultūros skirtumai gali lemti skirtingą požiūrį į religiją, etiketą, tradicijas. Taip susikuria komunikacijos proceso trikdžiai – asmuo iššifruoja informaciją, remdamasis kultūros suformuotomis pažiūromis. Tai studentams formuoja nuostatas prieš visus kitataučius. Jie nesidomi kitomis kultūromis, prisibijo jų, net nesuprasdami, kad taip užtveria ne tik kelią savo galimybėms, bet ir smukdo savo pasaulėžiūrą bei tarpkultūriškumą.

Šiuo straipsniu bus siekiama išsiaiškinti Vilniaus kolegijos studentų turimas žinias apie švenčių tradicijas, šventimo ypatumus Lietuvoje ir Vokietijoje. Taip pat bus bandoma parodyti, kaip ir kodėl svarbu domėtis kitomis kultūromis. Apklausos rezultatai padės nustatyti jaunimo tarpkultūriškumo spragas. Išanalizavus apklausos duomenis ir remiantis literatūra, bus pateiktos rekomendacijos, kokiomis priemonėmis rezultatai galėtų būti gerinami.

**Problema:** menkos studentų žinios apie kitų šalių tradicijas ir kultūrą neskatina jų tarpkultūriškumo.

**Darbo tikslas:** nustatyti Vilniaus kolegijos studentų žinias apie švenčių tradicijas ir jų ypatumus Lietuvoje bei Vokietijoje.

**Darbo uždaviniai:**

- remiantis literatūros analize, atskleisti Lietuvos ir Vokietijos švenčių tradicijas, šventimo ypatumus ir skirtumus;
- išsiaiškinti Vilniaus kolegijos studentų žinias apie Lietuvos ir Vokietijos švenčių tradicijų bei šventimo ypatumų skirtumus;
- remiantis studentų žiniomis apie skirtingas kultūrų šventimo tradicijas, išskirti dažniausiai pasitaikančias jaunimo tarpkultūriškumo spragas;
- remiantis tyrimo rezultatais ir mokslinėje literatūroje išskirtais aspektais, numatyti studentų žinių apie švenčių tradicijas bei papročius skirtingose kultūrose plėtimo galimybes.

## Metodai ir imtis

**Analitinis aprašomasis metodas:** analizuota su nagrinėjama tema susijusi mokslinė ir metodinė literatūra.

**Kiekybinis metodas:** tyrimui atlikti buvo naudojama internetinė apklausa. Apklausa – įvairių praktinių ir mokslinių tyrimų metodas, renkant informaciją apie žmonių nuomones, žinias, įsitikinimus, elgesį ir panašiai. Apklausa yra klasikinis instrumentas, kurį naudoja empirinė sociologija, ekonomika, psichologija, kalbotyra. Apklausos vykdomos interviu, naudojamos anketos ir kitos priemonės. Šiuo metu vis dažniau apklausos, klausimynai, vertinimai būna vykdomi internetu, šis tyrimas – ne išimtis.

**Tiriamųjų imtis ir duomenų rinkimo procedūra:** į anketos klausimus atsakė 89 respondentai, iš kurių 79 buvo moterys ir 10 vyrų. Net 76,4 proc. apklaustųjų buvo 20–22 metų amžiaus, 10,1 proc. – 23–25 metų amžiaus, 2,2 proc. 26 metų amžiaus ir vyresni, o likusieji – jaunesni nei 19 metų. Didžioji dalis respondentų (48,3 %) mokosi trečiame kurse, šiek tiek mažiau apklaustųjų (36 %) studijuoja antrame kurse, 11,2 proc. respondentų tik šiais metais pradėjo mokytis Vilniaus kolegijoje, o 4,5 proc. studentų lanko ištęstines studijas ir dabar yra ketvirtame kurse.

## Teorinis pagrindimas

Papročiai yra įprasti žmonių poelgiai, kurie ilgainiui tampa visuomenės ar jos didesnės dalies gyvenimo norma. Žmogus auga tam tikroje aplinkoje, todėl perima jos papročius. Papročiai, kurie perduodami iš kartos į kartą, virsta tradicijomis. Tradicijų niekas specialiai nekuria, jos gimsta ir rutuliojasi per ilgus dešimtmečius ar net šimtmečius. Tradicijos pasireiškia tam tikromis apeigomis, atliekamomis įvairių švenčių proga. Papročiai, tradicijos ir su jomis susijusios apeigos susiformavo labai seniai. Ilgainiui kito jų prasmė ir forma, tačiau tautos iki šių dienų išsaugojo tas tradicijas ir apeigas, kurios sudaro prasmingiausią jų gyvenimo dalį.

Šv. Velykos yra siejamos su gamtos atgimimu, atsibudimu po ilgos ir sunkios žiemos. Atėjus krikščionybei, šią šventę imta sieti dar ir su Kristaus prisikėlimu. Senovėje buvo tikėta, kad atėjus pavasariui nubunda ne tik gamta, bet ir anapusinis pasaulis, prisikelia vėlės (iš čia ir kilęs šventės pavadinimas). Tai – kilnojama šventė, kurios data kasmet kinta, anksčiausiai gali būti švenčiama kovo 22 dieną, vėliausiai – balandžio 25 dieną ir yra švenčiama pirmąjį mėnulio pilnaties sekmadienį po pavasario lygiadienio. Vokietijoje ši šventė vadinama Jėzaus Kristaus prisikėlimo ir *Osterhase* (šv. Velykų Zuikio) minėjimu. Ji švenčiama kovo arba balandžio mėnesį panašiu laiku, kaip ir mūsų šalyje. Nors šventė minima beveik tuo pat metu, tačiau velykinių tradicijų Vokietijos žmonės ir kultūra turi daugiau. Žinoma, jie taip pat margina kiaušinius, puošia jais savo šv. Velykų stalą, be to, margučius kabina ant medžių šakų lauke ar šakelių, pamerktų į vazą namuose, taip praturtindami savo namus šiltomis pavasario spalvomis. Pagrindinis ir labiausiai įsimintinas šios šventės skirtumas – velykinis zuikis. Lietuvos vaikus per kiekvienas šv. Velykas aplanko Velykų bobutė, tačiau Vokietijoje šv. Velykų simboliu yra tapęs velykinis zuikis. Zuikis ir kiaušiniai taip pat atėjo iš pagoniškų laikų ir simbolizavo vaisingumą, atgimimą bei buvo naudojami švenčiant pavasario atėjimą. Lietuvoje šv. Velykų šventė tradicijomis daugiausiai džiugina jaunuolius: jie su šeima dažo margučius, kitą dieną, pakilę nuo vaišių stalo, ridena kiaušinius ir žaidžia įvairius tradicinius žaidimus. Deja, bet Vokietija yra praturtinta kitomis šios šventės tradicijomis: jie degina velykinius laužus, rengia šv. Velykų mugę, kepa ėriuko formos pyragus, šiaurinėje Bavarijos dalyje paplitusi velykinių fontanų tradicija, kurios metu pabrėžiama vandens, kaip gyvybės šaltinio, svarba. Tikima, kad šv. Velykų rytą pašventintas vanduo turi ypatingų galių. Be to, vokiečiai turi įdomų paprotį – sutemus didelis medinis ratas yra užpildomas šienu, o tada paleidžiamas ridentis nuo kalvos. Ilgas medinis strypas yra perkišamas per rato ašis ir padeda išlaikyti balansą. Jeigu ratas sėkmingai nusileidžia iki apačios, tuomet tais metais pranašaujamas geras derlius.

Pagrindinės ir visų laukiamos metų šventės – šv. Kūčios ir šv. Kalėdos. Nuostabus ir šiltas jausmas, kai miestų ir miestelių centrinės aikštės atrodo lyg nužengusios iš atvirukų. Kalėdinės mugės kvepia karštu vynu, cinamonu ir kepiniais, dega įvairios lemputės, žvakutės, skamba muzika ir varpeliai, sukasi karuselės, tarp prekystalių šurmuliuoja šventiškai nusiteikę žmonės. Tiek Lietuvoje, tiek Vokietijoje šv. Kalėdų dvasia žmones aplanko gana anksti, ir nenuostabu, tačiau šių šalių advento laikotarpis yra labai panašus.

Vokietijoje namai turi būti puošiami ne ankščiau kaip pirmąjį advento sekmadienį. Tam daugelis vokiečių tradiciškai skiria nemažai pinigų, puošia savo namus lemputėmis, žvakutėmis, puokštėmis, dekoracijomis. Labai mėgsta nykštukus, elnius, šviečiančius namukus ir prakartėles. Puošiamas kiekvienas kambarys, kad namuose būtų daugiau šviesos ir šventinės dvasios. Lempučių šviesa, sakoma, nubaido piktąsias dvasias. Kaip ir Lietuvoje, labai svarbus namų akcentas yra advento vainikas iš eglišakių su keturiomis raudonomis žvakėmis. Pirmąjį advento sekmadienį uždegama pirmoji žvakė, antrąjį jau degamos dvi žvakės, o prieš pat šv. Kūčias – visos keturios. Sekmadieniai skirti bendrauti su šeima ir giminaičiais, kurie kviečiami arbatos su kalėdiniais kepiniais. Kiekviena šeimininkė didžiuodamasi rodo savo sukurtas dekoracijas, vaišina savo keptais sausainiais. Vaikams, kad būtų lengviau sulaukti šv. Kalėdų, ruošiami advento kalendoriai. Nors kiekviename prekybos centre galima nusipirkti šokoladinių kalendorių su 24 langeliais, vis dėlto daugelis šeimų savo vaikams juos tradiciškai daro patys – kasdien į maišelį, langelį ar kojinaitę įdeda po mažą saldumyną ar kokį siurprizą.

Vienas svarbiausių Vokietijos advento kepinių yra štolenas (vok. *Stollen*) – keksas su džiovintais vaisiais, razinomis, riešutais, prieskoniais. Nors šių kalėdinių gardėsių dabar galima nusipirkti visose parduotuvėse, tikros šeimininkės juos kepa pačios likus kelioms savaitėms iki šv. Kūčių. Kitas būtinas šio laikotarpio atributas – vaisiais ir prieskoniais paskanintas karštas vynas (vok. *Glühwein*), kuris taip pat labai populiarus ir tarp lietuvių. Vokiečių vaikai dovanomis džiuginami du kartus. Pirmą kartą – gruodžio 6-osios rytą. Batuose už miegamojo durų jie randa šv. Mikalojaus (vok. *Sankt Nikolaus*) paliktų staigmenų. Dažniausiai tai būna saldumynai ir įvairios smulkmenos, bet vaikai vis tiek nekantriai laukia. Beje, tą dieną skanumynais vienas kitą stengiasi pradžiuginti ir suaugusieji. Nors šventinėmis dekoracijomis galima džiaugtis nuo pirmojo advento sekmadienio, šv. Kalėdų eglę vokiečiai puošia išskirtinai šv. Kūčių dieną (vok. *Heiliger Abend* – šventas vakaras). Tėvai tai daro užsidarę kambaryje, o kai susirenka visa šeima, atveriamos durys ir įžiebiamos lemputės ant eglutės. Lietuvoje šią tradiciją žmonės atlieka šv. Kūčių rytą.

Šv. Kūčių vakarą vokiečiai dažniausiai valgo įprastą maistą – Vienos dešreles su bulvių salotomis, o lietuviai savo stalą nukrauna 12 šventinių patiekalų, kuriuos paragauti privalo kiekvienas, be to, ant šv. Kūčių stalo negali būti mėsos produktų, nes laikomasi pasninko. Vokietijoje šv. Kalėdų pietums į orkaitę šaunama žąsis. Ši dažniausiai patiekiama su troškintais raudonaisiais kopūstais ir bulvių kukuliais. Tie, kurie nenori ar negali valgyti mėsos, kepa karpį. Šventąjį

vakarą prie stalo susirenka tik patys artimiausi šeimos nariai, o valgyti šv. Kalėdų žąsies kviečiami ir kiti giminaičiai, labai geri draugai. Antrą šv. Kalėdų dieną stengiamasi lankyti draugus. Lietuvoje šias šventes žmonės dažniausiai švenčia su šeimos nariais ar artimaisiais.

Naujieji metai yra skirti paminėti metų virsmą. Tai yra kalendorinių metų pradžia, o švenčiami gruodžio 31-osios vakarą. Galime drąsiai teigti, jog šią šventę mini kiekvienas tiek Lietuvos, tiek Vokietijos pilietis. Dažniausiai iki Naujųjų metų nakties yra patariama su visais susitaikyti, išsikalbėti, atiduoti skolas, tam, kad ateinančius metus pasitiktume be jokių rūpesčių ir jie būtų sėkmingi. Vokiečiai turi kitokią tradiciją – jie siunčia savo draugams ar artimiesiems atvirukus, kuriuose praneša apie svarbius gyvenimo įvykius, nutikusius praėjusiais metais. Lietuvaičiai eidami švęsti Naujuosius metus stengiasi pasipuošti ateinančių metų spalvomis, aksesuarais, drabužiais. Tokios tradicijos vokiečiai neturi, tačiau jie šiai ypatingai metų nakčiai ruošia tradicinį gėrimą, kuris gaminamas iš raudonojo vyno, rudojo cukraus, apelsinų, citrinų, cinamono ir gvazdikėlių. Taip pat Naujųjų metų naktį tiek Lietuvos, tiek Vokietijos dangų nušviečia fejerverkai. Ši šventė švenčiama panašiai tiek Vokietijoje, tiek Lietuvoje.

Mūsų šalyje yra minimos ir daugelis kitų švenčių, tokių kaip Joninės, Žolinės, Užgavėnės, Tėvo ir Motinos dienos, Nepriklausomybės atkūrimo diena ir kitos. Viena populiariausių švenčių yra Joninės. Tai krikščioniška šventė, šv. Jono Krikštytojo gimimo diena, kurią pagerbiami visi pavadinti Jono ar Janinos vardu. Ši šventė minima birželio 23–24 dienomis. Šią dieną žmonės renka žoleles, pina vainikus, vėliau juos plukdo upe, degina laužus, ieško paparčio žiedo, maudosi, vanojasi pirtyse. Tuo tarpu Vokietijoje lapkričio 11 dieną švenčiama šv. Martyno diena. Tai katalikų šventojo Martyno vardo dienos šventė, per kurią vokiečiai eina į bažnyčią, o mokyklos, darželiai rengia šventę vaikams, eina į gatves su šviečiančiais žibintais, dainuodami tradicinę dainą „Ich geh mit meiner Laterne“.

Tačiau tai dar ne viskas. Vokietija turi savo tradicinių švenčių, kurios yra žinomos net visame pasaulyje. Viena iš jų – Oktoberfestas (vok. *Oktoberfest*). Didžiausiu pasaulyje laikomas Oktoberfesto festivalis gimė 1810 metais, kai Karūnos princas Liudvikas vedė princesę Teresę von Sachsen-Hildburghausen ir pakvietė kartu atšvęsti visus Miuncheno miestelėnus. Spalio mėnesį (vok. *Oktober*) įvykusi šventė buvo tokia sėkminga, kad ją buvo nuspręsta kartoti kiekvienais metais. Šventės svečiams yra siūlomi atrakcionai, karuselės, mugės, muzika, šokiai, linksmybės ir įspūdingo dydžio gėrimų paviljonai. Dabar Oktoberfestas – svarbiausias Bavarijos regiono festivalis, kasmet pritraukiantis daugiau nei 6 milijonus lankytojų.

Paskutinė Vokietijos šventė, kurią reikėtų pristatyti, yra Padėkos diena (vok. *Erntedankfest*). Ji švenčiama pirmąjį spalio sekmadienį. Ši šventė neapsieina be daug maisto, šokių, muzikos ir įspūdingų paradų. Vokiečiai tradiciškai namuose kepa žąsis, kalakutus, antis arba triušius. Vietos amatininkai ir meistrai gamina didelius, spalvotus vazonus iš kviečių arba kukurūzų, taip pat įvairaus dydžio vainikus, kuriuos tvirtina prie pastatų. Po pamaldų yra priimta pamokslininkui palaiminti maistą, kurį parapijiečiai paskui atiduoda vargšams. Tad ši šventė yra ne tik vien linksmybių pilna, tačiau turi ir religinių tradicijų. Tuo tarpu Lietuvoje Padėkos diena nėra švenčiama.

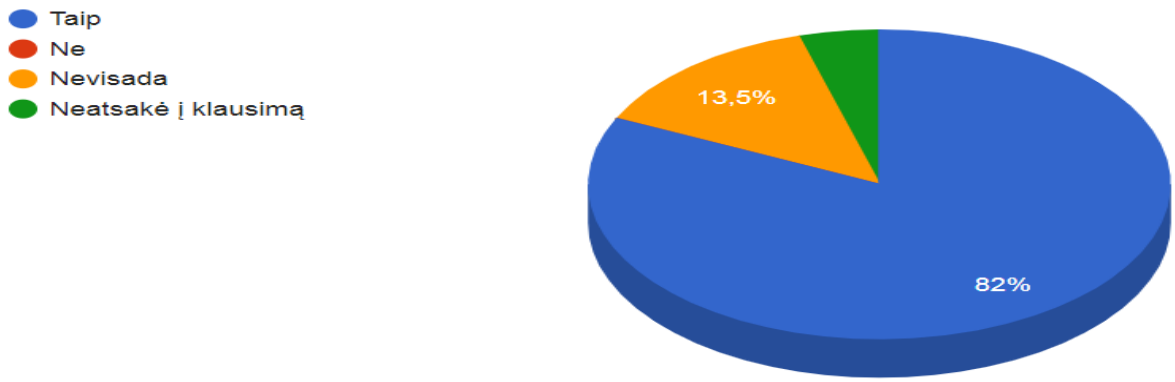
Garsus anglų rašytojas, poetas bei dramaturgas Viljamas Šekspyras teigė: „Jeigu visus metus mes švęstume šventes, juk būtų linksmintis tas pats, kas dirbt kasdien nuobodų darbą. Bet kadangi jos ateina taip retai, tai ir laukiamos yra labai.“ Mintys, pokalbiai, straipsnių antraštės žmones ragina labiau ir kruopščiau rūpintis būtent švenčių laukimu, o vėliau, atėjus tai reikšmingai dienai, skatina tinkamai ir deramai paminėti šventes. Kada, kaip, kur ir su kuo žmonės švenčia šventes, priklauso nuo tam tikros šalies ar švenčių tradicijų, papročių, kultūros.

## Rezultatų pristatymas

Apklausai įvykdyti buvo paruošta 20 klausimų. Apklausa buvo siekiama sužinoti Vilniaus kolegijos studentų žinias apie Lietuvos ir Vokietijos šventes, kaip ir kada jos švenčiamos, kokių tradicijų žmonės laikosi per tam tikrą šventę, bei išsiaiškinti, kokius kultūrų skirtumus jie pastebi tarp mūsų ir Vokietijos gyventojų. Apklausa buvo vykdoma 2020 m. spalio–lapkričio mėnesiais internetiniame puslapyje Apklausa.lt.

Iš atliktos apklausos metu gautų duomenų galima matyti, kad didžioji dalis, net 59,6 proc. respondentų, mėgsta keliauti ir tai daro gana dažnai, o likusieji nekeliauja ir to daryti nemėgsta. Kito klausimo rezultatai parodė, kad ne tik kelionės studentus skatina domėtis kitų šalių kultūromis, nes net 68,5 proc. apklaustųjų atsakė, jog domisi kitų šalių tradicijomis ir kultūra, o 27 proc. pasakė, jog kitomis šalimis nesidomi. Tyrimo rezultatai parodė, kad studentai daugiausia domisi Italija (16,5 %), JAV (14,8 %), Ispanija (14,3 %), Prancūzija (13,2 %), Rusija (11,5 %) ir Japonija (9,9 %). Tačiau respondentai mums pateikė ir daugiau šalių, pavyzdžiui, Vokietija, Nyderlandai, Airija, Turkija, Kanada, Graikija, Lenkija, Austrija.

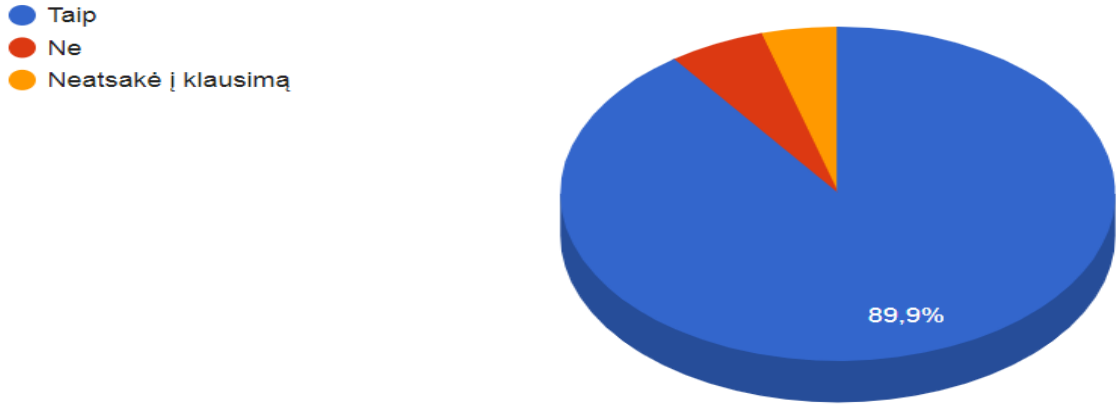
Analizuojant studentų požiūrį, ar jie jaučiasi tolerantiški kitų šalių žmonėms, kultūroms, net 82 proc. respondentų atsakė, kad taip, tačiau likusieji sako, jog tolerantiškiems išlikti pavyksta ne visada (žr. 1 pav.). Paklausus, kaip jie elgiasi netikėtai pamatę kitos šalies atstovą, 39,4 proc. apklaustųjų teigė, kad, sutikę kitatautį, į jį nekreipia dėmesio, 47,9 proc. atsakė, jog jų žvilgsnis automatiškai krypsta į užsienietį, tačiau stengiasi į jį ilgai nežiūrėti, net 6,4 proc. respondentų atsakė, jog sutikę tokį žmogų būna drąsus, prieina pasisveikinti, paklausia, iš kur ar kodėl čia atvyko, ir net 3,2 proc. prisipažino, jog nuo kitataučio sunku atitraukti akis, todėl jį apžiūri ir nuseka žvilgsniu.




**1 pav.** Studentų tolerantiškumas kitų šalių kultūroms (proc.) (N = 89)

Daugiausia studentai savo tarpkultūriškumą ugdo žiūrėdami filmus ar serialus (46,1 %), 15,7 proc. respondentų tampa tarpkultūriški keliaudami, 10,1 proc. studentų domisi istorija, mitologija, o 10,1 proc. atsakiusiųjų teigė, jog jiems padeda knygų, straipsnių, enciklopedijų skaitymas. Į šį klausimą respondentai pateikė ir daugiau atsakymo variantų, pavyzdžiui, bendrauja su skirtingų šalių atstovais, žmonėmis, žiūri laidas, lanko muziejus, buvo ir tokių, kurie drąsiai teigė, jog kitomis kultūromis nesidomi.

Iš 2 paveikslo galima daryti išvadą, jog dauguma Vilniaus kolegijos studentų, t. y. 89,9 proc. respondentų, švęsdami šventes laikosi tam tikrų tradicijų, o tik 5,6 proc. neturi jokių švenčių tradicijų.




**2 pav.** Studentų tradicijų laikymasis (proc.) (N = 89)

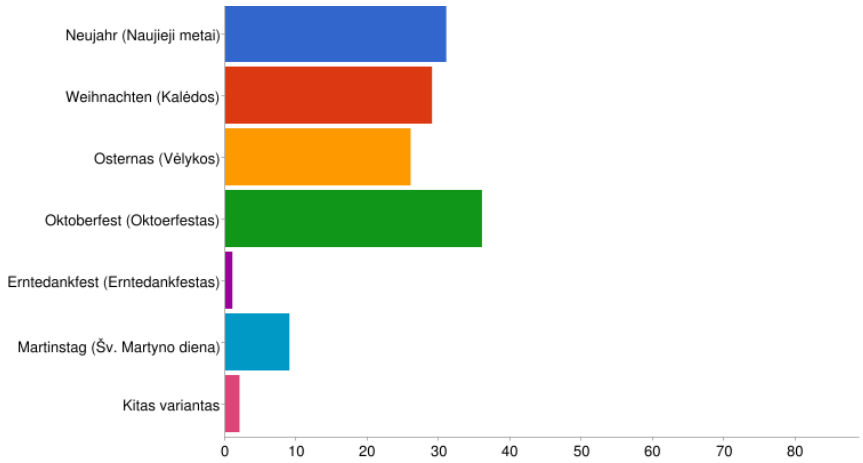
Nemaža studentų dalis, net 29,1 proc., šv. Velykų margučių dažymą išskyrė kaip pagrindinę švenčių tradiciją (žr. 3 pav.). Net 17,6 proc. respondentų atsakė, kad šv. Kalėdų tradicijos nėra tokios svarbios ar nėra tokios populiarios ir išlaikytos, kaip jau minėti šv. Velykų margučiai. Tarp populiariausių tradicijų (22,6 %) išliko Naujųjų metų tradicija šaudyti fejerverkus. Net 14,6 proc. apklaustųjų vis dar eina su šeima ir artimaisiais į bažnyčią, 8,8 proc. – žaidžia stalo žaidimus, 5,7 proc. respondentų ieško paparčio žiedo per Joninių šventę. Likę keturi apklaustieji pateikė savo variantus: važiuojame su šeima pas močiutę, Naujųjų metų naktį užrašome ant lapelio norus, vėliau juos sudeginame ir užgeriame šampano taure, vienas respondentas atsakė, jog turi savo asmenines švenčių tradicijas.

| Atsakymo variantai | Kiekis | Santykis |
|---|---|---|
| Einu su šeima ir artimaisiais į bažnyčią | 38 | 14.6% |
| Prie stalo žadžiame žaidimus | 23 | 8.8% |
| Per Šv. Kalėdas laikomės senovinių tradicijų, tikime papročiais | 46 | 17.6% |
| Per Jonines ieškome paparčio žiedo | 15 | 5.7% |
| Naujųjų metų naktį šaudome fejeverkus | 59 | 22.6% |
| Per Šv. Velykas dažome kiaušinius | 76 | 29.1% |
| Kitas variantas | 4 | 1.5% |

**3 pav.** Savo šalies tradicijų laikymasis švenčių metu: studentų vertinimas (proc.) (N = 89)

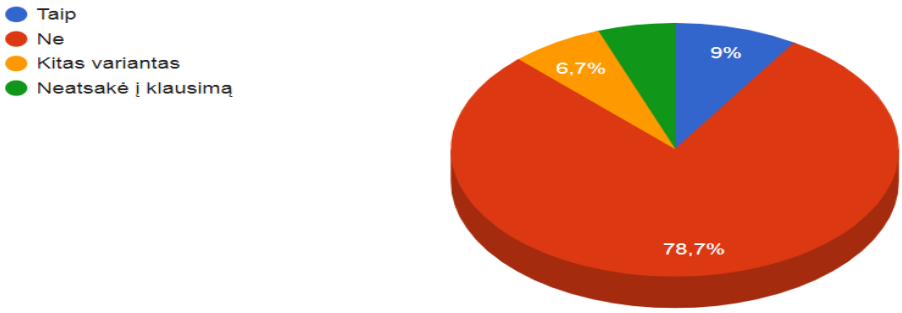
Siekiant išsiaiškinti, ar studentai domisi kitų šalių švenčių tradicijomis bei jų šventimo ypatumais, buvo pateiktas klausimą „Ar domitės kitų šalių švenčių tradicijomis?“ Net 52,8 proc. apklaustųjų atsakė, kad domisi, 42,7 proc. – nesidomi jokiomis švenčių tradicijomis, o 4,5 proc. respondentų į šį klausimą tiesiog neatsakė. Tačiau, sukonkretinus ankstesnįjį klausimą, ir respondentų teiraujantis būtent apie Vokietijos šventes, 57,3 proc. nurodė, kad žino nors vieną Vokietijos šventę, o 37,1 proc. nežino nė vienos Vokietijos šventės.

4 paveiksle galima matyti, kokias Vokietijos šventes žino Vilniaus kolegijos studentai. Geriausiai žinoma šventė yra Oktoberfestas, ją žinantys teigė net 26,9 proc. respondentų. Mažiau žinomos šventės yra Naujieji metai (23,1 %), šv. Kalėdos (21,6 %), šv. Velykos (19,4 %), šv. Martyno diena (6,7 %).



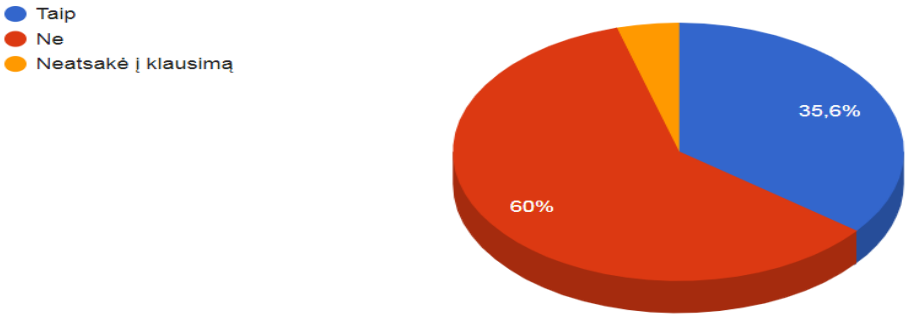

**4 pav.** Studentų turimos žinios apie Vokietijos šventes (proc.) (N = 89)

Norint išsiaiškinti respondentų žinias apie konkrečias švenčių tradicijas Vokietijoje, 9 proc. respondentų atsakė, jog žino nors vieną Vokietijos švenčių tradiciją ir pateikė tokius pavyzdžius: vokiečiai per šv. Martyno dieną eina į gatves su savadarbiu žibintu, per Naujuosius metus šaudo fejerverkus, rengia paradus, šv. Kalėdas pradeda švęsti nuo gruodžio 6 d. (ši diena vadinasi šv. Nikolajaus diena), taip pat advento metu jie degina keturias žvakutes keturis sekmadienius prieš šv. Kūčias. Labai gaila, tačiau net 78,7 proc. studentų atsakė, jog nežino nė vienos vokiečių švenčių tradicijos (žr. 5 pav.).



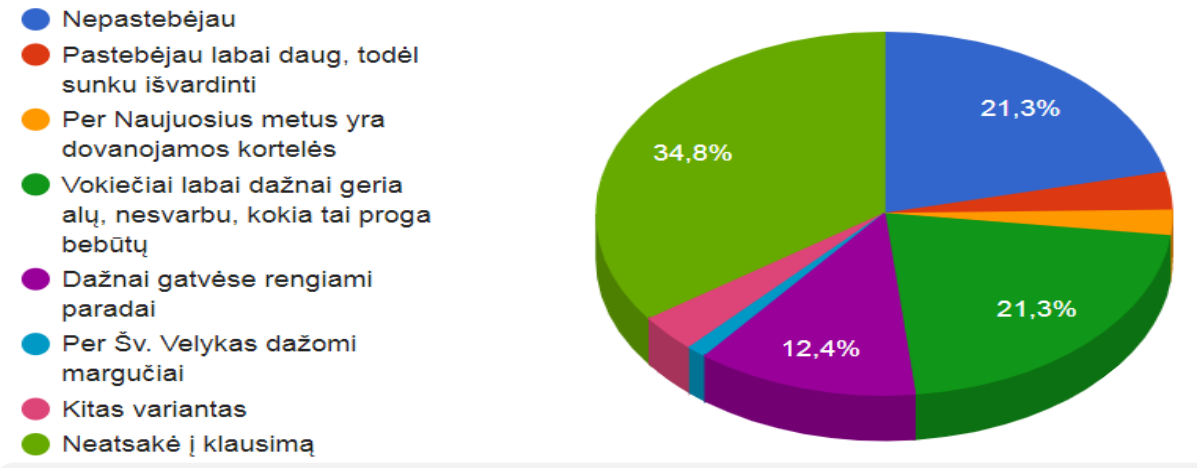

**5 pav.** Studentų turimos žinios apie Vokietijos švenčių tradicijas (proc.) (N = 89)

Kaip matyti iš 6 paveikslo, net 60,7 proc. respondentų nebuvo ir nesilankė Vokietijoje, o 34,8 proc. respondentų jau yra pabuvoję Vokietijoje ir susipažinę su šios šalies gyvenimu, tradicijomis, kultūra.




**6 pav.** Apsilankymas Vokietijoje (proc.) (N = 89)

Dauguma studentų, kurie jau lankėsi Vokietijoje, pastebėjo tam tikrus kultūrų skirtumus: 21,3 proc. respondentų teigė, kad vokiečiai labai dažnai geria alų, o tam nereikia jokios progos, 12,4 proc. sakė, jog gatvėse rengiami paradai, keletas studentų paminėjo Naujųjų metų atvirukus, šv. Velykų margučius, 3,4 proc. pareiškė, jog tų skirtumų pastebėjo labai daug, todėl juos būtų sunku išvardyti, o net 21,3 proc. respondentų kultūrų skirtumų išvis nepastebėjo (žr. 7 pav.).




**7 pav.** Vokiečių kultūros ypatumai (proc.) (N = 89)

Remiantis gautais tyrimo rezultatus, galima teigti, jog ne visi Vilniaus kolegijos studentai švęsdami šventes laikosi savo šalies ar senovės tradicijų, kai kurie jų išvis nesilaiko, dar kiti turi sukūrę savo šeimos tradicijas. Lyginant Lietuvos ir Vokietijos švenčių tradicijas, pastebima, jog vokiečiai turi tam tikras tas pačias švenčių apeigas kaip ir lietuviai, tačiau apie kai kurias studentai nėra nieko girdėję. Vilniaus kolegijos studentų teigimu, pagrindinės priemonės, skatinančios jų tarkultūriškumą, yra filmų, serialų ar televizijos laidų žiūrėjimas, kelionės, bendravimas su kitataučiais, knygų, straipsnių ar enciklopedijų skaitymas, muziejų lankymas. Remiantis tyrimo metu gautais duomenimis, galima teigti, kad tyrime dalyvavę Vilniaus kolegijos studentai yra menkai susipažinę su Vokietijos šventėmis bei jų tradicijų ir papročių ypatumais. Tyrimo rezultatų pagrindu galima kelti prielaidą, kad žinių stoka menkina jaunuolių tarpkultūriškumą, taip pat tai gali būti viena iš priežasčių tolerantiškumo kitų šalių atstovų atžvilgiu stokai.

## Išvados ir rekomendacijos

Išanalizavus metodinę literatūrą, pastebima, kad Lietuva ir Vokietija turi nemažai panašių švenčių ir tradicijų, tačiau Vokietijoje pastebimas didesnis tradicijų laikymasis ir iškilmingesnis pačių progų šventimas. Gavus tyrimo rezultatus, galima teigti, jog ne visi Vilniaus kolegijos studentai laikosi švenčių tradicijų ir mažai žino apie kitų šalių šventimo ypatumus. Dauguma studentų per šventes vadovaujasi įsisenėjusiomis lietuvių tradicijomis, tačiau paklausti apie Vokietijos švenčių tradicijas, jų išvardijo nedaug arba nė vienos. Taip pat galima daryti prielaidą, kuri teigtų, kad studentai, kurie jau yra pabuvoję Vokietijoje, pastebi išskirtinius vokiečių kultūros ypatumus, susijusius su labiausiai žinoma Vokietijos švente Oktoberfestu. Tyrimo rezultatai parodė, kad studentų kitų šalių kultūrų pažinimo šaltiniai yra tokie, kaip žiūrimi TV filmai, serialai, televizijos laidos. Nustatyta, kad nedidelė dalis apklaustųjų skaito knygas, straipsnius ar enciklopedijas, eina į muziejus. Tačiau tyrimo rezultatai parodė, jog būtent apie Vokietijos kultūrą šios priemonės suteikia nedaug naujų žinių. Todėl, norint domėtis vienos ar kitos šalies kultūromis, jų skirtumais ar panašumais, studentai turėtų rinktis tikslingus tam tikros informacijos šaltinius.

Apibendrinant galima teigti, kad, neskatindami asmeninio tarpkultūriškumo, Vilniaus kolegijos studentai mažai domisi kitų šalių tradicijomis bei kultūra. Tačiau vertėtų šventiniu laikotarpiu pasidomėti kitų šalių tradicijomis, nes tai galėtų padėti paįvairinti mūsų šventimo ypatumus.

## Šaltiniai


1. Asta (pavardė nenurodyta). (2014). Kuo kvepia Kalėdos Vokietijoje? Prieiga per internetą: https://atrastivokietija.wordpress.com/2014/12/24/kuo-kvepia-kaledos-vokietijoje/.
2. Bernardinai.lt. (2016). Joninės Lietuvoje ir pasaulyje. Prieiga per internetą: https://www.bernardinai.lt/2016-06-23-jonines-lietuvoje-ir-pasaulyje/.
3. DFDS. (2020). Oktoberfestas Vokietijoje. Prieiga per internetą: https://www.dfds.com/lt-lt/keleiviniai-keltai/kelioniu-gidas/vokietija/oktoberfestas-vokietijoje.
4. Flippo, H. (2020). Vokiečių šventės ir šventės. Prieiga per internetą: https://lt.eferrit.com/vokieciu-sventes-ir-sventes/.
5. Gėtės institutas. (2020). Feste feiern in Deutschland. Prieiga per internetą: https://www.goethe.de/ins/pl/de/spr/unt/kum/dfj/kal/ffi.html.
6. Kelionių manija. (2014). Kūčių tradicijos Lietuvoje ir svetur. Prieiga per internetą: https://www.greitai.lt/kelioniumanija/kelioniu-idejos/idomybes/kuciu-tradicijos-lietuvoje-ir-svetur/.
7. Priekavos.lt. (2012). Kaip šv. Kalėdas švenčia Vokietijoje? Prieiga per internetą: https://priekavos.lt/kaip-sv-kaledas-svencia-vokietijoje/.
8. Schmitz, M. (2020). Padėkos diena Vokietijoje. Prieiga per internetą: https://lt.eferrit.com/padekos-diena-vokietijoje/.

9. Sputnik. (2020). Kalėdos Lietuvoje: tradicijos ir dabartis. Prieiga per internetą: https://sputniknews.lt/society/20171123/4432932/kaledos-lietuvoje-tradicijos-ir-dabartis.html.
10. Tėvų darželis. (2010 – 2020). Lietuviškos šv. Velykų tradicijos ir papročiai. Prieiga per internetą: https://www.tevu-darzelis.lt/lietuviskos-sv-velyku-tradicijos-ir-paprociai/.
11. Vokiečių24.lt. (2020). Velykų tradicijos Vokietijoje. Prieiga per internetą: https://vokieciu24.lt/velykos-vokietijoje.

# COVID-19 PANDEMIJOS POVEIKIS JAUNIMO DARBO RINKAI LIETUVOJE IR ATEITIES SCENARIJAI

**Silvija Strazdaitė**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
*silvija.strazdaite@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF docentė dr. Miglė Černikovaitė

**Anotacija**

Straipsnyje analizuojamos jaunimo problemos darbo rinkoje dėl COVID-19 pandemijos. Mokslinio darbo tyrimas svarbus jaunimui, siekiant išsiaiškinant tikrąsias jaunimo nedarbo problemas ir ateities prognozes. Šiuo darbu bus tiriama COVID-19 pandemijos įtaka jaunimo darbo rinkai, analizuojama jaunimo nuomonė ir jau susidariusios kliūtys įsitvirtinant darbo rinkoje. Remiantis dabartine susidariusia situacija, bus analizuojami ir numatomi, galimi, ateities scenarijai, ir galima įtaka jaunimo užimtumui. Šiame darbe bus remiamasi anoniminės apklausos duomenimis, moksline literatūra, straipsniais. Remiantis atliktu tyrimu, galima teigti, kad COVID-19 pandemijos metu stipriai padidėjo nedarbas jaunimo grupėje, dėl to padidėjo jaunimo baimė dėl ateities ir išryškėjo kitos psichologinės problemos. Užimtumo tarnybos nespėja susitvarkyti su išaugusiu bedarbių skaičiumi ir skiria neveiksmingas paramas jaunimui. Jaunimui nesuteikiama ir psichologinė pagalba, kurios dabar labiausiai ir reikia. Straipsnyje taip pat pateikiami būsimi scenarijai ir pritaikyti sprendimo būdai, kaip gerinti jaunimo darbo rinkos situaciją Lietuvoje po COVID-19 pandemijos.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: darbo rinka, jaunimas, COVID-19 pandemija, poveikis, ateities scenarijai.

## Įvadas

COVID-19 pandemijos įtakos vertinimas tampa populiaria tema visose srityse: politikoje, ekonomikoje ir versle, mene ir kultūroje, švietime ir moksle. Galima drąsiai teigti, kad ši pandemija daro neigiamą įtaką daugeliui sričių Lietuvoje: verslai bankrutuoja, žmonės netenka darbų, negauna tinkamos sveikatos priežiūros ir pagalbos.

COVID-19 pandemija buvo netikėtas 2020 metų įvykis, kuris iš pradžių atrodė nepavojingas, paskui apėmė visą pasaulį ir atėjo į Lietuvą. Pasekmes jaučiame iki šiol. Viena svarbiausių pasekmių, kad dėl sustojusių ir uždarytų verslų daugelis prarado darbą, ir tai tiesiogiai paveikė jaunimo darbo rinką. Manoma, kad apie 30 proc. jaunimo COVID-19 pandemijos metu prarado darbą (Lietuvos statistikos departamentas, 2020), dar daugiau priversti nedirbti ar išeiti į prastovas. Taip pat visai nėra aiškios jaunimo darbo rinkos perspektyvos. Todėl, siekiant išsiaiškinti tikrąją situaciją, suformuluota **mokslinė problema** – kaip COVID-19 pandemija paveikė jaunimo darbo rinką, jaunimo nuostatas ir kas laukia ateityje?

**Straipsnio tikslas** – išanalizuoti COVID-19 pandemijos poveikio pasekmes jaunimo darbo rinkai Lietuvoje ir pateikti ateities prognozes.

Uždaviniai:

- apibūdinti jaunimo darbo rinkos ypatumus Lietuvoje;
- išanalizuoti COVID-19 pandemijos pasekmes Lietuvos ekonomikai ir visuomenei;
- ištirti jaunimo nuomonę apie jaunimo darbo rinkos pokyčius pandemijos metu;
- pateikti jaunimo darbo rinkos ateities prognozes.

**Tyrimo objektas:** jaunimo darbo rinkos ypatumai COVID-19 pandemijos metu.

**Tyrimo metodai:** mokslinės literatūros analizė, antrinių šaltinių duomenų analizė, anketinė apklausa, statistinė duomenų analizė, ateities prognozių scenarijų metodas (GBN matrica).

## Teorinis pagrindimas

Jaunimas – tai socialinė grupė, kuri skiriasi nuo kitų amžiaus grupių pagal savo socialines ir politines nuostatas, aktyvumo lygį, padėtį darbo rinkoje. Jaunimas yra kur kas mobilesnis ir imlesnis pokyčiams nei vyresni žmonės. Kiekviena jaunimo karta turi tik jai būdingas charakteristikas, kuriomis ji skiriasi nuo savo tėvų kartos ar kitų kartų, išplėtodama tik jai būdingas raiškos formas, priklausomai nuo ekonominių, socialinių, ideologinių ir politinių to meto gyvenimo ypatumų. Tai ypatinga visuomenės dalis, turinti savo problematiką, savybes, interesus ir kuriai reikalingas valstybės bei kitų visuomenės institucijų dėmesys (Černiauskaitė, 2006).

Pagal Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymą, jaunimas yra apibrėžiamas kaip 14–29 metų (įskaitytinai) amžiaus žmonių grupė (Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymo pakeitimas, 2019). Šiuo laikotarpiu jaunimas tampa nepriklausoma visuomenės dalimi ir ruošiasi aktyviai dalyvauti socialiniame gyvenime. Tuomet jauniems žmonėms dažniausiai iškyla daug problemų, kurių jie dažnai nesugeba įveikti savo jėgomis, pavyzdžiui, didėjantis jaunimo nusikalstamumas, nedarbas, užimtumo, būsto problemos ir kt. Kai kurie jauni žmonės prastai mokosi ir neįgyja profesijos, tarp jų yra daug ilgalaikių bedarbių, piktnaudžiaujančiųjų narkotikais ir alkoholiu, daug benamių bei gaunančių mažas pajamas ir skurstančių. Daugeliui tokių jaunų žmonių nebuvo teikiamos valstybinių užimtumo arba socialinės rūpybos tarnybų paslaugos.

Jaunimo užimtumas yra labai svarbus kiekvienos valstybės tikslas, būtina siekti visavertiško integravimosi į visuomenės socialinį ir ekonominį gyvenimą. Dažniausiai jaunimas susiduria su sunkumais darbo rinkoje, neturėjimu galimybės įgyti išsilavinimą, atitinkantį rinkos poreikius, padėtį tik dar labiau apsunkina ir darbdavių nepasitikėjimas, ir galimybių nebuvimas įgyjant darbo patirties (Broškaitė, 2015).

Užimtumo problema įvairiose ekonomikos studijose įvardijama kaip jautriausia socialinė ekonominė besiformuojančios rinkos ekonomikos sąlyga (Pasnicu, 2013, Baah-Boateng, 2015). Jaunimas yra dėmesio centre, sprendžiant visuomenėje kylančias problemas, tokias kaip užimtumo, išsilavinimo, darbo ir gyvenimo sąlygų gerinimo, ypač šiais sunkiais COVID-19 pandemijos laikais.

Mokomajame žodyne „Ekonomikos terminai ir sąvokos“ (1999) teigiama, kad užimtumas – tai ne tik tam tikra veikla, bet ir ekonominiai ir teisiniai santykiai tarp žmonių, dalyvaujančių darbo rinkoje. Užimtumas siejamas su darbingo amžiaus žmonių veikla, kurie gamina materialines ir dvasines vertybes, bei papildyta ekonominiais teisiniais tarpusavio santykiai. Kitų autorių (Martinkus, Beržinskienė, 2005) nuomone, užimtumas – teisėta darbinė žmonių veikla, kuriant materialines vertybes ir teikiant paslaugas, siekiant patenkinti asmeninius ir visuomeninius poreikius, duodanti jiems uždarbį (darbo pajamas). Prie užimtų gyventojų priskiriami 14–74 metų gyventojai, kurie tiriamuoju laikotarpiu dirbo bet kokį apmokamą darbą, trukusį ne mažiau kaip 1 val. per savaitę, ir už tai gavo atlyginimą pinigais arba natūra (Černiauskaitė, 2006).

Jaunimo nedarbas – didžiulė problema, kuri gali padaryti neigiamą ilgalaikį poveikį. Nedirbančiam jaunimui didėja rizika ateityje neturėti darbo, gauti mažesnes pajamas, pensiją, sunkiau sukurti šeimą. Jaunuoliai yra labiau pažeidžiami, kadangi jų gyvenime vyksta daug permainų, keičiasi etapai. Neturintys darbo patirties, susiduria su finansinių išteklių gavimo sunkumais (Jaunimo užimtumo skatinimas, 2020). Jaunimo nedarbo priežastis autoriai įvardija kaip ekonominius, socialinius ir demografinius reiškinius, kurie didina skurdą, migraciją, smurtą, ekonominių ir kriminalinių nusikaltimų didėjimą. Šiuo metu didžiausia jaunimo nedarbo problema – COVID-19 pandemijos sukelta ekonominė ir verslo krizė.

Apibendrinant galima teigti, kad, neturėdami reikiamo išsilavinimo, darbo įgūdžių ir patyrimo, jauni žmonės dažnai priversti imtis nekvalifikuotų, neprestižinių ir sunkaus fizinio darbo reikalaujančių veiklų, COVID-19 pandemijos metu buvo pirmieji, kurie neteko darbo arba buvo išleisti į priverstines atostogas. Todėl labai svarbu išanalizuoti COVID-19 pandemijos poveikio pasekmes jaunimo darbo rinkai Lietuvoje ir pateikti ateities prognozes.

## Metodai ir imtis

Remiantis galimu faktu, kad jaunimas yra paveiktas COVID-19 pandemijos, siekiant išsiaiškinti tikrąją situaciją, buvo analizuojamos Lietuvos statistikos departamento oficialiame portale pateiktos dabartinės COVID-19 pandemijos statistikos. Taip pat buvo pasitelkta anoniminė apklausa, kurios metu iškelti klausimai dėl dabartinės COVID-19 pandemijos jaunimo darbo rinkos situacijos, o atsakymai atskleidžia tikrąją žmonių patirtį šiais klausimais. Šiais būdais buvo remtasi analizuojant, o gautais rezultatais yra pateikiama galima ateities scenarijų prognozė, kuri atlikta remiantis ateities scenarijų metodu (GNB matrica).

Tyrimo metodai: antrinių statistinių šaltinių tyrimo metodu nagrinėjami Lietuvos jaunimo darbo rinkos pokyčiai, kuriems įtaką turėjo COVID-19 pandemija. Naudojami antriniai šlaitiniai: Lietuvos statistikos departamento oficialiame portale pateiktos dabartinės COVID-19 pandemijos statistikos ir publicistiniai straipsniai naujienų portaluose. Šio tyrimo nauda ta, jog iš antrinių šlaitinių galima apibrėžti ir analizuoti raidos tendencijas ir jaunimo darbo rinkos dinamiką Lietuvoje.

Kiekybiniam tyrimui buvo pasirinkta anketinė apklausa, kurią sudarė 14 klausimų apie COVID-19 pandemijos poveikį jaunimo darbo rinkai ir užduotas atvirasis klausimas apie jaunimo užimtumo ateities scenarijus. Apklausos metodas pasirinktas dėl keleto pagrindinių priežasčių – nes tai mažiausiai laiko ir sąnaudų reikalaujantis metodas, kuris leidžia surinkti informaciją iš daugelio tiriamųjų bei platesnės respondentų grupės, tokiu būdu išsiaiškinti plačiosios visuomenės nuomonę vienu ar kitu klausimu. Šis metodas labai plačiai taikomas būtent tada, kai negalima taikyti kitų tyrimo metodų, o tai rodo jo patikimumą ir populiarumą. Apklausa – tai duomenų rinkimo metodas, kurio metu aiškinamasi žmonių nuomonės, ketinimai, prioritetai, naudojant iš anksto paruoštą klausimų rinkinį – klausimyną (Apklausa, 2020). Apklausos metodo rezultatai išreiškiami skaičiais ir procentais. Atlikus statistinius skaičiavimus, visi rezultatų duomenys vaizduojami grafiškai. Kiekybiniame tyrime svarbu aprašyti tai, kas objektyvu, realu, ir bandyti tai paaiškinti. Nors kiekybinis tyrimas yra dažnai naudojamas, tačiau ne visada ir visur jis gali būti naudingas.

Scenarijų kūrimui buvo panaudotas GBN metodas. Kuriant scenarijus pagal GBN metodiką, nesiekiama sukurti konkrečios prognozės ar pasiekti kažkokio galutinio tikslo. Metodikos tikslas – apibrėžti būdingus įvykius (kelio ženklus), kurie parodytų, kuri ateities versija rutuliojasi. Tai reiškia, kad jau šiandien galima pasirengti ateičiai, priimant sprendimus, prisiderinant prie labiausiai tikėtinos ateities. Sudarant ir detalizuojant daugiamačius vienu metu besivystančius scenarijus, organizacijai padedama greičiau ir užtikrintai priimti sprendimus (Rudzkienė, 2008).

Scenarijų kūrimo metodologija remiasi dviem pagrindiniais principais:

- ateitis turi būti apmąstyta, o galimi pokyčiai įvertintini;
- kadangi ateitis yra neapibrėžta ir apie ją galima mąstyti tik tikimybiškai, galimų ateities versijų įvairovė yra didelė.

Scenarijų kūrėjai pabrėžia, kad reikia aptarti ne mažiau kaip keturis scenarijus. Jeigu nagrinėjami tik du scenarijai, tai sukuriamos optimistinės ir pesimistinės ateities versijos. Kai nagrinėjamos tik dvi galimos ateities versijos, kyla noras pasirinkti jų vidurio scenarijų. Kai nagrinėjama galimų scenarijų matrica, planuotojai gali nagrinėti beveik begalinį scenarijų skaičių.

Antrinių duomenų tyrimui buvo pasirinkta 2020 m. kovo–spalio mėn. statistika.

Kiekybinio tyrimo apklausai pagal atsitiktinę netikimybinę atranką atrinkta 100 respondentų. Tikslinė grupė – 15–29 m. amžiaus Lietuvos miestų ir rajonų gyventojai, kurie tiriamuoju laikotarpiu dirbo bet kokį apmokamą darbą, trukusį ne mažiau kaip 1 val. per savaitę ir už tai gavo atlyginimą pinigais arba natūra.

**1 lentelė.** Demografinė respondentų informacija (n = 100)

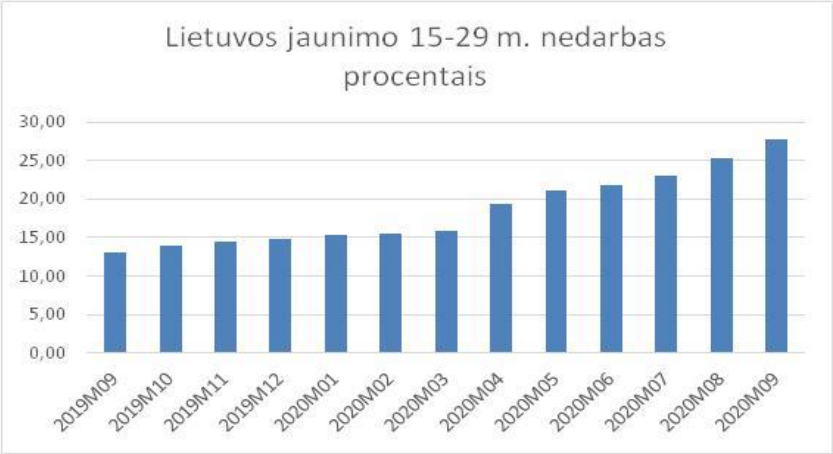
| Atributas | Kategorija | Respondentų sk., proc. (%) |
|---|---|---|
| **Lytis** | Vyras | 30,1 |
| | Moteris | 69,9 |
| **Amžius** | Iki 18 m. | 4,9 |
| | 19–24 m. | 58,3 |
| | 25–29 m. | 17,5 |
| | 30 m. ir daugiau | 19,4 |
| **Gyvenvietė** | Miestas | 77,9 |
| | Miestelis ar kaimas | 22,4 |
| **Darbinė situacija** | Dirba | 57,3 |
| | Bedarbis | 6,8 |
| | Ieško darbo | 7,8 |
| | Atleido iš darbo arba išleido į prastovą | 3,9 |
| | Neapmokomose atostogose arba pažadėjo įdarbinti | 3,9 |
| | Neieško darbo | 17 |

Tyrimo organizavimas ir eiga. Kiekybinis tyrimas buvo atliekamas 2020 m. spalio–lapkričio mėn. Vilniuje nuotoliniu būdu, nusiuntus respondentams apklausos anketos nuorodą. Antrinių šaltinių tyrimas buvo atliekamas lygiagrečiai.

Tyrimo etika. Tyrimo dalyviai buvo iš anksto informuoti apie tyrimo tikslą. Tyrimas atliktas laikantis etikos principų: privatumo, anonimiškumo ir konfidencialumo.

## Rezultatų pristatymas

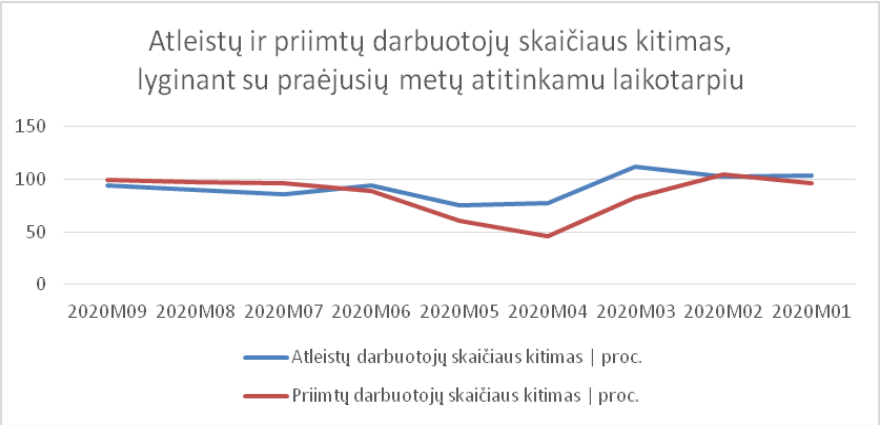
Lietuvoje pirmasis COVID-19 viruso atvejis nustatytas 2020 m. vasario 28 d. Šiauliuose. Lietuvoje pandemijos pradžia prasidėjo 2020 m. vasarį, o pirmasis karantinas paskelbtas 2020 m kovo 16 d. (LR Seimo nutarimas, 2020). Per karantiną teko užsidaryti daugeliui verslų, įskaitant maitinimo įstaigas, parduotuves, turgus, sporto klubus ir kt., kuriuose didžiąją dalį darbuotojų sudarė jaunimas. Todėl, žvelgiant į pateiktą statistiką, matoma, kad jaunimo nedarbo lygis pradėjo sparčiai kilti nuo 2020 m. balandžio mėnesio (Lietuvos statistikos departamentas, 2020).




**1 pav.** Lietuvos jaunimo 15–29 m. Nedarbas. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Pagal pateiktus duomenis (žr. 1 pav.) galima teigti, kad 2019 metų paskutiniais mėnesiais nedarbo lygis išliko ganėtinai tolygus, 2019 m. rugsėjį nedarbas siekė 13,1 proc., 2020 m. Kovą – 15,9 proc., o nuo 2020 m. balandžio mėnesio stipriai išaugo nuo 19,4 proc. Iki 27 proc. rugsėjį. Taigi, 2020 m., palyginti su 2019 m. tuo pačiu laikotarpiu, jaunimo nedarbas išaugo dvigubai.

Analizuojant atleistų ir priimtų darbuotojų skaičiaus kitimą (žr. 2 pav.), galima matyti, kad, kovo mėnesį prasidėjus karantinui, palyginti su praėjusių metų tuo pačiu laikotarpiu, atleistų darbuotojų skaičius išaugo 102,9 proc. Manoma, kad asmenys, nežinodami savo teisių, karantino pradžioje sutiko su darbdavių spaudimu ir manipuliacija palikti darbo poziciją, o naujų darbuotojų priėmimas sparčiai krito. Darbuotojų atleidimo kreivė išliko didesnė nei priimtų darbuotojų nuo kovo iki birželio mėnesio, tačiau vėliau priimtų darbuotojų skaičius tapo didesnis nei atleistų darbuotojų ir nuo liepos mėnesio susilygino.




**2 pav.** Atleistų ir priimtų darbuotojų skaičiaus pokytis. Šaltinis: LR Statistikos departamentas

Taigi, Lietuvos statistikos departamentu, galima matyti, kad jaunimo nedarbui didžiausią įtaka darė karantino paskelbimas. Manoma, kad daugelis darbdavių dėl įvesto karantino buvo priversti bankrutuoti arba jiems teko atleisti darbuotojus.

Jaunimo užimtumo problema Lietuvoje jau nuo 2014 m. įvardyta kaip nacionalinė. Tais pačiais metais priimta Jaunimo garantijų iniciatyva, parengta siekiant įgyvendinti Europos Sąjungos Tarybos 2013 m. balandžio 22 d. rekomendaciją dėl Jaunimo garantijų iniciatyvos įgyvendinimo (2013/C 120/01), buvo įvardyta, jog jaunimui iki 29 metų garantuojama, netekus darbo, gauti kokybišką darbo pasiūlymą, atlikti stažuotę ar praktiką. Remiantis jau analizuotais duomenimis, galima matyti, kad pandemijos metu nebuvo susitvarkyta su jaunimo nedarbu ir išaugęs nedarbo lygis tik pagilino problemą. Prasidėjus antrajai pandemijos bangai padėtis, galimai, taps dar blogesnė. Todėl jaunimo užimtumo tarnyba galimai nesusitvarko su šia iškilusia problema. Jaunimas pandemijos metu tapo labiausiai užimtumo klausimu paveikta grupė, atsiradusios įvairios informatyvios laidos leidžia pažvelgti iš arčiau į susidariusią jaunimo užimtumo situaciją.

Lietuvos užimtumo tarnybos direktorė Inga Balnanosienė įvardijo jaunimo darbo rinkos situaciją Lietuvoje COVID-19 pandemijos metu kaip dramatišką. Pagrindinė problema, kad jaunimas išlieka labiausiai paveikta nedarbo grupė, nors jaunuoliams šiuo laikotarpiu yra skiriama 200 eurų parama. I. Balnanosienės teigimu, taip yra dėl vienos paprastos priežasties – jaunimas dažniausiai dirba paslaugų sektoriuje (apgyvendinimo, turizmo, maitinimo įmonės, transporto įmonės), kuris nereikalauja papildomo išsilavinimo ir tokį darbą galima derinti su studijoms. O būtent paslaugų sektorius labiausiai ir nukentėjo nuo COVID-19 pandemijos (Balnanosienė, 2020).

Ir taip nuo COVID-19 pandemijos nukentėjusiam jaunimui iki 25 metų, kuris studijuoja, dirba tokį darbą, kuriam nereikia išsilavinimo, norima mokėti minimalų atlyginimą. „<...>Darbdaviai pateikė idėją – mokėti mažesnį minimalų atlyginimą (MMA) jaunimui nei vyresniems darbuotojams. Anot darbdavių, tai galėtų paskatinti dažniau priimti jaunimą ir tokiu būdu mažinti jaunimo nedarbą <...>“ (Kalinkaitė-Matuliauskienė. 2020). Toks sprendimas yra diskriminacija amžiaus klausimu, ir valstybei priėmus tokį sprendimą po pandemijos ar pandemijos metu, sunkumus šiuo periodu iškentusiam jaunimui ateityje būtų dar blogiau.

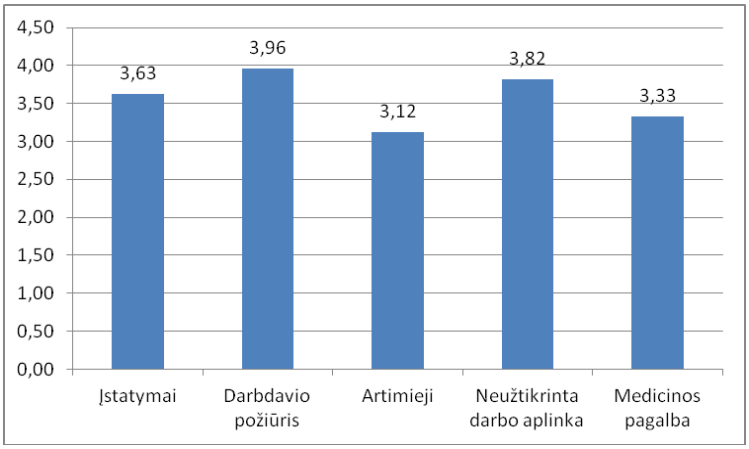
„Žmogaus studijų centras“ ir „Baltijos tyrimai“ 2020 m. birželį atliko tyrimą, kaip COVID-19 pandemija paveikė jaunimo emocinę būklę, kurią sukėlė neplanuotas nestabilumas darbo rinkoje. Tyrimo metu gautos išvados teigia, kad labiausiai jaunimo emocinę būklę paveikė suprastėjusios gyvenimo sąlygos, nedarbas, brangus pragyvenimo lygis didmiesčiuose, į kuriuos jaunimas atvyksta studijuoti. M. Skamarakas (2020) plačiau analizavo šio tyrimo rezultatus ir pateikė išsamesnes priežastis dėl pablogėjusios jaunimo emocinės būklės. Jo teigimu, jaunų žmonių atlyginimas yra dažniausiai minimalus, todėl nuomotis būstą didmiestyje yra sudėtinga, nors nukritusios kainos karantino metu sušvelnino situaciją, tačiau nepalengvino jaunimui, netekusiam darbo. „<...> Jaunų žmonių uždarbis, ypač neturint išsilavinimo ir patirties, nėra didelis ir dažnai tėra minimumas <...>“ (Skamarakas, 2020). Verta paminėti, kad „<...> jaunų žmonių situacija šiandien sunkiausia didmiesčiuose ir aiškiai matyti, kad jokios Vyriausybės paramos ar dėmesio jauni žmonės nesulauks. Jie tiesiog nėra valdančiųjų rinkėjai <...>“. Tačiau, jo nuomone, „<...> situaciją galėtų gelbėti šalies savivaldybės: dabar kaip tik puikus metas regionų savivaldybėms pas save kviesti jaunus, mokslus baiginėjančius ar jau baigusius specialistus“ (Skamarakas, 2020). Dėl sunkesnio gyvenimo sąlygų didmiesčiuose, atsiveria puikios galimybės jaunimui sugrįžti namo ir studijuoti nuotoliniu būdu.

Lietuvos banko (2020) atliktos Lietuvos darbo rinkos analizėje teigiama, kad nedarbas būtų augęs ir toliau, tačiau darbdaviai, kurie buvo pateikę prašymus ir įsipareigojo mokėti atlyginimus darbuotojams bei jų neatleisti, gavo subsidijas. Yra tekę girdėti, kad darbdaviai, tuo laikotarpiu ypač jaunimą vertė palikti darbo poziciją arba pasilikdavo juos dėl subsidijų, tačiau mokėdavo gerokai mažiau, nei jiems priklausė. Apdraustųjų skaičius vasaros sezono metu buvo padidėjęs, tačiau tai lėmė ne tik karantino pabaiga, bet ir atsigavusios veiklos ir palankus sezonas darbui. Žvelgiant į jau aptartą 15–29 metų jaunimo nedarbą, vasaros sezono metu nedarbo lygis nebuvo tapęs stabiliu ir toliau kilo. Darbo užmokestis 2020 m. sausio–vasario mėnesiais sparčiai kilo 9,2 proc., bet karantino metu atlyginimai tapo mažesni apie 10 proc. Taip yra dėl to, kad buvo sumažintos premijos, priedai.

Atlyginimo klausimu, kaip ir buvo minėta, jaunimas patiria nestabilumą, kadangi priverstas išeiti iš darbo paslaugų sektoriuje, prastovose esantys galimai gauna mažesnes subsidijas, o atleisti iš darbo iš užimtumo tarnybos gauna tik dviejų šimtų eurų paskatą, kuri nepalengvina padėties.

Atliktos anketinės apklausos (n = 100) duomenimis, dauguma (72 %) respondentų sutiko su faktu, kad COVID-19 pandemija paveikė jaunimo darbo rinką ir jaunimo gyvenimo kokybė pasikeitė pajamų klausimu. Kaip ir buvo minėta, jaunimo nedarbas išaugo, jaunuoliai, kurie gaudavo didesnius atlyginimus nei minimumas ir atleisti iš darbo gavo 200 eurų paskatinimo lėšų galimai susidūrė su kokybiško gyvenimo pokyčiu. 61 proc. apklaustųjų mano, kad jaunimas artimiausiais metais galės įsitvirtinti darbo rinkoje, darbdaviai nevengs jų priimti, tačiau pusė apklaustųjų mano, kad jaunimas nebeišlaikys teigiamos nuomonės apie darbą rinkoje, o daugiau nei pusė mano, kad darbdaviai labiau bus suinteresuoti priimti jaunimą kaip praktikantus. Taigi, darbdaviai neatsisakys jaunimo kaip darbuotojų, tačiau galimai bus labiau suinteresuoti priimti juos kaip praktikantus.

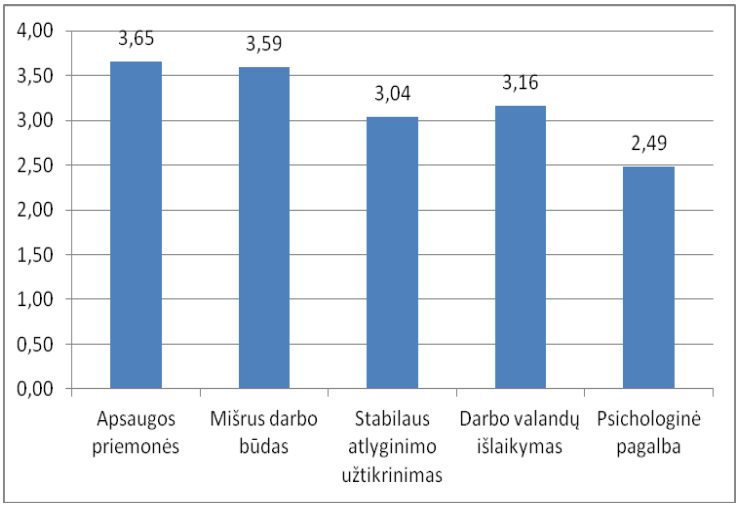
Iš išvardytų aspektų, kurie galimai daro įtaką jaunimo darbo rinkai, apie pusė apklaustųjų sutiko, kad COVID-19 pandemijos metu didžiausią įtaką daro darbdavio požiūris (atsakymų vidurkis 3,96) bei neužtikrinta darbo aplinka (apie 3,82), mažiausiai įtakos turi artimųjų požiūris, kuris iš principo šiuo sunkiu laikotarpiu yra labiau paremiantis nei smerkiantis (žr. 3 pav.).




**3 pav.** Jaunimo darbo rinkos veiksniai COVID-19 pandemijos metu (n = 100)

Kaip jau buvo minėta, neužtikrinta darbo aplinka yra viena opiausių problemų, kadangi dauguma jaunuolių dirba paslaugų sektoriuje, kurio veikla buvo sustabdyta. Taip pat darbdavio požiūris, kai darbdaviai bando manipuliuoti ir palaužti teisinių žinių stokos turintį asmenį, mokėti jam mažiau nei priklauso, nepalaikymas psichologiškai.

Pusė apklausos dalyvių sutiko, kad darbdaviai deda pastangas užtikrinant apsaugos priemones (3,65), užtikrina mišrų darbo būdą (3,59). Taip pat darbdaviai stengiasi užtikrinti darbo valandas (3,16) ir stabilų atlyginimą (3,04) (žr. 4 pav.).




**4 pav.** Darbdavių pastangos užtikrinant saugias darbo sąlygas COVID-19 pandemijos metu (n = 100)

Tačiau mažiausiai darbdaviai suteikia psichologinės pagalbos (2,49). Kaip jau buvo minėta anksčiau, jaunimui labai reikia psichologinės pagalbos, norint sumažinti nerimą dėl ateities, ir kuri padėtų ištverti šį neprognozuotą laikotarpį. Taip pat respondentų buvo prašoma įvardyti sunkumus, kuriuos patiria jaunimas darbo aplinkoje.

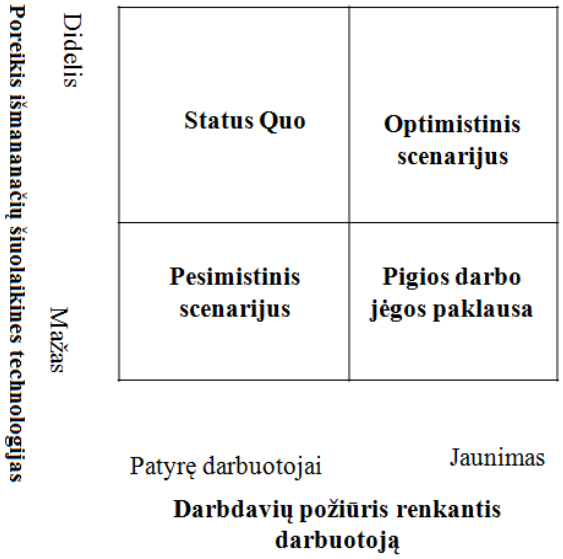
Dažniausiai (39,9 %) respondentai nurodė, kad yra sunku susirasti darbą, tiek pat (39,9 %) respondentų sutiko, kad daug kas pasikeitė COVID-19 pandemijos metu. Taip pat respondentai minėjo tokius sunkumus, kaip perėjimas prie nuotolinio darbo, greitesnis atleidimas iš darbo, nemokamos atostogos. Tad galima teigti, kad kai kurie darbdaviai nesistengia išlaikyti jaunųjų darbuotojų ir sukelia jiems sunkumų.

Uždavus atvirąjį klausimą, respondentai buvo paraginti pareikšti nuomonę apie jaunimo darbo rinkos ateitį. Nuomonės buvo įvairios, vieni pasisakė, kad jaunimas turi galimybę įrodyti, jog jie gali būti puikūs specialistai, „<...> Manau, jog šiuo metu jaunimui labai puiki proga pasitempti ir įrodyti, jog jauni žmonės gali būti puikūs specialistai. <...>“ „Jaunimui gali tekti lengviau įsidarbinti, kadangi prasirgęs jaunimas COVID-19 bus greičiau atsistatęs ir darbdaviai pasirinks juos.“ „<...>Jaunimui bus lengviau **įsidarbinti, nes darbdaviui reikalingi turintys jėgų ir apie šiuolaikines technologijas žinių** darbuotojai.“ Kai kurie atsakiusieji teigė, kad jaunųjų specialistų trūksta, bet reikia tokių, kurie nuolat atnaujina savo žinias. Nors ir analizuota, kad jaunieji specialistai yra labiausiai paveikta grupė, tačiau respondentai mano, jaunimo grupė lygiai tokia pati kaip ir kitos darbo grupės, ateitis miglota. „<...>Manau, kad jaunimo darbo rinkos ateitis tokia pati, kaip ir kitų darbo grupių – miglota ir **kelianti daug nerimo**. <...>“ Kita pusė pasisakė, kad, padaugėjus bedarbių skaičiui, darbdaviai bus **labiau linkę priimti darbuotoją, kuris turi daug patirties, nei jaunuolį, kuris bus ką tik baigęs mokslus**. „<...>darbo rinkoje jaučiasi didelė konkurencija, kadangi šiuo metu daug bedarbių, visada yra išsirenkami žmonės, kurie turi darbo patirties, o jaunuoliui (pvz., ką tik baigusiam mokslus) darbą rasti itin sunku – siūloma maža alga / pamaininis darbo grafikas / darbas toli už miesto ribų, o darbai nekvalifikuoti. <...>“ Taip pat dėl mažesnių galimybių įgyti praktikos žinių darbdaviai rinksis atleistus darbuotojus, kurie tos patirties turi gerokai daugiau.

Atliktos analizės pagrindu buvo parinktos dvi ateities scenarijų pagal GBN metodiką pagrindinės varomosios jėgos:

1. šiuolaikines technologijas išmanančių ir nuolat žinias atnaujinančių darbuotojų poreikis;
2. darbdavių požiūris, renkantis darbuotoją, kuris turi daugiau darbinės patirties, nei jaunuolis, kuris bus ką tik baigęs mokslus.

Reikia atkreipti dėmesį į tai, kad pasirinkus kitas jėgas, būtų kitas scenarijų rinkinys. Jungiant išskirtas dvi pagrindines varomąsias jėgas, buvo sudaryti keturi galimi scenarijai. Pagal GBN metodiką scenarijams tikimybės neskaičiuojamos. Sudaryti scenarijai leidžia ištirti, kaip ateities technologijos paveiks valdymą ir, priešingai, kaip galimos valdymo formos pagal kiekvieną scenarijų paveiks technologijų taikymą valdymui ir kaip privatus sektorius santykiaus su valstybiniu. Visi scenarijai sudaro matricą 2 x 2 .




**5 pav.** Galimi Lietuvos jaunimo darbo rinkos ateities scenarijai

Ateities scenarijai, sudaryti pagal GNB matricą (žr. 5 pav.), galimi tokie: pesimistinis scenarijus, kai išaugęs bendras bedarbių skaičius gali darbdavius raginti rinktis bedarbius, kurie turi daugiau patirties, nei jaunimą, kuris yra ką tik pabaigęs studijas ir patirties neturi, arba mokėti minimumą; labiausiai tikėtinas optimistinis scenarijus, kad darbdaviai kaip tik žiūrės palankiai į jaunimą ir rinksis juos, nes jie turi žinių ir gerai išmano šiuolaikines technologijas. Kadangi dauguma verslų pandemijos metu persikels į virtualią aplinką ir reikės specialistų, išmanančių naujoves ir šiuolaikines socialines medijas bei mokančių jas valdyti.

## Išvados ir rekomendacijos

Atlikus jaunimo darbo rinkos Lietuvoje teorinę analizę, išaiškėjo, kad jaunimas (14–29 m. Amžiaus), neturėdamas reikiamo išsilavinimo, darbo įgūdžių ir patyrimo, dažnai priverstas imtis nekvalifikuotų, neprestižinių ir sunkaus fizinio darbo reikalaujančių, o dažnai ir sezoninių darbų, ekonomikos krizės metu yra pirmieji, kurie netenka darbo arba susiduria su sunkumais darbo rinkoje.

Išanalizavus dabartinį COVID-19 pandemijos poveikį Lietuvos jaunimo darbo rinkai, galima matyti, kad jaunimas patiria sunkumų, nes dvigubai padidėjo nedarbo lygis, palyginti su praėjusiais metais. Kadangi daugelis jaunimo iki pandemijos dirbo paslaugų sektoriuje, kuris labiausiai buvo paveiktas pandemijos ir užsidarinėjo, tai daugelis dėl to prarado savo darbus. O sumokėtos išmokos nepalengvino situacijos. Jaunimas praranda galimybę įgyti vertingos praktikos patirties. Todėl šiuo metu jaunimo darbo rinka išlieka labiausiai paveikta, kilusi antroji pandemijos banga privertė vėl uždaryti paslaugų sektorius, manoma, kad užimtumo tarnyba, nespėjusi susitvarkyti su pirmojoje bangoje padidėjusiu bedarbių skaičiumi, antrosios bangos metu ir po jos nesusitvarkys ir tai dar labiau paaštrins jaunimo nerimą dėl savo ateities.

Išanalizavus jaunimo anketinės apklausos duomenis, dauguma respondentų sutiko, kad COVID-19 pandemija paveikė jaunimo darbo rinką ir jaunimo gyvenimo kokybė pasikeitė pajamų klausimu. Kaip ir buvo minėta, jaunimo nedarbas išaugo, jaunuoliai, kurie gaudavo didesnius atlyginimus nei minimumas, atleisti iš darbo gavo 200 eur išmoką. Dauguma respondentų mano, kad jaunimas galės įsitvirtinti artimiausiais metais darbo rinkoje, darbdaviai nevengs jų priimti, tačiau pusė apklaustųjų mano, darbdaviai neatsisakys jaunimo kaip darbuotojų, tačiau, galimai, bus labiau suinteresuoti priimti juos kaip praktikantus. Labiausiai jaunimą veikia pakitęs darbdavių požiūris į juos ir tai nesukuria užtikrintumo ir pasitikėjimo savimi ir ateitimi padėties. Tai neretai veda ir prie psichologinių problemų, o psichologinės pagalbos nesulaukiama nei iš darbdavių, nei iš valstybės.

Respondentų nuomone, Lietuvos jaunimo darbo rinkos ateities scenarijai galimi labai įvairūs. Vieni mano, kad ateitis bus palanki jauniesiems specialistams, kiti visgi mano, kad ateitis bus miglota jauniesiems specialistams ir darbdaviai rinksis labiau patyrusius specialistus, o ne jaunuolius. Užimtumo tarnybai padedant įsidarbinti jaunimui, skiriant piniginę paramą, taps sunku susitvarkyti su išaugusiu nedirbančių jaunųjų specialistų skaičiumi. Lietuvos jaunimo darbo rinkos ateities scenarijai galimi tokie: pesimistinis scenarijus, kai išaugęs bendras bedarbių skaičius gali darbdavius raginti rinktis bedarbius, kurie turi daugiau patirties, nei jaunimą, kuris yra ką tik pabaigęs studijas ir patirties neturi, arba mokėti minimumą. Labiau tikėtinas optimistinis scenarijus, kad darbdaviai kaip tik žiūrės palankiai į jaunimą ir rinksis juos, kadangi COVD-19 persirgęs jaunimas turės stipresnę sveikatą, taip pat jie labiau išmano ir moka dirbti su naujomis technologijomis.

## Literatūra


Baah-Boateng, William. (2015). Youth employment challenges in Africa: Policy options and agenda for future research. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/272418275_Youth_employment_challenges_in_Africa_Policy_options_and_agenda_for_future_research.

Balnanosienė I. (2020) *„Aktualu jaunimui“: jaunimo užimtumas ir nedarbas pandemijos laikotarpiu*. Prieiga per internetą: https://www.alfa.lt/straipsnis/50427888/aktualu-jaunimui-jaunimo-uzimtumas-ir-nedarbas-pandemijos-laikotarpiu.

Broškaitė, 2015. *Jaunimo nedarbo ir užimtumo situacijos analizė ir perspektyvos.* Prieiga per internetą: file:///C:/Users/Lietus/Downloads/8925490.pdf.

Černiauskaitė L. (2006). *Jaunimo integracija į darbo rinką*. Magistro darbas. MRU. Prieiga per internetą: https://vb.mruni.eu/object/elaba:1807034/1807034.pdf.

*Ekonomikos terminai ir sąvokos*. Mokomasis žodynas. Vilnius: VPU, 1999.

Jaunimo garantijos iniciatyva (2014). Prieiga per internetą: https://uzt.lt/jaunimui/jaunimo-garantijos/ jaunimo garantijos.

Jaunimo užimtumo skatinimas, 2020. Prieiga per internetą: https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/darbo-rinka-uzimtumas/uzimtumo-ir-darbo-rinkos-politika/jaunimo-uzimtumo-skatinimas.

Kalinkaitė-Matuliauskaitė V. (2020). *Senas darbdavių pasiūlymas vėl dėmesio centre: už tą patį darbą jaunesniems nori mokėti mažesnę minimalią algą*. Prieiga per internetą: https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1262389/senas-darbdaviu-pasiulymas-vel-demesio-centre-uz-ta-pati-darba-jaunesniems-nori-moketi-mazesne-minimalia-alga.

Lietuvos bankas (2020) *Darbo rinkos prognozės*. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/documents/files/musu-veikla/ekonomikos-analize-prognozes/Darbo_rinka_LEA_20-09.pdf.

Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymo Nr IX-1871 pakeitimas, 2019. Prieiga per internetą: https://www.e-tar.lt/portal/legalAct.html?documentId=72c47a006d6a11e8bbc2876081bf7fb5.

Lietuvos statistikos portalas COVID-19 statistika. Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/.

Martinkus B., Beržinskienė D. (2005). *Lietuvos gyventojų užimtumo ekonominiai aspektai*. Kaunas: KTU, 2005.

Pasnicu, Daniela. (2013). *Youth employment and measures to increase employability during the crisis*. prieiga per interneta: https://www.researchgate.net/publication/270582086_Youth_employment_and_measures_to_increase_employability_during_the_crisis.

Rudzkienė, V. (2008). Projektas: E. valdžia piliečiams: plėtros gairių Lietuvai nustatymas naudojant ateities įžvalgų metodologiją. MRU.

Skamarakas M. (2020). *Kodėl stresuoja jaunimas?* Prieiga per internetą: https://www.lrt.lt/naujienos/pozicija/679/1194173/matas-skamarakas-kodel-stresuoja-jaunimas.

# LIETUVOS IR KAZACHSTANO KROVINIŲ SRAUTŲ LOGISTINIO JUNGIAMUMO VERTINIMAS

**Artur Šešel**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
*a.sesel@lajm.lt*

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos lekt. Elena Valionienė

**Anotacija**

Kinijos inicijuota XXI a. Šilko kelio (angl. *One Road, One Belt*) iniciatyva jungia įvairių šalių tarptautines transporto sistemas į visumą, skirtą kroviniams tarp Azijos ir Europos šalių gabenti. Įvairiais moksliniais tyrimais įrodyta, kad tokia iniciatyva ne visada yra pilnai išnaudojama. Reikalingi papildomi krovinių srautų logistinio jungiamumo tyrimai paskirstytųjų logistinių grandinių atžvilgiu, kaip vienos iš sėkmingų transporto sistemų integracijos prielaidų, sąlygojančių ir tvarios plėtros priemonių įgyvendinimą. Pagrindinė tyrimo idėja yra atrasti Lietuvą ir Kazachstaną jungiančius krovinių srautus, kurie galėtų būti pervežami panaudojant Šilko kelio infrastruktūrą, integruojant juos į nacionalinę transporto infrastruktūrą ir taip sudarant prielaidas darnios (tvarios plėtros) koncepcijos įgyvendinimui, siekiant mažinti transporto neigiamą poveikį klimato kaitai. Siekiant šią idėją įgyvendinti, straipsnyje apibūdinama šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo samprata, sudaroma tyrimo atlikimo metodika, analizuojami Lietuvos ir Kazachstano krovinių importo ir eksporto rodikliai bei nustatomi jungiamieji krovinių srautai tarp Lietuvos ir Kazachstano Šilko kelio iniciatyvos kontekste, integruojant šiuos krovinius į iniciatyvos metu sukurtą transporto infrastruktūrą arba įgyvendinant konsoliduotų krovinių srautų idėją. Tyrimo tęstinumo perspektyvoje numatoma plėtoti Klaipėdos valstybinio jūrų uosto integraciją į šią iniciatyvą, minėtų šalių krovinių srautų logistinio jungiamumo kontekste.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: logistinis jungiamumas, tarptautinė prekyba, Šilko kelias, *One Road, One Belt*, jūrų transporto sektoriaus logistinis jungiamumas.

## Įvadas

Analizuojant bendradarbiavimo su Kinija galimybes ir mažinant priklausomumą krovinių gabenimo srityje, pastebima, kad Lietuvos geografinė padėtis ir išplėtota infrastruktūra sudaro palankias integracines į tarptautinius transporto koridorius galimybes, o egzistuojanti sausumos kelių ir geležinkelių bei jūrų transporto sistemos sąsaja sudaro palankias galimybes organizuoti pervežimus ir prižiūrėti krovinius sudėtingose ir kompleksinėse logistinėse tiekimo grandinėse, kurių geografinis išsidėstymas apima Baltijos, Juodosios jūrų bei Kinijos geografinį segmentą ir integruojasi į Šilko kelio (angl. *One Road, One Belt*) logistinę iniciatyvą, įskaitant tarpines šalis, tokias, kaip Ukraina, Baltarusija, Kazachstanas, Uzbekistanas, Kirgizija, Turkija.

Jūrų transporto sektorius (JTS) užtikrina logistinės grandinės jungiamumą, tačiau reikalingi tvirti prekybiniai ryšiai sausuma su Azijos ir Vakarų Europos šalimis, tam, kad susiformuotų pakankamas krovinių srautas.

**Tyrimo problema:** kokie krovinių srautai galėtų užtikrinti Lietuvos ir Kazachstano prekybinių ryšių plėtrą ir integruotųsi į Šilko kelio sausumos logistinę infrastruktūrą, siekiant įgyvendinti nekenksmingos aplinkai logistikos idėją?

**Tyrimo tikslas:** įvertinti Lietuvos ir Kazachstano krovinių srautų logistinį jungiamumą šiuolaikinės transporto Šilko kelio iniciatyvos kontekste.

Tyrimo uždaviniai:

- apibūdinti šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo sampratą Šilko kelio iniciatyvos kontekste;
- sudaryti tyrimo metodiką;
- analizuoti Lietuvos ir Kazachstano krovinių importo ir eksporto rodiklius;
- nustatyti jungiamuosius krovinių srautus tarp Lietuvos ir Kazachstano Šilko kelio iniciatyvos kontekste.

**Metodai ir imtis:** literatūros šaltinių analizė, modeliavimas, statistinė analizė, koreliacinė analizė, vizualizacija. Naudojami duomenys iš tarptautinės prekybos duomenų bazės.

## Logistinio jungiamumo koncepcijos apibūdinimas Šilko kelio iniciatyvos kontekste

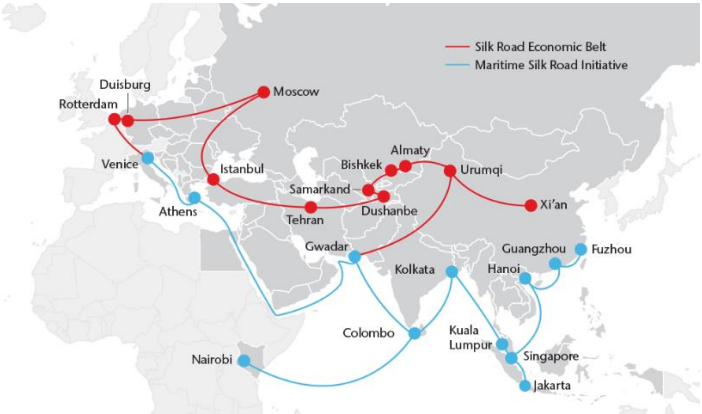
Šalies ekonomika priklauso nuo efektyvaus prekių judėjimo, kuris yra paremtas transporto ir logistikos grandinėmis. Paprastai logistikos tinklo optimizavimas yra gatavų prekių tiekimas ir pardavimas, nors kartais tai apima dalių ar žaliavų tiekimą. Logistikos tinklo optimizavimu siekiama rasti optimalų įvairių sandėlių derinį, geriausiai atitinkantį kliento poreikius. Tačiau šiuolaikinė logistika susiduria su efektyvumo didinimo, išlaidų ir neigiamo poveikio aplinkai mažinimo iššūkiais. Norint užtikrinti prieinamumą į tarptautinę prekybą, būtinas logistinis jungiamumas. Tai yra geriausia politinė investicija. Logistinis jungiamumas pagreitina tarptautinės prekybos augimą, leidžia sutaupyti energijos, užtikrina globalinių pirkimų stabilumą ir sąnaudų sumažinimą (Lee, Zhang, Suthiwartnarueput, Zhang, and Yang, 2020). Logistikos reikšmė yra susijusi su visų transporto rūšių sąsaja, sandėliavimu, kuris susijęs su informacinėmis technologijomis, finansinėmis, teisinėmis, komercinėmis ir techninėmis paslaugomis, reikalingomis norint teikti logistines paslaugas.

Logistinis jungiamumas yra apibrėžiamas kaip kiekvienam verslui optimalių sandėlių skaičiaus, vietos ir dydžio nustatymas, atsižvelgiant į įvairius vienos tiekimo grandinės apribojimus (Akhavana, Ghiarab, Mariottia and Silligb, 2020). Kitaip tariant, tai geriausias sandėlių derinys, kuris reikalingas norint aprėpti visą tiekimo grandinę nuo žaliavų

tiekėjų iki galutinių vartotojų. Todėl akivaizdu, jog logistinis jungiamumas yra vienas svarbiausių tarptautinės prekybos augimo faktorių, taupantis laiką, mažinantis sąnaudas ir tobulinantis įmonės veiklos kokybę.

Jūrų uostas yra vienas iš svarbiausių logistinį jungiamumą užtikrinančių elementų, tačiau tam, kad jūrų uostas galėtų atlikti jungiamumo funkciją, reikia užtikrinti pakankamus importo ir eksporto bei tranzitinių krovinių srautus, kurie juda sausumos transporto sistemomis (Jouili, 2019).

Šilko kelio iniciatyva Kinija eksploatuoja ir generuoja naudą (Lau, Tam, K. Y. Ng, Fu, Jing, and Feng, 2018). Tačiau kitos pasaulio šalys galėtų integruoti savo krovinių srautus į bendrą Šilko kelio krovinių srautą tam, kad efektyviau valdytų resursus (Wei and Sheng, 2017). Pavyzdžiui, Lietuvos jungiamoji infrastruktūra Saulė gali sėkmingai integruotis į Kinijos Šilko kelio krovinių gabenimo infrastruktūrą. Jei būtų galima Šilko kelio iniciatyvos pagrindu stiprinti prekybinius ryšius su Azijos šalimis, tuomet būtų įmanomas Klaipėdos jūrų uosto jungiamumo funkcijos efektyvumo didinimas.




**1 pav.** Šilko kelio iniciatyva (Lau et al., 2018)

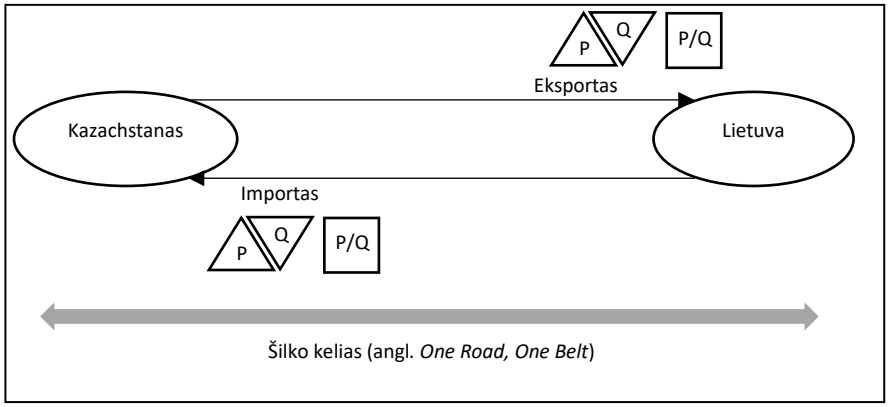
1 paveiksle galima matyti, kad Šilko kelias ne tik sujungia Europos ir Azijos šalis, bet ir daro prielaidą krovinių srautų konsolidavimui, o tai yra vienas nekenksmingos aplinkai logistikos aspektų.

Nekenksmingos aplinkai logistikos pagrindinės idėjos yra darni plėtra, mėlynoji ekonomika ir visuotinis klimato atšilimas. Visi šie įvardyti aspektai skatina ieškoti sprendimų, kurie užtikrintų minimalų kenksmingą poveikį aplinkai. Konsoliduoti kroviniai ir paskirstytoji logistinė grandinė yra vienas iš būdų, kaip sumažinti neigiamą poveikį aplinkai. Konsoliduoti kroviniai juda magistraliniais transporto koridoriais, todėl Šilko kelio iniciatyva galėtų būti kuriamas konsoliduotų krovinių srautas, o aplinkinių šalių prekybiniai ryšiai generuotų privežamuosius krovinius ir Šilko kelio idėja taptų paskirstytosios logistinės grandinės pagrindu.

Apibendrinant galima teigti, kad, siekiant didinti jūrų transporto sektoriaus logistinio jungiamumo efektyvumą, reikia užtikrinti sausumos transporto sistemomis judančių krovinių (importuojamų, eksportuojamų ir tranzitinių) pakankamumą, mažinant logistikos neigiamą poveikį aplinkai. Vienas būdų – Šilko kelio iniciatyva.

## Tarptautinės prekybos ryšių tarp Lietuvos ir Kazachstano tyrimo metodika

Siekiant nustatyti tarptautinės prekybos ryšius tarp Lietuvos ir Kazachstano, buvo sukurtas tyrimo koncepcinis modelis (žr. 2 pav.) Šilko kelio kontekste.




**2 pav.** Tyrimo koncepcinis modelis (Lau et al., 2018)

Norint nustatyti tarptautinės prekybos ryšius, buvo analizuojami Lietuvos ir Kazachstano 2008–2019 m. laikotarpio importo ir eksporto rodikliai, sudaromas 2019 m. importo ir eksporto didžiausias krovinių srautas pagal krovinio kainą (P), krovinio kiekį (Q) ir krovinio vertę (P/Q).

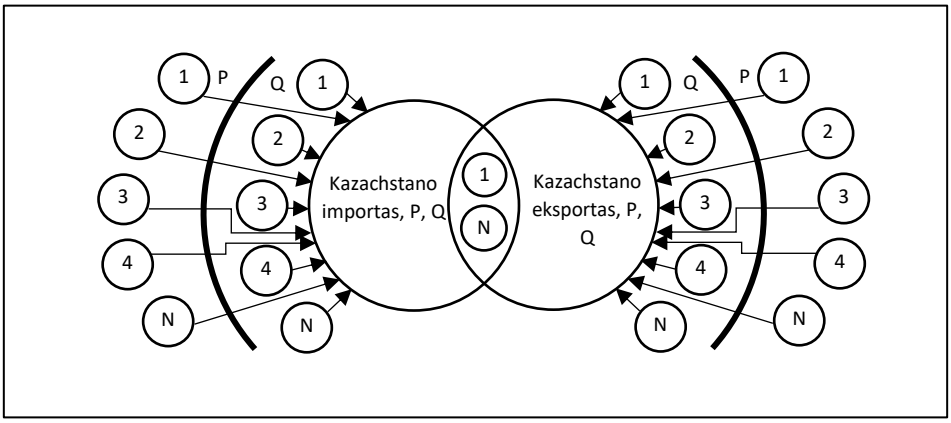
Siekiant nustatyti krovinių srautų tendenciją, taikomas tiesinio trendo metodas, išdėstant krovinių srautą tiesėje $y = a*t + b$, norint nustatyti vidutinį metinį absoliutų pokytį, lygų a.

Vertinant krovinių srautus, taikomas imties grupavimas lygiais intervalais, siekiant atrinkti maksimalius krovinių srautus, remiantis 2019 m. importo ir eksporto struktūra (žr. 3 pav.).

**3 pav.** Naudingiausio krovinio srauto identifikavimo modelis a) pagal krovinio kiekį, b) pagal krovinio vertę (Akhavana, et al., 2020)

Krovinio vertė (P/Q) naudojama naudingiausiam krovinio srautui identifikuoti, todėl, žinant intensyviausią ir naudingiausią krovinių srautą, galima būtų generuoti subalansuotą intensyvią ir naudą kuriančią logistinę grandinę.

Įvertinant krovinius, turinčius didžiausia įtaką Kazachstano importui ir eksportui, naudojamas Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos sąsajos vertinimo modelis (žr. 4 pav.).

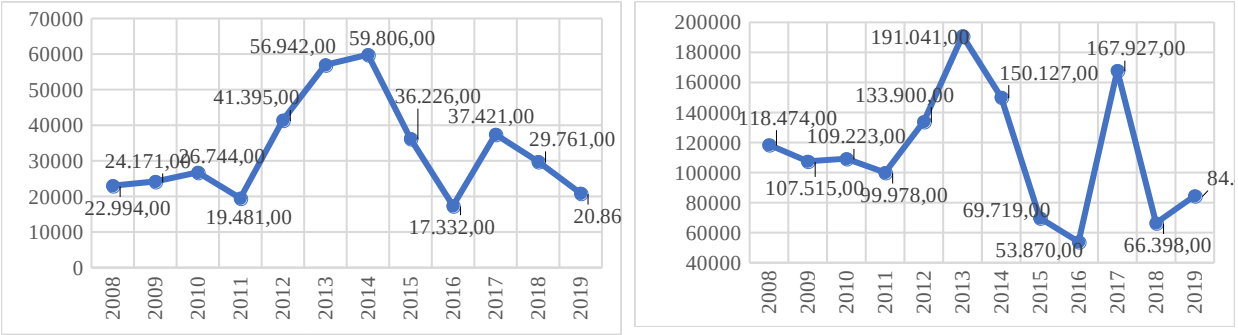



**4 pav.** Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos sąsajos vertinimo modelis (Lee et al, 2020)

Norint įvertinti, ar konkretus krovinys turi įtakos bendram krovinių srautui, apskaičiuojamas krovinio koreliacijos koeficientas (r). Didesnis už 0,5 reikšmę koreliacijos koeficientas (r) parodo, kad krovinys itin svarbus bendram krovinių srautui. Teigiamas, tačiau mažesnis už 0,5 koreliacijos koeficientas (r) parodo, kad krovinys nėra labai reikšmingas bendram krovinių srautui. Neigiamas koreliacijos koeficientas (r) parodo, kad krovinys turi neigiamą poveikį bendram krovinių srautui.

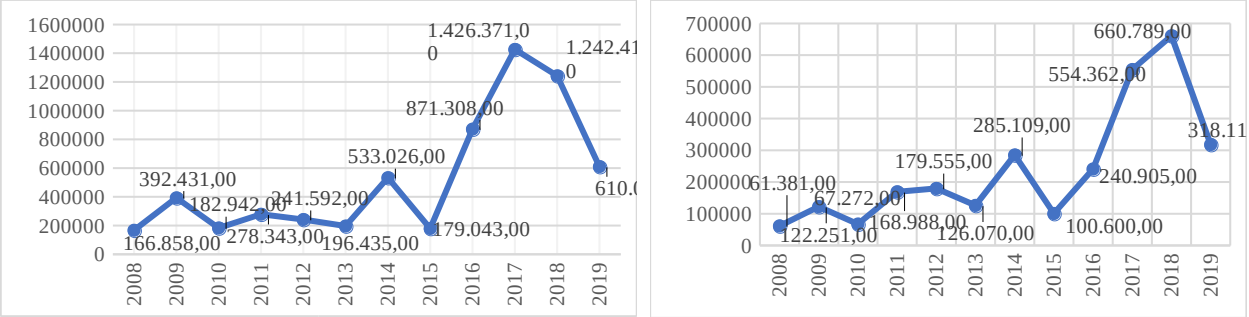
## Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos ryšių vertinimas Šilko kelio iniciatyvos kontekste

Analizuojant Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos sąsają į Kazachstaną iš Lietuvos importuojamų krovinių srautų požiūriu (žr. 5 pav.), galima matyti, kad importo rodiklių imtis pasižymi nestabilumu (V = 43 % > 30 %, žr. 5a pav.), tai lemia nuolat kintantys šalių tarpusavio santykiai, kuriems pakankamai stiprią įtaką gali turėti ir geopolitinės situacijos pokyčiai tarp Lietuvos ir Nepriklausomų valstybių sandraugos (NVS). Bendroje Kazachstano importo iš Lietuvos krovinių srautų tendencijoje galima matyti, kad vidutinis metinis absoliutus pokytis viso laikotarpio metu siekia 273,46 t (y = 273,46x + 30 984), tačiau vidutinis importuojamų krovinių absoliutus finansinis rodiklis kasmet mažėja po 2,8 mln. JAV dolerių. Tokia situacija leidžia daryti prielaidą, kad intensyvėja importuojami pigesni kroviniai iš Lietuvos, nors 5b paveiksle galima matyti, kad 2017 m. importuojamų krovinių vertė buvo gerokai didesnė nei ankstesniais laikotarpiais.




**5 pav.** Kazachstano importo iš Lietuvos krovinių srauto dinamika a) pagal krovinių kiekį, b) pagal krovinių kainą (Bilateral trade between Kazakhstan and Lithuania (Import), International Trade Center statistics, 2020)

Analizuojant Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos sąsają iš Kazachstano į Lietuvą eksportuojamų krovinių srautų požiūriu (žr. 6 pav.), galima pastebėti, kad tendencija yra šiek tiek skirtinga ir krovinių srautai tiek kiekybine, tik finansine išraiška turi tą pačią tendenciją ir atitinkamais laikotarpiais išlaiko kiekio ir vertės tarpusavio balansą. Galima pastebėti, kad, nepaisant 2017–2018 m. laikotarpio staigaus eksporto rodiklių padidėjimo, siekiančio atitinkamai 64 ir 43 proc., palyginti su 2016 metais, dinamika yra didėjanti ir kasmet vidutiniškai yra eksportuojama po 85,113 tūkst. t (y = 85 113x – 26 505) daugiau, sukuriant po 39,73 mln. JAV dolerių daugiau pridėtinė vertės.

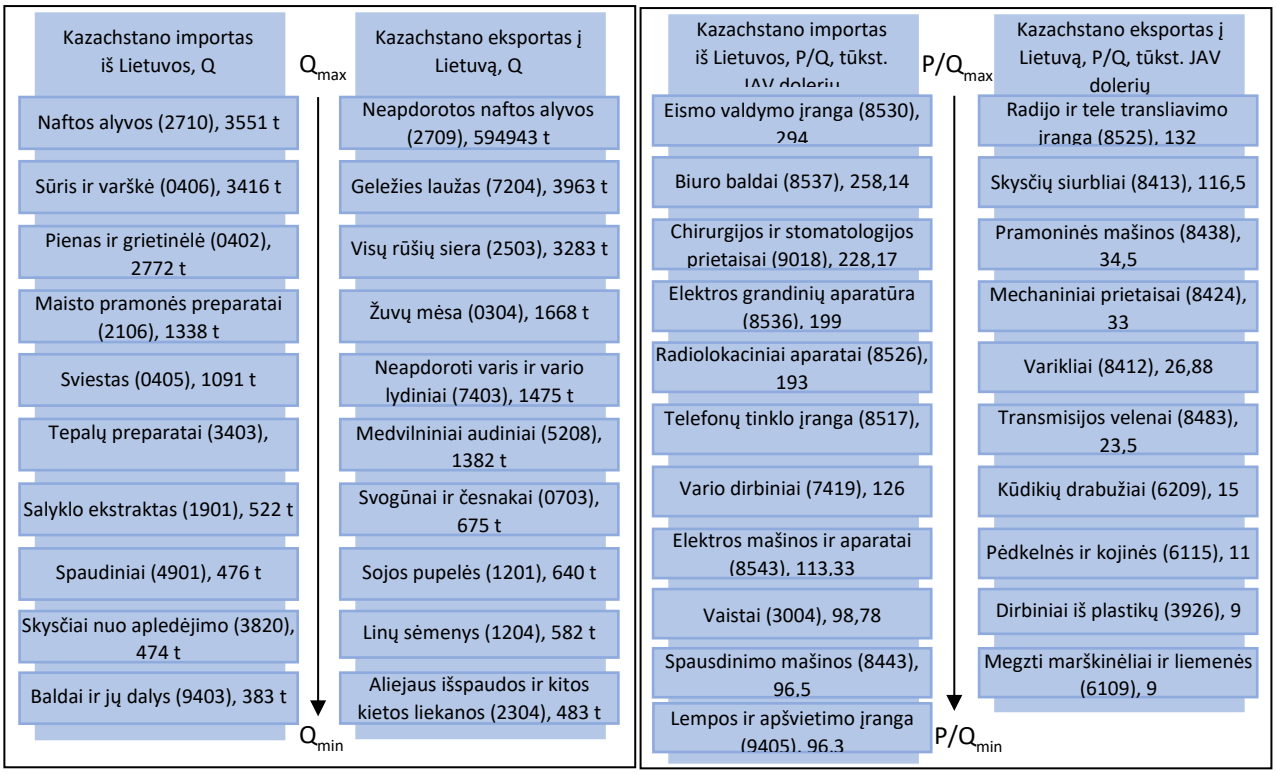



**6 pav.** Kazachstano eksporto į Lietuvą krovinių srauto dinamika a) pagal krovinių kiekį, b) pagal krovinių kainą (Bilateral trade between Kazakhstan and Lithuania (Export), International Trade Center statistics, 2020)

Apibendrinant Kazachstano ir Lietuvos tarptautinės prekybos ryšius, galima teigti, kad stabilesni santykiai, išreikšti per Kazachstano eksportuojamų į Lietuvą krovinių imtį, pasižymi nuoseklesniu augimu ir tolygia subalansuota kiekio ir kokybės išraiška, o importo iš Lietuvos į Kazachstaną ryšiai dar tik plėtojami, nes kasmetiniai svyravimai sudaro prielaidas ieškoti specifinių krovinių srautų, kurie galėtų šiuos santykius stabilizuoti.

Įvertinus importo ir eksporto didžiausius ir vertingiausius krovinių srautus (žr. 7 pav.), buvo nustatyta, kad:

- didžiausi pagal kiekį Kazachstano importuojami kroviniai yra šie: naftos alyvos (2710) – 3 551 t, sūris ir varškė (0406) – 3 416 t, pienas ir grietinėlė (0402) – 2 772 t, maisto pramonės preparatai (2106) – 1 338 t, sviestas (0405) – 1 091 t, tepalų preparatai (3403) – 1 024 t, salyklo ekstraktas (1901) – 522 t, spaudiniai (4901) – 476 t, skysčiai nuo apledėjimo (3820) – 474 t, baldai ir jų dalys (9403) – 383 t;
- vertingiausi Kazachstano importuoji kroviniai: eismo valdymo įranga (8530) – 294 tūkst. JAV dolerių per t, biuro baldai (8537) – 258,14 tūkst. JAV dolerių per t, chirurgijos ir stomatologijos prietaisai (9018) – 228,17 tūkst. JAV dolerių per t, elektros grandinių aparatūra (8536) – 199 tūkst. JAV dolerių per t, radiolokaciniai aparatai (8526) – 193 tūkst. JAV dolerių per t, telefonų tinklo įranga (8517) – 158 tūkst. JAV dolerių per t, vario dirbiniai (7419) – 126 tūkst. JAV dolerių per t, elektros mašinos ir aparatai (8543) – 113,33 tūkst. JAV dolerių per t, vaistai (3004) – 98,78 tūkst. JAV dolerių per t, spausdinimo mašinos (8443) – 96,5 tūkst. JAV dolerių per t, lempos ir apšvietimo įranga (9405) – 96,3 tūkst. JAV dolerių per t;
- didžiausi pagal kiekį Kazachstano eksportuojami kroviniai: neapdorotos naftos alyvos (2709) – 594 943 t, geležies laužas (7204) – 3 963 t, visų rūšių siera (2503) – 3 283 t, žuvų mėsa (0304) – 1 668 t, neapdoroti varis ir vario lydiniai (7403) – 1 475 t, medvilniniai audiniai (5208) – 1 382 t, svogūnai ir česnakai (0703) – 675 t, sojos pupelės (1201) – 640 t, linų sėmenys (1204) – 582 t, aliejaus išspaudos ir kitos kietos liekanos (2304) – 483 t;
- naudingiausia Kazachstanui eksportuoti: radijo ir televizijos transliavimo įrangą (8525) – 132 tūkst. JAV dolerių per t, skysčių siurblius (8413) – 116,5 tūkst. JAV dolerių per t, pramonines mašinas (8438) – 34,5 tūkst. JAV dolerių per t, mechaninius prietaisus (8424) – 33 tūkst. JAV dolerių per t, variklius (8412) – 26,88 tūkst. JAV dolerių per t, transmisijos velenus (8483) – 23,5 tūkst. JAV dolerių per t, kūdikių drabužius (6209) – 15 tūkst. JAV dolerių per t, pėdkelnes ir kojines (6115) – 11 tūkst. JAV dolerių per t, dirbinius iš plastikų (3926) – 9 tūkst. JAV dolerių per t, megztus marškinėlius ir liemenes (6109) – tūkst. 9 JAV dolerių per t.

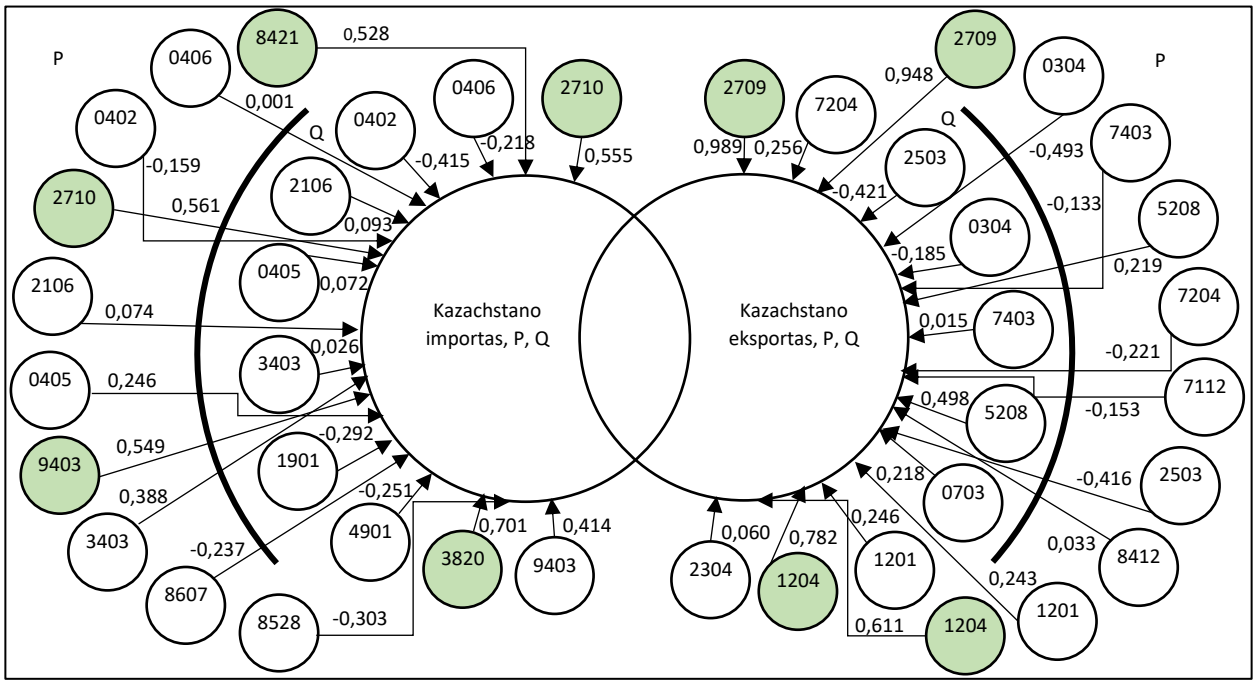



**7 pav.** Naudingiausio krovinio srauto identifikavimas a) pagal krovinio kiekį, b) pagal krovinio vertę (Bilateral trade between Kazakhstan and Lithuania (Import and Export), International Trade Center statistics, 2020)

Apibendrinant galima pasakyti, kad tokių krovinių, kurie judėtų ir pirmyn, ir atgal šia logistine grandine, nebuvo nustatyta. Tai reiškia, kad šių šalių tarptautinės prekybos interesai užtikrinami skirtingų krovinių skirtingomis kryptimis logistinės grandinės pagrindu, todėl logistinė grandinė yra kombinuota ir, siekiant tiek kokybinės, tiek ir vertybinės naudos, išskiriami didžiausią įtaką turintys krovinių tipai.

## Jungiamųjų krovinių srautų tarp Lietuvos ir Kazachstano Šilko kelio iniciatyvos kontekste nustatymas

Įvertinus, kurie importo ir eksporto krovinių tipai turi didžiausią poveikį šalies bendram importo ir eksporto rodikliui, buvo sudaryta tinklinė koreliacinių ryšių diagrama, kuri pavaizduota 8 paveiksle.




**8 pav.** Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos sąsajos vertinimas (Bilateral trade between Kazakhstan and Lithuania (Import and Export), International Trade Center statistics, 2020)

Ištyrus didžiausius importuojamų krovinių srautus ir jų sąsają su nacionaliniu Kazachstano importu iš Lietuvos, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Kazachstano importui turi šie krovinių srautai: 3820 – skysčiai nuo apledėjimo (r = 0,701), 2710 – naftos alyvos (r = 0,555), 9403 – baldai ir jų dalys (r = 0,414), 2106 – maisto pramonės preparatai (r = 0,093), 0405 – sviestas (r = 0,072) bei 3403 – tepalų preparatai (r = 0,026).

Ištyrus naudingiausius importuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Kazachstano importu iš Lietuvos, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Kazachstano importui turi šie krovinių srautai: 2710 – naftos alyvos (r = 0,561), 9403 – baldai ir jų dalys (r = 0,549), 8421 – centrifugos (r = 0,528), 3403 – tepalų preparatai (r = 0,388), 0405 – sviestas (r = 0,246), 2106 – maisto pramonės preparatai (r = 0,074) bei 0402 – pienas ir grietinėlė (r = 0,001).

Ištyrus didžiausius eksportuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Kazachstano eksportu į Lietuvą, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Kazachstano eksportui turi šie krovinių srautai: 2709 – neapdorotos naftos alyvos (r = 0,989), 1204 – linų sėmenys (r = 0,782), 5208 – medvilniniai audiniai (r = 0,498), 7204 – geležies laužas (r = 0,256), 1201 – sojos pupelės (r = 0,246), 0703 – svogūnai ir česnakai (r = 0,218), 2304 – aliejaus išspaudos ir kitos kietos liekanos (r = 0,060) bei 7403 – neapdoroti varis ir vario lydiniai (r = 0,015).

Ištyrus naudingiausius eksportuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Kazachstano eksportu į Lietuvą, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Kazachstano eksportui turi šie krovinių srautai: 2709 – neapdorotos naftos alyvos (r = 0,948), 1204 – linų sėmenys (r = 0,611), 1201 – sojos pupelės (r = 0,243), 5208 – medvilniniai audiniai (r = 0,219) bei 8412 – varikliai (r = 0,033).

Įvertinus Lietuvos ir Kazachstano tarptautinės prekybos sąsajas, buvo nustatyta, kad yra krovinių srautų, kurie turi neigiamos įtakos importui ir eksportui. Norint sužinoti, ar šių krovinių importas ar eksportas sumažina bendrus krovinių srautus, ar tai importo struktūros dalis, balansuojanti su kitais importuojamų krovinių tipais, reikėtų specialaus tyrimo neigiamos įtakos turinčioms prekėms ištirti.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos ir Kazachstano santykių plėtojimui reikia labiau skatinti skysčių nuo apledėjimo (3820), naftos alyvų (2710), baldų ir jų dalių (9403) bei centrifugų (8421) importą ir neapdorotos naftos alyvų (2709) bei linų sėmenų (1204) eksportą, o, tęsiant tyrimą, galima būtų modeliuoti įvairias situacijas, priklausomas nuo minėtų krovinių pokyčių.

Galima būtų tęsti tyrimą, analizuojat tų pačių krovinių judėjimą tarp Kinijos ir Lietuvos ar kitų Vakarų Europos šalių, siekiant įvertinti galimybę šiuos krovinių srautus integruoti į Šilko kelio iniciatyvą.

## Išvados

Apibūdinus šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo sampratą Šilko kelio iniciatyvos kontekste, buvo nustatyta, kad, siekiant didinti jūrų transporto sektoriaus logistinio jungiamumo efektyvumą, reikia užtikrinti sausumos transporto sistemomis judančių krovinių (importuojamų, eksportuojamų ir tranzitinių) pakankamumą, mažinant logistikos neigiamą poveikį aplinkai, o vienas iš būdų – Šilko kelio iniciatyvos įveiklinimas, integruojant Kazachstano ir Lietuvos tarptautinės tarpusavio prekybos importo ir eksporto krovinių srautus.

Apibendrinant Kazachstano ir Lietuvos tarptautinės prekybos ryšius, galima stebėti netolygų, tačiau teigiamą tendenciją turintį importo į Kazachstaną iš Lietuvos krovinių srauto augimą, kasmet vidutiniškai padidėjantį po 273,46 t, ir teigiamą tendenciją turintį eksporto iš Kazachstano į Lietuvą krovinių srauto augimą, kasmet vidutiniškai padidėjantį po 85,113 tūkst. t. Tačiau įvertinus eksporto ir importo rodiklių variaciją, nustatyta, kad tiek importas, tiek eksportas atskleidžia nestabilius ir besiplėtojančius tarptautinius šių šalių bendradarbiavimo santykius.

Nustatyta, kad stabilesni santykiai, išreikšti per Kazachstano eksportuojamų į Lietuvą krovinių imtį, pasižymi nuoseklesniu augimu ir tolygia subalansuota kiekio ir kokybės išraiška, o importo iš Lietuvos į Kazachstaną ryšiai yra dar tik plėtojami, nes kasmetiniai svyravimai sudaro prielaidas ieškoti specifinių krovinių srautų, kurie galėtų šiuos santykius stabilizuoti.

Krovinių, kurie judėtų ir pirmyn, ir atgal Lietuvos ir Kazachstano logistine grandine, nebuvo nustatyta. Tai reiškia, kad šių šalių tarptautinės prekybos interesai užtikrinami skirtingų krovinių skirtingomis kryptimis logistinės grandinės pagrindu, todėl logistinė grandinė yra kombinuota ir, siekiant tiek kokybinės, tiek ir vertybinės naudos, išskiriami didžiausią įtaką turintys krovinių tipai.

Lietuvos ir Kazachstano santykių plėtojimui reikia labiau skatinti skysčių nuo apledėjimo (3820), naftos alyvų (2710), baldų ir jų dalių (9403) bei centrifugų (8421) importą ir neapdorotos naftos alyvų (2709) bei linų sėmenų (1204) eksportą.

Siekiant modeliuoti galimus scenarijus, tyrimas galėtų būti tęsiamas, identifikuojant pagrindinius susijusius krovinių srautus, kurie galėtų stabilizuoti ir stiprinti ekonominę šių šalių sąsają ir mažinti neigiamą logistikos poveikį palinkai integruojantis į egzistuojančią ir nepakankamai efektyviai eksploatuojamą Azijos ir Vakarų Europos jungiamąją sausumos kelių infrastruktūrą.

**Literatūra**

Akhavana, M., Ghiarab, H., Mariottia, I. and Silligb, C. (2020) Logistics global network connectivity and its determinants. A European City network analysis. *Journal of Transport Geography*, 82, 1–9. Prieiga per internetą: https://www.journals.elsevier.com/journal-of-transport-geography.

Lau, Y., Tam, K., K. Y. Ng A., Fu, X., Jing Z., and Feng, J. (2018). Effects of the 'Belt and Road' initiative on the wine import logistics of China. *Maritime Policy & Management,* 45:3, 403–417. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/03088839.2017.1405291.

Lee, P. T., Zhang, O., Suthiwartnarueput, K., Zhang, D. and Yang, Z. (2020). Research trends in Belt and Road Initiative studies on logistics, supply chains, and transportation sector. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 23:6, 525–543, https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1828318.

Wei, H., and Sheng, Z. (2017). Logistics connectivity considering import and export for Chinese inland regions in the 21st-Century Maritime Silk Road by dry ports. *Maritime Policy & Management*, 45:1, 53-70. https://doi.org/10.1080/03088839.2017.1403052

# LIETUVOS IR UZBEKISTANO KROVINIŲ SRAUTŲ LOGISTINIO JUNGIAMUMO VERTINIMAS

**Edvinas Šiurna**
[1]*Klaipėdos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
[1]*E.siurna@lajm.lt*

Konsultavo Klaipėdos aukštosios jūreivystės mokyklos lekt. Elena Valionienė

## Anotacija

Kinijos inicijuota XXI a. Šilko kelio iniciatyva (angl. *one road, one belt*) jungia įvairių šalių tarptautines transporto sistemas į vieną visumą, skirtą kroviniams tarp Azijos ir Europos šalių gabenti. Šilko kelio iniciatyvos mokslinių tyrimų rezultatai apibendrina egzistuojančių krovinių srautų vienakryptiškumą, o tai prieštarauja darniai transporto sistemų integracijos idėjai, didina kitų regionų ekonomikų priklausomybę nuo Kinijos. Tyrimo problema – kokie krovinių srautai galėtų užtikrinti Lietuvos ir Uzbekistano prekybinių ryšių plėtrą ir integruotųsi į Šilko kelio sausumos logistinę infrastruktūrą, siekiant įgyvendinti nekenksmingos aplinkai logistikos idėją? Tyrimo problemai spręsti bus naudojami šie metodai: literatūros šaltinių analizė, modeliavimas, statistinė analizė, koreliacinė analizė, vizualizacija, naudojami duomenys iš tarptautinės prekybos duomenų bazės. Siekiant šią situaciją spręsti, reikia papildomai tirti importo ir eksporto logistinio jungiamumo parametrus. Kita prielaida – tai krovinio gabenimo sąnaudų mažinimo poreikis, kaip įmanoma daugiau krovinių srautų integruojant, paskirstant bei konsoliduojant, siekiant tvarios transporto sistemų integracinės plėtros. Pagrindinė tyrimo idėja yra susijusi su Lietuvos perspektyvomis krovinių srautus integruoti į šią infrastruktūrą, sustiprinti kooperaciją su Uzbekistanu ir surasti pagrindinius šių šalių tarpusavio transporto sistemų logistinį jungiamumą užtikrinančius krovinių srautus. Siekiant šią idėją įgyvendinti, straipsnyje apibūdinama šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo samprata, sudaroma tyrimo atlikimo metodika, analizuojami Lietuvos ir Uzbekistano krovinių importo ir eksporto rodikliai bei nustatomi jungiamieji krovinių srautai tarp Lietuvos ir Uzbekistano Šilko kelio iniciatyvos kontekste, integruojant šiuos krovinius į iniciatyvos metu sukurtą transporto infrastruktūrą arba įgyvendinant konsoliduotų krovinių srautų idėją. Ketinant tyrimą tęsti, numatoma plėtoti Klaipėdos valstybinio jūrų uosto integracijos į šią iniciatyvą perspektyvas minėtų šalių krovinių srautų logistinio jungiamumo kontekste.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: logistinis jungiamumas, tarptautinė prekyba, Šilko kelias, jūrų transporto sektorius.

## Įvadas

Šių laikų visuomenėje ypač aktualus tarptautinis logistinis jungiamumas. Galima teigti, jog toks bendradarbiavimas tarp valstybių suteikia didelį pranašumą eksporto ir importo atžvilgiu. Šie rodikliai yra svarbūs, siekiant užtikrinti ekonominę šalies gerovę ir tokiu būdu patenkinti šalies gyventojų asmeninius poreikius.

Jūrų transporto sektorius (JTS) užtikrina logistinės grandinės jungiamumą, tačiau yra reikalingi tvirti prekybiniai ryšiai sausuma su Azijos ir Vakarų Europos šalimis, kad susiformuotų pakankamas krovinių srautas.

**Tyrimo problema:** kokie krovinių srautai galėtų užtikrinti Lietuvos ir Uzbekistano prekybinių ryšių plėtrą ir integruotųsi į Šilko kelio sausumos logistinę infrastruktūrą, siekiant įgyvendinti nekenksmingos aplinkai logistikos idėją?

**Tyrimo tikslas:** įvertinti Lietuvos ir Uzbekistano krovinių srautų logistinį jungiamumą šiuolaikinės transporto Šilko kelio iniciatyvos kontekste.

**Tyrimo uždaviniai:**

- apibūdinti šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo sampratą Šilko kelio iniciatyvos kontekste;
- analizuoti Lietuvos ir Uzbekistano krovinių importo ir eksporto rodiklius;
- nustatyti jungiamuosius krovinių srautus tarp Lietuvos ir Uzbekistano Šilko kelio iniciatyvos kontekste.

**Tyrimo hipotezė –** Šilko kelio iniciatyva gali būti naudojama prekybiniams ryšiams sustiprinti tarp Lietuvos ir Uzbekistano ir darnios logistikos kūrimui.

**Metodai ir imtis:** literatūros šaltinių analizė, modeliavimas, statistinė analizė, koreliacinė analizė, vizualizacija, naudojami duomenys iš tarptautinės prekybos duomenų bazės ir t. t.

## Logistinio jungiamumo koncepcijos apibūdinimas Šilko kelio iniciatyvos kontekste

Šalies ekonomika priklauso nuo efektyvaus prekių judėjimo, kuris paremtas transporto ir logistikos grandinėmis. Logistika daugiausia vyksta trijose srityse – pirkimuose, tiekime ir pardavimuose (O'Connor et al., 2016). Paprastai logistikos tinklo optimizavimas yra gatavų prekių tiekimas ir pardavimas, nors kartais tai apima dalių ar žaliavų tiekimą. Logistikos tinklo optimizavimu siekiama rasti optimalų įvairių sandėlių derinį, geriausiai atitinkantį kliento poreikius. Tačiau tiekiant prekes iš gamintojo galutiniam vartotojui, transporto ir logistikos sistemoms daromas vis didesnis spaudimas užtikrinti didesnį efektyvumą ir tvarumą. Transportas ir logistika susiduria su tais pačiais iššūkiais, kaip ir kiti sektoriai – poreikiu didinti efektyvumą, išlaidų sumažinimu ir noru plėstis į tarptautines rinkas. Norint užtikrinti patogų prieinamumą į tarptautinę prekybą, būtinas logistinis jungiamumas ir tai yra geriausia politinė investicija. Logistinis jungiamumas pagreitina tarptautinės prekybos augimą, leidžia sutaupyti energijos ir užtikrina globalių pirkimų stabilumą. Kad būtų suprantama jungiamumo problema logistikos kontekste, yra keletas paaiškinimų ir pavyzdžių. Logistikos reikšmė yra susijusi su visų transporto rūšių sąsaja, sandėliavimu, susijusiu su informacinėmis technologijomis, finansinėmis, teisinėmis, komercinėmis ir techninėmis paslaugomis, kurios yra reikalingos, norint teikti logistines paslaugas. Pats logistinis jungiamumas yra apibrėžiamas kaip kiekvienam verslui optimalių sandėlių skaičiaus, vietos ir dydžio nustatymas, atsižvelgiant į įvairius vienos tiekimo grandinės apribojimus (Mariotti, 2018). Kitaip tariant, tai

geriausias sandėlių derinys, kuris reikalingas norint aprėpti visą tiekimo grandinę nuo žaliavų tiekėjų iki galutinių vartotojų. Iš to galima teigti, kad logistikos jungiamumas yra vienas svarbiausių tarptautinės prekybos augimo faktorių, taupantis laiką, sąnaudas ir tobulinantis įmonės veiklos kokybę (Grzelakowski & Matczak, 2012).

Jūrų uostas yra vienas iš svarbiausių logistinį jungiamumą užtikrinančių elementų, tačiau tam, kad jūrų uostas galėtų atlikti jungiamumo funkciją, reikia užtikrinti pakankamus importo ir eksporto bei tranzitinių krovinių srautus, kurie juda sausumos transporto sistemomis (Andrzej Montwiłł, 2014).

Šilko kelio iniciatyva Kinija eksploatuoja, generuoja naudą, kad kitos šalys galėtų integruoti savo krovinių srautus. Pavyzdžiui, Lietuvos jungiamoji infrastruktūra Saulė galėtų būti integrali su Kinija. Jeigu būtų galima Šilko kelio iniciatyvos pagrindu stiprinti prekybinius ryšius su Azijos šalimis, tuomet būtų įmanoma didinti Klaipėdos jūrų uosto jungiamumo funkcijos efektyvumą.

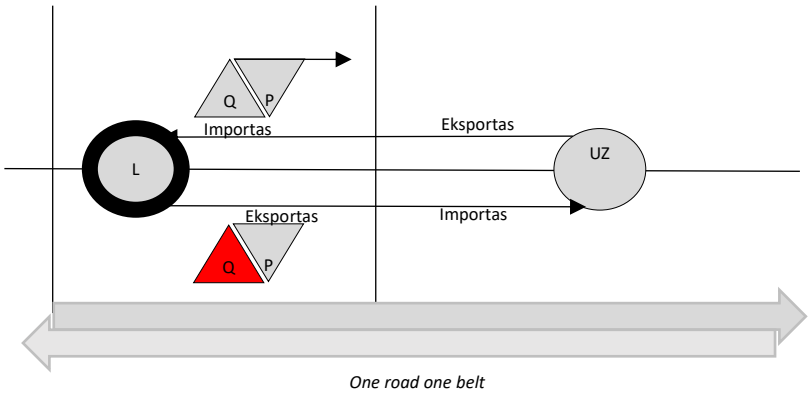
**1 pav.** Šilko kelio iniciatyva (Lau et al., 2018)

Nekenksmingos aplinkai logistikos idėjos yra darni plėtra, mėlynoji ekonomika ir visuotinis klimato atšilimas. Visos šios idėjos skatina ieškoti sprendimų, kurie užtikrintų minimalų kenksmingą poveikį aplinkai. Konsoliduoti kroviniai ir paskirstytoji logistinė grandinė yra vienas iš būdų, kaip sumažinti kenksmingą poveikį aplinkai. Konsoliduoti kroviniai juda magistraliniais transporto koridoriais, todėl Šilko kelio iniciatyva galėtų būti kuriamas konsoliduotų krovinių srautas, o aplinkinių šalių prekybiniai ryšiai generuotų privežamuosius krovinius ir Šilko kelio idėja taptų paskirstytosios logistinės grandinės pagrindu.

Apibendrinant galima sakyti, kad, siekiant didinti jūrų transporto sektoriaus logistinio jungiamumo efektyvumą, reikia užtikrinti sausumos transporto sistemomis judančių krovinių (importuojamų, eksportuojamų bei tranzitinių) pakankamumą, mažinant logistikos neigiamą poveikį aplinkai.

## Tarptautinės prekybos ryšių tarp Lietuvos ir Uzbekistano tyrimo metodika

Siekiant nustatyti tarptautinės prekybos ryšius tarp Lietuvos ir Uzbekistano, buvo sukurtas tyrimo koncepcinis modelis (žr. 2 pav.) Šilko kelio kontekste.

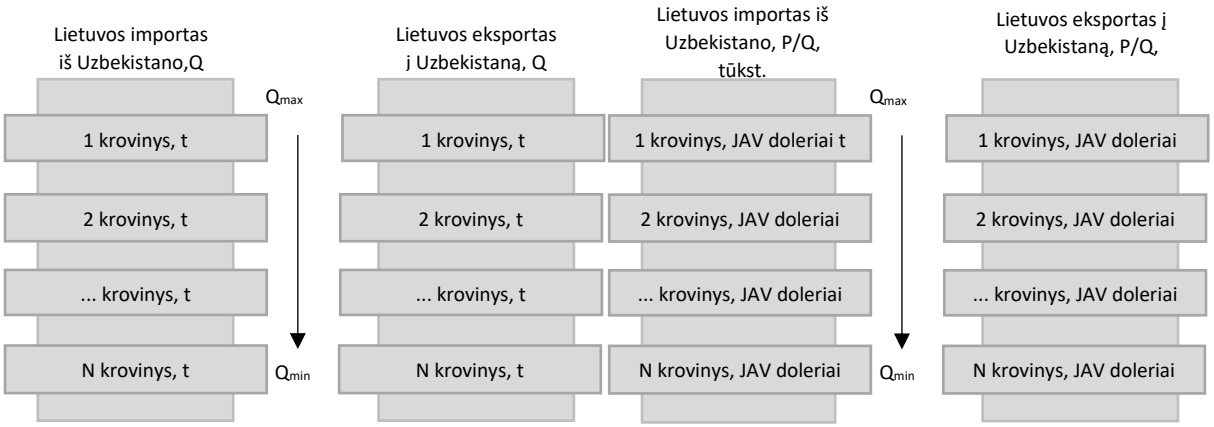



**2 pav.** Tyrimo koncepcinis modelis

Tarptautinės prekybos ryšių nustatymui analizuojami Lietuvos ir Uzbekistano 2008–2019 m. importo bei eksporto rodikliai, sudaromas 2019 m. importo ir eksporto didžiausias krovinių srautas pagal krovinio kainą (P), krovinio kiekį (Q) ir krovinio vertę (P/Q).

Siekiant nustatyti krovinių srautų tendenciją, taikomas tiesinio trendo metodas, išdėstant krovinių srautą tiesėje y = a*t + b, siekiant nustatyti vidutinį metinį absoliutų pokytį, lygų a.

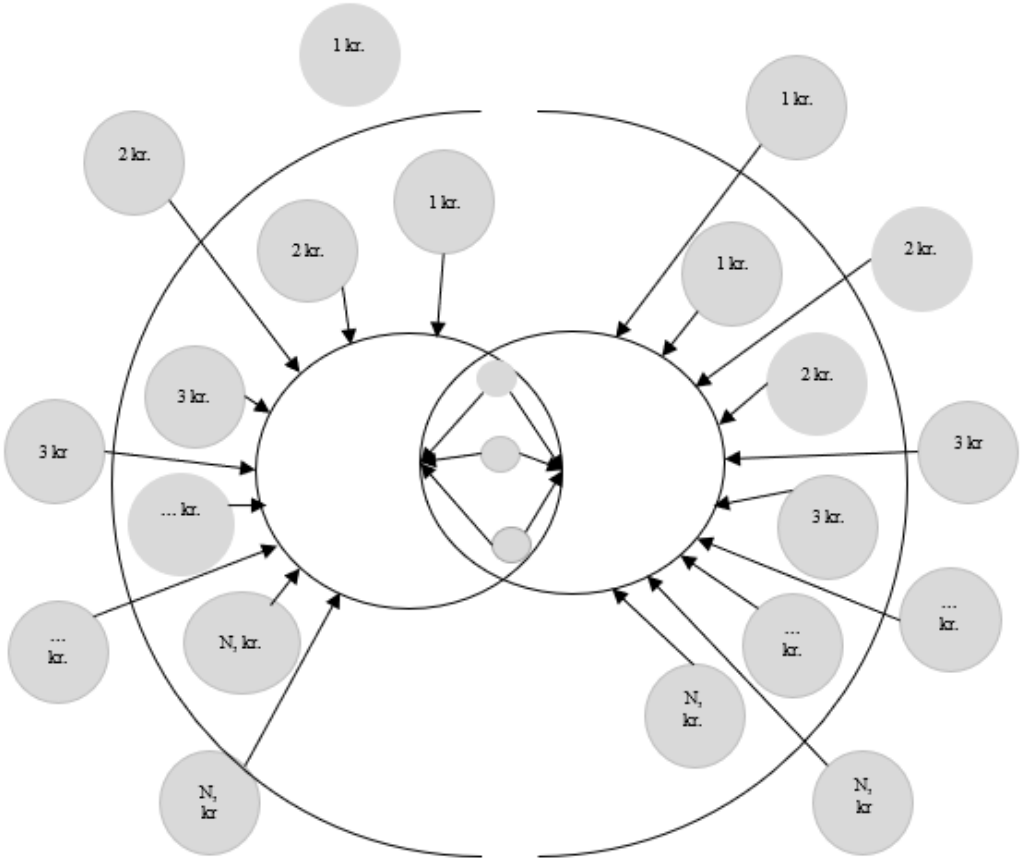
Vertinant krovinių srautus, taikomas imties grupavimas lygiais intervalais, siekiant atrinkti maksimalius krovinių srautus, remiantis 2019 m. importo ir eksporto struktūra (žr. 3 pav.).




**3 pav.** Naudingiausio krovinio srauto identifikavimo modelis a) pagal krovinio kiekį, b) pagal krovinio vertę

Krovinio vertė (P/Q) naudojama naudingiausiam krovinio srautui identifikuoti, todėl, žinant intensyviausią ir naudingiausią krovinių srautą, galima būtų generuoti subalansuotą intensyvią ir naudą kuriančią logistinę grandinę.

Įvertinant krovinius, turinčius didžiausia įtaką Uzbekistano importui ir eksportui, naudojamas 1 eilės regresinis modelis (žr. 4 pav.).

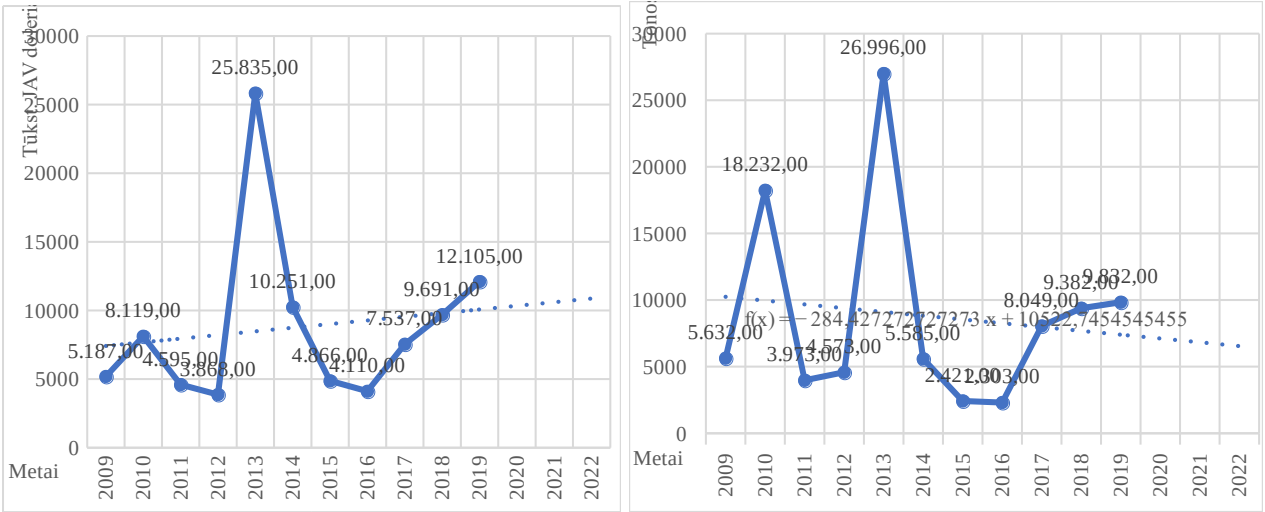



**4 pav.** Lietuvos ir Uzbekistano tarptautinės prekybos sąsajos vertinimo modelis

Norint įvardyti, ar konkretus krovinys turi įtakos bendram krovinių srautui, apskaičiuojamas krovinio koreliacijos koeficientas (r). Didesnis už 0,5 reikšmę koreliacijos koeficientas (r) parodo, kad krovinys itin svarbus bendram krovinių srautui. Teigiamas, tačiau mažesnis už 0,5 koreliacijos koeficientas (r) parodo, kad krovinys nėra labai reikšmingas bendram krovinių srautui. Neigiamas koreliacijos koeficientas (r) parodo, kad krovinys turi neigiamą poveikį bendram krovinių srautui.

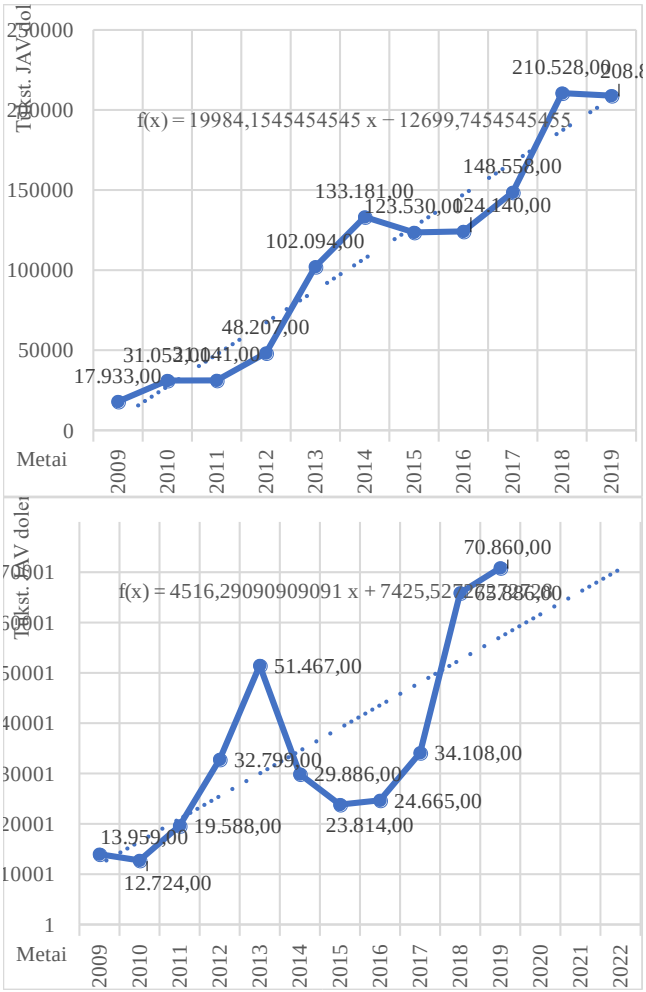
## Lietuvos ir Uzbekistano tarptautinės prekybos ryšių vertinimas Šilko kelio iniciatyvos kontekste

Analizuojant Lietuvos ir Uzbekistano tarptautinės prekybos sąsają į Lietuvą iš Uzbekistano importuojamų krovinių srautų požiūriu (žr. 5 pav.), galima matyti, kad importo rodiklių imtis pasižymi nestabilumu (V = 85,37 % > 30 %,), tai lemia nuolat kintantys šalių tarpusavio santykiai, kuriems pakankamai stiprią įtaką gali turėti ir geopolitinės situacijos pokyčiai tarp Lietuvos ir Nepriklausomų valstybių sandraugos (NVS). Bendroje Uzbekistano importo iš Lietuvos krovinių srautų tendencijoje galima matyti, kad vidutinis metinis absoliutus pokytis viso laikotarpio metu siekia po 265,63 t (y = 265,63x + 7 148,4) kasmet ir išlaiko teigiamą augimo dinamiką, tačiau šio krovinių srauto generuojama finansinė išraiška tuo pačiu laikotarpiu vidutiniškai kasmet sumažėja po –284,43 tūkst. JAV dol. (y – 284,43x + 10 523) (International Trade Center statistics, 2020).




**5 pav.** Lietuvos importo į Uzbekistaną krovinių srauto dinamika a) pagal krovinių kainą, b) pagal krovinių kiekį (International Trade Center statistics, 2020)

Analizuojant Lietuvos ir Uzbekistano tarptautinės prekybos sąsają iš Lietuvos į Uzbekistaną eksportuojamų krovinių srautų požiūriu (žr. 6 pav.), galima pastebėti, kad tendencija yra skirtinga ir krovinių srautai tiek kiekybine, tiek finansine išraiška skiriasi nuo Uzbekistano importuojamų prekių į Lietuvą. Galima pastebėti, kad, nepaisant 2017–2018 m. staigaus eksporto rodiklių padidėjimo, palyginti su 2016 metais, dinamika yra didėjanti ir kasmet vidutiniškai yra eksportuojama po 4 516,3 tūkst. T (4 516,3 + 7 425,5) daugiau, sukuriant po 20 mln. JAV dol. daugiau pridėtinės vertės.




**6 pav.** Lietuvos eksporto į Uzbekistaną krovinių srauto dinamika a) pagal krovinių kainą, b) pagal krovinių kiekį (International Trade Center statistics, 2020)

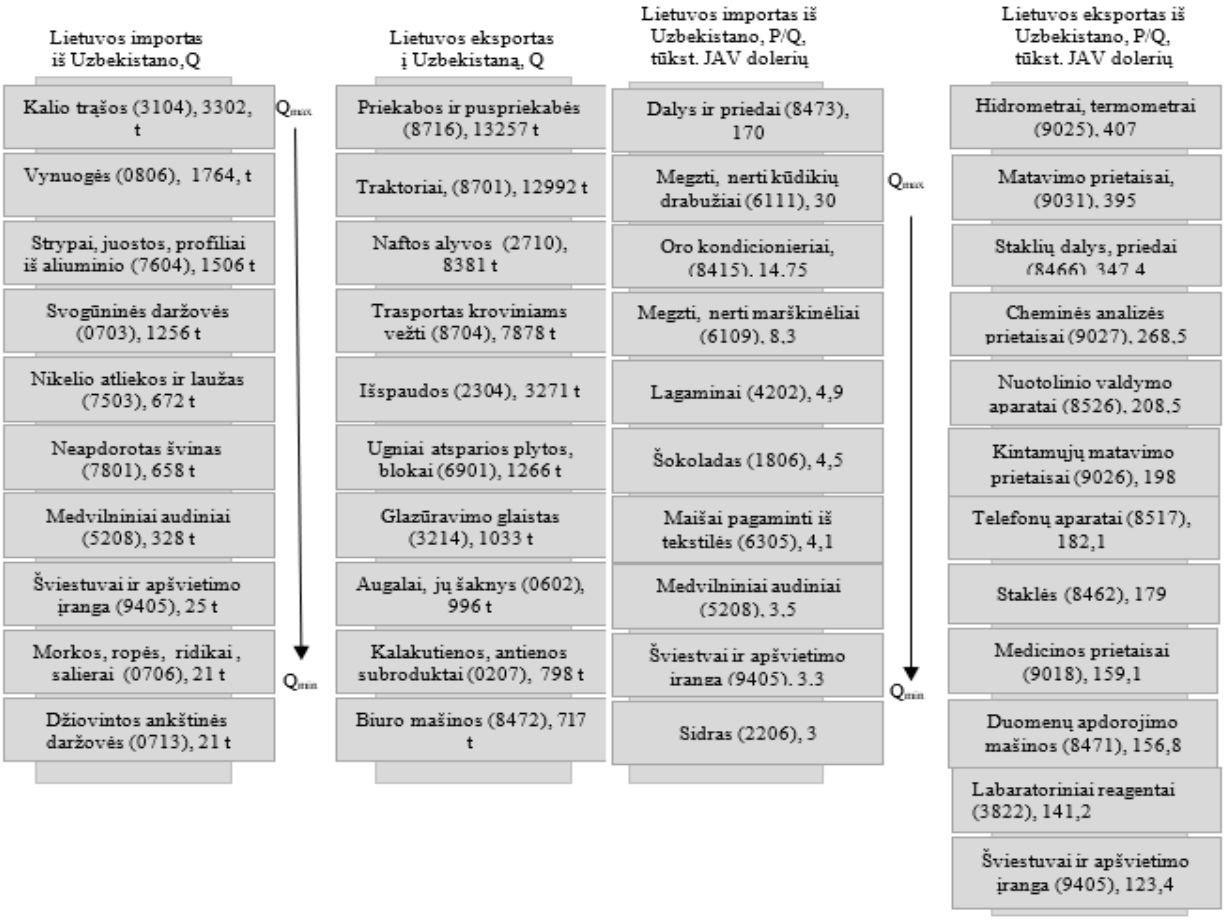
Apibendrinant Lietuvos ir Uzbekistano tarptautinės prekybos ryšius, galima teigti, kad stabilesni santykiai, išreikšti per Lietuvos į Uzbekistaną importuojamų krovinių imtį, pasižymi nuoseklesniu augimu ir tolygia, subalansuota kiekio ir kokybės išraiška, o eksporto iš Uzbekistano į Lietuvą ryšiai yra dar tik plėtojami, nors, žiūrint į 2018, 2019 metų rodiklius, Lietuvos ir Uzbekistano tarptautiniai ryšiai stabilizuojasi, tačiau praeities kasmetiniai svyravimai sudaro prielaidas, kad dar reikia ieškoti specifinių krovinių srautų, kurie galėtų šiuos santykius išlaikyti dar stabilesnius.

Pagal Lietuvos importuojamų krovinių kiekį didžiausi yra šie: kalio trąšos (3104) – 3 302 t, vynuogės (0806) – 1 764 – t, strypai juostos, profiliai iš aliuminio (7604) – 1 506 t, svogūninės daržovės (0703) – 1 256 t, nikelio atliekos ir laužas (7503) – 672 t, neapdorotas švinas (7801) – 658 t, medvilniniai audiniai (5208) – 328 t, šviestuvai ir apšvietimo įranga (9405) – 25 t, morkos, ropės, ridikai, salierai (0706) – 21 t, džiovintos ankštinės daržovės (0713) – 21 t.

Vertingiausi Lietuvos importuojami kroviniai: dalys ir priedai (8473) – 170 tūkst. JAV dolerių per t, megzti, nerti kūdikių drabužiai (6111) – 30 tūkst. JAV dolerių per t, oro kondicionieriai (8415) – 14,75 tūkst. JAV dolerių per t, megzti, nerti marškinėliai (6109) – 8,3 tūkst. JAV dolerių per t, lagaminai (4202) – 4,9 JAV dolerių per t, šokoladas (1806) – 4,5 tūkst. JAV dolerių per t, iš tekstilės pagaminti maišai (6305) – 4,1 tūkst. JAV dolerių per t, medvilniniai audiniai (5208) – 3,5 tūkst. JAV dolerių per t, šviestuvai ir apšvietimo įranga (9405) – 3,3 tūkst. JAV dolerių per t, sidras (2206) – 3 tūkst. JAV dolerių per t.

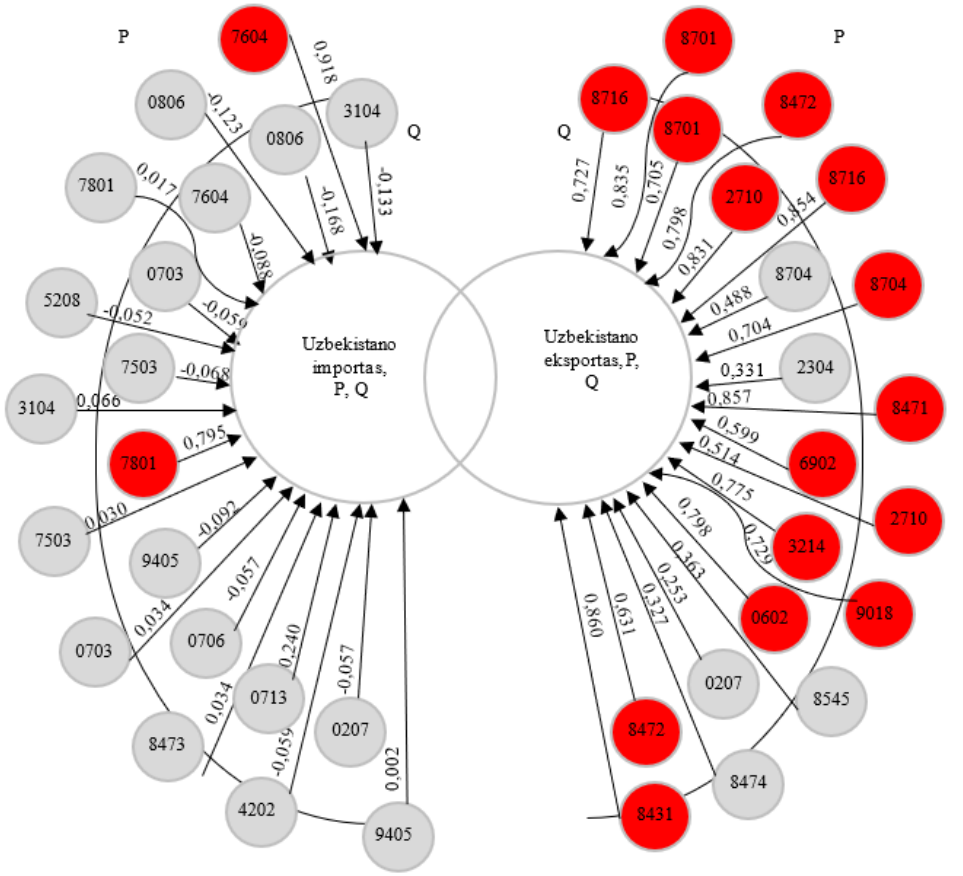
Didžiausi pagal kiekį Lietuvos eksportuojamų krovinių yra šie: priekabos ir puspriekabės (8716) – 13 257 t, traktoriai (8701) – 12 992 t, naftos alyvos (2710) – 8 381 t, transportas kroviniams vežti (8704) – 7 878 t, išspaudos (2304) – 3 271 t, ugniai atsparios plytos, blokai (6901) – 1 266 t, glazūravimo glaistas (3014) – 1 033 t, augalai, jų šaknys (0602) – 996 t, kalakutienos, antienos subproduktai (0207) – 798 t, biuro mašinos (8472) – 717 t.

Labiausiai naudinga Lietuvai eksportuoti šiuos krovinius: hidrometrus, termometrus (9025) – 407 tūkst. JAV dolerių per t, matavimo prietaisus (9031) – 395 tūkst. JAV dolerių per t, staklių dalis, priedus (8466) – 347,4 tūkst. JAV dolerių per t, cheminės analizės prietaisus (9027) – 268,5 tūkst. JAV dolerių per t, nuotolinio valdymo aparatus (8526) – 208,5 tūkst. JAV dolerių per t, kintamųjų matavimo prietaisus (9026) – 198 tūkst. JAV dolerių per t, telefonų aparatus (8517) – 181,1 tūkst. JAV dolerių per t, stakles (8462) – 179 tūkst. JAV dolerių per t, medicinos prietaisus (9018) – 159,1 tūkst. JAV dolerių per t, duomenų apdorojimo mašinas (8471) – 156,8 tūkst. JAV dolerių per t, laboratorinius reagentus (3822) – 141,2 tūkst. JAV dolerių per t, šviestuvus ir apšvietimo įrangą (3822) – 123,4 tūkst. JAV dolerių per t (International Trade Center statistics, 2020).




**7 pav.** Naudingiausio krovinio srauto identifikavimas a) pagal krovinio kiekį, b) pagal krovinio vertę (International Trade Center statistics, 2020)

Įvertinus, kurie importo ir eksporto krovinių tipai turi didžiausią poveikį šalies bendram importo ir eksporto rodikliui, buvo sudaryta tinklinė koreliacinių ryšių diagrama, kuri pavaizduota 8 paveiksle.




**8 pav.** Lietuvos ir Uzbekistano tarptautinės prekybos sąsajos vertinimas

Ištyrus didžiausius importuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Lietuvos importu iš Uzbekistano, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Uzbekistano importui turi šie krovinių srautai: neapdorotas švinas (7801, r = 0,795), džiovintos ankštinės daržovės (0713, r = 0,240). Tačiau reikšmingiausi kroviniai yra tie, kurių koreliacijos rodiklis yra >0,5.

Ištyrus naudingiausius importuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Lietuvos importu iš Uzbekistano, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Uzbekistano importui turi šie krovinių srautai: strypai, juostos ir profiliai iš aliuminio (7604, r = 0,918), neapdorotas švinas (7801, r = 0,017), nikelio atliekos ir laužas (7503, r = 0,030), svogūninės daržovės (0703, r = 0,034), dalys ir priedai (8473, r = 0,034), šviestuvai ir apšvietimo įranga (9405, r = 0,002). Tačiau reikšmingiausi kroviniai yra tie, kurių koreliacijos rodiklis yra >0,5.

Ištyrus didžiausius eksportuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Lietuvos eksportu į Uzbekistaną, buvo nustatyta, kada didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Uzbekistano eksportui turi šie krovinių srautai: priekabos ir puspriekabės (8716, r = 0,727), traktoriai (8701, r = 0,705), naftos alyvos (2710, r = 0,831), transportas kroviniams vežti (8704, r = 0,488), išspaudos (2304, r = 0,331), ugniai atsparios plytos, blokai (6901, r = 0,599), glazūravimo glaistas (3214, r = 0,775), augalai, jų šaknys (0602, r = 0,798), kalakutienos, antienos subproduktai (0207, r = 0,253), biuro mašinos (8472, r = 0,631). Tačiau reikšmingiausi kroviniai yra tie, kurių koreliacijos rodiklis yra >0,5.

Ištyrus naudingiausius eksportuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Lietuvos eksportu į Uzbekistaną, buvo nustatyta, kada didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Uzbekistano eksportui turi šie krovinių srautai: traktoriai (8701, r = 0,835), biuro mašinos (8472, r = 0,789), priekabos ir puspriekabės (8716, r = 0,854), transportas kroviniams vežti (8704, r = 0,704), automatinės duomenų apdorojimo mašinos (8471, r = 0,857), naftos alyvos (2710, r = 0,514), medicinos prietaisai (9018, r = 0,729), angliniai elektrodai (8545, r = 0,363), rūšiavimo, sijojimo mašinos (8474, r = 0,327), mašinų dalys (8431, r = 0,860). Tačiau reikšmingiausi kroviniai yra tie, kurių koreliacijos rodiklis yra >0,5.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos ir Uzbekistano santykių plėtojimui reikia labiau skatinti importą ir eksportą, o, tęsiant tyrimą, galima būtų modeliuoti įvairias situacijas, priklausomas nuo minėtų krovinių pokyčių.

## Išvados ir rekomendacijos

- Išanalizavus Lietuvos ir Uzbekistano importo ir eksporto krovinių srautų logistinį jungiamumą, galima teigti, kad, siekiant didinti jūrų transporto sektoriaus logistinio jungiamumo efektyvumą, reikia užtikrinti sausumos transporto sistemomis judančių krovinių (importuojamų, eksportuojamų bei tranzitinių) pakankamumą, mažinant logistikos neigiamą poveikį aplinkai.
- Išanalizavus Lietuvos ir Uzbekistano krovinių importo ir eksporto rodiklius, galima teigti, kad stabilesni santykiai, išreikšti per Lietuvos į Uzbekistaną importuojamų krovinių imtį, pasižymi nuoseklesniu augimu ir tolygia,

subalansuota kiekio ir kokybės išraiška, o eksporto iš Uzbekistano į Lietuvą ryšiai dar tik plėtojami, nors, žiūrint į 2018–2019 metų rodiklius, Lietuvos ir Uzbekistano tarptautiniai ryšiai stabilizuojasi, tačiau praeities kasmetiniai svyravimai sudaro prielaidas, kad dar reikia ieškoti iš specifinių krovinių srautų, kurie galėtų šiuos santykius išlaikyti dar stabilesnius.

- Išanalizavus jungiamuosius krovinių srautus tarp Lietuvos ir Uzbekistano Šilko kelio iniciatyvos kontekste galima sakyti, jog Lietuvos ir Uzbekistano santykių plėtojimui reikia labiau skatinti importą ir eksportą, o, tęsiant tyrimą, galima būtų modeliuoti įvairias situacijas, priklausomas nuo minėtų krovinių pokyčių.

## Literatūra


Akhavana, M., Ghiarab, H., Mariottia, I. and Silligb, C. (2020) Logistics global network connectivity and its determinants. A European City network analysis. *Journal of Transport Geography,* 82, 1–9. Prieiga per internetą: https://www.journals.elsevier.com/journal-of-transport-geography.

Lau, Y., Tam, K., K. Y. Ng A., Fu, X., Jing Z., and Feng, J. (2018). Effects of the 'Belt and Road' initiative on the wine import logistics of China. *Maritime Policy & Management,* 45:3, 403–417. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/03088839.2017.1405291.\.

Wei, H., and Sheng, Z. (2017). Logistics connectivity considering import and export for Chinese inland regions in the 21st-Century Maritime Silk Road by dry ports. *Maritime Policy & Management,* 45:1, 53–70. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/03088839.2017.1403052.

Bao JIANG, Jian LI, Chunxia GONG (2018) Maritime Shipping and Export Trade on "Maritime Silk Road" *The Asian Journal of Shipping and Logistics* (2) 083-090.

Li Xue (2017) China's Foreign Policy Decision-Making Mechanism and "One Belt One Road" Strategy *Journal of Contemporary East Asia Studies,* (23–35). Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/24761028.2016.11869095.

# PANDEMIJOS POVEIKIO JŪRŲ TRANSPORTO SEKTORIUI VERTINIMAS

**Dainius Toleikis, Dovydas Norgaila**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla*
*d.toleikis@lajm.lt, d.norgaila@lajm.lt*

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos lekt. Elena Valionienė

**Anotacija**

Jūrų transporto sektorius yra vienas pasaulinės tiekimo grandinės jungiamųjų elementų, todėl bet kuris vartojimo sumažėjimas ar ekonomikos procesų sulėtėjimas daro neigiamą įtaką verslo procesams. Atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos pasaulinę situaciją ir visuotinio karantino laikotarpius, yra aktualu analizuoti apskritai, kaip pasaulinės pandemijos atsispindi jūrų transporto sektoriaus veiklose, siekiant įvertinti galimas šio sektoriaus verslo plėtros rizikas. Ypač pandemijos poveikis gali būti jaučiamas tuose verslo segmentuose ir tuose procesuose, kuriems atlikti reikalingas tiesioginis žmonių kontaktas, kurio yra pakankamai daug jūrų transporto sektoriaus veiklose, susijusiose tiek su laivyba, tiek su jos pasikeitimais, tiek su uoste vykdomomis veiklomis, tokiomis, kaip krovos procesai, dokumentų pasirašymas, laivų inspektavimas ir pan. Pagrindinė straipsnio idėja yra susijusi su tuo, kad siekiama atpažinti jūros transporto sektoriaus ūkio subjektų veiklos specifiką bei apibūdinti labiausiai pandemijos paveiktas verslo sritis, išskiriant pagrindinius procesus, kuriuose žmogiškasis kontaktas generuoja pridėtinę vertę. Tiriant įvairių autorių įžvalgas, jūrų transporto sektoriaus verslo poreikius, analizuojamas išorinis ir vidinis pandemijos sukeliamas neigiamas poveikis verslo subjektams, atsižvelgiant į skaitmeninių technologijų panaudojimo perspektyvą.

Tyrimo metu siekiama nustatyti papildomų apribojimų laivams, kuriuos taikė uostai, mastą, taip pat vertinamas laivų įplaukimų į uostą sumažėjimas, laivų įplaukimų skaičiai lyginami su įprastomis sąlygomis fiksuojamais rodikliai.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: pandemijos poveikis, laivyba, jūrų uosto veikla, jūrų transporto sektoriai.

## Įvadas

Logistikos įmonės sujungia įmones su rinkomis, teikdamos įvairias paslaugas, įskaitant transportavimą, krovinių ekspedijavimą, sandėliavimą ir atsargų valdymą, todėl yra glaudžiai susijusios su gamybos, prekybos, mainų ir tiekimo procesais. Gerai veikianti logistikos ir transporto sistema svarbi verslo įmonėms, taip pat kaip sėkmingai veikiančios verslo įmonės svarbios transporto sektoriui.

2020 m. pasaulyje išplitus COVID 19 virusui, verslas, taip pat ir transporto sektorius, susidūrė su sunkumais, kuriems niekas nebuvo pasiruošęs. Dėl daugelyje šalių įvedamų ribojimų ir karantino sumažėjo prekių paklausa ir pasiūla, gamybos apimtys. Pasaulinės gamybos sulėtėjimas, taip pat šalių įvesti kelionių ir pervežimų apribojimai turėjo tiesioginės įtakos verslui, taip pat ir sausumos, oro ir jūros transporto sektoriui.

Jūrų transportas yra pasaulinės tiekimo grandinės sąsajų ir ekonominės tarpusavio priklausomybės pagrindas. Laivyba vykdo didžiąją tarptautinės prekybos dalį, jos dalis svyruoja nuo 80 iki 90 procentų prekybos. Šis dominavimas ypač ryškus besivystančiose šalyse, kur prekybos struktūros, įskaitant mažą tarpregioninės prekybos apimtį, palieka ribotą erdvę sausumos ir oro transportui. Kalbant apie prekybos vertę, laivybos dalis yra gerokai mažesnė, įvairiais vertinimais svyruoja apie 60–70 procentų prekybos, todėl sutrikus jūrų transporto tinklui, gali būti padaryta didelė žala pasaulio prekybai ir ekonominei veiklai (UNCTAD, The Review of Maritime Transport, 2018).

**Tyrimo problema: k**okį poveikį pasaulinė COVID-19 pandemija daro jūrų uostų veiklai?
**Tyrimo tikslas:** įvertinti pandemijos poveikį jūrų transporto sektoriaus veiklai.
**Darbo uždaviniai:**

- apibūdinti jūrų transporto sektoriaus ūkio subjektų veiklos specifiką;
- apibūdinti jūrų transporto sektoriaus ūkio subjektų veiklos sritis, labiausiai paveikiamas pandemijų atvejais;
- įvertinti pandemijos paveiktuose uostuose taikomus papildomus apribojimus ir jų pobūdį;
- išsiaiškinti pandemijos laikotarpiu pasikeitusius įplaukiančių laivų į uostą skaičiaus rodiklius bei jų sumažėjimo mastus.

**Tyrimo metodai:** mokslinės literatūros analizė, laiko eilučių analizė.

## Jūrų transporto sektoriaus veiklos specifika

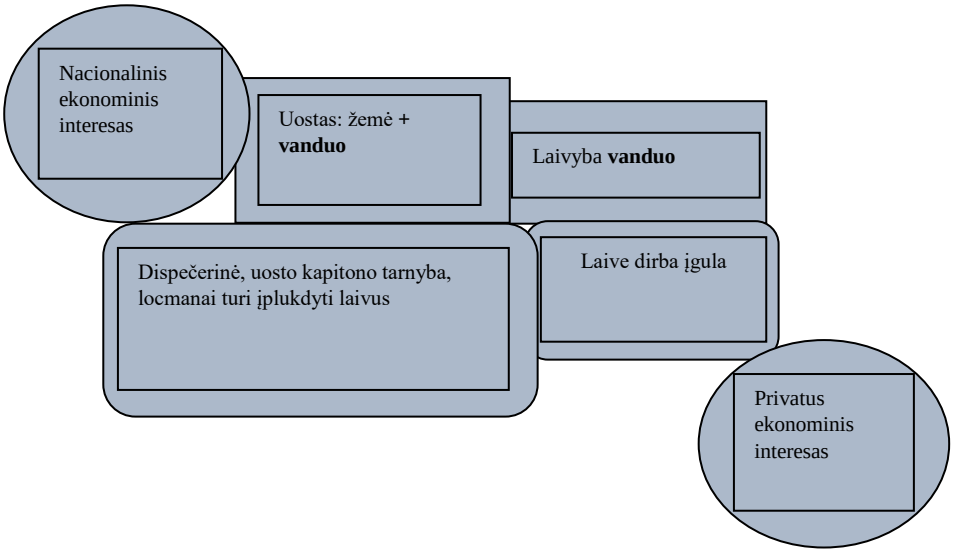
Jūrų transporto sistemos, kuri yra jungiamoji grandis tarp jūrų susisiekimo, kelių ir kitų transporto rūšių, pagrindiniai elementai yra jūrų uostas ir laivynas. Uostai yra tarptautinio krovinių gabenimo tranzito mazgai, o tuo atveju, kai šalia uostų įkuriamos pramonės ar paslaugų įmonės, uostai tampa ekonominės plėtros centrais (Valionienė et al., 2019).

Šiuolaikinis uostas yra terminalų visuma. Terminalas – tai kompleksas įrenginių, išskirstytų pradiniame, galutiniame ar tarpiniame transporto punkte, užtikrinančių įvairių transporto įmonių bendradarbiavimą gabenant krovinius ir keleivius (Baublys, 2010).

Jūrų transporto sektoriuje pandemijos požiūriu, kai itin ribojamas žmonių tiesioginis kontaktas, veiklos sričių nėra itin gausu, nes didelė dalis operacijų yra atliekamos arba visiškai, arba iš dalies automatizuotai. Tačiau uoste yra tokių tarnybų, kuriose dirba darbuotojų komandos, tiesiogiai kontaktuojančios, todėl šios veiklos grupės patiria didesnes rizikas dėl pasaulinės pandemijos.

Atsižvelgiant į pagrindines jūrų uosto veiklas, svarbia veikla tampa uosto dispečerinės ir uosto kapitono tarnybos darbas, kur dirba profesionalūs laivavedžiai ir kiti darbuotojai, atliekantys nuolatinio monitoringo darbus.

Žmogiškasis kontaktas vyksta ne tik tarp uosto įmonių, tačiau ir tarp dispečerinės, uosto kapitono tarnybos ir laivų, kuriuose dirba įgulos. Svarbus vaidmuo tenka locmanams, kurie turi įplukdyti laivus į uostą.




**1 pav**. Ryšys tarp įplaukiančių laivų ir uosto ir jame veikiančių tarnybų

Kai reikalingas glaudus bendradarbiavimas tarp skirtingų įmonių, institucijų bei iš užsienio atplaukiančių laivų, labai sunku išvengti fizinio kontakto tarp žmonių, o tai COVID-19 pandemijos akivaizdoje laikoma rizikos veiksniu.

Kontakto šiuo metu išvengti yra neįmanoma, todėl užsikrėtimo rizika visada yra, o tiek uoste, tiek ir laive atsiradęs COVID-19 židinys pakenktų tiek nacionaliniams ekonominiams interesams, kadangi laivų savininkai, vengdami užsikrėtimo rizikos, galimai rinktųsi kitą uostą, tiek privatiems ekonominiams interesams, jei laive atsirastų ligos židinys ir įgulai tektų izoliuotis.

## Labiausiai COVID-19 pandemijos paveiktos jūrų transporto sritys

COVID-19 pandemijos poveikis pirmiausia pasijuto Kinijoje dėl jos vaidmens pasaulinėje gamyboje (ypač svarbų vaidmenį vaidino pandemijos epicentras Uhanas). Kinija taip pat yra pagrindinė pasaulinių prekių ir žemės ūkio produktų vartotoja. Gamybos sutrikimai Kinijoje atsiliepė pasaulinėms tiekimo grandinėms. Pagrindiniuose Kinijos konteinerių uostuose kroviniai vėlavo, dėl kelionių apribojimų trūko sunkvežimių vairuotojų, kurie galėtų pasiimti konteinerius, o vandenynų vežėjai atšaukė reisus. Dėl to kilęs komponentų iš Kinijos trūkumas paveikė gamybos operacijas užsienyje. Tai paveikė pagrindines pramonės šakas visame pasaulyje, įskaitant automobilius, elektroniką, farmaciją, medicinos įrangą ir reikmenis, taip pat vartojimo prekes.

Pirmosiomis pandemijos dienomis priemonės, taikomos visiems krovininiams ir keleiviniams laivams, apėmė laivus su įtariamais atvejais, kurie 14 dienų turėjo karantinuotis, o vėliau buvo testuojami įgulų nariai ar kiti laive buvę žmonės. Kitos priemonės buvo tai, kad užsienio įgulai nebuvo leista išsilaipinti į krantą, ir buvo prašoma pateikti informaciją apie įgulos sveikatos būklę, prieš leidžiant laivui įplaukti į uostą. Valdžios institucijoms uždraudus atvykti užsieniečiams, daugumoje uostų nei kruizinių laivų keleiviai, nei įgula negavo leidimo išlipti į sausumą (IFC, 2020).

Įvairios pramonės šakos savo tiekimo grandinėje susidūrė su tokiais iššūkiais, kaip žaliavų trūkumas, pristatymo laiko problemos, uostų uždarymai, sutrumpintas darbo laikas uostuose, įrangos ir darbo jėgos trūkumas, taip pat sunkvežimių transporto pajėgumų apribojimai. Šios kliūtys kenkia sklandžiam prekybos srautų judėjimui, tiekimo grandinės operacijoms ir gali stipriai pakenkti transporto paslaugų, prekybos liberalizavimui ir per metus pasiektam prekybos palengvėjimui (UNCTAD, 2020).

Pandemijai išplitus į likusį pasaulį, buvo uždarytos sienos, o tai apribojo prekių judėjimą. Papildomi protokolai (pvz., fizinis atstumas sandėliuose), įvesti siekiant užtikrinti darbuotojų saugą, prisidėjo prie krovinių gabenimo kliūčių. Pavyzdžiui, Europos Sąjungoje sunkvežimiai formavo 37 mylių ilgio spūstis A4 greitkelyje, po to, kai kovo viduryje Lenkija uždarė savo sieną su Vokietija. Indijoje dėl suvaržymų pradėjo trūkti sunkvežimių vairuotojų, todėl Chennai, Kamajarar ir Kattupalli uostuose susikaupė per 50 000 tūkstančių konteinerių.

Per pirmuosius 2020 metų mėnesius bendras konteinerių kiekis, perkrautas Kinijos uostuose, sumažėjo 10,1 proc. „Agility Logistics“ praneša apie didelius apribojimus krovinių gabenimui jūra visame pasaulyje, darančius įtaką pagrindiniams eksportuotojams, pvz., Brazilijai, Kinijai, Indijai ir Meksikai. Taip pat ir tokiai importuotojai kaip Europos

Sąjunga. Pasak DHL, silpna paklausa ir toliau paveiks maršrutus tarp Azijos ir Europos, JAV ir Lotynų Amerikos (IFC, 2020).

Visi anksčiau išvardyti transporto sektoriaus apribojimai ir sunkumai atsispindi bendrame laivų įplaukimų į uostus skaičiuje, kuris yra bene pats svarbiausias rodiklis, indikuojantis jūrų transporto sektoriaus ekonominę būklę. Todėl šį rodiklį galima laikyti atspindinčiu COVID-19 pandemijos poveikį.

Krovininių laivų įplaukimams įtakos turėjo ne tik ekonomikos nuosmukis, bet ir daugybė priemonių. Pavyzdžiui, tyrimo pradžioje kai kurios regionų, tokių kaip Pietryčių Azija, šalys nustatė prekybos apribojimus.

Tai reiškė, kad nepaisant to, jog uostai veikė normaliai, pristatyti buvo leidžiama tik būtiniausius krovinius. Tik tam tikrais langų laikotarpiais buvo galima pristatyti nebūtiniausius daiktus į uostą ir iš jo. Į šiuos uostus įplaukiantys konteinerių laivai, gabenantys importinius krovinius vietiniam vartojimui, vėlavo, o dauguma krovinių vis tiek buvo laikomi uosto sandėliavimo vietose. Dėl tos priežasties gerokai sumažėjo įplaukiančių tanklaivių ir ro ro.

Kruizinių laivų ir keleivių rinka išlieka labiausiai paveikta COVID-19 pandemijos, nors rezultatai nuo 27 savaitės rodo tam tikrą pagerėjimą. 36 savaitę 45 proc. respondentų nurodė, kad keleivinių laivų sumažėjo daugiau nei 50 proc., o daugeliu atvejų net ir daugiau nei 90 proc. 20–25 savaitę šis skaičius siekė 61–62 proc., 15–18 savaitėmis šis skaičius sudarė du trečdalius respondentų, o 19 savaitę jis buvo didžiausias – 76 proc.

Pirmosiomis „Barometro“ ataskaitų teikimo savaitėmis šiuos skaičius lėmė visiškas kruizinės veiklos nutraukimas. Kruiziniai laivai atsidūrė prieplaukose, o kai kurie uostai apribojo laive likusių įgulos narių skaičių. RoV, Ro ir keleivių srautams ir toliau daro įtaką COVID-19 pandemija. Keleiviniai laivai, kurie vėl pradeda veiklą, keleivius gali gabenti tik užpildę pusę keleivinių vietų laive, nes ir toliau yra taikomi apribojimai, neleidžiantys šiems laivams užpildyti daugiau nei 50–60 proc. jų pajėgumų (Notteboom, T. & Pallis, T., 2020).

## Tyrimo metodologija

Siekiant įvertinti COVID-19 pandemijos poveikį jūrų transporto sektoriui, buvo nagrinėjami įvairių autorių straipsniai ir tyrimai, taip pat statistiniai duomenys. Tyrimo metu buvo nustatytas laivų įplaukimų į uostą sumažėjimas ir papildomų apribojimų laivams, kuriuos taikė uostai, mastas.

Analizuojami periodiškai pateikti uostų, pranešusių apie sumažėjusius laivų įplaukimus, papildomai taikytus apribojimus laivams, duomenys, taip pat laivų įplaukimų skaičius per pirmą 2020 metų pusę lyginamas su atitinkamo 2019 metų laikotarpio duomenimis.

Pagrindiniai duomenų šaltiniai –

T. Notteboom ir T. Pallis (2020) atliktas jūrų transporto sektoriaus veiklos tyrimas, kurio tyrimo metodikoje galima išskirti tokius pagrindinius tyrimo etapus:

- apklausa;
- surinktų duomenų analizė.

IAPH (Tarptautinė uostų asociacija) ir WPSP (Pasaulinė uostų tvarumo programa) barometro tyrimas dėl COVID-19 pandemijos poveikio buvo pradėtas siekiant stebėti dabartinę padėtį pasaulio uostuose ir tendencijas palyginti su ankstesnėmis savaitėmis. Kas savaitę buvo anonimiškai apklausiami uostų administracijos darbuotojai. Pirmieji tyrimo rezultatai buvo surinkti 2020 m. 15 savaitę (balandžio 6 d.). Buvo prašoma palyginti esamą padėtį su įprastinėmis sąlygomis, o atsakymai analizuojami, stebimos tendencijos. Nuo 23-osios savaitės apklausos pradėtos vykdyti kas dvi savaites.

Uostų administracijų buvo klausiama, kaip pasikeitė laivų įplaukimų skaičius paskutinę savaitę, ar buvo taikomi papildomi apribojimai ir procedūros įplaukiantiems laivams, ar netrūko darbuotojų ir kt.

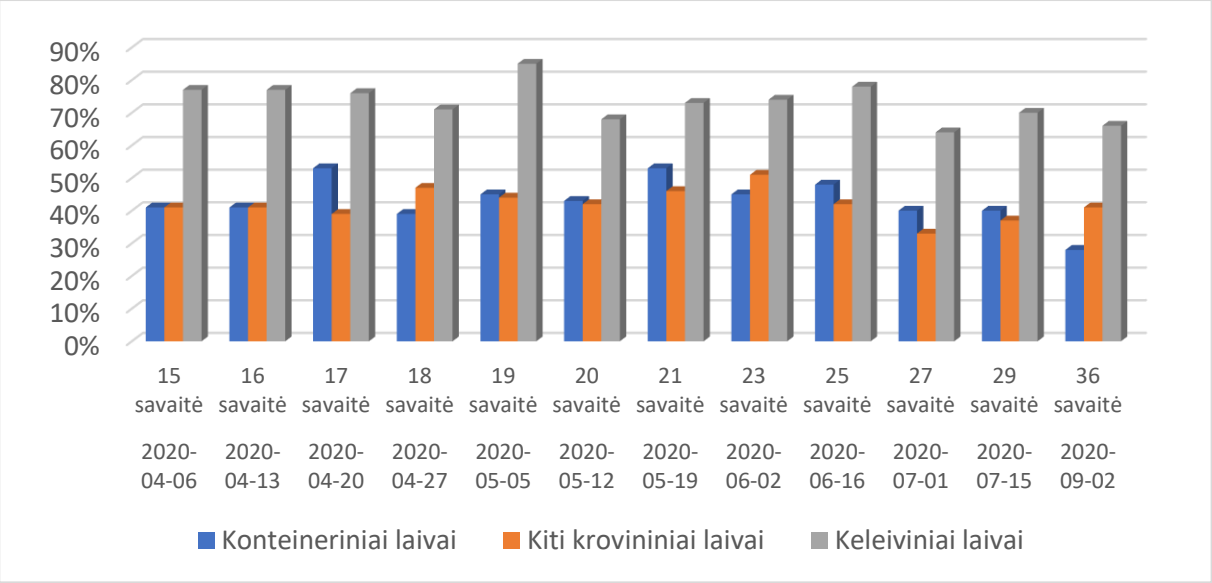
Taip pat buvo pasiremta oficialiais UNCTAD duomenimis ir ataskaitomis.

Kadangi COVID-19 pandemija paskelbta tik 2020 m. pavasarį, siekiant operatyviai įvertinti esamą situacija, buvo naudojamos automatizuotos identifikavimo sistemos (AIS), stebinčios laivų judėjimą ir teikiančios informaciją apie jūrų transporto judėjimą realiu laiku, duomenys. Tai padeda užpildyti esamas duomenų spragas, nes tradicinių duomenų šaltiniai ir metodai, kurie remiasi nacionaline oficialia statistika, dažnai rengiami pavėluotai.

AIS sistema surinkti duomenys apie laivų iškvietimus pirmąjį ir antrąjį 2020 m. ketvirčius lyginami su praėjusių metų atitinkamais laikotarpiais.

## Poveikis jūrų transporto sektoriaus ūkio subjektų veiklai

Siekiant įvertinti pandemijos poveikį jūrų transporto sektoriui, svarbu išsiaiškinti, kokią dalį pasaulio uostų COVID-19 pandemijos krizė palietė. 2 paveiksle pavaizduota diagrama, rodanti, kokia dalis uostų fiksavo laivų įplaukimų sumažėjimą nuo 2020 metų balandžio 6 d. iki rugsėjo 2 d.

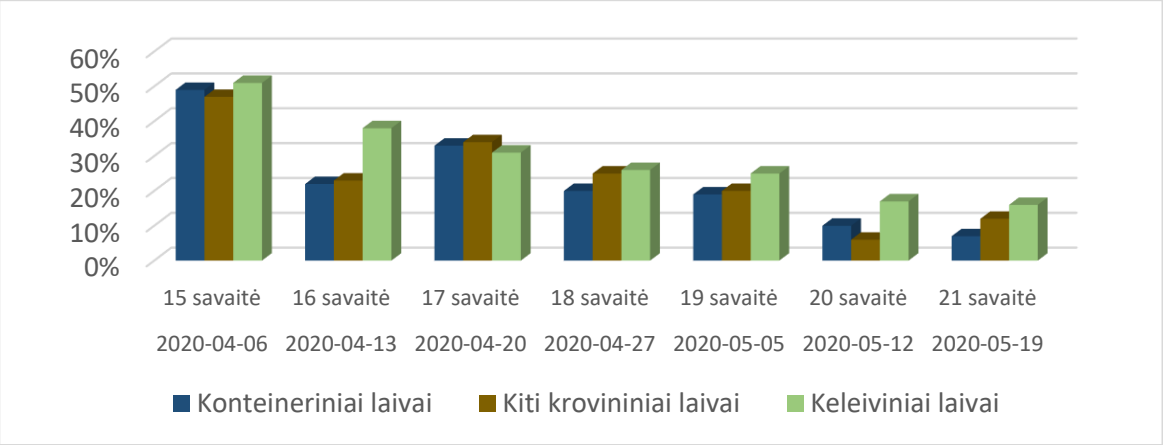



**2 pav**. Uostai, kuriuose sumažėjo laivų įplaukimų (Notteboom, T. & Pallis, T., 2020)

Balandžio mėnesio pradžioje, 15 ir 16 savaitę, konteinerinių laivų įplaukimų sumažėjimą fiksavo 41 proc. uostų, o 17 ir 21 savaitę konteinerinių laivų įplaukimų sumažėjimą pajuto 53 proc. tyrime dalyvavusių uostų. Nors 36 savaitę tokių uostų buvo tik 28 proc., tačiau konteinerinių laivų įplaukimų sumažėjimą visą stebėjimo laikotarpį jautė didelė dalis uostų.

Labai panaši situacija buvo ir su krovininių laivų įplaukimais, kurių mažėjimą per stebėjimo laikotarpį fiksavo nuo 33 iki 51 proc. uostų.

Situacija su keleivinių laivų srautais buvo dar dramatiškesnė, tokių laivų įplaukimų sumažėjimą pajuto trys iš keturių uostų, o 19 savaitę keleivinių laivų srautai buvo sumažėję net 85 proc. uostų ir nors 36 savaitę šis rodiklis nukrito iki 66 proc., vargu ar keleivinių laivų srautai padidės, kol pandemija nebus pažabota. Pandemijos suvaržymai taip pat palietė ir uostus bei į juos įplaukiančius laivus. Apribojimų mastą atspindi 3 paveikslas.

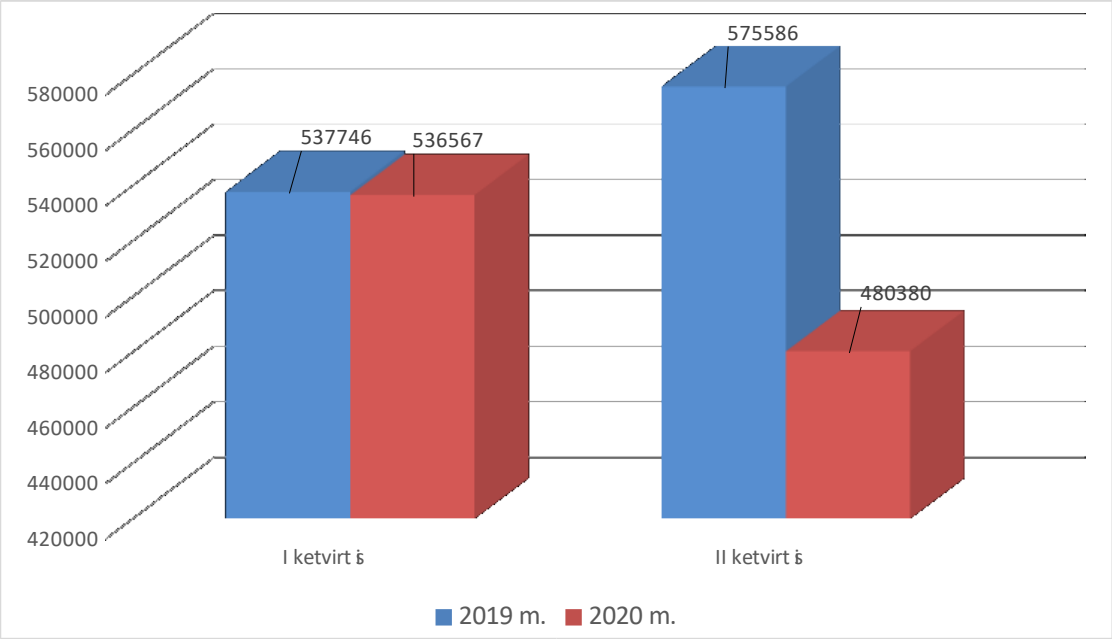



**3 pav.** Papildomus apribojimus laivams taikę uostai

Uostų, taikiusių papildomus apribojimus ir procedūras, skaičius, nuo 2020 m. balandžio 6 d. (15 savaitė) iki 2020 m. gegužės 19 d. (21 savaitė) nuosekliai mažėjo. Nors pandemijos pradžioje apribojimus konteineriniams laivams taikė 49 proc. uostų, kitiems krovininiams laivams 47 proc., o keleiviniams laivams 51 proc. uostų, tai 21 savaitę tokių uostų atitinkamai buvo 7 , 12 ir 16 proc.

Ir tai ne visos problemos, kadangi daugelis uostų praneša patiriantys sunkumų dėl sutrikusio ar vėluojančio transporto iš sausumos. Prisideda ir darbo jėgos trūkumas, dėl sergančiųjų COVID-19 ar dėl izoliuotis turinčių darbuotojų.

Dar aiškiau pandemijos poveikis jūrų transporto sektoriui atsispindi žiūrint į laivų įplaukimų skaičių. Bendras pasaulio laivų įplaukimų skaičius 2019 ir 2020 m. pirmą ir antrą ketvirčius pavaizduotas 4 paveiksle.




**4 pav**. Bendras laivų įplaukimų skaičius 2019–2020 m. (UNCTAD, 2020)

Pirmą 2020 m. ketvirtį laivų iškvietimų skaičius siekė 536 567 ir buvo vos 0,2 proc. mažesnis nei 2019 m. pirmą ketvirtį. Viskas pasikeitė 2020 m. antrą ketvirtį, kai, paskelbus COVID-19 pandemiją, laivų iškvietimų skaičius tesiekė 480 380, o tai reiškia 16,5 proc. Sumažėjimą, palyginti su tuo pačiu laikotarpiu 2019 m.

Panašu, kad dėl pandemijos sulėtėjusi pasaulio ekonomika ir sumažėjusios prekybos apimtys tiesiogiai jau palietė didžiąją dalį jūrų transporto sektoriaus, tiek kalbant apie krovinių, tiek ir apie keleivių gabenimą.

Pavasarį paskelbus pasaulinę COVID-19 pandemiją, daugelį ekonomikos ir verslo sektorių ištiko šokas. Viltis, kad viruso plitimas gali būti greitai sustabdytas, lėmė tai, kad šalių vyriausybės ir įvairios organizacijos, tarp jų ir verslo, ėmė taikyti griežtas priemones ir ribojimus, turėjusius padėti kuo greičiau pažaboti pandemiją. Susidariusi neeilinė situacija, neapibrėžtumas ypač jautėsi barometro tyrimo pradžioje, ką atspindi didelis papildomų apribojimų laivams taikymo mastas 15 savaitę. Vėliau palaipsniui apsiprantant su situacija apribojimai buvo taikomi vis rečiau ir 21 savaitę papildomus apribojimus taikė tik 7–16 proc. uostų. Tai rodo, kad pandemijos pradžioje patirtas šokas praėjo. Tam įtakos turėjo vis gerėjantis supratimas apie viruso plitimą, leidęs tiksliau taikyti prevencines priemones, taip pat tam tikrų procesų pritaikymas taip, kad žmogiško kontakto būtų kaip įmanoma mažiau, pvz., procesų automatizavimas ir skaitmenizavimas.

Deja, tenka konstatuoti, kad nors papildomų apribojimų mastai mažėjo, tokio pat situacijos pagerėjimo stebint laivų įplaukimų į uostus skaičių nebuvo. Tiek krovinius gabenančių laivų, tiek keleivinių laivų įplaukimo į uostus sumažėjimas visą tyrimo laikotarpį išliko didelis. Besitęsianti pandemija vis dar stipriai veikia ekonomiką ir gamybos pajėgumus, tai atsiliepia per sumažėjusius krovinių srautus, o užsikrėtimo COVID-19 rizika ir toliau kausto turizmo sektorių, todėl keleivinių laivų srautai išlieka beveik tokie pat nedideli nuo pat pandemijos pradžios.

Ieškant teigiamų pandemijos poveikio padarinių, galima būtų paminėti, kad mažėjantis jūrų transporto srautas ir sumažėję gamybos pajėgumai lemia mažesnį vandenynų ir atmosferos teršimą per sumažėjusį išmetamo $CO_2$ kiekį, taip pat suaktyvėjęs skaitmenizacijos ir automatizavimo procesas tikėtina duos ekonominės naudos krizei pasibaigus.

## Išvados

Jūrų transporto sektoriaus ūkio subjektų veiklos specifika lemia, kad žmogiškasis kontaktas vyksta ne tik tarp uosto įmonių, bet ir tarp dispečerinės, laivų, kuriuose dirba įgulos, bei uosto kapitono tarnybos. Taip pat be galo svarbus vaidmuo atitenka locmanams, kadangi jų darbas yra įplukdyti laivus į uostą, todėl kai reikalingas toks glaudus bendradarbiavimas, labai sunku išvengti fizinio kontakto, o tai COVID-19 pandemijos metu yra didelis rizikos veiksnys.

Apibūdinus jūrų transporto sektoriaus ūkio subjektų veiklos sritis, labiausiai paveikiamas pandemijų atvejais, nustatyta, kad COVID-19 pandemija paveikė įvairias pramonės šakas tiekimo grandinėje ir susidarė tokie iššūkiai, kaip žaliavų trūkumas, krovinių pristatymo vėlavimai, uostų uždarymai bei sutrumpintas darbo laikas uostuose, įrangos ir darbo jėgos trūkumas, taip pat ir sausumos transporto apribojimai.

Sudarius tyrimo metodiką ir atlikus tyrimą nustatyta, kad pandemija paveikė didžiąją dalį jūrų transporto sektoriaus. Devynioliktą savaitę net 85 proc. pasaulio uostų patyrė neigiamą COVID-19 pandemijos įtaką. Dėl sumažėjusių gamybos apimčių ir įvestų suvaržymų, 2020 m. antrą ketvirtį, palyginti su 2019 m. antru ketvirčiu, 16,5 proc. sumažėjo į uostus įplaukiančių laivų skaičius. Uostai aktyviai taikė papildomus apribojimus įplaukiantiems laivams, ypač tai jautėsi pandemijos pradžioje, kai vienokie ar kitokie suvaržymai palietė laivus net kas antrame uoste.

**Literatūros sąrašas**

Valionienė, E., Belova J., Belakova, O., Mickienė, R., Varnienė, M., Kutka, J. (2019) *Jūrų uosto terminalų veiklos valdymas.* Klaipėda.

IFC(*International Finance Corporation*). (2020). *The Impact of COVID-19 on Logistics.* Prieiga per internetą: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/2d6ec419-41df-46c9-8b7b-96384cd36ab3/IFC-Covid19-Logistics-final_web.pdf?MOD=AJPERES&CVID=naqOED5.

UNCTAD(*United Nations Conference on Trade and Development*). (2020). *COVID-19 and maritime transport: Impact and responses.* Prieiga per internetą: https://unctad.org/system/files/official-document/dtltlbinf2020d1_en.pdf.

UNCTAD(*United Nations Conference on Trade and Development*). (2018). The Review of Maritime Transport. Prieiga per internetą: https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2018_en.pdf.

Notteboom, T., & Pallis, T. (2020). *Port Economic Impact Barometer Half Year Report.* Prieiga per internetą: https://sustainableworldports.org/wp-content/uploads/2020-09-16-COVID19-Barometer-Report.pdf.

# LIETUVOS IR KIRGIZIJOS KROVINIŲ SRAUTŲ LOGISTINIO JUNGIAMUMO VERTINIMAS

**Lina Vikniūtė**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos fakultetas*
*l.vikniute@lajm.lt*

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos lekt. Elena Valionienė

**Anotacija**

Kinijos inicijuota XXI a. Šilko kelio iniciatyva (angl. *One Belt, One Road*) jungia įvairių šalių tarptautines transporto sistemas į visumą, skirtą kroviniams tarp Azijos ir Europos šalių gabenti. Pagrindinė tyrimo idėja yra atrasti Lietuvą ir Kirgiziją jungiančius krovinių srautus, kurie galėtų būti pervežami remiantis Šilko kelio infrastruktūra, integruojant juos į nacionalinę transporto infrastruktūrą ir taip sudarant prielaidas darnios koncepcijos įgyvendinimui, siekiant mažinti transporto neigiamą poveikį klimato kaitai. Pagrindinė tyrimo idėja yra susijusi su Lietuvos perspektyvomis integruoti krovinių srautus į šią infrastruktūrą, stiprinti bendradarbiavimą su Kirgizija ir surasti pagrindinius šių šalių tarpusavio transporto sistemų logistinį jungiamumą užtikrinančius krovinių srautus. Siekiant įgyvendinti šią idėją, straipsnyje apibūdinama importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo samprata, sudaroma tyrimo atlikimo metodika, analizuojami Lietuvos ir Kirgizijos krovinių importo ir eksporto rodikliai bei nustatomi jungiamieji krovinių srautai tarp Lietuvos ir Kirgizijos Šilko kelio iniciatyvos kontekste, integruojant šiuos krovinius į iniciatyvos metu sukurtą transporto infrastruktūrą arba įgyvendinant konsoliduotų krovinių srautų idėją.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: logistinis jungiamumas, tarptautinė prekyba, Šilko kelias, jūrų transporto sektoriaus logistinis jungiamumas.

## Įvadas

Šių laikų postmodernioje visuomenėje ypač aktualus tarptautinis logistinis jungiamumas. Logistinis jungiamumas svarbus, nes skatina intensyvesnius krovinių srautus, kurie yra sėkmingo bendradarbiavimo rezultatas. Tam, kad būtų galima analizuoti, ar bendradarbiavimas tarptautinėje erdvėje su šalimis partnerėmis yra rezultatyvus ir efektyvus, reikia nuolat tirti tiek šalies, tiek krovinių srautų, tiek infrastruktūros (o tai daro Pasaulio bankas, kas antrus metus skaičiuodamas logistinio jungiamumo indeksą), tiek konkrečių šalių ar krovinių logistinės grandinės jungiamumą. Siekiant susiaurinti tyrimo lauką, buvo pasirinktas bendradarbiavimas tarp Lietuvos ir Kirgizijos, kad būtų galima nustatyti, kokios galimybės efektyviau išnaudoti Kinijos inicijuotą Šilko kelio infrastruktūrą. Galima teigti, kad toks bendradarbiavimas tarp valstybių suteikia didelį pranašumą eksporto ir importo atžvilgiu. Šie rodikliai yra svarbūs siekiant užtikrinti ekonominę šalies gerovę ir tokiu būdu patenkinti šalies gyventojų asmeninius poreikius. Jūrų transporto sektorius (JTS) padeda užtikrinti logistinės grandinės jungiamumą, tačiau reikalingi tvirti prekybiniai ryšiai su Azijos ir Vakarų Europos šalimis, kad susiformuotų pakankamas krovinių srautas. Tarptautinis logistinis jungiamumas padeda užtikrinti bendradarbiavimą tarp šalių, tačiau ne visada viskas vyksta sklandžiai. Krovinių srautų logistinio jungiamumo tyrimų trūkumas yra viena iš pagrindinių priežasčių, kuri trukdo tinkamai panaudoti esamas priemones ir veiksmingai vystyti veiklą. Visa tai svarbu išsiaiškinti, siekiant padaryti tinkamas išvadas.

**Tyrimo problema:** kokie krovinių srautai galėtų užtikrinti Lietuvos ir Kirgizijos prekybinių ryšių plėtrą ir integruotųsi į Šilko kelio sausumos logistinę infrastruktūrą, siekiant įgyvendinti nekenksmingos aplinkai logistikos idėją?

**Tyrimo tikslas:** įvertinti Lietuvos ir Kirgizijos krovinių srautų logistinį jungiamumą šiuolaikinės Šilko kelio iniciatyvos kontekste.

Tyrimo uždaviniai:

- apibūdinti šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo sampratą Šilko kelio iniciatyvos kontekste;
- sudaryti tyrimo metodiką;
- analizuoti Lietuvos ir Kirgizijos krovinių importo bei eksporto rodiklius;
- nustatyti jungiamuosius krovinių srautus tarp Lietuvos ir Kirgizijos Šilko kelio iniciatyvos kontekste.

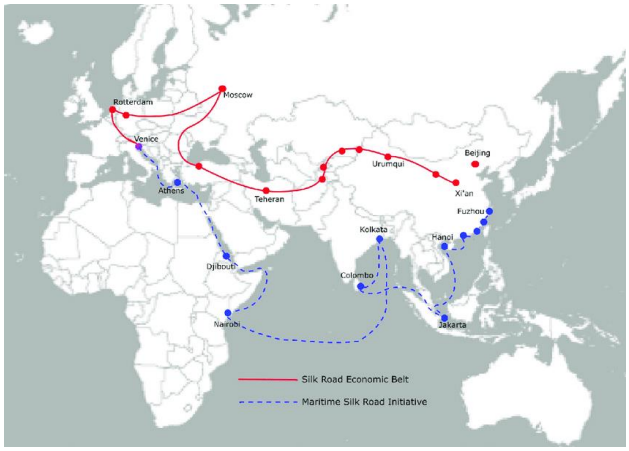
**Tyrimo hipotezė –** Šilko kelio iniciatyva gali būti naudojama prekybiniams ryšiams sustiprinti tarp Lietuvos ir Kirgizijos ir darniam logistikos kūrimui.

**Metodai ir imtis:** literatūros šaltinių analizė, modeliavimas, statistinė analizė, koreliacinė analizė, vizualizacija. Naudojami duomenys iš tarptautinės prekybos duomenų bazės ir t. t.

## Logistinio jungiamumo koncepcijos apibūdinimas Šilko kelio iniciatyvos kontekste

Pagrindiniai šalies ekonominiai rodikliai yra prekių importas ir eksportas. Šalies ekonomika priklauso nuo efektyvaus prekių judėjimo, kuris paremtas logistikos ir transporto grandinėmis. Prekių pirkimas, pardavimas ir tiekimas yra pagrindinės logistikos sritys. Transporto ir logistikos pagrindiniai iššūkiai: išlaidų mažinimas, efektyvumo didinimas ir tarptautinės rinkos plėtimas. Logistinis jungiamumas yra būtinas, norint užtikrinti patogų prieinamumą į tarptautines rinkas. Norint pagreitinti tarptautinės prekybos augimą, sutaupyti energijos ir užtikrinti globalinių pirkimų stabilumą, reikia užtikrinti logistinį jungiamumą. Taigi, galima teigti, kad logistinis jungiamumas yra vienas svarbiausių tarptautinės prekybos augimo faktorių, tobulinantis įmonės veiklos kokybę, taupantis laiką, sąnaudas (Mina Akhavana, Hilda Ghiarab, Ilaria Mariottia, Cécile Silligb, 2020).

Vienas iš svarbiausių aspektų, užtikrinančių veiksmingą logistinį jungiamumą, yra jūrų uostas. Siekiant įgyvendinti tinkamą tarptautinio jungiamumo funkciją, svarbu užtikrinti pakankamus eksporto ir importo, tranzitinių krovinių srautus, kurie juda sausumos transporto sistemomis (Hairui Wei & Zhaohan Sheng, 2020).
Siekiant generuoti naudą, tinkamai eksploatuoti ir integruoti savo krovinių srautus, Kinija inicijavo Šilko kelią. Jeigu būtų stiprinami prekybiniai ryšiai su Azijos šalimis, galbūt atsirastų galimybė padidinti Klaipėdos jūrų uosto jungiamumo funkcijos veiksmingumą.

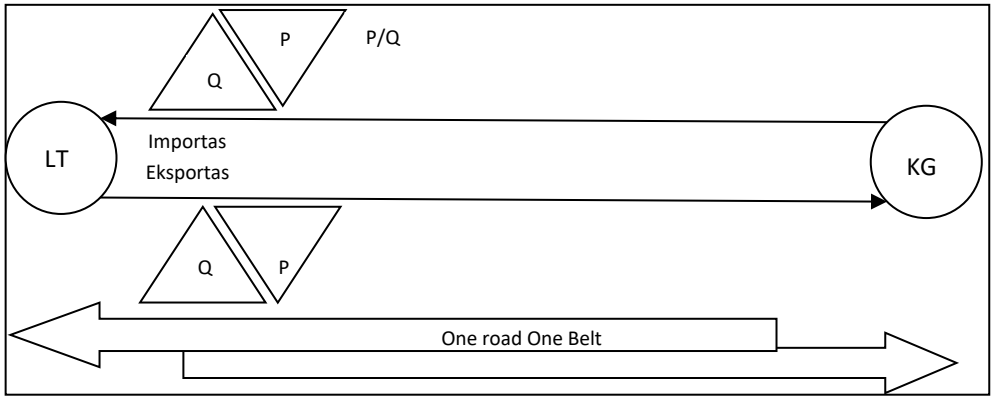



**1 pav.** Šilko kelio iniciatyva (Hairui Wei & Zhaohan Sheng, 2020)

Vieni iš pagrindinių veiksnių, suteikiančių galimybę svarstyti apie sprendimus, užtikrinančius minimalų kenksmingą poveikį, būtų mėlynoji ekonomika, darni plėtra ir visuotinis klimato atšilimas. Paskirstyta logistinė grandinė ir konsoliduoti kroviniai yra vienas iš būdų, ieškant sprendimų, kaip sumažinti neigiamą poveikį aplinkai. Galima teigti, kad konsoliduotų krovinių judėjimas vyksta magistraliniais transporto koridoriais. Jeigu aplinkinių šalių prekybiniai ryšiai generuotų privežamuosius krovinius, Šilko kelio idėja taptų paskirstytos logistinės grandinės baze (Lee, Zhang, Suthiwartnarueput, Zhang, and Yang, 2020).
Apibendrinant galima teigti, jog, siekiant užtikrinti sausumos transporto sistemomis judančių krovinių pakankamumą, svarbu didinti jūrų transporto sektoriaus logistinio jungiamumo veiksmingumą.

**Tarptautinės prekybos ryšių tarp Lietuvos ir Kirgizijos tyrimo metodika**

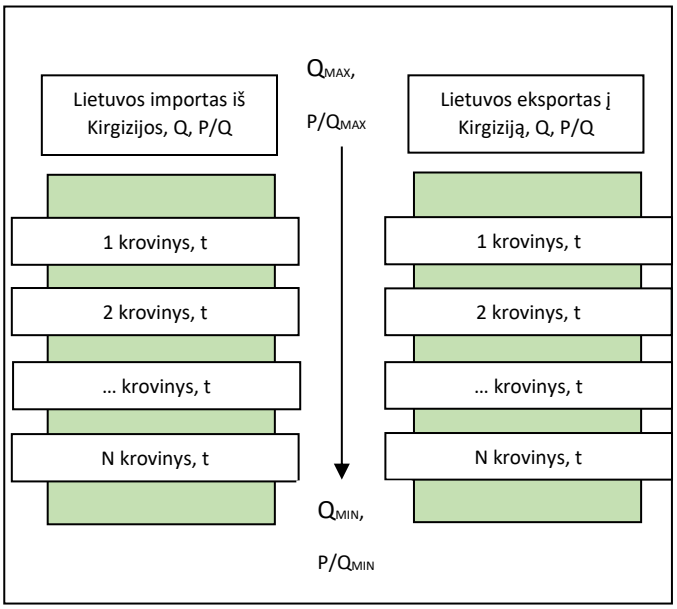
Tyrimo metodika yra pagrįsta logistinio jungiamumo samprata, todėl, siekiant įvertinti, kokie tarptautiniai ryšiai jungia Kirgiziją ir Lietuvą, analizuojami tarp šių šalių susiformavę krovinių srautai, fiksuojant juos vienos šalies pusėje ir kitoje pusėje pasirenkant šalį partnerę (žr. 2 pav.), kaip tai suklasifikuota tarptautinės prekybos oficialios statistikos duomenų bazėje.




**2 pav.** Tyrimo koncepcinis modelis (Lau et al., 2018)

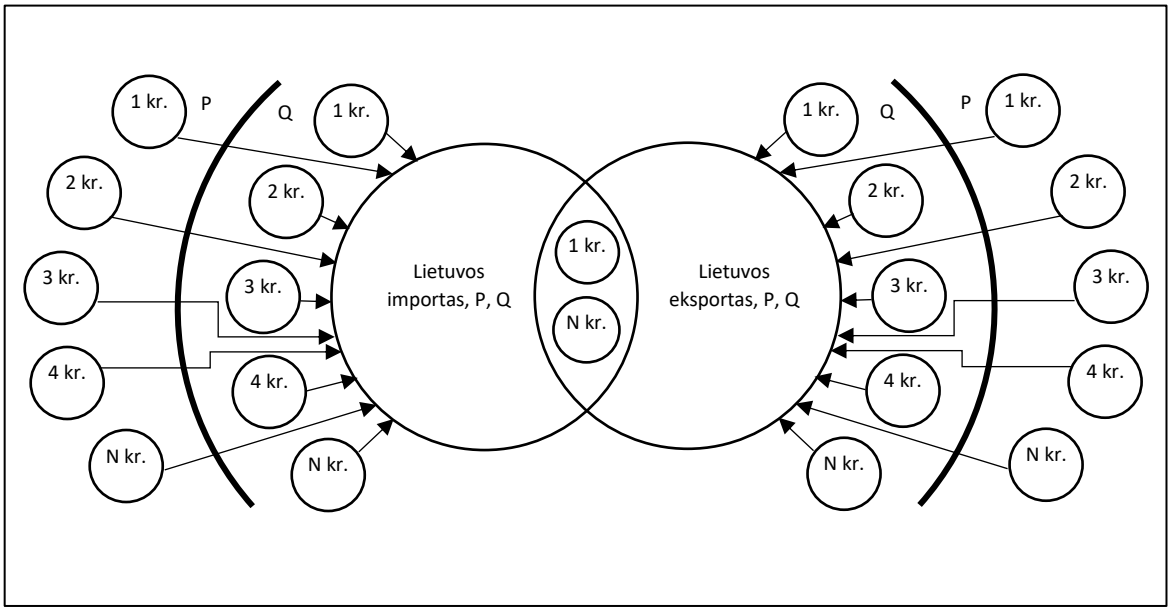
Siekiant nustatyti krovinių srautų tendencijas, vertinti laikotarpio dinamiką, numatyti didžiausią intensyvumą ir vertę sukuriančius krovinių srautus, pirmiausia yra taikomas tiesinio trendo metodas, išdėstant krovinių srautų ir verčių tendencijas tiesiniame trende, apibrėžtame tokios analitinės išraiškos tiesės lygtimi $y = at + b$, kur $y$ – krovinių srautas, $a$ ir $b$ – tiesinės lygties koeficientai, $t$ – laikotarpis.

Siekiant nustatyti vieno vieneto krovinio vertę importo ir (ar) eksporto kontekste, naudojamas išvestinis rodiklis P/Q, nes, žinant intensyviausią krovinių srautą, negalima orientuotis tik į didelę kiekybinę išraišką turinčius krovinių srautus, tačiau taip pat būtina atsižvelgti ir į jų sukuriamą pridėtinę vertę, todėl būtina ieškoti ir brangiausią piniginę išraišką krovinio vienetui turinčių krovinių srautų. Šios metodikos tikslas yra surasti ir hipotetiškai sugeneruoti subalansuotą, intensyvią ir naudą kuriančią logistinę grandinę. Todėl 3 paveiksle galima matyti, kad tyrimo metu išskiriami pagrindiniai didžiausią intensyvumą ir didžiausią vieno vieneto vertę turintys iš Kirgizijos importuojami ir į ten eksportuojami kroviniai, kurių atrinkimas atvaizdavimui ir tyrimo tęsimui buvo atliktas remianti statistinės imties grupavimo lygiais intervalais metodika.




**3 pav.** Tyrimo koncepcinis modelis (Akhavana, et al., 2020)

Nustačius didžiausią intensyvumą ir didžiausią naudą sukuriančius krovinių srautus, buvo papildomai atliekama koreliacinė analizė ir koreliacijos koeficientų pagrindu buvo įvertinti didžiausią įtaką eksporto ir importo srautams turintys krovinių srautai.



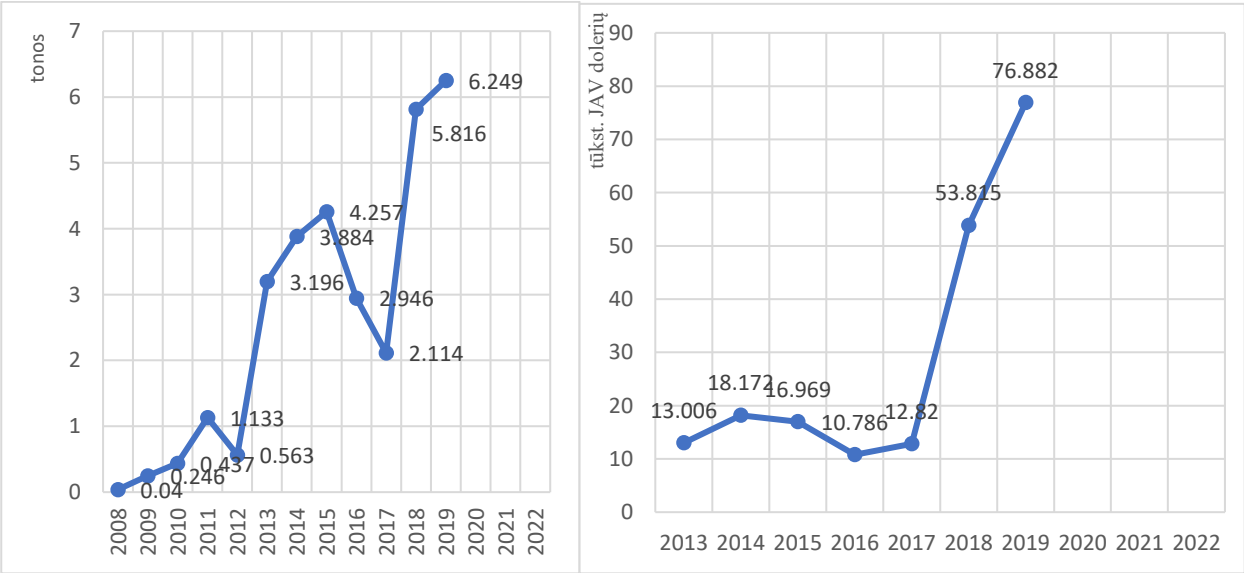

**4 pav.** Koreliacinės analizės rezultatų atvaizdavimas (Lee et al, 2020)

Koreliacinės analizės rezultatai, siekiant išlaikyti intensyvumo ir vertės parametrus, buvo vizualizuoti 4 paveiksle parodyta diagrama, kuria nustatyti importo ir eksporto tarp tiriamųjų šalių jungiamieji krovinių srautai ir identifikuota logistinė grandinė.

## Lietuvos ir Kirgizijos tarptautinės prekybos ryšių vertinimas Šilko kelio iniciatyvos kontekste

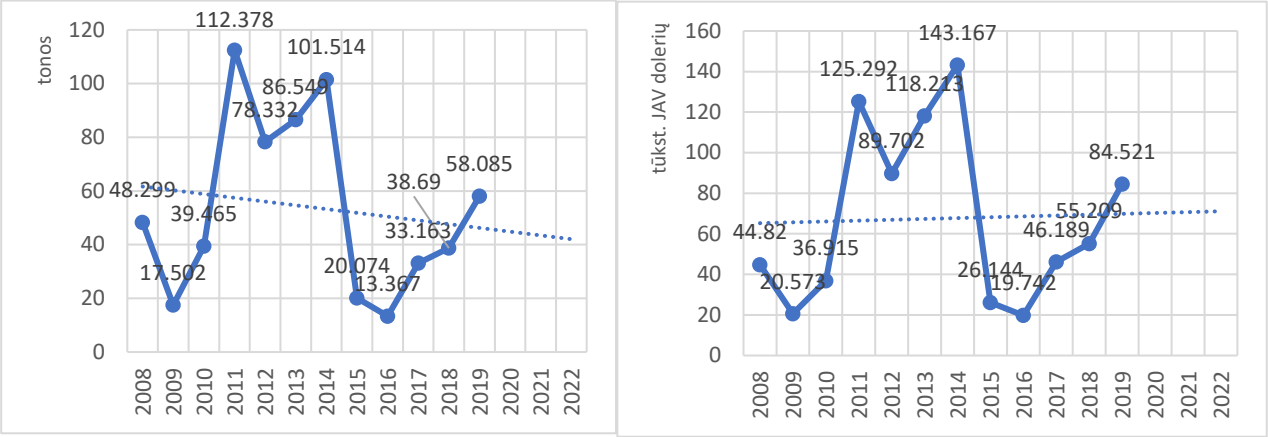
Analizuojant Lietuvos ir Kirgizijos tarptautinės prekybos sąsają į Lietuvą iš Kirgizijos importuojamų krovinių srautų požiūriu (žr. 5 pav.), galima matyti, kad importo rodiklių imtis pasižymi aukštu nestabilumu (V = 43 % > 30 %, žr. 5a pav.), o tai lemia nuolat kintantys šalių tarpusavio santykiai, kuriems pakankamai stiprią įtaką gali turėti ir geopolitinės situacijos pokyčiai tarp Lietuvos ir Nepriklausomų valstybių sandraugos (NVS). Bendroje Lietuvos importo iš Kirgizijos krovinių srautų tendencijoje galima matyti, kad vidutinis metinis absoliutus pokytis viso laikotarpio metu siekia 527,98 t (y = 527,98t – 858,47), o vidutinis importuojamų krovinių absoliutus finansinis rodiklis kasmet didėja beveik dvigubai ir absoliutus vidutinis metinis importuojamų krovinių vertės padidėjimas siekia po 9,2 mln. JAV dol. (y = 9241,6t – 8045).

Tokia situacija leidžia daryti prielaidą, kad intensyviau importuojami brangesni kroviniai iš Kirgizijos, ypač tai matoma analizuojant 2018 ir 2019 m. rodiklius, nes krovinio kiekiui padidėjus 175 proc., importo kaina padidėjo 367 proc. Tokie pokyčiai gali būti pavadinti ekstremaliais, sudarančiais poreikį analizuoti, kurie iš Kirgizijos importuojami kroviniai į Lietuvą suformavo tokią tendenciją. Analizuojant šių šalių tarpusavio prekybinius santykius ir jų raidą, galima pastebėti, kad tokius pokyčius greičiausiai lėmė nauji tarptautinio bendradarbiavimo ir nauji gamybinių ir paslaugų sektoriaus projektai.




**5 pav.** Lietuvos Importo rodiklių dinamika iš Kirgizijos a) pagal krovinių kiekybinę išraišką, b) pagal krovinio vieneto vertę (Bilateral trade between Lithuania and Kyrgysztan (Import and Export) International Trade Center statistics, 2020)

Analizuojant Lietuvos ir Kirgizijos tarptautinės prekybos sąsają iš Lietuvos į Kirgiziją eksportuojamų krovinių srautų požiūriu (žr. 6 pav.), galima pastebėti, kad tendencija krovinių srautų tiek kiekiais, tiek kaina atitinka tą pačią tendenciją ir atitinkamais laikotarpiais išlaiko kiekio ir vertės tarpusavio balansą. Nors krovinių srautas turi tendenciją mažėti ir kasmet krovinių srautas sumažėja po 1 400 t (y = –1400,8x + 63057), tačiau finansinė krovinio srauto išraiška turi tendenciją didėti ir didėja kasmet vidutiniškai po 419 tūkst. JAV dol. (y = 419,17x + 64816), galima teigti, kad eksporto į Kirgiziją iš Lietuvos nauda didėja, todėl reikia detaliau ištirti eksportuojamų krovinių struktūrą ir nustatyti krovinius, kurie turi didžiausią įtaką šiems bendriesiems eksporto rodikliams.

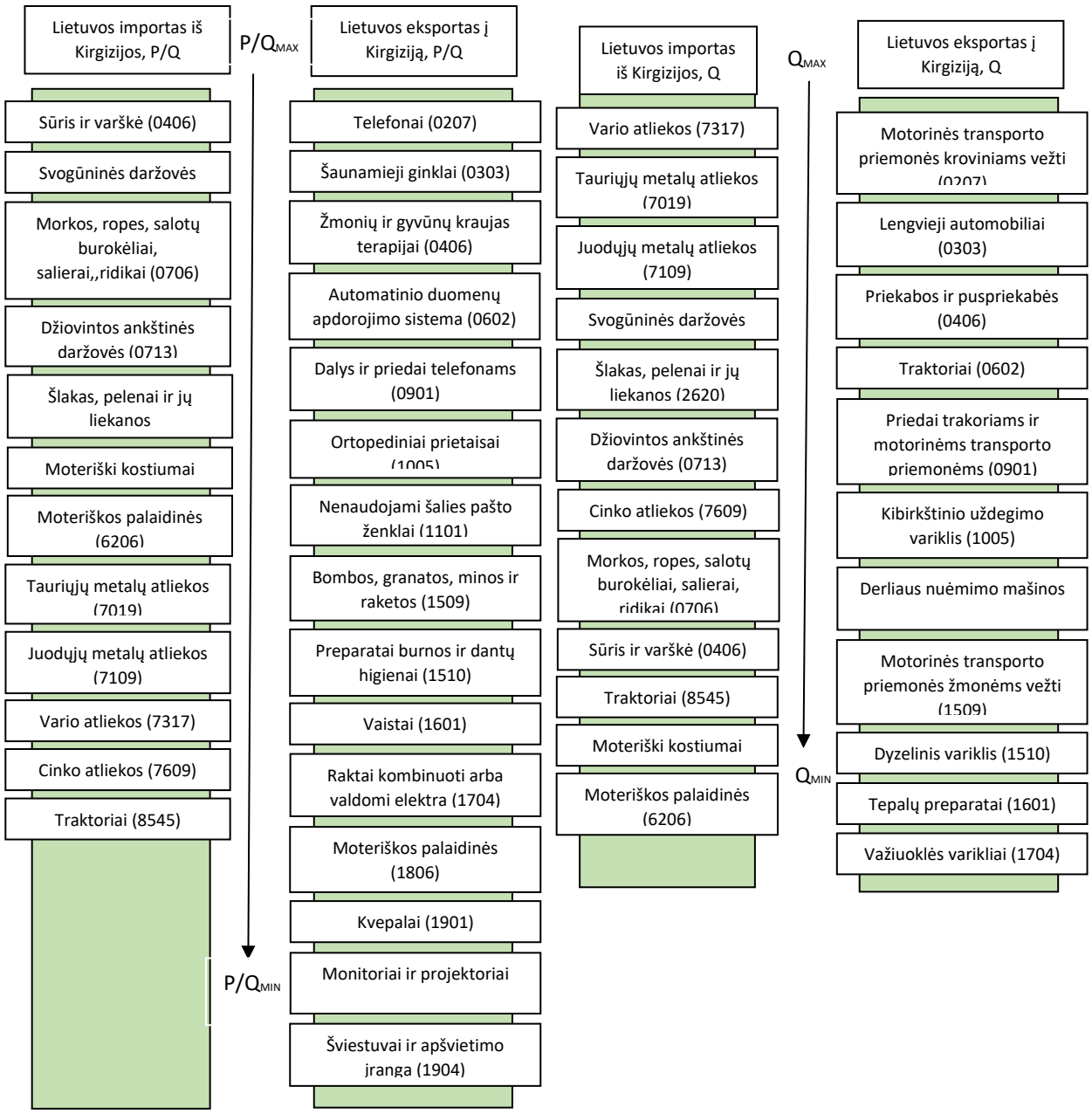



**6 pav.** Lietuvos eksporto į Kirgiziją krovinių srauto dinamika a) pagal krovinių kiekį, b) pagal krovinių kainą (Bilateral trade between Lithuania and Kyrgysztan (Import and Export) International Trade Center statistics, 2020)

Apibendrinant Lietuvos ir Kirgizijos tarptautinės prekybos ryšius, galima teigti, kad Lietuvos į Kirgiziją eksportuojamų krovinių imtis ir Kirgizijos importo ryšiai dar tik plėtojami, nes kasmetiniai svyravimai sudaro prielaidas ieškoti tų specifinių krovinių srautų, kurie galėtų šiuos santykius stabilizuoti.

Įvertinus importo ir eksporto didžiausius ir vertingiausius krovinių srautus (žr. 7 pav.) buvo nustatyta, kad:

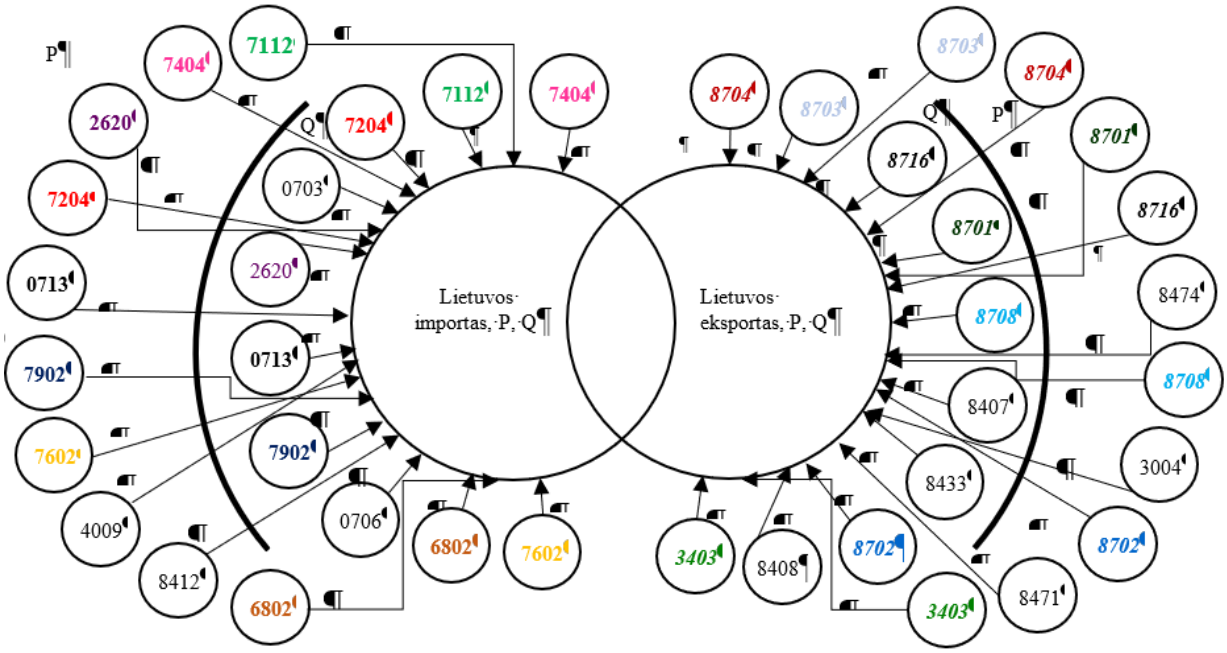
- didžiausi pagal kiekį importuojami kroviniai yra šie: vario atliekos (7317), tauriųjų metalų atliekos (7019), juodųjų metalų atliekos (7109), svogūninės daržovės (0703), šlakas, pelenai ir jų liekanos (2620), džiovintos ankštinės daržovės (0713), cinko atliekos (7609), morkos, ropės, salotų burokėliai, salierai, ridikai (0706), sūris ir varškė (0406), traktoriai (8545), moteriški kostiumai (6204), moteriškos palaidinės (6206);
- vertingiausi importuojami kroviniai: sūris ir varškė (0406), svogūninės daržovės (0703), morkos, ropės, salotų burokėliai, salierai, ridikai (0706), džiovintos ankštinės daržovės (0713), šlakas, pelenai ir jų liekanos (2620), moteriški kostiumai (6204), moteriškos palaidinės (6206), tauriųjų metalų atliekos (7019), juodųjų metalų atliekos (7109), vario atliekos (7317), cinko atliekos (7609), traktoriai (8545);
- didžiausi pagal kiekį eksportuojami kroviniai yra šie: motorinės transporto priemonės kroviniams vežti (0207), lengvieji automobiliai (0303), priekabos ir puspriekabės (0406), traktoriai (0602), priedai traktoriams ir motorinėms transporto priemonėms (0901), kibirkštinio uždegimo variklis (1005), derliaus nuėmimo mašinos (1101), motorinės transporto priemonės žmonėms vežti (1509), dyzelinis variklis (1510), tepalų preparatai (1601), važiuoklės varikliai (1704);
- naudingiausia eksportuoti šiuos krovinius: telefonus (0207), šaunamuosius ginklus (0303), žmonių ir gyvūnų kraują terapijai (0406), automatinio duomenų apdorojimo sistemas (0602), dalis ir priedus telefonams (0901), ortopedinius prietaisus (1005), nenaudojamus šalies pašto ženklus (1101), bombas, granatas, minas ir raketas (1509), preparatus burnos ir dantų higienai (1510), vaistus (1601), raktus kombinuotus arba valdomus elektra (1704), moteriškas palaidines (1806), kvepalus (1901), monitorius ir projektorius (1902), šviestuvus ir apšvietimo įrangą (1904).




**7 pav.** Naudingiausio krovinio srauto identifikavimas a) pagal krovinio kiekį, b) pagal krovinio vertę (Bilateral trade between Lithuania and Kyrgysztan (Import and Export) International Trade Center statistics, 2020)

Apibendrinant galima teigti, kad buvo pastebėta tokių krovinių, kurie šia logistine grandine judėtų ir pirmyn, ir atgal, o dominuojančios prekės buvo metalo atliekų kroviniai, kurie yra vertingi ir jų yra daug. Tačiau importo ir eksporto kiekiai nėra vienodi, tai reiškia, kad šių šalių tarptautinės prekybos interesai užtikrinami skirtingomis kryptimis logistinės grandinės pagrindu, todėl logistinė grandinė yra kombinuota.

Įvertinus, kurie importo ir eksporto krovinių tipai ir nauda turi didžiausią poveikį šalies bendram importo ir eksporto rodikliui, buvo sudaryta tinklinė koreliacinių ryšių diagrama, kuri yra pavaizduota 8 paveiksle.




**8 pav.** Stipriausią įtaką turinčių krovinių tipų identifikavimas koreliacinės analizės rezultatų pagrindu (Bilateral trade between Lithuania and Kyrgysztan (Import and Export) International Trade Center statistics, 2020)

Ištyrus didžiausius importuojamų krovinių srautus ir jų sąsają su nacionaliniu Lietuvos importu iš Kirgizijos, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Lietuvos importui turi šie krovinių srautai: 7404 – vario atliekos, 7112 – tauriųjų metalų atliekos, 7204 – geležies atliekos, 2620 – šlakas, pelenai ir jų atliekos, 0703 – svogūninės daržovės, 0713 – džiovintos ankštinės daržovės, 7902 – cinko atliekos, 0706 – morkos, ropės, salotų burokėliai, salierai, ridikai.

Ištyrus didžiausius eksportuojamų krovinių srautus bei jų sąsają su nacionaliniu Lietuvos eksportu į Kirgiziją, buvo nustatyta, kad didžiausią ir statistiškai reikšmingą poveikį Lietuvos eksportui turi šie krovinių srautai: 8704 – motorinės transporto priemonės kroviniams vežti, 8703 – motorinės transporto priemonės žmonėms vežti, 8701 – traktoriai, 8716 – priekabos ir puspriekabės.

Apibendrinant galima teigti, kad šių šalių santykių plėtojimui reikia skatinti šių krovinių importą ir eksportą, o, tęsiant tyrimą, galima būtų modeliuoti įvairias situacijas, priklausomas nuo minėtų krovinių pokyčių.

Šilko kelio kontekste galima būtų tyrimą tęsti, analizuojat tų pačių krovinių judėjimą tarp Lietuvos ir Kirgizijos ar kitų Vakarų Europos šalių, siekiant įvertinti galimybę šiuos egzistuojančius krovinių srautus integruoti į Šilko kelio iniciatyvą.

## Išvados ir rekomendacijos

Apibūdinus šalies importo ir eksporto krovinių srautų logistinio jungiamumo sampratą Šilko kelio (angl. *One Road, One Belt*) iniciatyvos kontekste, buvo nustatyta, kad, siekiant užtikrinti sausumos transporto sistemomis judančių krovinių pakankamumą, svarbu didinti jūrų transporto sektoriaus logistinio jungiamumo veiksmingumą.

Analizuojant Lietuvos ir Kirgizijos tarptautinės prekybos ryšius, galima teigti, kad Lietuvos į Kirgiziją eksportuojamų krovinių imtis ir Kirgizijos importo ryšiai dar tik plėtojami, nes kasmetiniai svyravimai sudaro prielaidas ieškoti tų specifinių krovinių srautų, kurie galėtų šiuos santykius stabilizuoti.

Buvo pastebėta krovinių, kurie judėtų ir pirmyn, ir atgal šia logistine grandine, ir labiausiai dominuojančios prekės buvo metalo atliekų kroviniai, kurie yra vertingi ir jų yra daug.

Tačiau importo ir eksporto kiekiai nėra vienodi, tai reiškia, kad šių šalių tarptautinės prekybos interesai užtikrinami skirtingų krovinių skirtingomis kryptimis logistinės grandinės pagrindu, todėl logistinė grandinė yra kombinuota.

Sudarius koreliacinę analizę, buvo nustatyta, jog Lietuvos ir Kirgizijos santykių raidai įtakos turi metalo atliekų gabenimas.

## Literatūra

Lau, Y., Tam, K., K. Y. Ng A., Fu, X., Jing Z., and Feng, J. (2018). Effects of the 'Belt and Road' initiative on the wine import logistics of China. *Maritime Policy & Management,* 45:3, 403–417. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/03088839.2017.1405291.

Mina Akhavana, Hilda Ghiarab, Ilaria Mariottia, Cécile Silligb, (2020). Logistics global network connectivity and its determinants. A European City. Prieiga per internetą: www.elsevier.com/locate/jtrangeo/.

Hairui Wei & Zhaohan Sheng. (2020). Prieiga per internetą: https://www.tandfonline.com/loi/cjol20/.

Paul Tae-Woo Lee, Qi Zhang, Kamonchanok Suthiwartnarueput, Di Zhang & Zhongzhen Yang (2020). Research trends in Belt and Road Initiative studies on logistics, supply chains, and transportation sector, International Journal of Logistics Research and Applications, 23:6, 525–543. Prieiga per internetą:https://www.tandfonline.com/loi/cjol20/.

Lee, P. T., Zhang, O., Suthiwartnarueput, K., Zhang, D. and Yang, Z. (2020). Research trends in Belt and Road Initiative studies on logistics, supply chains, and transportation sector. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 23:6, 525–543. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1828318.

# AUTONOMINIŲ LAIVŲ EKSPLOATAVIMO PERSPEKTYVŲ RINKOJE APŽVALGA

**Liutauras Vyšniauskas, Laura Pociūtė**
*Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla, Uosto ekonomikos ir vadybos katedra*
l.vysniauskas@lajm.lt, l.pociute@lajm.lt

Konsultavo Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos dėst. Elena Valionienė

**Anotacija**

Dėl globalizacijos procesų įtakos kinta ne tik kasdienės darbo ir komunikavimo priemonės, tačiau įtaka jaučiama ir įvairiuose verslo sektoriuose, ypač pasaulinės logistinės tiekimo grandinės jungiamumą užtikrinančiame verslo segmente, kuriame laivybos procesai turi didelę reikšmę, sujungiant sausumos ir vandens transporto logistinę grandinę į vieną visumą. Globalus skaitmenizavimo procesas pakeitė laivybą ir su laivyba susijusius procesus, nes atsirado poreikis mažinti žmogiškojo veiksnio neigiamą įtaką, kompensuojant ją skaitmeniniais sprendimais. Pasitelkus mokslinės literatūros šaltinių analizę, SSGG, PEST analizę ir statistinių duomenų analizę, siekiama pagrįsti susiformavusį autonominės laivybos poreikį ekonominiu ir technologiniu požiūriu, apžvelgiant jos raidos perspektyvas laivybos rinkoje. Siekiant įgyvendinti šią idėją, apibūdinamas autonominių laivų poreikis ekonominiu ir technologiniu požiūriu, atsižvelgiant į šiuolaikinės rinkos poreikius ir bendrą pramonės skaitmenizacijos kitimo spartą, išskiriami autonominės laivybos privalumai, apžvelgiant esmines tradicinės laivybos silpnybes, kurias autonominės laivybos procesai padėtų transformuoti į stiprybes, taip pat, taikant ekonominį ir technologinį požiūrį, yra nustatomos pagrindinės rizikos ir grėsmės, besiformuojančios dėl autonominės laivybos integracijos, identifikuojant pagrindines problemines sritis, stabdančias autonominių laivų praktinį įgyvendinimą.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: autonominė laivyba, skaitmenizacija, laivybos sektorius.

## Įvadas

Šiais laikais, vykstant globaliems skaitmenizacijos procesams, laivybos sektorius taip pat neatsilieka. Kitas didelis žingsnis laivybos sektoriuje yra autonominė laivyba. Autonominė laivyba – tai tokia laivybos rūšis, kuriai žmogiškosios įgulos nereikia arba ji sumažinama iki minimalaus skaičiaus, nes įgulos darbai keičiami automatinėmis komandomis.

Šiame straipsnyje apžvelgiamas autonominės laivybos poreikis ekonominiu ir technologiniu požiūriu. Įvertinamos pagrindinės šiuolaikinės laivybos grėsmės, pastebima tendencija, kad laivų užgrobimai, užpuolimai išlieka dideliu pavojumi laivyboje; laivų avarijos, įvykusios dėl žmogaus klaidos, taip pat išlieka opia problema laivybos sektoriuje. Tai yra tik kelios laivybos grėsmės, kurias būtų galima mažinti įdiegus autonominę laivybą pasauliniu mastu.

Įvardijamos dvi pagrindinės autonominės laivybos plėtojimo kryptys ir jų skirtumai. Išskiriami autonominės laivybos privalumai, dėl kurių būtų tobulinamas laivybos sektorius ir jo našumas. Taip pat nustatomos naujos grėsmės, kurias potencialiai sukurtų autonominės laivybos realizavimas. Autonominė laivyba išspręstų įvairias svarbias šiuolaikines laivybos problemas, tokias kaip neigiama žmogiškojo faktoriaus įtaka, aplinkos tarša ir pan. Tai taip pat padidintų laivybos sektoriaus našumą ir sukurtų optimalią laivų vedimo sistemą. Tačiau šiuo metu ne visi uostai ir logistikos sektoriai yra pasiruošę tokioms permainoms, reikėtų skaitmenizuoti nemažai įrangos. Gausesni skaitmenizacijos pokyčiai atvertų didesnes galimybės kibernetinėms atakoms ir keltų pavojų duomenų saugumui.

**Straipsnio problema:** ar autonominės laivybos poreikis pateisina naujai atsirandančias grėsmes laivybos sektoriuje?

**Darbo tikslas:** atlikti autonominių laivų eksploatavimo perspektyvų rinkoje apžvalgą.

**Darbo uždaviniai:**

- apibūdinti autonominių laivų poreikį ekonominiu ir technologiniu požiūriu;
- išskirti autonominės laivybos privalumus;
- nustatyti pagrindines autonominės laivybos keliamas rizikas ir grėsmes.

**Metodai:** mokslinės literatūros šaltinių analizė, SSGG, PEST analizė, statistinių duomenų analizė.

## Autonominių laivų poreikis ekonominiu ir technologiniu požiūriu

Šiais laikais pagrindinė problema, su kuria susiduria laivybos sektorius, yra žmogiškojo faktoriaus įtaka. Kai dėl didžiosios dalies procesų tiesiogiai yra atsakingas žmogus, klaidos ir našumo praradimas yra neišvengiami. Šią problemą pamažu sprendžia uostų ir duomenų skaitmenizacija, vykdoma vystantis ketvirtajai pramonės revoliucijai, ir jų apdorojimas kompiuteriais. Tačiau šiais duomenimis vis tiek turi naudotis žmonės, kurie, kaip minėta, neišvengiamai padaro klaidų. Šiuolaikinėje laivyboje iki 96 proc. avarijų ir nelaimingų atsitikimų kyla dėl žmogiškojo faktoriaus, t. y. jų potencialiai galima būtų išvengti, jei sprendimus priimtų dirbtinis intelektas. Bendrosios nelaimingų atsitikimų dėl žmogaus įtakos laivyboje priežastys:

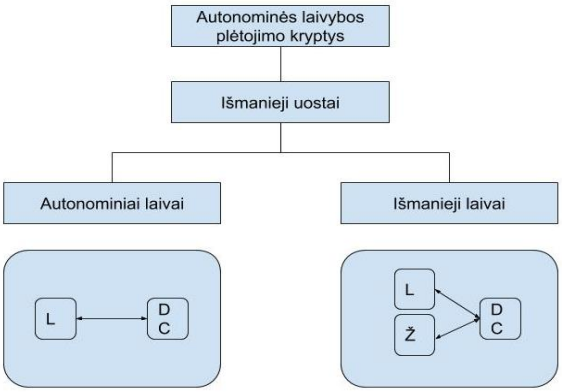
- nuovargis;
- neišsami komunikacija;
- bendrų techninių žinių trūkumas;
- neteisingos laivo sistemų žinios;
- sprendimai, paremti nepakankamu informacijos kiekiu;
- automatizacijos klaidos;
- neteisingas standartų ir procedūrų laikymasis;
- nekokybiška priežiūra;
- pavojinga darbo aplinka (Mi-News-Network, 2019).

Apžvelgę išvardytas pagrindines nelaimingų atsitikimų laivyboje priežastis, galime pastebėti, kad beveik visų jų galima išvengti, jei būtų automatizuoti laivai. Pagrindinė nelaimių priežastis – nuovargis, dėl kurio priimama daug blogų sprendimų, kurių pasekmės gali būti kritinės. Dažnas svarbių sprendimų priėmimas kelia įtampą darbo aplinkoje, o nuovargis neigiamai veikia darbuotojo kritinį mąstymą. Ši rizika būtų eliminuota, nes dirbtinis intelektas visada pasirinktų geriausią galimą sprendimą, kurio nepaveiktų žmogaus jaučiamas nuovargis. Bėdos, atsirandančios dėl nekokybiškos komunikacijos, pavyzdžiui, informacijos perdavimas pavėluotai ar nepakankamai išsamiai ir netinkamiems asmenims, gali sukelti kritines pasekmes laive (arba uoste). Šios grėsmės neliktų, nes dėl sistemų sąveikos visa informacija būtų prieinama visoms laive esančioms sistemoms atitinkamu laiku. Žinių trūkumo ar neteisingų žinių problemos kyla dėl darbuotojų kompetencijos trūkumo, o iš to kyla rimtos, potencialiai katastrofiškos pasekmės. Šio keblumo išeitis slypėtų laivo veikimo algoritmuose, dėl kurių sprendimai būtų daromi remiantis nuolat gaunama reikalinga informacija, o tai leistų išvengti ir pasirinkimų, padarytų remiantis nepakankamu informacijos kiekiu. Automatizacijos klaidos išliktų realia bėda, tačiau verta paminėti, kad automatiniams procesams sąveikaujant vieniems su kitais, o ne su žmonėmis, atsirastų pastovumas, tad klaidų ilgainiui mažėtų. Neteisingas standartų ir procedūrų laikymasis sukelia panašias problemas, kaip ir prasta komunikacija ar žinių trūkumas. Kadangi laivo operacijos standartai būtų įdiegti į laivo „smegenis“, galimybės jų nesilaikyti tiesiog neliktų. Nekokybiška laivo priežiūra išlieka reali žmogiškojo faktoriaus sukeliama grėsmė, kurios laivų automatizacija artimiausiu metu nepanaikintų. Šiuo metu vis dar nėra saugumą garantuojančios technologijos, galinčios visiškai atlikti visus priežiūros darbus. Pavojingos darbo aplinkos pasekmės sumažėtų iki minimumo, nes reiso metu neliktų žmogaus, kuris potencialiai nukentėtų dėl darbo aplinkos, o laivui būnant uoste visų vykdomų procesų rizika yra daug mažesnė nei būnant atviroje jūroje.

Autonominiai laivai saugumu būtų pranašesni tiek žmonių, dirbančių laive, tiek paties laivo atžvilgiu. Dalis žmonių, dirbančių denyje, atliktų savo darbą krante, o tai užtikrintų stabilesnes sąlygas ir sumažintų pavojaus riziką, kuri, pavyzdžiui, švartavimosi metu, išauga nuo 5 iki 16 kartų (Parunov & Bužančic, 2016). Navigacijoje laivo valdymo įrenginys pasirinktų geriausią sprendimą, remdamasis skaičiavimais, o situacijose, kurių metu navigacinis algoritmas nerastų tenkinančios išeities, apie tai praneštų ir valdymą perleistų už laivą atsakingam krante esančiam asmeniui, taip stipriai sumažindamas nelaimingų atsitikimų kiekį.

## Autonominės laivybos idėjos plėtojimo kryptys

Autonominės laivybos idėja skirstoma į dvi pagrindines kryptis: autonominius laivus (be žmonių laive) ir išmaniuosius laivus (iš esmės remiamasi į automatinius procesus, tačiau laivą prižiūri minimali įgula). Šios idėjos schematika pavaizduota 1 paveiksle.1 pav.




**1 pav.** Autonominės laivybos plėtojimo kryptys

Efektyviam išmaniųjų ar autonominių laivų įtraukimui į laivybos sektorių reikalingi tam tikri skaitmenizavimo pokyčiai uoste. Siekiant gero suderinamumo, uosto infrastruktūra turėtų būti pritaikyta autonominių ar išmaniųjų laivų operavimui. Šiuo metu vykdomi skirtingų tipų projektai, siekiant sukurti autonominius laivus. Visiškai autonominės laivybos pavyzdžiu galime laikyti *FinFerries* kartu su *Rolls-Royce* projektą „Falco“ (Finferries' Falco world's first fully autonomous ferry, 2018), kuris, pasitelkdamas dirbtinį intelektą, sugeba įveikti nedidelius atstumus be žmogaus įsikišimo. Laivas sumodeliuotas taip, kad gali veikti visiškai savarankiškai, tačiau, esant reikalui, gali būti valdomas fizinio asmens. Tokio tipo laive duomenų centras (DC) informaciją gauna tik iš paties laivo (L), be žmogaus įsikišimo. Tuo tarpu išmaniosios laivybos idėją atitinkantis pavyzdys yra trijų šalių (Mitsui O.S.K linijos, Nippon Yusen ir Japonijos vyriausybės) bendras projektas „Mitsui and Nippon Yusen Project“ (Japan aims to launch self-piloting ships by 2025, 2017). Pagrindiniai autonominiai pokyčiai funkcionuoja navigacijos sferoje, padėdami parinkti saugiausią ir trumpiausią maršrutą, tačiau už laivo valdymą bus atsakingi laive esantys žmonės. Šio tipo įrenginyje informaciją duomenų centrui perduoda tiek laivas, tiek žmogus.

Apžvelgus esminius autonominių ir išmaniųjų laivų skirtumus, galima teigti, kad išmaniųjų laivų realizavimas yra paprastesnis, nes išmanieji laivai reikalauja mažiau programinių sistemų, o autonominių laivų įgyvendinimas būtų labiau komplikuotas, kadangi viso laivo veikimas būtų grindžiamas dirbtiniu intelektu.

## Autonominės laivybos, kaip jūrų transporto sektoriaus artefakto, stipriųjų, silpnųjų pusių, sukuriamų galimybių ir sukeliamos rizikos nustatymas

Analizuojant autonominės laivybos privalumus ir trūkumus jūrų transporto sektoriaus verslo aplinkai, verslo procesams, yra išskiriamos pagrindinės silpnosios ir stipriosios pusės, apibrėžiamos galimos grėsmės ir sukuriamos galimybės (žr. 1 lentelę1 lentelė).

*1 lentelė. Autonominės laivybos stiprybės, silpnybės, galimybės ir grėsmės*

| | |
|---|---|
| Stiprybės (+)<br>Optimalaus maršruto parinkimas (Tsou & Hsueh, 2010)<br>Saugumas (Losiewicz, Nikonczuk, & Pielka, 2019)<br>Mažiau dirbančių žmonių laive (Remote and autonomous ships The next steps, 2016) | Silpnybės (–)<br>Reagavimas į neeilines ir nestandartines situacijas (Kufoalor & Johansen, 2019) |
| Galimybės (+)<br>Sumažinamas taršos kiekis (Remote and autonomous ships The next steps, 2016) T<br>Skaitmenizacijos skatinimas (Haraldson, 2015) T | Grėsmės (–)<br>Darbo pozicijų praradimas (Mi-News-Network, 2020) E<br>Darbuotojų perkvalifikavimas (Jo, D'agostini, & Kang, 2020) S<br>Kibernetinės atakos (Kavallieratos & Katsikas, 2020) T<br>Legalumas (Kirchner, 2019) P, T |

Remiantis šiais duomenimis, tolimesniuose skyriuose bus analizuojamos autonominės laivybos teigiamos ir neigiamos sritys. Visos galimybės ir grėsmės turi politinę (P), ekonominę (E), sociologinę (S) arba technologinę (T) reikšmę.

## Autonominės laivybos privalumai

Be maksimalaus žmogaus saugumo užtikrinimo, autonominės laivybos įgyvendinimas atneša ir daugelį ekonominių privalumų. Vienas iš jų yra optimalaus maršruto parinkimas, kuris sumažintų kelionės kuro sąnaudas, sutaupytų laiko, padėtų išvengti susidūrimų, užplaukimo ant seklumų, nukrypimų nuo maršruto, patekimo į nepalankias oro sąlygas ir taip sumažintų bendras finansines išlaidas.

Kitas teigiamas autonominės laivybos aspektas yra saugumas, kuris tiesiogiai veikia tiek žmones, tiek krovinį. Čia neatsiejama ir piratavimo tema, nes pagrindinis piratų grobis – į nelaisvę paimtų žmonių išpirkos. Tačiau jei laive nebūtų potencialių aukų, tokie išpuoliai prarastų prasmę. Dėl šios priežasties krovinių pervežimas tam tikrose teritorijose taptų gerokai saugesnis. Sumažintas laive dirbančių žmonių kiekis ne tik padidina įgulos saugumą, tačiau už to slypi ir didelė ekonominė nauda. Įgulos mokestis gali sudaryti iki 40 proc. bendros laivo kelionės finansinių sąnaudų (Crewing costs, 2020), todėl, sumažinus įgulos kiekį, mažėtų bendros kelionės išlaidos. Į tai įeina tokie aspektai kaip darbo užmokestis, draudimas, įgulos išlaikymo sąnaudos. Kadangi nebeliktų įgulos, būtų galima panaikinti laivo dalis, reikalingas žmonių gyvenimui laive. Pavyzdžiui, panaikinus žmonėms gyventi skirtas patalpas, bendras svoris *Panamax* tipo laive sumažėtų apie 7,6 proc. ir dėl to 6 proc. sumažėtų kuro sąnaudos. Panaikinus gyvenamąsias patalpas, atsirastų daugiau vietos kroviniams ir taip būtų padidintas laivo našumas. Technologiniu požiūriu, laivo struktūrų, skirtų tik žmonių gyvenimui ir komfortui, panaikinimas supaprastintų laivo patalpų išdėstymą.

Mažesnės kuro sąnaudos ar jų nebuvimas (kai kurie autonominės laivybos modeliai, tokie kaip DNV GL ir NTNU laivas „ReVolt“ (The ReVolt A new inspirational ship concept, n. d.), renkasi alternatyva kurui – įkraunamas baterijas) padėtų spręsti vieną aktualiausių šių laikų problemų – aplinkos taršą. Tarptautinė jūrinė organizacija (IMO) atliko tyrimą, kurio metu nustatė, jog laivybos sektoriaus išskiriamas anglies dioksido kiekis 2015 metais sudarė 2,6 proc. bendro pasaulyje išskiriamo anglies dioksido kiekio (žr. 2 lentelę2 lentelė).

**2 lentelė**. Laivų išskiriamo $CO_2$ dalis

| | 2007 m. | 2008 m. | 2009 m. | 2010 m. | 2011 m. | 2012 m. | 2013 m. | 2014 m. | 2015 m. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bendras pasaulyje išskiriamo $CO_2$ kiekis (mln. t) | 31 959 | 32 133 | 31 822 | 33 661 | 34 726 | 34 968 | 35 672 | 36 084 | 36 062 |
| Laivų išskiriamas $CO_2$ (mln. t) | 1 100 | 1 135 | 977 | 914 | 1 021 | 942 | 910 | 930 | 932 |
| Proc. nuo bendro pasaulyje išskiriamo $CO_2$ kiekio | 3,5 % | 3,5 % | 3,1 % | 2,7 % | 2,9 % | 2,6 % | 2,5 % | 2,6 % | 2,6 % |

Anglies dioksido išskyrimas nėra vienintelė taršos rūšis. Negalime pamiršti cheminių medžiagų išsiliejimo į jūrą incidentų metu, kurie taip pat kyla dėl žmogaus kaltės. Pavyzdžiui, 1989 metais laivas „Exxon Valdez“ Aliaskoje užplaukė ant seklumos ir patyrė avariją, kurios metu išsiliejo nuo 40 900 $m^3$ iki 120 000 $m^3$ kuro. Nepaisant mokslininkų ir savanorių pastangų, mirė daugiau kaip 400 000 jūrinių paukščių, apie 1 000 jūrinių ūdrų ir daug žuvų, o tai stipriai paveikė teritorijos ekosistemą. Tokių avarijų galima išvengti taikant naujausias technologijas, kurios padeda nustatyti optimaliausią maršrutą ir nuolat atnaujina ir koreguoja jūrlapiuose esančią informaciją.

Autonominės laivybos atsiradimas tuo pačiu skatina skaitmenizacijos poreikį, taip priversdamas laivybos sektorių neatsilikti nuo ketvirtosios pramonės revoliucijos tendencijų. Toks atsinaujinimas didina laivybos sektoriaus našumą ir patikimumą.

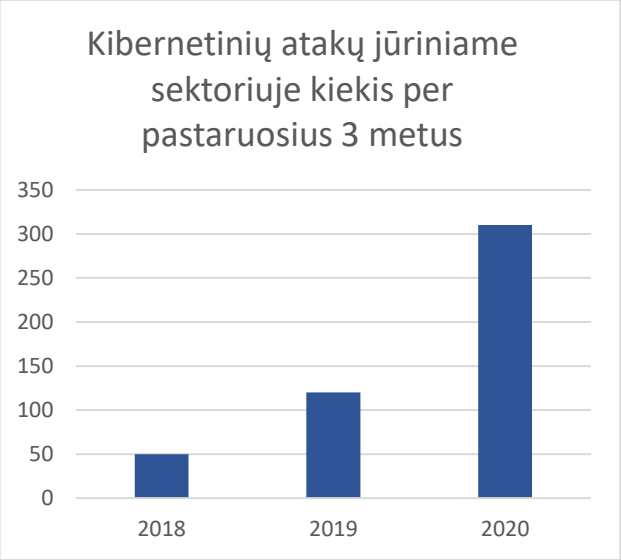
Išanalizavus šiuos autonominės laivybos privalumus, galima matyti, kad tokių laivų atsiradimas pramonėje atneštų nemažai naudos. Didžioji jų dalis teikia ekonominę naudą, taip pat svarbu išskirti teigiamą įtaką aplinkos apsaugai.

## Pagrindinės autonominės laivybos keliamos rizikos ir grėsmės

Autonominė laivyba panaikina daug problemų, su kuriomis susiduria šiuolaikinis laivybos sektorius, tačiau atneša ir įvairių rizikų bei grėsmių. Viena tokių yra reagavimas į neeilines ir nestandartines situacijas. Puikus tokio atvejo pavyzdys būtų laivo manevro pasirinkimas situacijoje, kai kelyje sutinkamos kelios kliūtys (laivai), kurių reikia išvengti. Jei laivai, su kuriais tenka prasilenkti, nėra autonominiai, jų veiksmams įtaką daro žmogiškasis faktorius (nėra užtikrinama, kad jie pasielgs pagal COLREG taisykles), o tai sukurtų riziką, nes nebūtų numatomas kintamųjų pokytis, kuriuo būtų galima paremti manevravimo algoritmą.

Darbo vietų praradimas taip pat tampa realia grėsme. Daugumai žmonių, dirbančių jūroje, tektų persikvalifikuoti į gimininingą specialybę, o tai daugeliui būtų labai sudėtinga. Pasak WMU (*World Maritime University*), autonominių laivų atsiradimas potencialiai sumažins jūreivių paklausą, kuri iki 2040 metų galimai sieks 22 proc. Žmonės, kurių atliekamos pareigos bus visiškai pakeičiamos automatiniais procesais, su dabartinėmis savo kompetencijomis ir žiniomis sunkiai rastų kitą darbo vietą, o iš to kiltų daug ekonominių ir socialinių bėdų.

Taip pat nesvetima kibernetinių atakų grėsmė, kuri nuolat auga. Per praėjusius 3 metus kibernetinių atakų kiekis jūriniame sektoriuje išaugo 900 proc. (žr. 2 pav.). Tokio tipo išpuoliai pramonei atneša milijoninius nuostolius.




**2 pav**. Kibernetinių atakų jūriniame sektoriuje kiekis per pastaruosius 3 metus

Kibernetinės atakos kelia riziką ne vien ekonominiu atžvilgiu. Nemaža dalis susijusi su saugumu, kurio užtikrinimas nėra toks jau paprastas. Laivybos sektorius su tuo susiduria ir šiandien, kadangi vis daugiau įrangos yra skaitmenizuojama, tad tai leidžia pašaliniams asmenims lengviau įsibrauti į esamas sistemas. Autonominių laivų atveju tai sukurtų laivo valdymo perėmimo grėsmę. Tokio tipo informacija leidžia daryti išvadą, kad, atsiradus autonominiams laivams, kibernetinių atakų skaičius išaugtų netgi labiau, nes atsirastų dar daugiau skaitmenizuotų procesų, kurie leistų lengviau manipuliuoti sistemomis.

Kita problema, su kuria susiduriama kalbant apie autonominių laivų atsiradimą, yra teisiniai aspektai. Šiuo metu nėra atitinkamų įstatymų, leidžiančių laivams plaukioti be įgulos, todėl net ir sėkmingai užbaigus projektus tokio tipo laivai vis dar negalėtų būti eksploatuojami. Pavyzdžiui, jei laivui būnant jūroje įvyktų incidentas, pagal dabartinius teisinius įstatus tokioje situacijoje paprasčiausiai nebūtų asmens, kuris turėtų prisiimti atsakomybę, kadangi toks laivas neturėtų kapitono (Safety and shipping review, 2018)(Safety and shipping review 2018, 2018). Čia susiduriama su finansinėmis problemomis, nes, norint pradėti legaliai vykdyti šių laivų eksploatavimą, tektų ne tik keisti tam tikrus jau esamus įstatymus, bet ir priimti naujus.

Nustačius pagrindines autonominės laivybos rizikas, galima teigti, jog, norint pradėti pramonėje naudoti autonominius laivus, dar daug dėmesio reikia skirti saugumui užtikrinti, siekiant išvengti kibernetinių atakų, neeilinių situacijų. Netgi panaikinus technines grėsmes, vis dar išlieka įgulų darbo vietų panaikinimo ir perkvalifikavimo problemos, kurios taip pat neatsiejamos nuo egzistuojančių teisinių aspektų, šiuo metu pritaikytų laivams, turintiems įgulą.

## Išvados

Apžvelgus autonominės laivybos perspektyvas ir problematikas, galima teigti, kad tokių laivų atsiradimas rinkoje panaikintų daug metų laivybos sektorių veikiančius pavojus ir sunkumus, tačiau savo atsiradimu sukurtų ir naujų grėsmių ir rizikų. Autonominių laivų atsiradimui vis dar reikalingas informacinių technologinių plėtojimas laivuose ir uostuose, laivų techninių galimybių praplėtimas, siekiant užtikrinti saugią jų eksploataciją.

- Apibūdinus autonominių laivų poreikį ekonominiu ir technologiniu požiūriu, galima teigti, jog pagrindinė priežastis, dėl ko siekiama realizuoti autonominę laivybą, yra žmogiškojo faktoriaus panaikinimas. Tai yra didžiausia problema, siekiant užtikrinti laivo ir žmogaus saugumą, tad ją pašalinus laivybos pramonė taptų saugesnė ir patikimesnė.
- Išanalizavus autonominės laivybos privalumus, galima matyti, jog tokio tipo laivai galėtų teigiamai pakeisti visą laivybos sektorių ir eliminuoti esmines dabartinės laivybos problemas. Pagrindiniai išskirti privalumai yra optimalaus maršruto parinkimas, saugumas, mažesnis įgulos kiekis, sumažinamas taršos kiekis, skaitmenizacijos skatinimas.
- Nustačius pagrindines autonominės laivybos keliamas rizikas ir grėsmes, galima daryti išvadą, jog autonominės laivybos idėja turi neigiamų aspektų, kurie trukdo vystyti šią sritį, ir iškelia naujas grėsmes laivybos sektoriuje. Pagrindinės išskirtos rizikos ir grėsmės yra žmogiškojo reagavimo į neeilines ir nestandartines situacijas trūkumas, darbo pozicijų praradimas, darbuotojų perkvalifikavimo problema, kibernetinių atakų grėsmė ir legalumo klausimai.

## Šaltiniai


*Crewing costs*. (2020). Retrieved from https://shipcosts.com/vessel-operating-costs/cost-optimisation/crewing-costs.html.

*Finferries' Falco world's first fully autonomous ferry*. (2018). Retrieved from https://www.finferries.fi/en/news/press-releases/finferries-falco-worlds-first-fully-autonomous-ferry.html.

Haraldson, S. (2015). Digitalization of Sea Transports – Enabling Sustainable Multi-Modal Transports. *Twenty-first Americas Conference on Information Systems.*

*Japan aims to launch self-piloting ships by 2025*. (2017). Retrieved from https://asia.nikkei.com/Tech-Science/Tech/Japan-aims-to-launch-self-piloting-ships-by-2025.

Jo, S., D'agostini, E., & Kang, J. (2020). From Seafarers to E-farers: Maritime Cadets' Perceptions Towards Seafaring Jobs in the Industry 4.0. *Sustainability, 12*(19). doi:https://doi.org/10.3390/su12198077.

Kavallieratos, G., & Katsikas, S. (2020). Managing Cyber Security Risks of the Cyber-Enabled Ship. *Journal of Marine Science and Engineering*. doi:https://doi.org/10.3390/jmse8100768.

Kirchner, A. (2019). Rise of the Machines – A Legal analysis of Seaworthiness in the context of autonomous shipping. Retrieved from https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=8977227&fileOId=8984495.

Kufoalor, D., & Johansen, T. B. (2019). Autonomous maritime collision avoidance: Field verification of autonomous surface vehicle behavior in challenging scenarios. *Journal of field robotics, 37*(3), 387-403. doi:https://doi.org/10.1002/rob.21919.

Losiewicz, Z., Nikonczuk, P., & Pielka, D. (2019). Application of artificial intelligence in the process of supporting the ship owner's decision in the management of ship machinery crew in the aspect of shipping safety. *23rd International Conference on Knowledge-Based and Intelligent Information & Engineering*, (pp. 2197-2205).

Mi-News-Network. (2019). *The Relation between Human Error and Marine Industry*. Retrieved from https://www.marineinsight.com/marine-safety/the-relation-between-human-error-and-marine-industry/.

MI-News-Network. (2020). *Unmanned Ships – The Good, The Bad And The Ugly*. Retrieved from https://www.marineinsight.com/shipping-news/unmanned-ships-the-good-the-bad-and-the-ugly/.

Parunov, J., & Bužančic, B. (2016). Review of statistical data on ship accidents.

*Remote and autonomous ships The next steps.* (2016). Retrieved from https://www.rolls-royce.com/~/media/Files/R/Rolls-Royce/documents/customers/marine/ship-intel/aawa-whitepaper-210616.pdf.

Safety and shipping review 2018. (2018). Retrieved from https://safety4sea.com/wp-content/uploads/2018/07/Allianz-Safety-and-Shipping-Review-2018-2018_07.pdf.

*The ReVolt A new inspirational ship concept*. (n. d.). Retrieved from https://www.dnvgl.com/technology-innovation/revolt/index.html.

Tsou, M.-C., & Hsueh, C.-K. (2010). THE STUDY OF SHIP COLLISION AVOIDANCE ROUTE PLANNING BY ANT COLONY ALGORITHM. *Journal of Marine Science and Technology*, 746-756.

# JAUNIMO NUSIKALSTAMUMAS – ŽALA SAU AR VISUOMENEI?

**Gabija Voraitė, Kotryna Vertelkaitė**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
gabija.voraite@stud.viko.lt, kotryna.vertelkaite@stud.viko.lt

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF dėst. Daiva Deimantaitė-Gedmintienė

**Anotacija**

Straipsnyje atskleistos nepilnamečių nusikalstamumo priežastys, pasekmės, statistikos duomenys, kurie parodo nusikaltimo mastus Lietuvoje, taip pat pateiktos nepilnamečių nusikaltimų prevencijos gairės. Straipsnio uždaviniai – išsiaiškinti, kokios priežastys skatina jaunimą nusikalsti, nusikaltimų pasekmės, taip pat parodyti, kiek Lietuvoje nepilnamečių asmenų nusikalto ir pateikti prevencijos priemones, kurios sumažintų nusikaltimų skaičių. Straipsnio tikslas – išsiaiškinti, kokios gali būti psichologinės ir finansinės pasekmės nusikaltimą įvykdžiusiam asmeniui, taip pat kokios yra nusikalstamumo prevencijos priemonės. Siekiant atskleisti darbo tikslą, taikyta mokslinės literatūros lyginamoji analizė. Apibendrinimo metodas taikytas siekiant apibendrinti nepilnamečių nusikaltimo priežastis, prevencijos būdus, jais siekta parodyti, ar jaunas žmogus kenkia pats sau ar visuomenei. Identifikuotos nepilnamečių nusikaltimų prevencijos problemos, kuriomis siekta parodyti, kad jaunas žmogus šiais laikais turi galimybę užsiimti papildoma veikla, taip save realizuoti ir neįsitraukti į nelegalias veiklas, nusikaltimus.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS: nusikalstamumas, nepilnamečiai, nusikaltėlis, visuomenė, prevencija.

## Įvadas

Jaunimo nusikalstamumas – viena iš svarbiausių problemų dabartinės Lietuvos visuomenėje. Nors šiuo metu vis daugėja prevencinių programų ir didėja visuomenės bei valdžios dėmesys, tačiau nepilnamečių nusikalstamumas tebėra opi problema. Vis daugiau jaunų žmonių įvykdo nusikalstamas veikas, to patys nepajausdami, ir tampa nusikaltėliais. Nusikaltėlis – asmuo, padaręs nusikaltimą, pripažintas kaltu dėl elgesio, padariusio turtinę arba neturtinę žalą, už kurią baudžiama įstatymų nustatyta tvarka.

Lietuvos policijos duomenimis, nusikaltėliu netgi laikomas tas asmuo, kuris viešojoje erdvėje užgaulioja kitus asmenis ir vartoja necenzūrinius žodžius. Bene dažniausiai to nežinodami moksleiviai tampa nusikaltėliais, pravardžiuodami ar rodydami nepadorius gestus, taip žemindami savo bendraamžių ar mokytojų garbę ir orumą. Tačiau įstatymų nežinojimas, kaip žinia, neatleidžia nuo atsakomybės, tad jų tėvams tenka pakloti nemenką piniginę baudą. Vienas iš tokį jaunimo elgesį sąlygojančių veiksnių galėtų būti paaugliškas maištavimas, siekimas įsitvirtinti draugų būryje, noras užsidirbti, meilės arba dėmesio trūkumas šeimoje, kitų šeimos narių kriminalinis elgesys, noras būti pastebėtu ar tiesiog kaip pasekmė trūkstant užimtumui. Nusikalstamumo priežastys taip pat slypi socialinėse problemose, pavyzdžiui, alkoholio, narkotikų vartojimas, mažos pajamos, nedarbas, badas, netinkama aplinka ir įtaka, netinkamas auklėjimas, patyčios, nemokėjimas integruotis į visuomenę, išsilavinimo neturėjimas ar net savotiškas saviraiškos būdas, išskiriantis adrenaliną.

**Straipsnio problema:** jaunimo nusikaltimo įvykdymo priežastys yra pasekmė nusikaltėliui ar visuomenei?

**Straipsnio tikslas**: atlikti mokslinės literatūros analizę apie jaunimo nusikalstamumą, nustatyti, kokias psichologines pasekmes tai gali turėti nusikaltimą įvykdžiusiam asmeniui ir visuomenei.

**Straipsnio uždaviniai**:

išsiaiškinti, dėl kokių priežasčių jaunimas linksta į nusikaltimus ir kokios jų pasekmės;

pateikti rodiklius, kurie atspindėtų jaunimo nusikalstamumo mastus Lietuvoje, taip pat kriterijus, kurie sąlygoja nusikalstamą veiklą šalyje;

pateikti jaunimo nusikalstamumo prevencijos priemonių, kurios galimai galėtų padėti sumažinti nusikaltimų skaičių.

**Tyrimo hipotezė:** visuomenėje jaunų žmonių padaromų nusikaltimų mastai vis didėja ir juos sudėtinga kontroliuoti.

**Metodai:** mokslinės literatūros ir kitų informacijos šaltinių analizė.

## Teoriniai tyrimo pagrindai

Jaunimas linkęs daryti nusikaltimus dėl įvairių priežasčių. Viena iš jų yra noras išmėginti psichotropines medžiagas, pavyzdžiui, alkoholį ir narkotikus, kurios gali paveikti nepilnamečių psichiką ir elgesį, privesdami juos prie nusikaltimų. Dar viena gana svarbi priežastis yra nepakankamas tėvų dėmesys vaikams. Šie, norėdami jaustis kažkam reikalingi, pradeda klausyti draugų nuomonės, kurie jiems neretai tampa netgi savotiškais autoritetais. Draugų nuomonė jiems yra labai svarbi, todėl taip jie gali pradėti daryti nusikaltimus. Dėl to vėliau daugelis graužiasi ir gali pradėti žaloti save, tokiu būdu bandydamas pabėgti nuo nusikaltimo padarinių.

Nesvarbu, koks nusikaltimo padarymo būdas, bet kokiu atveju tai yra smurtas prieš asmenį. Jaunimas, įvykdęs tam tikrus nusikaltimus, gali jausti savigraužą, imti žaloti savo kūną ir taip tapti dvigubu žalotoju (angl. *dual harmer*). 2019 m. Didžiojoje Britanijoje atlikto tyrimo, kuriame dalyvavo 18–22 metų jaunimas, 2232 dvyniai, gimę 1994–1995 m., metu buvo nustatyta, kad paaugliai, kurie žalojo save, tris kartus dažniau padarė smurtinius nusikaltimus nei tie, kurie savęs nežalojo. Jaunimas, padaręs nusikaltimą, nusikalto tiek prieš save, tiek prieš kitus. Tyrimo tikslas buvo išsiaiškinti rizikos veiksnius asmenims, kurie žaloja save, daro smurtinius, vadinamuosius dvigubus, nusikaltimus, ir tampa dvigubai žalojančiais asmenimis. Rezultatai parodė, jog dalyviams, kurie turėjo mažai savikontrolės vaikystėje, ir tie, kurie patyrė netinkamą elgesį, turėjo didesnę riziką padaryti dvigubą žalą, t. y. pakelti ranką tiek prieš save, tiek prieš aplinkinius.

Taip pat, išvadų duomenimis, dvigubi žalotojai vaikystėje patyrė tam tikrą žalą ir tapo aukomis, be to, turėjo mažesnį intelekto koeficientą (IQ) nei tik save žalojantys asmenys. Veiksnių, didinančių smurtinių nusikaltimų riziką tarp savęs žalojančių žmonių, nustatymas galėtų padėti pagerinti prevencijos strategijas ir intervencijas, mažinančias tarpusavio smurtą, teigia Duke'o universiteto Psichologijos ir neuromokslų katedros psichologai (Am J Psychiatry [AMJ], 2019). Švedijoje atlikto tyrimo metu mokslininkai siekė išsiaiškinti, kokie faktoriai sukelia smurtą vaikams: tėvų netinkamas elgesys, genetika ar šeimos aplinka. Tyrime dalyvavo 20–47 metų 18 083 dvyniai iš Švedijos. Informacija apie netinkamą elgesį su vaikais buvo susieta su nacionalinio registro duomenimis apie teistumus už suaugusiųjų nusikaltimus. Norėdami išsiaiškinti, kokie visgi faktoriai sukelia smurtą vaikams, tyrime buvo naudojami du tyrimų būdai: atliktas atvejo tyrimas pagal detalų planą ir nesuderinama dviejų porų analizė. Rezultatai parodė, kad didžiausią įtaką nusikalstamumui daro ne tik netinkamas elgesys su vaiku, šeimos aplinka, tačiau ir genetika. Išvados teigia, jog netinkamas elgesys su vaikais yra silpnas priežastinis suaugusiųjų smurtinių nusikaltimų rizikos veiksnys. Taigi, sumažinus netinkamą elgesį, smurto nusikalstamumas gali sumažėti mažiau, nei tikėtasi anksčiau. Vietoj to kebli šeimos padėtis tarp netinkamo elgesio su vaikais ir suaugusiųjų smurtinių nusikaltimų rodo, kad prevencijos strategijose reikia spręsti genetinės ir (arba) šeimos aplinkos atsakomybės už piktnaudžiavimą ir smurtinį elgesį klausimą (Forsman and Långström, 2012).

Žinoma, nusikalsti linkusio žmogaus elgesio formavimuisi turi įtakos ir pačios asmenybės ypatumai: charakteris, savęs vertinimas, elgesio būdai. Tokio elgesio paauglių poreikiai dažniausiai viršija jų išgales. Jie dažnai patiria vidinį konfliktą, kurio priežastys – prieštaravimas tarp siekimo įtvirtinti savo asmenybę ir nesuvokto pasitikėjimo savo jėgomis. Nors šie paaugliai dažniausiai pervertina save, kelia sau pernelyg aukštus reikalavimus, tikslus, jiems būdingas nepasitikėjimo savimi jausmas, kurį nulemia nuolat patiriamos nesėkmės: nesiseka mokslai, prasti santykiai su bendraamžiais, nepalankus suaugusiųjų vertinimas (Kavirayani, 2018).

Jaunimo nusikaltimo pasekmės mažų mažiausiai yra negailestingos. Jautresnės psichikos asmenis savęs žalojimas priveda net prie liūdniausios jo formos – savižudybės. Savižudybė yra pasaulinis reiškinys, per metus gyvybę atimantis daugiau nei 800 000 žmonių. Sunkius nusikaltimus padarę asmenys patenka į kalėjimą, ten jaučia neviltį, psichologinį spaudimą ar fizinį smurtą tiek iš kitų kalinių, tiek iš prižiūrėtojų ir tokiu būdu patiria didesnę riziką nusižudyti, nei laisvėje gyvenantys asmenys. Nustatyta, kad savižudybių skaičius yra 5 kartus didesnis kalinių vyrų ir 20 kartų didesnis kalinių moterų (Perry, 2020).

Polinkis vykdyti nusikaltimus gali būti ugdomas dar vaikystėje tėvų pavyzdžiu ar aplinka, kurioje tas asmuo gyvena. Kiekvienas nusikaltimas jauną žmogų priveda prie tam tikrų pasekmių: mokyklos nebaigimo, nepritapimo prie visuomenės, šeimos atstūmimo, darbdavių nenoro priimti asmenis, turinčius kriminalinę praeitį. Dėl šios priežasties jie toliau eina nusikaltimo keliu, nes paprasčiausiai nemato kitos išeities, kaip galėtų gyventi visavertį gyvenimą. Taigi, įvykdęs nusikaltimą asmuo netgi labiau nusikalto sau nei visuomenei, kadangi galbūt užmigęs sąžinės jausmas prabunda, sukeldamas didžiulę savigraužą, o tai priveda prie savidestrukcijos ir kai kuriais atvejais netgi prie visiško savęs susinaikinimo.

Nusikalstamumas yra viena svarbiausių problemų šiuolaikinėje visuomenėje. Jo išlaidos ir poveikis tam tikra prasme paliečia beveik visus. Išlaidų ir padarinių rūšys yra labai įvairios, kai kurios išlaidos yra trumpalaikės, o kitos gali būti ilgalaikės. Žinoma, didžiausia kaina yra gyvybės praradimas. Kitos aukų išlaidos gali apimti medicinos išlaidas, turto ir pajamų praradimą. Nukentėjusiųjų ir nenukentėjusiųjų nuostoliai taip pat gali atsirasti dėl padidėjusių saugumo išlaidų, įskaitant stipresnes spynas, papildomą apšvietimą, parkavimą brangesnėse saugomose aikštelėse, namų ir automobilių apsaugos signalizaciją, stebėjimo kameras, sarginių šunų priežiūrą ir t. t. Taigi, norint išvengti nuostolio, išleidžiama nemažai pinigų. Kitos rūšies išlaidos gali būti nusikaltimo aukos, persikėlusios į naują rajoną ir bijančios vėl tapti nusikaltimo aukomis, taip pat laidotuvių išlaidos, teisiniai mokesčiai. Kai kurios nusikalstamumo išlaidos yra mažiau apčiuopiamos, t. y. kokią neturtinę žalą patyrė asmuo. Šios išlaidos gali apimti skausmą, kančią ir prastesnę gyvenimo kokybę. Elgesį visam laikui gali pakeisti atsiradusi baimė vykti į tam tikras vietas ar net baimė susirasti naujų draugų. Nusikalstamumas daro įtaką ne tik ekonominiam produktyvumui, kai aukos praleidžia darbą, bet ir bendruomenėms, turizmo ir mažmeninės prekybos nuostoliams. Tokiu atveju valstybė remia nukentėjusias įmones ir būtent dėl šios priežasties lieka mažiau lėšų kitoms paslaugoms, pavyzdžiui, švietimui ar sveikatos priežiūrai. Nukentėjusieji, patyrę nuostolių dėl nusikalstamos veikos, gali gauti kompensaciją iš draudimo kompanijų ar vyriausybės pagalbos agentūrų. Taip pat nusikalstamumas lemia didesnes prekių ir paslaugų kainas šalyje (Babachinaitė, 2006).

Šiais laikais vagys vis dažniau atsisako tradicinių nusikaltimo formų, tokių kaip apiplėšimai, ir siekia, kad nusikalstamos veikos būtų įvykdomos internetu. Nusikaltimai elektroninėje erdvėje daugiausia apima labai konfidencialios informacijos vagystę. Gavę prieigą prie tokio tipo informacijos, vagys gali pavogti didžiules pinigų sumas. Vis dar populiarūs melagingi telefoninių skambučių atvejai, kai pranešama apie į autoįvykį patekusius vaikus, kviečiama dalyvauti žaidime, pranešama apie laimėjimą arba melagingos elektros, dujų ir pan. patikros, kurių metu dažniausiai senjorai yra paveikiami ir iš jų išviliojamos santaupos. Kitas bene labiausiai paplitęs sukčių būdas yra kibernetinės atakos, kurios dažniausiai yra orientuotos į didelių, neretai ir žymių įmonių programų užgrobimą, pasitelkus kenkėjiškas programas. Taip yra nutekinami įmonių duomenys, kurie po to panaudojami blogais tikslais. Dėl to įmonės patiria didžiulius piniginius nuostolius arba net bankrotą.

Apibendrinant galima teigti, kad XXI a. sparčiai tobulėjant technologijoms nusikaltėliai tapo gudresni, sumanesni, kadangi juos yra sunkiau susekti ir priversti prisiimti atsakomybę. Taigi gyventojai yra skatinami būti pilietiški, svarbią informaciją apie nusikaltėlius pateikti policijos pareigūnams ir taip apsaugoti kitus asmenis nuo galimų nusikalstamų veikų.

## Tyrimo rezultatų analizė

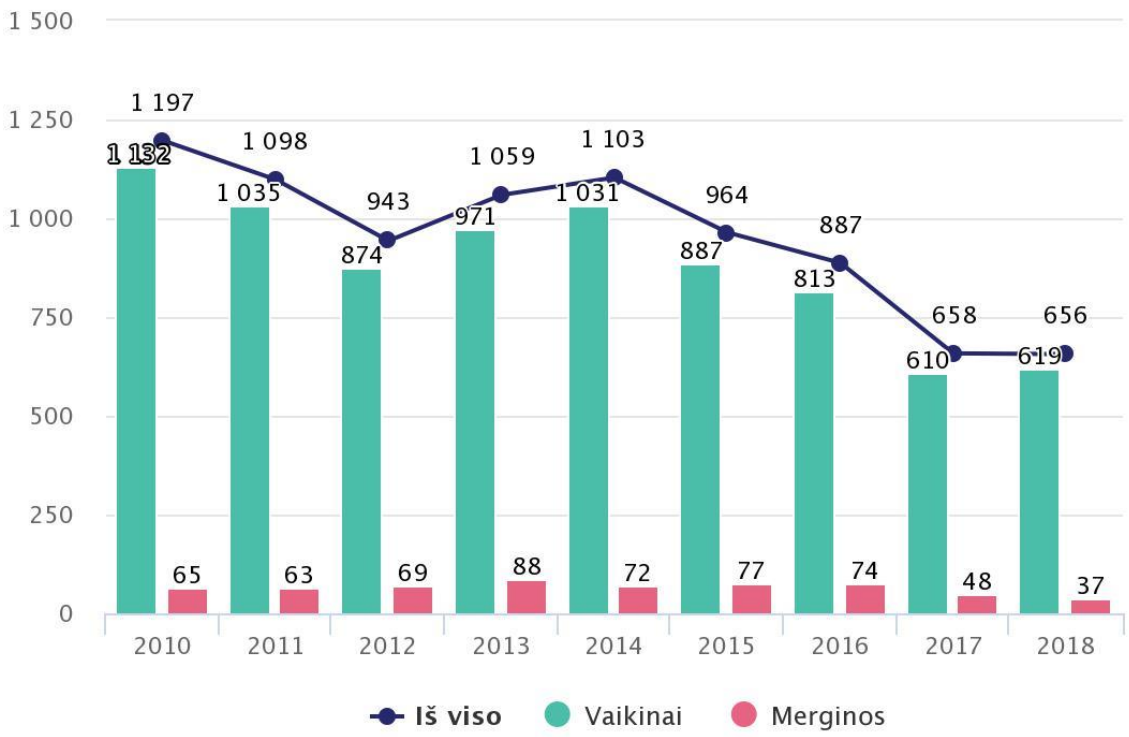
Remiantis literatūros šaltinių tyrimais, buvo atlikta analizė, siekiant išsiaiškinti, kokie veiksniai daro įtaką jaunimo nusikalstamumui Lietuvoje. Tyrimų tikslas – parodyti jaunimo nusikalstamumo skaičius Lietuvos regionuose, jų kriterijus, kurie sąlygoja nusikalstamą veiklą šalyje. Analizuojant duomenis tam tikruose Lietuvos regionuose, respondentai buvo tiriami pagal lytį, nusikalstamumo įvykdymo formas, nepilnamečių nusikalstamumo dažnumą, taip pat buvo bandoma identifikuoti nusikalstamumo įvykdymo priežastis ir išsiaiškinti berniukų ir mergaičių saugumo pojūtį socialinėje aplinkoje.

Analizuojant 14−17 metų amžiaus vaikų, įtariamų padarius nusikalstamas veikas, tam tikruose Lietuvos regionuose, duomenis, galima matyti, jog nusikalstamumo tendencija yra mažėjanti, tačiau tam tikrose apskrityse jos rodikliai vis tik išlieka gana aukšti. Buvo išskirta Marijampolės apskritis, kuri Lietuvos Respublikoje pirmauja nepilnamečių, įtariamų padarius nusikalstamas veikas, skaičiumi. Iš 1 lentelės duomenų galima matyti, kad 2015 m. buvo 1 926 tūkst. nepilnamečių įtariamųjų, 2016 m. – 1 299 tūkst., o 2019 m. fiksuojama jau 1 696 tūkst. įtariamųjų. Telšių apskrityje taip pat galima įžvelgti didelį nusikaltimų skaičių: 2015 m. jis siekė 1 357 tūkst. nepilnamečių, įtariamų padarius nusikalstamas veikas, 2016 m. – 1 030 tūkst., o 2019 m. vėl matomas staigus kilimas – 1 523 tūkst. įtariamųjų. Tuo tarpu Vilniaus apskrityje matomas nepilnamečių nusikalstamumo mažėjimas: 2015 m. jis siekė 1 508 tūkst., 2016 m. įtariamųjų buvo 1 111 tūkst., o 2019 m. jau tik 942 tūkst. (žr. 1 lentelę) (Lietuvos statistikos departamentas, 2020).

**1 lentelė.** Nepilnamečiai, įtariami padarę nusikalstamas veikas

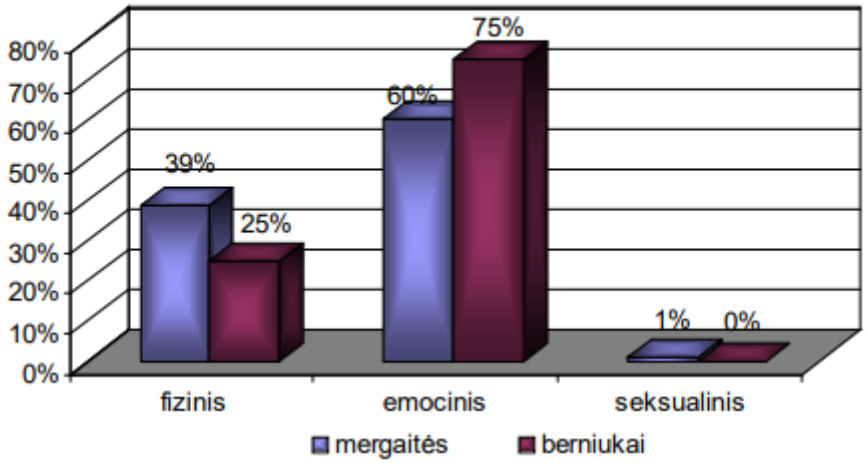
| | 14–17 metų amžiaus nepilnamečių, įtariamų padarius nusikalstamas veikas, skaičius, tenkantis 100 tūkst. | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2015 m. | 2016 m. | 2017 m. | 2018 m. | 2019 m. |
| Lietuvos Respublika | 1 615 | 1 218 | 1 490 | 1 218 | 1 151 |
| Sostinės regionas | 1 508 | 1 111 | 1 551 | 1 006 | 942 |
| Vilniaus apskritis | 1 508 | 1 111 | 1 551 | 1 006 | 942 |
| Vidurio ir Vakarų Lietuvos regionas | 1 649 | 1 254 | 1 469 | 1 295 | 1 230 |
| Alytaus apskritis | 1 571 | 1 297 | 1 263 | 863 | 936 |
| Kauno apskritis | 1 514 | 1 039 | 1 511 | 1 395 | 1 322 |
| Klaipėdos apskritis | 1 669 | 1 289 | 1 401 | 674 | 916 |
| Marijampolės apskritis | 1 926 | 1 299 | 2 495 | 1 591 | 1 696 |
| Panevėžio apskritis | 1 636 | 1 735 | 1 321 | 1 384 | 1 036 |
| Šiaulių apskritis | 2 026 | 1 408 | 1 142 | 1 802 | 1 583 |
| Tauragės apskritis | 1 533 | 947 | 1 112 | 1 234 | 969 |
| Telšių apskritis | 1 357 | 1 030 | 1 311 | 1 227 | 1 523 |
| Utenos apskritis | 1 555 | 1 304 | 1 840 | 1 342 | 780 |

Kito tyrimo tikslas buvo sužinoti, kiek Lietuvos Respublikos apskrityse per metus yra nuteistų jaunų asmenų pagal lytį dėl įvykdytų nusikaltimų. Šiais duomenimis norima parodyti, kad nusikalsti gali ne tik vaikinai, bet ir merginos. Tyrimo metu paaiškėjo, kad nuteistų nepilnamečių yra daugiau vaikinų nei merginų. Iš 1 paveiksle pateiktų duomenų galima matyti, jog nuteistų nepilnamečių vaikinų skaičius buvo gana didelis, tačiau nuo 2010 iki 2018 m. buvo matomi svyravimai, kol vaikinų teistumas sumažėjo nuo 1 132 iki 619 tūkst. Taip pat diagramoje galima pastebėti neženklų merginų teistumo pakitimą: 2010–2013 m. matomas merginų teistumo skaičiaus kilimas nuo 65 iki 88 tūkst., o nuo 2013 iki 2018 m. fiksuojamas mažėjimas nuo 88 iki 37 tūkst. (žr. 1 pav.) (Lietuvos statistikos departamentas [LSD], 2020).



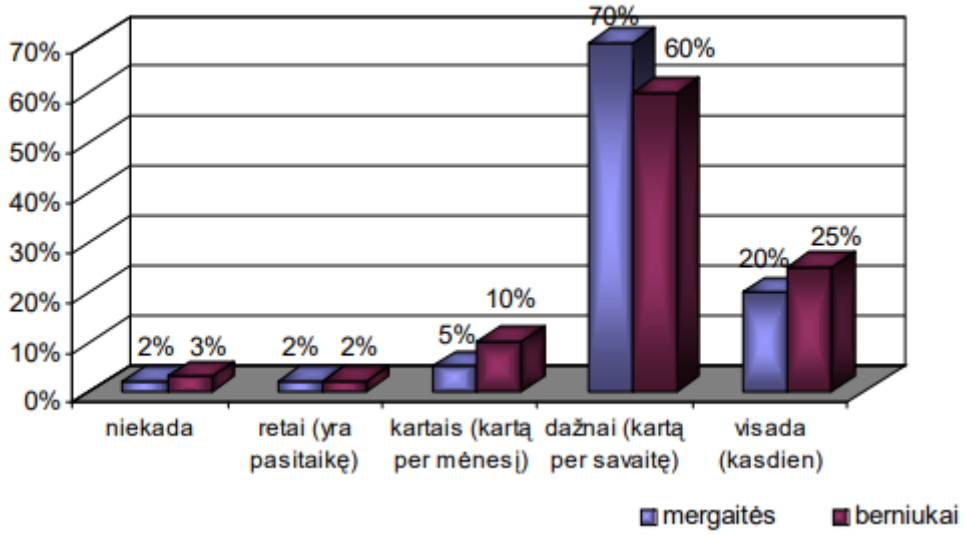

**1 pav.** Teismų nuteisti nepilnamečiai pagal lytį

Respondentų atsakymai parodė, kad dažniausia nusikalstamumo įvykdoma forma yra emocinis smurtas. 60 proc. mergaičių ir 75 proc. berniukų nusikalsta būtent tokia forma. 39 proc. mergaičių ir 25 proc. berniukų nusikalsta naudodami fizinę jėgą. 1 proc. mergaičių nurodė ir seksualinio nusikalstamumo įvykdymą (žr. 2 pav.) (Paleckienė, 2007).



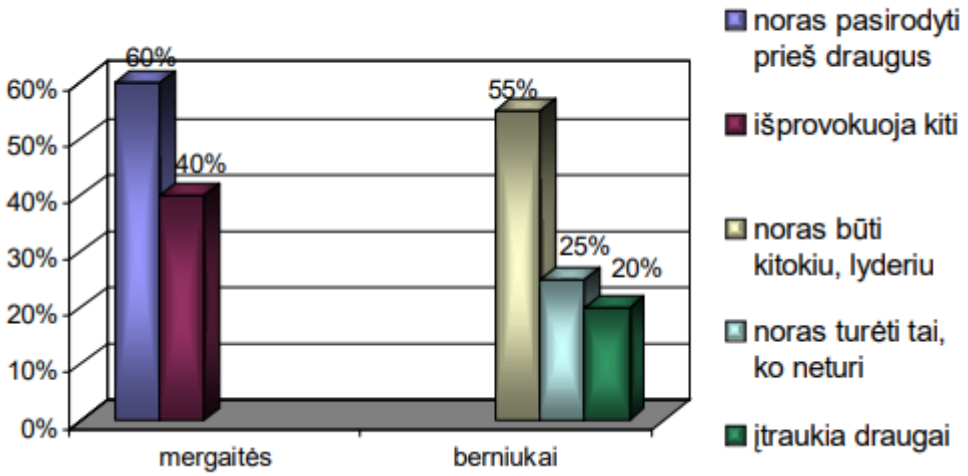

**2 pav.** Nusikalstamumo įvykdymo formos

Taip pat buvo rasta duomenų apie nusikalstamumo įvykdymo dažnumą tarp berniukų ir mergaičių, kuris šiek tiek skiriasi. 3 paveikslo duomenimis, galima matyti, kad 70 proc. mergaičių ir 60 proc. berniukų yra linkę nusikalsti kartą per savaitę. Tačiau kasdien nusikalsti linkę daugiau berniukų, t. y. 25 proc., tuo tarpu mergaičių – 20 proc. Niekada nėra nusikaltę tvirtina 3 proc. berniukų ir 2 proc. mergaičių (žr. 3 pav.). (Paleckienė, 2007).



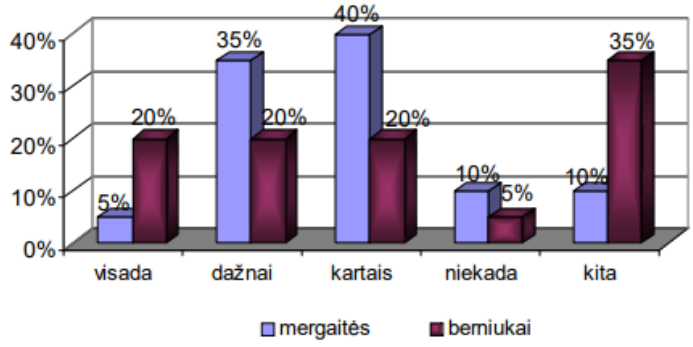

**3 pav.** Nepilnamečių nusikalstamumo dažnumas

Ne mažiau svarbios ir nepilnamečių nusikalstamumo įvykdymo priežastys, kurias atspindi 4 paveikslas. Didžioji dalis, arba 60 proc., mergaičių nusikalto dėl noro pasirodyti prieš draugus, o 40 proc. mergaičių išprovokavo kiti. Tuo tarpu 55 proc. berniukų nusikalto dėl noro būti kitokie, lyderiauti, 25 proc. berniukų paveikė noras turėti tai, ko jie negali turėti, o 20 proc. berniukų įtraukė draugai (žr. 4 pav.) (Paleckienė, 2007).




**4 pav.** Nusikalstamumo įvykdymo priežastys

Į klausimą, ar saugiai jaučiasi socialinėje aplinkoje, 5 proc. mergaičių ir 20 proc. berniukų atsakė, kad visada jaučiasi saugūs socialinėje aplinkoje, 35 proc. mergaičių ir 20 proc. berniukų – dažnai, 40 proc. mergaičių ir 20 proc. berniukų teigia, jog kartais jaučiasi saugūs, 10 proc. mergaičių ir 5 proc. berniukų niekada nesijaučia saugūs socialinėje aplinkoje, o 10 proc. mergaičių ir 35 proc. berniukų mano kitaip (žr. 5 pav.) (Paleckienė, 2007).




**5 pav.** Saugumo pojūtis tarp berniukų ir mergaičių socialinėje aplinkoje

Apibendrinant visus apklausos duomenis galima matyti, kad nepilnamečių nusikalstamumas visoje Lietuvos teritorijoje paplitęs nevienodai, vaikinai dažniau nuteisiami nei merginos, nusikaltimai būna įvairių formų, nusikalstamumui įtaką daro įvairūs faktoriai, socialinėje aplinkoje saugumo jausmą nepilnamečiai vertina nevienodai, tačiau taip pat galime matyti nusikalstamumo mažėjimą.

## Prevencijos priemonės Lietuvoje

Šiuo metu daugelyje pasaulio šalių visuomenė vis didesnį dėmesį skiria neformaliajam ugdymui, kuris ypač išpopuliarėjo XX amžiaus pabaigoje. Nuo 1970 metų įvairios pasaulinės organizacijos (Pasaulio bankas, Jungtinių Tautų vaikų fondas UNICEF, Jungtinių Valstijų tarptautinės plėtros agentūra USAID) ėmėsi neformaliojo ugdymo tyrimų, pradėjo finansiškai remti daugybę projektų, kurių tikslas buvo išanalizuoti neformaliojo ugdymo specifiką ir potencialą ir kurie skatintų toliau gilintis į šios srities mokslines studijas (Žemaitaitytė, 2006).

Statistikų ir kriminologų duomenimis, kas trečias recidyvistas pirmą savo nusikaltimą padarė dar paauglystėje, tad imamasi tam tikrų priemonių, galinčių pažaboti nusikalstamumo mastus Lietuvoje. Siekiant sumažinti nepilnamečių nusikalstamumą, buvo sugalvoti tam tikri prevencijos būdai. Prevencinės priemonės turi būti orientuotos ne tik į nusikaltusių nepilnamečių baudimą ir perauklėjimą, bet ir į teisės pažeidimų nepadariusių vaikų ir paauglių kryptingą ir įvairiapusį ugdymą. Vienas iš būdų yra neformaliojo ugdymo institucijos, pavyzdžiui, būreliai, prailgintos grupės, kurios padeda užpildyti auklėjimo šeimoje spragas, sustiprina socializacijos procesus ir mažina neigiamą socialinės aplinkos įtaką asmenybės formavimuisi. Ten vaikai gali išreikšti save, būti pastebėti, pagirti ir negalvoti apie vandalizmą, nusikaltimus ir žalingus įpročius.

Dar vienas prevencijos būdas yra dienos centrai, kurie visiems prieinami, nes yra nemokami. Dienos centruose vaikai užmezga naujas draugystes, mokosi, žaidžia žaidimus, valgo drauge, taip pat ten gali pajusti meilę, kurios galbūt nejaučia savo šeimoje. „Nevyriausybinių organizacijų vaikų dienos centrams iš valstybės biudžeto skirtos lėšos suteikia galimybę socialinės rizikos vaikus įtraukti į įdomią bei prasmingą veiklą, padeda jiems praplėsti akiratį, keisti vertybines orientacijas, prisitaikyti visuomenėje, atitraukti nuo kenksmingo gatvės poveikio. Vaikų dienos centrų tinklas plečiasi, steigiasi nauji centrai, nes didėja juose teikiamų paslaugų poreikis. Šiandien, deja, dar ne visi vaikai, kuriuos būtų tikslinga nukreipti į vaikų dienos centrus, gali juos lankyti, nes tokių centrų tinklas dar yra per mažai išplėtotas“ (www.socmin.lt).

Ilgainiui visuomenė vis labiau išsivaduoja iš viduramžiškos mąstysenos, kad žmonėms įvykdžius nusikaltimą iškart turi būti skirta mirties bausmė (giljotinavimas, sudeginimas ant laužo), be galimybės pasitaisyti. Šiais laikais taikomos tam tikros kalėjimo programos, skirtos užkirsti kelią paleistiems nusikaltėliams tapti pakartotiniais nusikaltėliais. Viena iš jų yra integracijos į visuomenę programa, taikoma asmenims, kurie ruošiami paleisti į laisvę pasibaigus laisvės atėmimo bausmės terminui, ruošiami lygtinai paleisti iš laisvės atėmimo vietų prieš terminą arba ruošiami lygtinai atleisti nuo laisvės atėmimo bausmės prieš terminą. Formuojami socialiai reikšmingi gyvenimo įgūdžiai: įsidarbinimo ir darbo ieškojimo, būsto ieškojimo, mokėjimo naudotis pinigais, sveikos gyvensenos ir mitybos, bendravimo, laisvalaikio leidimo, suteikiama materialinė pagalba, psichologo ir psichiatro pagalba. Tokiu būdu kaliniai turi galimybę iš naujo pradėti savo gyvenimą, tik be nusikaltimų (Kalėjimo departamentas, 2004 m.).

R. Ilgūnienės straipsnyje „Nepilnamečių grupinio nusikalstamumo prevencija“ buvo išsiaiškinta, ko reikia imtis, norint padidinti prevencijos priemonių efektyvumą nepilnamečiams, padariusiems grupinius nusikaltimus. Apibendrinus nepilnamečių, padariusių grupinius nusikaltimus, apklausos atsakymus apie prevencijos galimybes, jie buvo suskirstyti į 3 tam tikras kategorijas: individualaus darbo su nepilnamečiais grupes, individualaus darbo su nepilnamečių tėvais ir bendradarbiavimo su kitų įstaigų specialistais grupes. Viena iš dažniausiai taikomų prevencinių galimybių yra individualus darbas – taip teigė didžioji dalis atliktos apklausos respondentų. Individualus darbas apima bendradarbiavimą su mokyklų administracija ir tėvais, psichologo konsultaciją, dalyvavimą įvairiuose renginiuose ir projektuose ir t. t. Prevencijos priemonių veiksmingumo vertinimas padėjo nustatyti nepilnamečių grupinių nusikaltimų metu iškilusias prevencijos problemas.

Tai leidžia daryti prielaidą, kad, siekiant sumažinti nepilnamečių grupinių nusikaltimų skaičių, rekomenduojama organizuoti ir taikyti tiesiogines prevencijos priemones, nes jų turinys ir taikymo galimybės parenkamos atsižvelgiant į nepilnamečio charakterio, elgesio ypatumus ir įvykdyto nusikaltimo specifiką.

## Išvados

Atlikus literatūros analizę išsiaiškinta, kad jaunimas įvykdo nusikaltimus dėl įvairių priežasčių: noro pasirodyti prieš draugus, būti lyderiu, turėti tai, ką turi kiti, dėl draugų, kurie įtraukia į nusikalstamas veikas, taip pat dėl kitų provokacijų. Jaunimo nusikalstamumui įtakos turi ir tėvai, jei jie patys praeityje darė nusikaltimus. Įvykdęs nusikaltimą, asmuo pasąmonėje jaučia savigraužą, kenčia psichologiškai ir gali pradėti save žaloti fiziškai, o visuomenė nuo nusikaltėlio nukenčia finansiškai. Taigi, nusikalstamumas daro žalą ir nusikaltėliui, ir visuomenei, kadangi tiek vienu, tiek kitu atveju yra patiriamas smurtas. Visuomenė nuo nusikaltėlių nukenčia finansiškai, praranda saugumo jausmą ir taip tampa labiau pažeidžiama. Nusikaltėlis patiria psichologinę traumą dėl savo atliktų nusikalstamų veikų, pradeda save žaloti, taip pat dažnai yra atstumiamas savo šeimos ir aplinkinių, jam sudėtinga susirasti darbo vietą ir apskritai sunkiau integruotis į visuomenę.

Statistiniais duomenimis buvo išaiškinta, kuriuose Lietuvos regionuose nusikaltimų mastas didžiausias, taip pat kriterijus, kurie lemia nusikalstamą veiklą šalyje. Jaunimas nusikalto dėl įvairių priežasčių, tai priklauso nuo nusikaltimo formų (emocinis, fizinis, seksualinis) ir saugumo pojūčio socialinėje aplinkoje. Šie kriterijai parodo, jog nusikaltimai gali būti įvairaus pobūdžio, ir, atsižvelgiant į statistinius rodmenis, galima daryti prielaidą, jog šalyje mažėja nusikalstamumas.

Išanalizavus literatūros šaltinius paaiškėjo, kad neformaliojo ugdymo prevencijos priemonės, pavyzdžiui, būreliai, dienos centrai, renginiai, savanoriavimas, gali suteikti nepilnamečiams užimtumą, suteikti galimybę realizuoti save, būti pastebėtiems, padėti užmegzti naujas ir neretai naudingas pažintis ir taip atitraukti nuo nusikalstamos veiklos. Šios prevencijos priemonės jaunimui padeda neįsitraukti į nusikalstamas veiklas.

Taip pat tam tikros kalėjimo programos padeda nuteistiesiems atrasti naują gyvenimo kelią ir sėkmingai integruotis į visuomenę. Visuomenė nepalieka nusikaltėlių likimo valiai, o suteikia jiems galimybę pasitaisyti, siūlydama ugdomąsias kalėjimo programas.

### Literatūra


Babachinaitė, G.; Jurgelaitienė, G.; Justickis, V.; Pečkaitis, S. J.; Petkus, A. (2008). *Nusikalstamumas Lietuvoje ir jo prognozė iki 2015 metų*, MRU, Monografija. Prieiga per internetą: https://wdn.ipublishcentral.com/association_lithuania_serials/viewinsidehtml/25139882364946.

Babachinaitė, G. (2007). Nepilnamečių smurtas Lietuvoje: raiška, priežastys ir prevencija. *Jurisprudencija*. 27 (19), 108–117. Prieiga per internetą: https://www.lvb.lt/primo-explore/fulldisplay?docid=LIT01LITLI000034254&context=L&vid=ELABA.

Babachinaitė, G. (2006). Saugumo jausmo ir nusikaltimų baimės raida Lietuvoje. *Jurisprudencija*. (79), 25–30. Prieiga per internetą: https://www.mruni.eu/upload/iblock/097/3_babachinaite.pdf?fbclid=IwAR2NwaTFhKIlnhOAD9BCl2ETP4VaydSZg8WJxPEsfEVzDwdc_31AlYocGYc.

Čėsnienė, I., Bandzevičienė, R. (2009). Jaunuolių pakartotinio nusikalstamo elgesio prognozė: galimybės ir problemos. *Socialinis darbas*. Nr. 8(1), 92–102. Prieiga per internetą: https://www.lvb.lt/primo-explore/fulldisplay?docid=LIT01LITLI000023552&context=L&vid=ELABA.

Forsman, M., Långström, N. (2012). Child maltreatment and adult violent offending: population-based twin study addressing the 'cycle of violence' hypothesis. *Psychol Med*. 42(9), 1977–83. Prieiga per internetą: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22236772/. doi: 10.1017/S0033291711003060. Epub 2012 Jan 12.

Ilgūnienė, R. (2014). Nepilnamečių grupinio nusikalstamumo prevencija. *Socialinis ugdymas*, Vol. 37, No. 1. , 45-55. Prieiga per internetą: http://socialinisugdymas.leu.lt/index.php/socialinisugdymas/article/view/11.

Kavirayani, K. (2018). Historical perspectives on personality – The past and current concept: The search is not yet over. *History article*. Vol. 6, 180-186. DOI: 10.4103/amhs.amhs_63_18 Prieiga per internetą: https://www.amhsjournal.org/article.asp?issn=2321-4848%3Byear%3D2018%3Bvolume%3D6%3Bissue%3D1%3Bspage%3D180%3Bepage%3D186%3Baulast%3DKavirayani&fbclid=IwAR3o_-mTJ3YZQie9DWLE-6rGevhDYwhBoJeCm09W6BLXTHxIojA5cU1WAD0.

Lietuvos statistikos departamentas, (2020). Nepilnamečių, įtariamų padarius nusikalstamas veikas, skaičius, tenkantis 100 tūkst. 14−17 metų amžiaus vaikų. Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S3R722#/.

Lietuvos statistikos departamentas, (2019). Nusikalstamumas ir baudžiamoji teisena. Lietuvos statistikos metraštis. Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-statistikos-metrastis/lsm-2019/gyventojai-ir-socialine-statistika/nusikalstamumas-ir-baudziamoji-teisena.

Perry, A., (2020). Suicide and self-harm risk in criminal justice involved populations. *Health & Justice*. Prieiga per internetą: https://www.biomedcentral.com/collections/sash.

Richmond-Rakerd, L.S. et al. (2019). Adolescents Who Self-Harm and Commit Violent Crime:Testing Early-Life Predictors of Dual Harm in a Longitudinal Cohort Study. *Am J Psychiatry*, 176 (3), 186-195. Prieiga per internetą: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6397074/?fbclid=IwAR3T-67eE6KfwS7mRdVUrkytVsFtlmv7idIgdgbHPJyf85AGGnijBVZP2AQ.

Šenavičius, A., Smalskys, V. (2007). Lietuvos policija ir nepilnamečiai nusikaltėliai 1938-1940 metais. *Istorija*. 2007, Nr. 67, 44–54. Prieiga per internetą: https://www.lvb.lt/primo-explore/fulldisplay?docid=LIT01LITLI000017370&context=L&vid=ELABA.

Žemaitaitytė, I., (2006). Jaunimo nusikalstamumo prevencija: Neformaliojo ugdymo aspektas. *Socialinis darbas*. 5(2), 80–86. Prieiga per internetą: https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/13316/2091-8567-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

# STUDIJOS NUOTOLINIU BŪDU: IŠŠŪKIAI IR GALIMYBĖS

**Anastasija Žonych**
*Vilniaus kolegija, Verslo vadybos fakultetas*
*anastasija.zonych@stud.viko.lt*

Konsultavo Vilniaus kolegijos VVF doc. dr. Kristina Samašonok

**Anotacija**

Straipsnyje teoriniu aspektu analizuojama studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu aukštojoje mokykloje situacija, sąlygos ir aptariamos vykdomų studijų nuotoliniu būdu tobulinimo galimybės. Tyrimo tikslas: ištirti studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu situaciją ir galimybes Lietuvos aukštosiose mokyklose. Tyrimo metodai: analitinis aprašomasis (mokslinės ir metodinės literatūros analizė); kiekybinis metodas (anketinė apklausa), leidęs ištirti studentų požiūrį vertinant studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu situaciją; turinio (angl. *content*) analizės metodas, padėjęs išsiaiškinti respondentų nuomonę apie studijų, organizuojamų nuotoliniu būdu, tobulinimo galimybes. Tyrimo metu surinktiems duomenims apdoroti taikytas statistinės analizės metodas. Empiriniu tyrimu, remiantis studentų vertinimais, nustatyta esama situacija apie vykdomas studijas aukštojoje mokykloje nuotoliniu būdu, įvardijami sunkumai, išanalizuotos tobulinimo galimybės organizuojant studijas nuotoliniu būdu. Tyrimo rezultatai turės praktinę reikšmę numatant studijų proceso nuotoliniu būdu organizavimo kokybės aukštojo mokslo studijose tobulinimo galimybes.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS (KEYWORDS): studijos nuotoliniu būdu, aukštoji mokykla, studentai, pasaulinė pandemija.

## Įvadas

### Temos aktualumas

Šiuolaikiniame pasaulyje daug dėmesio skiriama aukštojo mokslo kokybės užtikrinimui. Pasaulio išmintis teigia, kad viena iš pagrindinių žmonijos vystymosi sąlygų – sukaupto patyrimo perdavimas naujoms kartoms. Kelnerytės (2011) teigimu, aukštoji mokykla yra viena iš svarbiausių institucijų, kuri siekia kryptingos ir tikslingos asmens brandos, todėl, pasak Bagdonės (2015), organizuojant studijų procesą, keliami vis aukštesni kokybės standartai, nuolat didėja reikalavimai ugdymo(si) ir mokymo(si) aplinkai.

Pagrindinė 2020 metų problema – pasaulinė infekcinės ligos COVID-19 pandemija. Nusistovėjusią gyvenimo tvarką pakeitė ekstremali epidemiologinė situacija. Pandemija paveikė visus gyvenimo ir verslo sektorius, taip pat ir švietimo sektorių. Pasaulinė pandemija tapo prielaida sunkiausiai švietimo sistemos užduočiai – greitai pereiti prie studentų švietimo nuotoliniu būdu (Osipov ir kt., 2020). Aukštojo mokslo institucijoms iškilo poreikis ir būtinybė atsinaujinti ir keistis, lanksčiai prisitaikyti prie pokyčių ir esamos situacijos, taip pat tirti savo veiklą, ieškoti problemos šaltinių ir imtis sprendimo būdų. Reikėtų pripažinti tai, kad daug metų egzistavęs tradicinis mokymas, vedant paskaitas auditorijoje, pandemijos metu tapo neįmanomas. Esama situacija iškėlė būtinybę organizuojant studijas į pagalbą pasitelkti šiuolaikines informacines technologijas, dėl kurių studijos ne tik neprarastų savo kokybės, bet ir taptų studijuojantiesiems įdomesnės, patrauklesnės ir labiau priimtinos (Danilenko, Chadyšas ir Kasparavičiūtė, 2016). Teigiama, kad švietimo sektoriaus atsakas epidemiologinei situacijai įrodė, jog yra būdas tęsti tradicinį mokymą(si) nuotoliniu būdu (Arquilla ir Guzdial, 2020). Taigi, dėl inovatyvių šiuolaikinių technologijų tradicinės studijos gali būti perkeliamos į virtualią aplinką. Persiorientavus į studijų organizavimą nuotoliniu būdu, viena iš užduočių buvo paruošti tinkamą infrastruktūrą naujos mokymosi sistemos organizavimui, kuri ne tik leistų užtikrinti sklandų paskaitų vedimą, atsiskaitymų ir egzaminų organizavimą, bet ir kokybišką bei efektyvų studentų ir dėstytojų bendravimą bei bendradarbiavimą. Aukštosios mokyklos stengiasi prisitaikyti prie sudaryto akademinio kalendoriaus, studentų poreikių ir studijų programų.

Įvertinus pasaulinės infekcinės ligos COVID-19 pandemijos keliamus iššūkius švietimo sistemai, jaunuolių ruošimo profesinei veiklai tema šių dienų kontekste ypač aktuali ir mokslo srityje kelia vis naujas diskusijas, kaip organizuoti studijų procesą nuotoliniu būdu, išlaikant jo kokybę, įgalina tobulinti studijų proceso organizavimą, skatina ieškoti efektyvesnių priemonių bei darbo su studentais būdų, taikyti tokius mokymo metodus, kuriems esant studijos ne tik taptų įdomesnės, patrauklesnės ir labiau priimtinos, bet ir didintų studijuojančiųjų mokymosi motyvaciją. Todėl svarbu išsiaiškinti studentų nuomonę, kaip jie vertina organizuojamas studijas nuotoliniu būdu, išskirti problemines sritis ir numatyti studijų proceso, organizuojamo nuotoliniu būdu, tobulinimo galimybes aukštojo mokslo studijose.

Įvardytos tobulintinos sritys įgalintų numatyti studijų proceso, organizuojamo nuotoliniu būdu, tobulinimo galimybes aukštojoje mokykloje. Tikėtina, kad tyrimo rezultatų pagrindu galima būtų efektyviau organizuoti ugdomąjį procesą nuotoliniu būdu aukštojoje mokykloje, koreguoti akademinio proceso trūkumus, numatyti studijų kokybės gerinimo kryptis siekiant studijų kokybės.

**Straipsnio problema konkretizuojama tokiais probleminiais klausimais**: su kokiais sunkumais susiduria studentai, dalyvaudami studijų procese, organizuojamame nuotoliniu būdu? Kokios studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu tobulinimo galimybės?

**Darbo tikslas** – ištirti studijų proceso nuotoliniu būdu organizavimo situaciją ir numatyti tobulinimo galimybes Lietuvos aukštosiose mokyklose.

**Darbo uždaviniai**:

- Atlikus mokslinės literatūros ir tyrimų, susijusių su nagrinėjama tema, analizę, išsiaiškinti studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu aukštojoje mokykloje ypatumus.

- Remiantis studentų vertinimu, nustatyti studijų proceso nuotoliniu būdu organizavimą pagal iškeltus kriterijus:
- studijų proceso, organizuojamo nuotoliniu būdu, vertinimas;
- studentų įsitraukimas į studijų procesą, vykdomą nuotoliniu būdu;
- sunkumai dalyvaujant studijų procese, organizuojamame nuotoliniu būdu.
- Numatyti studijų proceso, organizuojamo nuotoliniu būdu, tobulinimo galimybes aukštojo mokslo studijose.

**Tyrimo objektas**: Lietuvos aukštosiose mokyklose nuotoliniu būdu organizuojamos studijos.

**Tyrimo metodai**:

- **Analitinis aprašomasis metodas**. Analizuojama mokslinė ir metodinė literatūra. Šis metodas taikomas teoriniu aspektu analizuojant nuotolinių studijų proceso organizavimo ypatumus, sunkumus, tobulinimo galimybes. Nagrinėjami nuotolinių studijų privalumai ir trūkumai bei jų poveikis jaunuolių ruošimuisi profesinei veiklai.
- **Kiekybinis tyrimas**. Duomenims surinkti buvo taikyta *anketinė apklausa*. Anoniminė Lietuvos aukštųjų mokyklų studentų apklausa buvo atlikta 2020 m. spalio mėn. Kiekybinio tyrimo metodas leido ištirti studentų požiūrį vertinant studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu situaciją. Apklausos metu siekta sužinoti studentų požiūrį nuotolinių studijų organizavimo aukštojoje mokykloje tema, išsiaiškinti šio proceso tobulinimo galimybes. Apklausos metu surinktiems duomenims apdoroti naudota aprašomoji statistika.
- **Turinio (*content*) analizės metodas.** Atsakymų į atvirąjį klausimą duomenys lemia turinio analizės metodo panaudojimą. Turinio analizė yra būdas daryti išvadas objektyviai ir sistemingai identifikuojant specifines atsakymų charakteristikas. Tyrimo metu gauti rezultatai buvo kokybiškai apdorojami: kategorizuojami ir grupuojami pagal semantiką. Surinkti duomenys analizuojami remiantis žodžių, konteksto dažnumo, komentarų intensyvumo, atsakymų tikslumo kriterijais.
- **Statistinės analizės metodas**. Tyrimo duomenų apdorojimui taikytas statistinės analizės metodas. Duomenų statistinė analizė atlikta taikant SPSS (angl. *Statistic Pachage for Social Sciences*) programinės įrangos duomenų paketą.

**Tyrimo imtis**. Siekiant išanalizuoti studentų patirtį studijuojant nuotoliniu būdu, buvo atliktas empirinis tyrimas. Tyrimu siekta sužinoti studentų nuomonę apie esamą situaciją ir sunkumus, su kuriais susiduriama studijų nuotoliniu būdu metu. Taip pat, remiantis respondentų požiūriu, siekiama numatyti studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu tobulinimo galimybes.

Kiekybiniame tyrime dalyvavo 200 studentų, iš jų 105 (52,5 %) kolegijų ir 95 (47,5 %) universitetų studentai. Analizuojant tiriamųjų pasiskirstymą pagal studijų formą, matyti, kad 162 (81 %) yra nuolatinių studijų ir 38 (19 %) ištęstinių studijų studentai. Apklausoje dalyvavo 129 (64,5 %) moterys ir 71 (35,5 %) vyras. Atliekant kiekybinį tyrimą, siekta įtraukti skirtingų studijų formų studentus iš skirtingų Lietuvos aukštųjų mokyklų. Tyrimo metu užtikrinamas anonimiškumas ir laikomasi laisvo apsisprendimo dalyvauti apklausoje etikos principų.

## Teoriniai tyrimo pagrindai

Šiuolaikiniame pasaulyje beveik visos šalys turi išvystytą nuoseklią ugdymo sistemą. Globalūs pasaulio veiksniai didina nuotolinių studijų populiarumą. Pasak Kraujutaitytės ir Pečkaičio (2003), nuotolinės studijos, kaip tradicinių studijų alternatyva, sėkmingai plėtojamos nuo XIX a. vidurio (cituojama pagal Keegan, 1990). Teigiama, kad 1997 m. mokslininkai Collis ir Duschatel akcentavo „[...] naujų studijų formų, leidžiančių patiems studentams konstruoti savo studijų procesą, poreikį“ (Jurkaitis, Kaklauskienė ir Kaklauskas, 2003). Šiai nuomonei pritaria ir mokslininkai Kraujutaitytė ir Pečkaitis (2003) teigdami, kad „[...] metodiškai organizuotos nuotolinės studijos yra tokios pat didaktiškai efektyvios kaip ir metodiškai organizuotos tradicinės studijos“ (cituojama pagal Martin ir Rainey, 1993).

Mokslininkai Molchanova, Kovtoniuk ir Savych (2020) atkreipia dėmesį į tai, kad aukštojo mokslo sistema per pastarąjį dešimtmetį patyrė staigius pokyčius, kuriuos sukelia dramatiški darbo pokyčiai, naujų technologijų inovacijos. Kita vertus, pasak Tolūtienės (2012), Tolūtienės, Jovarauskaitės (2011), šiandien studijuoja naujoji studentų karta, kurios požiūrį į studijas ne tik turime suvokti, atliepti reikšmes bei padėti įgyvendinti mokymosi siekius, bet ir privalome taikyti efektyvias formas, būdus, metodus, atitinkančius individualius mokymosi stilius, studijuojančiųjų poreikius. Inovacinių technologijų pažanga daro įtaką tam, kad vis labiau populiarėja nuotolinės studijos (angl. *distance learning*). Šiandienė dinaminė nuotolinio mokymosi aplinka siūlo lankstų ir patogų mokymąsi, neatsižvelgiant į erdvę ir laiką. Nuotolinis mokymas – studijų sistema, kai specialiai savarankiškam mokymuisi skirta medžiaga duoda studentams galimybę studijuoti jų pasirinktoje vietoje, pagal pasirinktą metodiką, patogiu laiku (Rutkauskienė ir kt., 2003). Kita vertus, nuotolinis mokymasis yra naujausia ir daugiadisciplininė sritis (Gurcan ir Cagiltay, 2018), atverianti naujas perspektyvas ir galimybes studentui, akademinei bendruomenei ir visuomenei (Kraujutaitytė ir Pečkaitė, 2003). Leverett ir Beaumont (2019) įsitikinimu, nuotolinio mokymo studentai gauna tas savybes, kurių negauna studijuojantys tradiciniu būdu.

Atlikus Lietuvos Respublikos valstybinės švietimo 2003–2012 metų strategijos analizę, galima matyti, kad 6 strategijos siekinyje numatoma, jog „kiekvienas Lietuvos pilietis turėtų galimybę studijuoti aukštojoje mokykloje pasirinktu būdu (nuotolinės, neakivaizdinės ir kitos studijos) [...]“ (LR ŠMM, 2012). Tačiau peržiūrėjus LR valstybinės švietimo 2013–2022 m. strategiją, pastebima, kad šis tikslas į strategiją neįtraukiamas, nes, siekiant atliepti studijuojančiųjų poreikius bei lūkesčius, šių dienų kontekste jis suprantamas ir vertinamas kaip neišvengiamybė ir kaip savaime suprantamas reiškinys. Siekiant užtikrinti nuotolinių studijų kokybę, 2004–2007 m. Studijų kokybės vertinimo centras vykdė projektą „Nuotolinių studijų kokybės vertinimo metodikos ir jos taikymo tvarkos sukūrimas“. Projekto

tikslas buvo sukurti nuotolinių studijų kokybės vertinimo sistemą (Studijų kokybės vertinimo centras, n. d.). Įvertinus nuotolinių studijų poreikį bei reikšmingumą, reikėtų pripažinti, kad per pastarąjį dešimtmetį ši studijų forma vis dažniau taikoma aukštojo mokslo praktikoje (Kraujutaitytė ir Pečkaitis, 2003).

Nuotolinės studijos Lietuvoje pradėtos vykdyti 1998 metais. Pasak Žvirdausko (2008), nuotolinės studijos prasidėjo, kai, siekiant suteikti studentams galimybę studijuoti jiems priimtiniausiu būdu, buvo įsteigtos „[...] trys nuotolinio mokymosi klasės su vaizdo konferencijų galimybe, kurios jungė Vilniaus universitetą, Vilniaus Gedimino technikos ir Kauno technologijos universitetus“.

Analizuojant mokslinę literatūrą pastebima, kad, siekiant kokybiško nuotolinių studijų organizavimo, svarbu pasirinkti tinkamą studijų modelį. Mokslininkai Rutkauskienė, Targamadzė, Kovertaitė, Abarius, Mačiulis ir Žvinienė (2003) išskiria tris nuotolinių studijų organizavimo modelius: sinchroninį, asinchroninį ir mišrųjį. Rutkauskienė, Lenkevičius, Targamadzė ir Volungevičienė (2007) sinchroninių studijų modelį apibrėžia kaip studijas, kurios „[...] grįstos bendravimu tarp dėstytojo ir besimokančiojo konkrečiu realiu, nustatytu laiku, nepriklausomai nuo jų buvimo vietos“. Studentai, besimokantys nuotolinių studijų forma, mokomąją medžiagą gauna numatytu laiku ir turi galimybę realiu laiku bendrauti tarpusavyje. Mokslininkų Abromavičienės, Teresevičienės ir Volungevičienės (2014) teigimu, sinchroninis nuotolinių studijų organizavimo modelis išsiskiria tuo, kad studentai turi galimybę pasirinkti studijų vietą, tačiau apriboja laiko planavimą. Anot Jonaitienės, Čižienės ir Adomėnienės (2013), asinchroninės studijos yra tokios studijos, kurios grindžiamos savarankišku mokymusi bendradarbiaujant su bendramoksliais ir dėstytojais. Svarbiausias momentas organizuojant asinchronines studijas – užtikrinti naujas bendravimo galimybes (Teresevičienė, Trepulė ir Volungevičienė, 2015). Asinchroninis nuotolinių studijų organizavimo modelis užtikrina lankstumą ir laiko planavimą, nes studentas turi galimybę studijuoti ir bendrauti su dėstytoju jam patogiu laiku. Asinchroninių studijų metu bendravimas su dėstytoju vyksta virtualiai. Vis dėlto reikėtų pripažinti, kad vienas iš populiariausių nuotolinių studijų organizavimo modelių – mišrus. Mišrus nuotolinių studijų organizavimo metodas unikalus tuo, kad jame naudojami suderinti nuotolinių ir tradicinių studijų elementai (Jonaitienė, Čižienė ir Adomėnienė, 2013). Mokslininkai teigia, kad pagrindinis mišraus modelio naudojimo tikslas yra „[...] integruoti geriausią mokymo auditorijoje ir mokymosi kompiuterių tinklo aplinkoje praktiką, skatinti savarankišką nuolatinį studentų mokymąsi ir sumažinti auditorijoje praleidžiamą laiką, kai mokoma tradiciniu būdu“ (Jonaitienė, Čižienė ir Adomėnienė, 2013). Keegan (1990) išskiria du nuotolinių studijų strateginius modelius: nuosaikųjį ir atvirąjį (cituojama pagal Kraujutaitytė ir Pečkaitis, 2003). Mokslininkai Kraujutaitytė ir Pečkaitis teigia, kad nuosaikiojo modelio paskirtis – „[...] gerinti tradicinių studijų kokybę [...]“, o atvirojo – „[...] ne tik gerinti studijų kokybę [...]“ bet ir „[...] plėsti aukštosios mokyklos prieinamumą netradiciniams studentams“ (Kraujutaitytė ir Pečkaitis, 2003). Tinkamai pasirinktas nuotolinių studijų organizavimo modelis užtikrina efektyvias studijas.

Tyrėjai Kraujutaitytė ir Pečkaitis (2003), remdamiesi mokslininkų Ramsden (1992), Rowntree (1997), Schlosser ir Anderson (1994) atlikto edukacinio tyrimo rezultatais, teigia, kad „[...] studentų mokymosi sėkmės didaktiniai veiksniai nuotolinių studijų procese yra tie patys, kaip ir tradicinių studijų procese“. Teigiama, kad efektyvioms nuotolinėms studijoms pamatus sudaro patys studentai (Rogers, 2000). Mokslininkų įsitikinimu, studentai turi įsivertinti savo tikruosius poreikius ir suprasti, kad tikras studentas: 1) yra suinteresuotas savo mokymosi sėkme ir gerais rezultatais; 2) pasižymi aukšta motyvacija ir savidisciplina (Schlosser ir Anderson, 1994). Kita vertus, studento atsakingas požiūris į studijas, nepriklausomai nuo studijų formos, lemia tvirtesnį įsipareigojimą profesinei karjerai ateityje (Austin, Daniel, Russell, Rusell, 2012; Orkibi, 2010, cit. pagal Jokštaitę, Pociūtę, 2014).

Analizuojant mokslinę literatūrą, galima išskirti pagrindinius nuotolinių studijų privalumus:

- Prieinamumas – nuotoliniu būdu gali studijuoti visi, kurie tam gali skirti pakankamai laiko bet kuriuo jiems tinkamu metu. Nebūtina atvykti į aukštąją mokyklą.
- Dėl vietos ir laiko lankstumo nuotolinis mokymas lengviau prieinamas žmonėms, kurie jau baigė įprastas studijas, dirba, tačiau nori pagerinti kompetenciją dar ir toliau studijuodami.
- Skatina studentų mokymosi efektyvumą, sukuria geriausias sąlygas ugdytis studento savarankiškumo kompetencijoms, atsakomybės vystymuisi.
- Skatina akademinę bendruomenę formuoti palankias „visų mokslų visiems“ prieinamumo demokratiškoje visuomenėje sąlygas.
- Leidžia aprūpinti įmones aukštos kvalifikacijos specialistais, sugebančiais derinti studijas ir darbą, formuoti nuolat besimokančios bendruomenės kultūrą (Kraujutaitytė ir Pečkaitis, 2003).

Tačiau, nepaisant įvardytų privalumų, atkreiptinas dėmesys ir į mokslinėje literatūroje išskiriamus trūkumus bei sunkumus, įžvelgiamus aptariant nuotoliniu būdu organizuojamą studijų procesą. Bene dažniausiai mokslinėje literatūroje įvardijami sunkumai skirstomi į 2 grupes: psichologinius ir fizinius. Organizuojant nuotolines studijas, studentas praranda tiesioginio kontakto su bendramoksliais ir dėstytojais galimybę (Kraujutaitytė ir Pečkaitė, 2003). Studentas praranda galimybę saugiai jaustis paskaitų metu, nes bijo būti išjuoktas, neteisingai suprastas. Kita vertus, vis dažniau pripažįstama, kad gali išsivystyti priklausomybė nuo interneto, kuri įvardijama kaip viena iš pagrindinių sveikatos grėsmių studijuojant nuotoliniu būdu (Osipov ir kt., 2020). Mokslininkai teigia, kad svarbu užtikrinti studentų praleidžiamo laiko internete kontrolę, saugoti studentus nuo fizinio ir emocinio pervargimo (Osipov ir kt., 2020). Mokslininkai Hara ir Kling „[...] įrodė neigiamas nuotolinių studijų pasekmes: izoliaciją, nerimą ir nusivylimą“ (Jurkaitis, Kaklauskienė ir Kaklauskas, 2003). Be to, siekiant kokybiškų studijų nuotoliniu būdu, būtina tinkama įranga (pvz., kompiuteris) ir geras interneto ryšys. Tačiau ne visi studentai turi tinkamas sąlygas studijoms, dėl to kenčia jų psichinė sveikata ir mokymosi motyvacija.

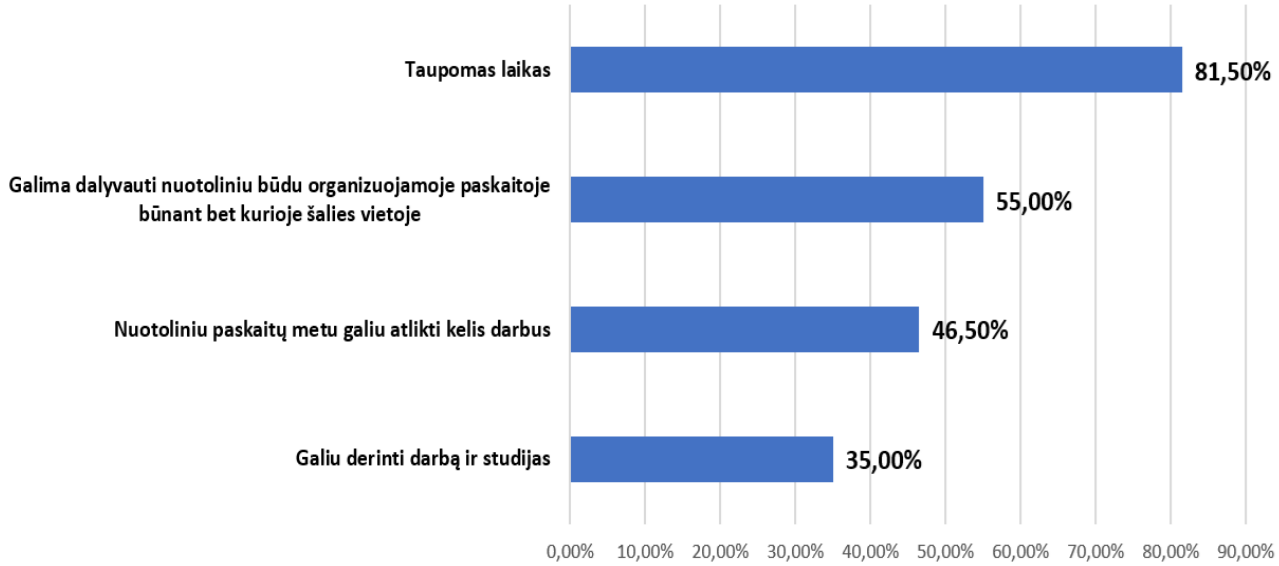
2020 m. epidemiologinė situacija pasaulyje apribojo galimybę studentams dalyvauti studijų procese, organizuojamame tradiciniu būdu. Todėl išsamesni tyrimai, kuriuose būtų išanalizuotos studentų patirtys, nagrinėjama studijų proceso nuotoliniu būdu organizavimo situacija aukštojo mokslo studijose, įvardijami sunkumai bei tyrimo rezultatų pagrindu numatomos tobulinimo galimybės, yra skatintini ir reikalingi.

**Tyrimo rezultatų analizė**

Atlikta tyrime dalyvavusių studentų nuomonių apie nuotoliniu būdu vykdomas studijas aukštojoje mokykloje analizė parodė, kad 30 (15,00 %) respondentų šiais mokslo metais studijas pradėjo nuotoliniu būdu, 4 (2,00 %) tyrimo dalyviai įvardijo, kad studijos jiems vykdomos tradiciniu būdu, kai paskaitos vyksta aukštojoje mokykloje. Vis dėlto, kaip parodė tyrimo rezultatai, didžioji tyrime dalyvavusių studentų dalis, t. y. 166 (83,00 %), teigė, kad jiems studijos šiais mokslo metais (t. y. nuo rugsėjo mėnesio) vyksta mišriu būdu. Pastarasis rezultatas rodo, kad aukštosios mokyklos reaguoja į susiklosčiusią situaciją šalyje ir geba lanksčiai prisitaikyti prie pokyčių.

*Nuotolinės studijos aukštojoje mokykloje: studentų vertinimas*. Vertinant studijų proceso organizavimą, be kitų kriterijų svarbi studentų nuomonė, susijusi su jų požiūriu į studijas, jų kokybę ir pasitenkinimą studijomis lemiančius veiksnius. Siekiant ištirti Lietuvos aukštųjų mokyklų studentų požiūrį į studijų organizavimą nuotoliniu būdu, jų priimtinumą jaunajai kartai, įžvelgiamus privalumus ir įvardijamus trūkumus, atlikta anketinė apklausa. Apimti tokie kriterijai, kaip galimybė derinti darbą ir studijas, laiko taupymas, galimybė studijuoti bet kurioje šalies vietoje ir kt. Taip pat tyrimu buvo siekta išsiaiškinti studentų nuomonę, išskiriant tobulintinus aspektus, pvz., bendravimo nuotoliniu būdu su dėstytojais ir grupiokais kokybę, paskaitų turinio kokybę ir kt.

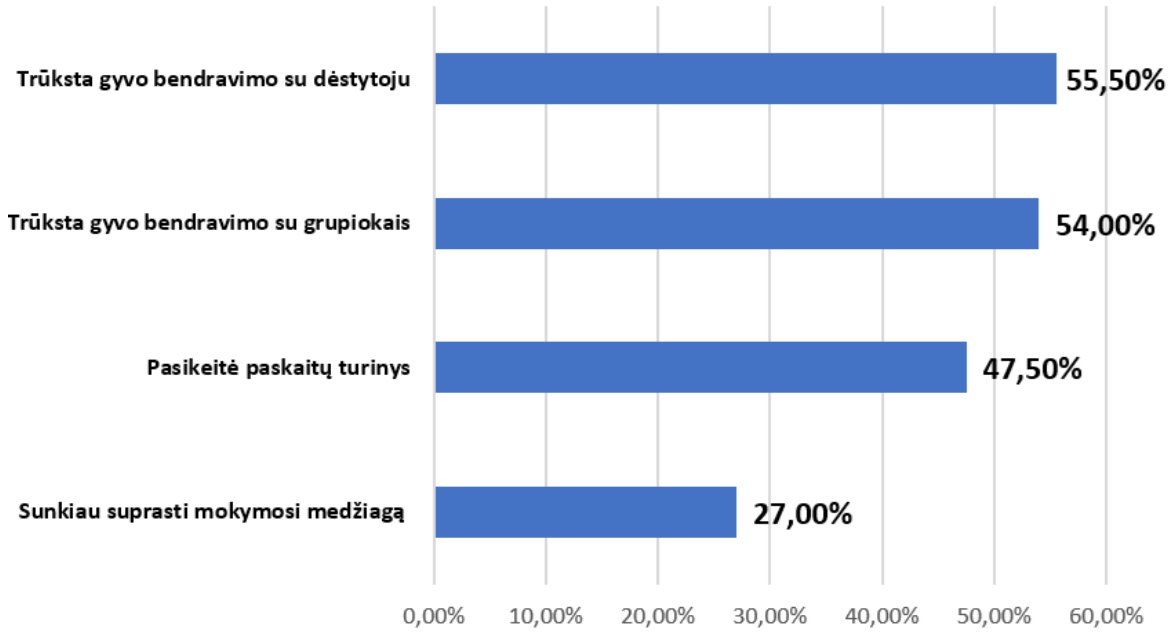
Analizuojant, ar Lietuvos aukštųjų mokyklų studentams patinka studijuoti nuotolinių būdu, respondentams buvo pateikti teiginiai, kuriuos tyrimo dalyviai turėjo įvertinti. Tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma studentų patenkinti nuotolinėmis studijomis. Tai parodo tyrimo dalyvių įvardyti privalumai vertinant studijas, vykdomas nuotoliniu būdu (žr. 1 pav.).




**1 pav**. Įvardyti privalumai vertinant studijas, vykdomas nuotoliniu būdu (proc.) (N = 200)

Remiantis gautais duomenimis (žr. 1 pav.), pastebima, kad didžioji dauguma studentų (81,50 %) pripažino, jog studijuojant nuotoliniu būdu yra puiki galimybė sutaupyti laiką. Kita vertus, tyrimo rezultatai atskleidė, kad 110 (55,00 %) studentų sutinka su teiginiu, jog dalyvaujant nuotoliniu būdu organizuojamose paskaitose yra sudaromos galimybės būti bet kurioje šalies vietoje. Pastarasis rezultatas atitinka mokslinėje literatūroje įvardytą nuotolinių studijų privalumą – studijuojančiajam sudarytą galimybę studijuoti būnant bet kuriame šalies mieste. Taip pat 93 (46,50 %) studentai teigė, jog, dalyvaujant paskaitose, organizuojamose nuotoliniu būdu, galima atlikti kelis darbus vienu metu. Pastarasis teiginys respondentų įvertintas kaip nuotolinių studijų privalumas.

Remiantis tyrime dalyvavusių studentų vertinimais, paaiškėjo ir nuotolinių studijų trūkumai, tobulintini aspektai (žr. 2 pav.).



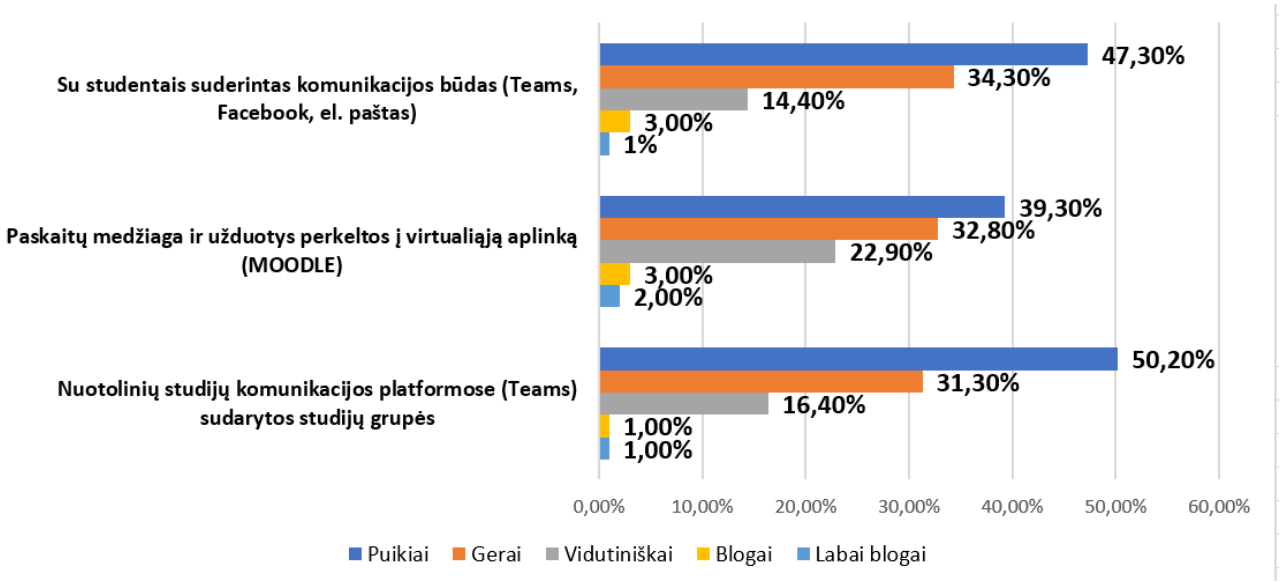

**2 pav.** Nuotolinių studijų vertinimas: tobulintini aspektai (proc.) (N = 200)

Remiantis tyrime gautais duomenimis, kaip vienus iš esminių nuotolinių studijų trūkumų respondentai įvardijo tai, kad pasigenda gyvo bendravimo tiek su dėstytoju (108 respondentai, arba 54,00 % visų apklaustųjų), tiek ir su bendrakursiais (111 respondentų, arba 55,50 % visų apklaustųjų). Kita vertus, 95 (47,50 %) studentų teigimu, studijuojant nuotoliniu būdu jiems sunkiau suprasti mokymosi medžiagą. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad, analizuojant tarpusavio ryšius, tarp teiginių *nuotolinių paskaitų metu galiu atlikti kelis darbus* ir *sunkiau suprasti mokymosi medžiagą* galima pastebėti aiškią koreliaciją. Buvo išsiaiškinta, kad net du trečdaliai (60 respondentų, arba 64,00 % visų apklaustųjų) pasirinkusiųjų teiginį *nuotolinių paskaitų metu galiu atlikti kelis darbus* pasirinko ir teiginį *sunkiau suprasti mokymosi medžiagą*. Pastarasis rezultatas rodo būtinybę atkreipti dėmesį į tai, kad, organizuojant studijas nuotoliniu būdu, svarbu parinkti mokymo metodus ir būdus, kurie padėtų išlaikyti studentų dėmesį, taip pat kuo tiksliau perteikti medžiagą, kad ji būtų studijuojančiajam aiškiai suprantama. Tikėtina, kad tai sumažintų studentų norą paskaitų metu užsiimti papildoma veikla ir darbais, atitraukiančiais nuo tiesioginio dalyvavimo paskaitose.

*Aukštosios mokyklos pasiruošimas organizuoti studijas nuotoliniu būdu: studentų vertinimai*. Analizuojant studijų proceso nuotoliniu būdu organizavimo situaciją, buvo svarbu išsiaiškinti studentų nuomonę apie aukštosios mokyklos pasiruošimą nuotolinėms studijoms. Apibendrinti tyrimo rezultatai pateikti 3 paveiksle.

Atlikta detali duomenų analizė parodė, kad beveik pusė (95 respondentai, arba 47,30 % visų apklaustųjų) ir šiek tiek daugiau nei trečdalis (69 respondentai, arba 34,30 % visų apklaustųjų) tiriamųjų pripažino, jog organizuodama studijas nuotoliniu būdu aukštoji mokykla geba *puikiai* arba *labai gerai* su *studentais suderinti komunikacijos būdą (Teams, Facebook, el. paštas)*. Kita vertus, 8 (40 %) studentai pateiktą teiginį įvertino *blogai* ir *labai blogai* (*blogai* įvertino 6 respondentai (3 %); *labai blogai* – 2 (1%). Remiantis studentų išsakytomis nuomonėmis, matyti, kad *komunikacijos platformose (Teams) sudarytas studijų grupes* 101 (50,2 %) studentas įvertino *puikiai*, 63 (31,3 %) – *gerai*, o *blogai* arba *labai blogai* įvertino tik 4 (2 %) tyrimo dalyviai. Taip pat tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma studentų *paskaitų medžiagos perkėlimą į virtualią aplinką* įvertino *puikiai* (79 (39,3 %)) ir *gerai* (65 (32,8 %)). Svarbu pastebėti, kad 46 (22,9 %) studentai *paskaitų medžiagos perkėlimą į virtualią aplinką* įvertino *vidutiniškai* (žr. 3 pav.).

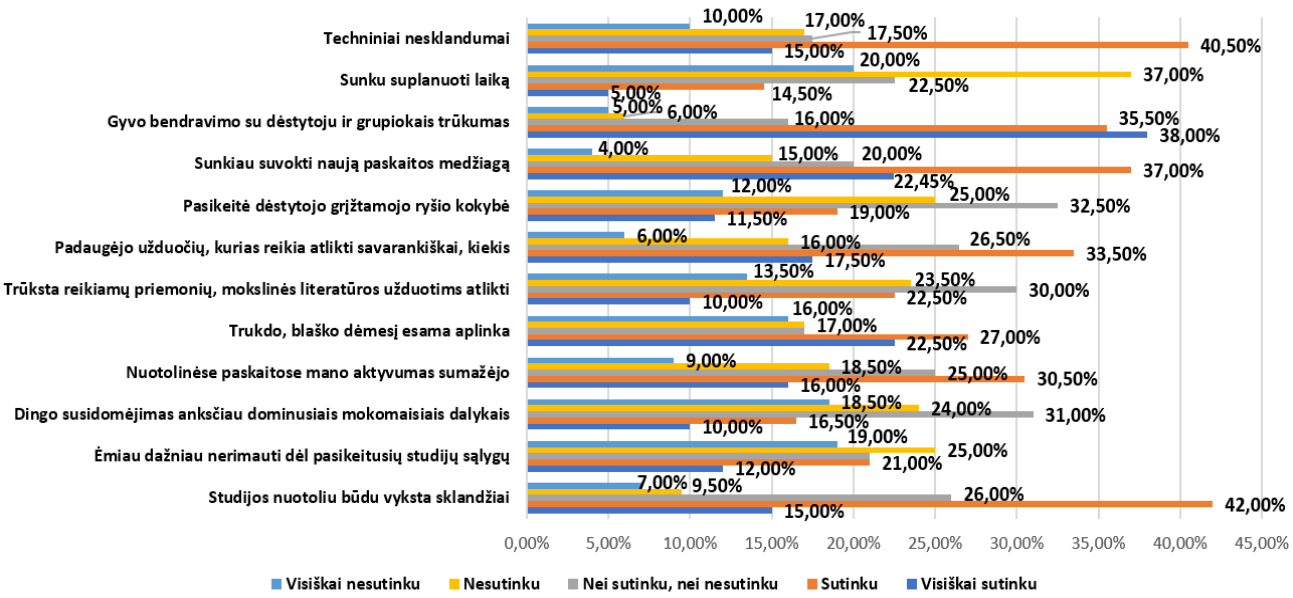
Atlikus koreliacijos nustatymą tarp aukštosios mokyklos ir paskaitų medžiagos perkėlimo į virtualią erdvę *puikiai* įvertinimo, pastebėta, kad du trečdaliai respondentų (50 (63,29 %)) yra universiteto studentai. Atliekant apklausos rezultatų analizę, nustatyta, kad studentai, pasirinkę *paskaitų medžiagos ir užduočių perkėlimo* įvertinimą *blogai* ir *labai blogai*, anksčiau analizuotame klausime (žr. 2 pav.) pasirinko atsakymą *sunkiau suprasti mokymosi medžiagą*. Analizuojant *su studentais suderintų komunikacijos būdų* įvertinimą, pastebima, kad dauguma studentų įvertina tai kaip *puikiai* arba *gerai*. Negalima nepastebėti, kad 33 (16,50 %) studentai įvertino su *studentais suderintą komunikacijos būdą (Teams, Facebook, el. paštas) vidutiniškai*. Atlikus koreliacinę analizę tarp šio įvertinimo ir studento lyties, pastebėta, kad *vidutinišką* įvertinimą pasirinko 25 (75,80 % visų *vidutiniškai* įvertinusiųjų) moterys.




**3 pav**. Aukštosios mokyklos pasiruošimo nuotolinėms studijoms vertinimas (proc.) (N = 200)

Apibendrinus galima teigti, kad didžioji dauguma studentų įvertino aukštąsias mokyklas kaip *puikiai* arba *gerai* pasiruošusias studijas organizuoti nuotoliniu būdu, o tai leidžia kelti prielaidą, kad studijuojantieji yra patenkinti aukštosios mokyklos pasiruošimu organizuoti studijas nuotoliniu būdu.

*Sunkumai studijuojant nuotoliniu būdu.* Analizuojant studijų organizavimo nuotoliniu būdu ypatumus, svarbu išsiaiškinti, su kokiais sunkumais studentai susiduria. Respondentams buvo pateikti teiginiai, apibūdinantys sunkumus studijuojant nuotoliniu būdu, kuriuos tyrimo dalyviai turėjo įvertinti pagal Likerto skalę nuo *visiškai sutinku* iki *visiškai nesutinku*. Tyrimo rezultatai rodo (žr. 4 pav.), kad dažniausiai įvardijami sunkumai, su kuriais tyrimo dalyviai susidūrė studijuodami nuotoliniu būdu, yra techniniai nesklandumai, gyvo bendravimo trūkumas, naujos paskaitų medžiagos supratimo problemos, padidėjęs užduočių kiekis ir apimtys, dėmesio blaškymas, aktyvumo įsitraukti į studijų procesą sumažėjimas.




**4 pav**. Sunkumai studijuojant nuotoliniu būdu: studentų vertinimas (proc.) (N = 200)

Šiuolaikinis pasaulis – inovatyvių technologijų laikas. Pastebima, kad nuotolinių studijų organizavimo procese svarbią vietą užimą technologinių galimybių naudojimas. Tačiau perkėlus ugdymo procesą į virtualią aplinką, susidūrimas su sunkumais, trukdžiais neišvengiamas, o tai, be abejonės, apsunkina sėkmingą ir kokybišką studijų nuotoliniu būdu proceso organizavimą (pvz., interneto ryšio sutrikimai, komunikacijos platformų veiklos trikdžiai ir pan.). Atlikus apklausos duomenų analizę (žr. 4 pav.), pastebima, kad dauguma tyrime dalyvavusių studentų (111 (55,50 %)) kaip pagrindinį sunkumą, iškilusį dalyvaujant studijų procese nuotoliniu būdu, nurodė *techninius nesklandumus* (su šiuo teiginiu *sutiko* 81 (40,50 %); *visiškai sutiko* 30 (15,00 %) respondentų). Kita vertus, svarbu paminėti, kad kaip vieną iš sunkumų, kylantį studijuojant nuotoliniu būdu, respondentai įvardijo *gyvo bendravimo su dėstytoju ir grupiokais trūkumą*

(*visiškai sutiko* 76 (38,00 %); *sutiko* 69 (34,50 %) apklaustieji). Pastebima, kad šio teiginio atsakymų pasiskirstymas patvirtina anksčiau analizuotų teiginių *trūksta gyvo bendravimo su dėstytoju* ir *trūksta gyvo bendravimo su grupiokais* atsakymų pasiskirstymą.

Analizuojant tyrimo duomenis, matyti, kad 119 (59,50 %) studentų sutinka su teiginiu *sunkiau suvokti naują paskaitos medžiagą* (*visiškai sutiko* 45 (22,45 %), *sutiko* 74 (37,00 %) respondentai). Šį studentų atsakymą galima susieti su prieš tai analizuotu teiginiu, nes, esant gyvam bendravimui, galima paklausti dėstytojo, pasitikslinti informaciją tiesiogiai „čia ir dabar". Kita vertus, 65 (32,50 %) studentai teiginį *pasikeitė dėstytojo grįžtamojo ryšio kokybė* įvertino kaip *nei sutinku, nei nesutinku*, o 50 (25,00 %) studentų *nesutinka* su šiuo teiginiu.

Analizuojant nuotolinių studijų ypatumus ir galimus jų eigoje sunkumus, atkreiptinas dėmesys į tai, kad prasidėjus nuotolinėms studijoms, dalis grupinių užduočių buvo adaptuotos ir pritaikytos individualiam studentų darbui (t. y. esama epidemiologinė situacija apsunkino ir apribojo darbą grupėmis). Analizuojant apklausos duomenis, pastebima, kad šiek tiek daugiau nei trečdalis (67 (33,50%)) studentų *sutinka* su teiginiu, jog *padaugėjo užduočių, kurias reikia atlikti savarankiškai*.

Esant nepalankiai epidemiologinei situacijai, 2020 m. kovo mėn. aukštųjų mokyklų bibliotekos buvo priverstos užsidaryti, o studentai turėjo naudotis elektroniniais informacijos ištekliais. Apklausos rezultatai rodo, kad beveik trečdalis (65 (32,50%)) studentų pripažino, jog pradėjus studijuoti nuotoliniu būdu, jiems *trūksta reikiamų priemonių, mokslinės literatūros užduotims atlikti* (*visiškai sutiko* 20 (10,00 %), *sutiko* 45 (22,50 %) respondentų). Kita vertus, analizuojant pateikto teiginio atsakymus, pastebima, kad 74 (37,00 %) studentai su mokslinės informacijos išteklių trūkumu nesusidūrė (su teiginiu *visiškai nesutiko* 27 (13,50 %), *nesutiko* 47 (23,50 %) respondentai).

Įvertinus tai, kad, studijuojant nuotoliniu būdu, yra sudaromos galimybės paskaitose dalyvauti būnant studijuojančiajam patogioje vietoje, vis dėlto tame įžvelgiamas ir trūkumas, kai, studijuojant namų aplinkoje, pašaliniai dirgikliai, dėmesio blaškymas gali turėti įtakos studijų kokybei. Kaip parodė tyrimo rezultatai, beveik pusė (99 (49,50 %)) studentų pripažino, kad, studijuodami nuotoliniu būdu, susidūrė su dėmesio blaškymu (*visiškai sutiko* 45 (22,50 %), *sutiko* 54 (27,00 %) respondentai). Galima daryti prielaidą, kad dėmesio blaškymas yra viena iš priežasčių, kodėl studentams yra sunku suvokti ir suprasti naują informaciją.

Visi anksčiau išvardyti sunkumai galėjo neigiamai paveikti studentų psichologinę būseną ir demotyvuoti studijų metu juos siekti gerų rezultatų. Tačiau 48 (24,00 %) studentai nesutinka su teiginiu, jog, studijuojant nuotoliniu būdu, jiems *dingo susidomėjimas anksčiau dominusiais mokomaisiais dalykais*, o trečdalis (62 (31,00 %)) studentų su šiuo teiginiu *nei sutiko, nei nesutiko*. Pastarasis rezultatas leidžia manyti, kad ekstremali situacija studentų motyvacijos nepaveikė, ir, nepriklausomai nuo taikomos studijų formos, studijuojančiųjų mokymosi motyvacija nesumažėjo. Vis dėlto atkreiptinas dėmesys į tai, kad trečdalis (61 (30,30 %)) studentų *sutinka* su teiginiu ir pripažįsta, kad, dalyvaujant nuotolinėse paskaitose, aktyvumas sumažėjo.

Atlikta detali duomenų analizė parodė, kad 114 (57,00 %) tyrimo dalyvių *visiškai sutiko* (30 (15,00 %) ir *sutiko* (84 (42,00 %)), jog *studijos nuotoliniu būdu vyksta sklandžiai*, o tai leidžia manyti, kad sunkumų studijuojant nuotoliniu būdu jiems nekilo.

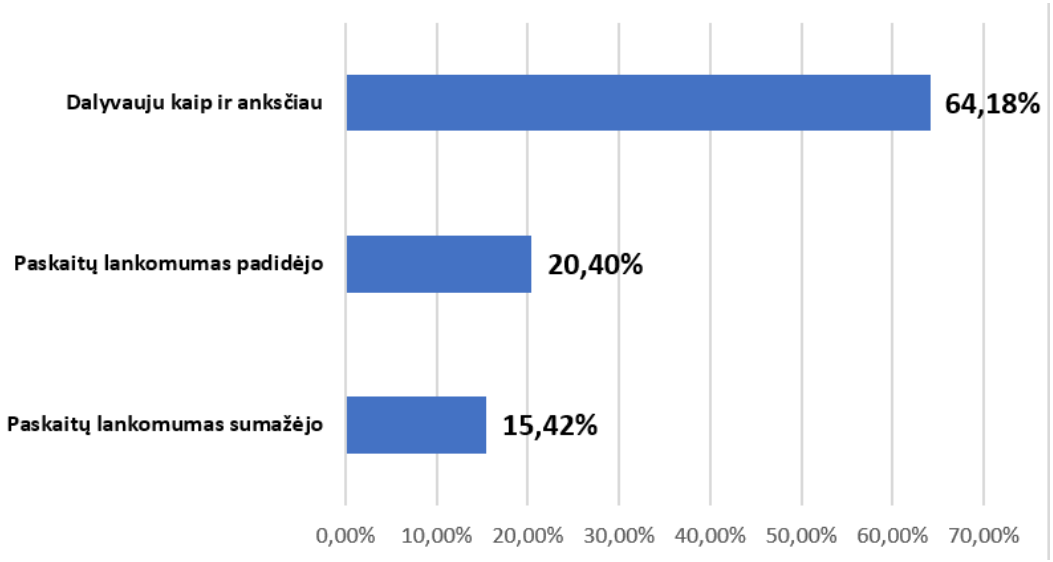
Apibendrinant galima teigti, kad, nepaisant to, jog aukštosios mokyklos, studentų vertinimu, yra gerai pasiruošusios organizuoti studijas nuotoliniu būdu, vis dėlto studijuojantiesiems iškilo sunkumų. Remiantis tyrimo rezultatais, matyti, kad studentai susiduria su skirtingais sunkumais: techniniais, psichologiniais, aplinkos trikdžiais.

Išanalizavus, su kokiais sunkumais studentai susidūrė studijuodami nuotoliniu būdu, svarbu išsiaiškinti ir problemų sprendimo būdus. Respondentams buvo pateikti teiginiai, apibūdinantys nuotolinių studijų metu kilusių problemų sprendimo būdus. Tyrimo dalyvių buvo prašoma pasirinkti kelis atsakymų variantus. Analizuojant apklausos duomenis (žr. 5 pav.), pastebima, kad dažniausiai studentai pagalbos kreipiasi į dėstytoją, grupės seniūną ar bendrakursius arba yra linkę juos spręsti savarankiškai.

**5 pav**. Problemų sprendimo būdų vertinimas (proc.) (N = 200)

Pastebima, kad net 128 (64,00 %) studentai problemas *sprendžia savarankiškai*. Taip pat svarbu paminėti, kad 121 (60,50 %) studentas *pagalbos kreipėsi į seniūną ar bendrakursius*, o 117 (58,50 %) pagalbos *kreipėsi į dėstytoją*. Kita vertus, tik 16 (8,00 %) studentų pagalbos *kreipėsi į studijų informacijos vadybininkę*. Pastebima, kad 111 (55,50 %) studentų *susidūrė su techniniais nesklandumais* (žr. 4 pav.), tačiau tik 7 (3,50 %) apklaustieji *kreipėsi pagalbos į informacinių technologijų specialistą*. Kita vertus, analizuojant apklausos rezultatus, pastebima, kad tik 18 (9,00 %) studentų *su nesklandumais nesusidūrė*.

*Studijų lankomumas ir krūvis: studentų vertinimas*. Mokslininkai Kraujutaitytė ir Pečkaitis (2003) teigia, kad pagrindinis nuotolinių studijų privalumas – prieinamumas, nes galima dalyvauti paskaitose iš bet kurios pasaulio vietos. Tačiau svarbu išanalizuoti studentų paskaitų, organizuojamų nuotoliniu būdu, lankomumą.




**6 pav.** Paskaitų, organizuojamų nuotoliniu būdu, lankomumo vertinimas (proc.) (N = 200)

Analizuojant tyrimo duomenis (žr. 6 pav.), pastebima, kad net daugiau nei dviejų trečdalių tyrimo dalyvių (129 (64,18 %)) lankomumas pradėjus studijuoti nuotoliniu būdu nepasikeitė. Svarbu paminėti, kad net 41 (20,4 %) studento lankomumas pagerėjo, tačiau 31 (15,42 %) studento lankomumas sumažėjo. Naudojant koreliacijos skaičiavimo metodą, pastebima, kad 18 (22,50 %) studentų, derinančių darbą su studijomis, lankomumas žymiai padidėjo. Svarbu paminėti, kad 23 (19,16 %) nedirbančių studentų lankomumas padidėjo, tačiau 19 (15,83 %) sumažėjo. Pastebima, kad 23 (23,95 %) universiteto ir 18 (17,14 %) kolegijų studentų lankomumas padidėjo. Kita vertus, 16 (16,66 %) universiteto ir 15 (14,28 %) kolegijų studentų lankomumas sumažėjo.

Tyrimo rezultatai rodo (žr. 4 pav.), kad kaip vienas iš sunkumų studijuojant nuotoliniu būdu buvo įvardytas *didesnis savarankiškai atliekamų užduočių kiekis*. Apklausos metu buvo siekiama sužinoti studento užduočių krūvio pokyčius pradėjus studijuoti nuotoliniu būdu (žr. 7 pav.). Respondentams buvo pateikti teiginiai, apibūdinantys studijų krūvio pasikeitimus studijuojant nuotoliniu būdu; tyrimo dalyvių buvo prašoma pasirinkti kelis atsakymų variantus.

**7 pav**. Nuotolinių studijų krūvio vertinimas (proc.) (N = 200)

Apklausos rezultatai rodo (žr. 7 pav.), kad respondentų atsakymai pasiskirstė tolygiai, todėl buvo taikytas statistinis tyrimo metodas ir buvo atlikta koreliacinė analizė.

Analizuojant teiginio *daugiau laiko praleidžiu savarankiškai pasiruošiant paskaitoms* atsakymus, pastebima, kad 167 (83,50 %) studentai *sutinka* su šiuo teiginiu. Pastebima, kad su šiuo teiginiu daugiausia sutinka tyrime dalyvavusios moterys (101 (60,00 %)). Pastariesiems rodikliams, tikėtina, galėjo įtakos turėti tai, kad nuotolinės studijos reikalauja papildomos informacijos paieškos ir tam skiriamo laiko.

Analizuojant teiginio *daugiau dėmesio skiriu papildomos informacijos paieškai* rezultatus, pastebima, kad 173 (86,50 %) studentai sutinka su šiuo teiginiu. Reikia paminėti tai, kad dauguma (85 (42,50 %)) su šiuo teiginiu sutinkančiųjų yra kolegijų studentai. Nors nuotolinių studijų privalumu laikomas dalyvavimas paskaitoje būnant namuose, tačiau tokiu būdu užduočių atlikimas reikalauja daugiau laiko. Apklausos metu paaiškėjo, kad su teiginiu *daugiau laiko užima užduočių atlikimas sutinka* 156 (78,00 %) studentai. Pastebima, kad su šiuo teiginiu sutiko 95 moterys. Tačiau analizuojant atsakymų pasiskirstymą tarp kolegijų ir universitetų bei nuolatinių ir ištęstinių studentų grupių, skirtumų nepastebima.

Apklausos rezultatai rodo, kad su teiginiu *studijų krūvis sumažėjo, nes nereikia skirti laiko nuvažiuoti iki aukštosios mokyklos, sutinka* 158 (79,00 %), o *nesutinka* 42 (21,00 %) studentai. Tyrimo rezultatai rodo, kad dauguma studentų, pritariančių šiam teiginiui, studijas derina su darbu. Kita vertus, su teiginiu *krūvis liko toks pat, skiriasi tik komunikacijos būdas*, sutiko 175 (87,50 %) respondentai. Apibendrinant galima teigti, kad studentų paskaitų krūvis, studijuojant nuotoliniu, būdu padidėjo, tačiau, kaip atskleidė tyrimo rezultatai, tai įtakos mokymosi motyvacijai neturėjo.

*Nuotolinių studijų tobulinimo galimybės*. Vienas iš paskutiniųjų tyrimo uždavinių buvo sužinoti nuotolinių studijų organizavimo tobulinimo galimybes. Studentų buvo prašoma parašyti savo nuomonę dėl nuotolinių studijų proceso tobulinimo. Nagrinėjant atsakymus ir interpretuojant duomenis, buvo remtasi tiriamųjų asmenine patirtimi ir siūlymais. Apibendrinti atsakymai pateikiami išskirtose kategorijose: techninės galimybės, studijų proceso tobulinimas, dėstytojų kompetencijų tobulinimas. Toliau pateikiami respondentų atsakymai (kalba netaisyta) ir jų interpretacija.

Nagrinėjant studentų nuomonę apie nuotolinių studijų proceso tobulinimą, matyti, kad dažniausia pasikartojantys siūlymai yra susiję su technologinių galimybių tobulinimu: „*Geresnis universiteto techninis pasirengimas, kuris padėtų išvengti technologinių nesklandumų*“ (universitetas, vyras); „*Kad paskaitos vyktu ne moodle aplinkoje o teams*“ (kolegija, vyras); „*Geresnes technologines galimybes nes kartais stringa paskaitos*“ (universitetas, moteris); „*Reikia programos, kurioje galima būtų pasitikrinti įgytas žinias*“ (kolegija, moteris). Analizuojant respondentų patirtį dėl patirtų sunkumų studijuojant nuotoliniu būdu, pastebėta, kad 111 (55,50 %) studentų teigia susidūrę su techniniais nesklandumais. Atsižvelgus į studentų siūlomas studijų tobulinimo galimybes, tikėtina, kad organizuojant studijų procesą nuotoliniu būdu, galima išvengti pasikartojančių sunkumų.

Kitas svarbus akcentas, kurį išskyrė studentai – tai studijų proceso tobulinimo galimybės, susijusios su komunikacija, užduočių pateikimu. Tyrimo dalyvių įsitikinimu, studijos nuotoliniu būdu vyktų sklandžiau, jeigu būtų: „*Daugiau bendravimo tarp studento ir dėstytojo*“ (universitetas, vyras); „*Visai padėtų dėstytojų supratingumas. Beveik kiekvienas yra pasakęs, „Dabar yra sunkus laikotarpis“, o tada savo deadline'ais padaro tai laikotarpį dar sunkesniu*“ (universitetas, moteris); „*Daugiau praktinių užduočių bei didesnių pastangų įtraukti studentus, kadangi informacija iš dėstytojo dažnai skamba, lyg iš plokštelės*“ (kolegija, vyras); „*Didesnis praktinių dalykų įtraukimas, ne vien teorija. Pageidautini vaizdiniai elementai, kaip tai veikia, parodyti vien „Youtube“ neužtenka*“ (kolegija, moteris); „*Didesnis dėstytojų/administracijos komunikavimas su studentais*“ (kolegija, moteris). Pastarieji teiginiai atitinka kiekybinio tyrimo metu gautus duomenis, kur buvo išskirti dažniausiai pasikartojantys sunkumai: *gyvo bendravimo su dėstytojais trūkumas* (108 (54,00 %))*; sunkesnis paskaitų medžiagos supratimas* (95 (47,50 %))*; paskaitų turinio pasikeitimai* (54 (27,00 %)).

Galima teigti, kad panaudojus praktikoje studentų pasiūlymus, galima tikėtis nuotolinių studijų organizavimo proceso tobulinimo.

Be to, pateikdami siūlymus dėl nuotolinių studijų proceso tobulinimo, studentai rekomenduoja tobulinti dėstytojų kompetencijas ir paskaitų organizavimą: „*Dėstytojų supažindinimas su įvairiomis programomis ir užtikrinimas, kad kiekvienas iš jų moka dirbti jomis*“ (universitetas, vyras); „*Dėstytojų mažesnis blaškymasis ir aiškiau pateikiama informacija*“ (kolegija, vyras); „*Jeigu dėstytojai iš karto paruoštų medžiagą, o ne per paskaitą, o vėliau atimtų mūsų laiką*“ (universitetas, moteris); „*Geresnis dėstytojo pasiruošimas. Skaidrių atnaujinimas, trikdžiai (gyvūnai, vaikai ir pan.) pašalinimas*“ (kolegija, moteris); „*Užduočių vykdymas online – iškarto, be papildomo „Files“ įkėlimo*“ (kolegija, moteris).

Išanalizavus studijų proceso tobulinimo galimybes, remiantis tyrimo dalyvių išsakytomis nuomonėmis, matyti, kad studentai įvardijo skirtingas tobulinimo galimybes, sąlygojančias sėkmingą nuotolinių studijų proceso organizavimą. Studentų nuomone, naudojant technologijas bei jas tobulinant, didinant dėstytojų kompetencijas ir plečiant paskaitų organizavimą, galima padidinti studijuojančiųjų pasitenkinimą nuotolinėmis studijomis ir tuo pačiu išvengti nuolat pasikartojančių nesklandumų.

Apibendrinant tyrimo rezultatus, galima teigti, kad, daugelio studentų vertinimu, nuotolinių studijų organizavimo procesas vyksta sklandžiai. Atsakingai studijuojant, suprantant, kad svarbiausias yra pasiektas geras studijų rezultatas, studentai nebijo iššūkių ir greitai prisitaiko prie naujos studijų formos. Epidemiologinė situacija nepaveikė studentų mokymosi motyvacijos, todėl studentai aktyviai studijuoja savarankiškai.

**Išvados**

1. Atlikus mokslinės literatūros analizę, galima teigti, kad pasaulinė pandemija tapo prielaida sunkiausiai švietimo sistemos užduočiai – greitai pereiti prie studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu.

Aukštojo mokslo institucijoms iškilo poreikis ir būtinybė atsinaujinti ir keistis, lanksčiai prisitaikyti prie pokyčių ir esamos situacijos.

2. Remiantis kiekybiniame tyrime dalyvavusių studentų vertinimais, nustatyti studijų proceso organizavimo nuotoliniu būdu ypatumai:

- Tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma studentų aukštųjų mokyklų pasiruošimą organizuoti studijas nuotoliniu būdu įvertino puikiai arba gerai.

5. Remiantis studentų vertinimais nustatyta, kad privalumai studijuojant nuotoliniu būdu yra šie: laiko taupymas, sudarytos sąlygos studijuojančiajam dalyvauti paskaitose būnant bet kurioje šalies vietoje, galimybė atlikti kelis darbus vienu metu ir sudarytos galimybės derinti studijas ir darbą. Remiantis tyrimo rezultatais, matyti, kad gyvo bendravimo su dėstytojais ir grupiokais nebuvimas, sunkumai suvokiant naują paskaitų medžiagą yra pagrindiniai nuotolinių studijų trūkumai.

- Išanalizavus tyrimo rezultatus pastebima, kad dažniausiai įvardijami sunkumai studijuojant nuotoliniu būdu yra šie: techniniai nesklandumai, gyvo bendravimo trūkumas, naujos paskaitų medžiagos supratimo problemos, padidėjęs užduočių kiekis ir apimtys, dėmesio blaškymas, aktyvumo įsitraukti į studijų procesą sumažėjimas.
- Remiantis tyrimo rezultatais, galima teigti, kad, daugumos studentų vertinimu, nuotolinės studijos vyksta sklandžiai, tačiau pastebima, jog studentų aktyvumas ir paskaitų lankomumas sumažėjo.
- Tyrimo rezultatai parodė, kad studijos nuotoliniu būdu reikalauja papildomos informacijos paieškos bei studentams iškilo poreikis daugiau dėmesio skirti savarankiškam pasiruošimui paskaitoms.

3. Remiantis įvardytais studentų pasiūlymais, nuotolinių studijų organizavimą aukštojoje mokykloje tobulintų techninių galimybių naudojimas, studijų proceso tobulinimas, dėstytojų kompetencijų didinimas.

**Literatūra**


Abromavičienė, D., Teresevičienė, M. ir Volungevičienė, A. (2014). Changing roles of andragogues and learners in technology enhanced teaching/learning. *Andragogy*,4, 99–110.

Arquilla, J., & Guzdial, M. (2020). Transitioning to Distance Learning and Virtual Conferencing. *Communications of the ACM*, 63(7), 10–11. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1145/3398386.

Bagdonė, I. (2015). Šiuolaikinės mokyklos valdymas. *Švietimo ir mokslo ministerija,* 2 (126). Prieiga per internetą: https://www.sac.smm.lt/wp-content/uploads/2016/01/vlm_SPA-2015-sausis-Nr2-126.pdf.

Gonzalez, T., de la Rubia, M. A., Hincz, K. P., Comas-Lopez, M., Subirats, L., Fort, S., & Sacha, G. M. (2020). Influence of COVID-19 confinement on students' performance in higher education. *PLoS ONE*, 15(10), 1–23. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239490.

Simons, J., Leverett, S. & Beaumont, K. (2020) Success of distance learning graduates and the role of intrinsic motivation, Open Learning. *The Journal of Open, Distance and e-Learning*, 35(3), 277–293. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.1080/02680513.2019.1696183.

Jokštaitė, K., Pociūtė, B. (2014). Studentų įsipareigojimas profesijai: pasitenkinimo profesiniu pasirinkimu, karjeros aspiracijų ir karjeros adaptyvumo sąsajos. *Psichologija*, 49, 60–80.

Jonaitienė, L., Čiţienė, R. ir Adomėnienė, A. (2013). Application of the Blended Teaching/Learning Methods in the Education Process of Pharmacy Assistants and Cosmetologists at Kauno Kolegija/University of Applied Sciences. *Health Sciences*, 23(4 (89)), 135–139.

Jurgaitis, D., Kaklauskienė, D. ir Kaklauskas, L. (2003). Nuotolinių studijų taikymo kvalifikacijos kėlimui sąlygos. *Psichologija*, 7. Prieiga per internetą: https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2003~1367156594199/J.04~2003~1367156594199.pdf.

Keegan, D. (1990). *Foundations of Distance Education*. London: Routledge.

Kelnerytė, L. (2011). *Mokyklos nelankymo priežastys ir šios problemos sprendimo būdai* (magistro darbas, Šiaulių universitetas). Prieiga per eLABa https://vk.lvb.lt/permalink/f/1mdb4o6/ELABAETD1941153.

Kraujutaitytė, L. ir Pečkaitis, J. S. (2003). *Nuotolinių studijų organizavimas: strategijos ir technologijos*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas.

Lietuvos nuotolinio ir e. mokymosi (LieDM) asociacija. (n. d.). *Lietuvos nuotolinio ir e. mokymosi (LieDM) asociacijos nariai*. Kaunas: LieDM asociacija. Prieiga per internetą: http://liedm.net/nariai/.

Lietuvos Respublikos švietimo, sporto ir mokslo ministerija. (2012). *Valstybinės švietimo strategijos įgyvendinimas 2003–2012*. Vilnius: Švietimo aprūpinimo centras. Prieiga per internetą: https://www.smm.lt/uploads/documents/kiti/1562_Svietimo_strategija%202012.pdf.

Martin, E. E., Rainey, L. (1993). Student Achievement and Attitude in a Satellit Delivered High School Science Course. *The American Journal of Distance Education*, 7 (1).

Molchanova, E., Kovtoniuk, K., & Savych, O. (2020). Covid-19 Presents New Challenges and Opportunities to Higher Education. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 12(2Sup1), 168–174. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.18662/rrem/12.2Sup1/303.

Osipov, A. Y., Kudryavtsev, M. D., Galimova, A. G., Plotnikova, I. I., & Skurikhina, N. V. (2020). How can Distance Learning be Used in the Physical Education of Students?. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 12(2Sup1), 77–85. Prieiga per internetą: https://doi.org/10.18662/rrem/12.2Sup1/292.

Rogers, A. (2000). *Teaching Adults*. London: Open University Press.

Rutkauskienė, D., Targamadzė, A., Mušankovienė, V. R., Simonaitienė, B., Abarius, P., Mačiulis, M., Kulvietienė, R., Cibulskis, G., Kubiliūnas, R., ir Žvinienė, V. (2003). *Nuotolinis mokymasis: mokomoji medžiaga*. Kaunas: Technologija.

Rutkauskienė, D., Lenkevičius, A., Targamadzė, V. ir Volungevičienė, A. (2007). *Nuotolinio mokymosi dėstytojo vadovas*. Vilnius: Informatika.

Schlosser, C. A., Anderson, M. L. (1994). *Distance Education: a Review of the Literature*. Ames: Iowa Distance Education Alliance.

Studijų kokybės vertinimo centras. (n. d.). Nuotolinių studijų kokybės vertinimo metodikos ir jos taikymo tvarkos sukūrimas. Prieiga per internetą: https://www.skvc.lt/default/lt/projektai/uzbaigti-projektai#nuotolines_studijos.

Tolūtienė, G. (2012). Šiuolaikinių studentų mokymąsi aktyvinančių strategijų taikymo aspektai. *Andragogika,* 1 (3).

Tolūtienė, G., ir Jovarauskaitė, A. (2011). Suaugusiųjų mokymosi aktyvinimas: realijos ir plėtojimo galimybės. *Bridges / Tiltai*, 55(2), 177–192.

Žvidrauskas, D. (2008). *Aukštojo mokslo prieinamumo pokyčių įvertinimas*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas. Prieiga per internetą **http://www3.mruni.eu/~nsc/dokumentai/Santrauka.pdf**

# THE EFFICIENCY OF MOBILE APPS AND WEBSITES IN LEARNING ENGLISH

**Anfisa, Chepeleva**
*Faculty of Linguistics, The Institute for The Humanities and Information Technologies, Moscow, Russia*
*sovafisa@icloud.com*

Consulted by Oksana Kurenya, Dean of Linguistics Faculty, International College of Arts and Communication

**Abstract**

Since technologies and online services are rapidly developing in modern society and they are covering more and more spheres of people's live, and education is one of them, the topic of this article was considered to be relevant and actual. The main task of the work was a detailed study of mobile applications, including methods of their usage, the effectiveness of this source of knowledge, comparing this method to the classical ones, the best ways to use apps and websites and their key advantages and disadvantages. Amongst main advantages the following were identified: ability to practice anywhere, ability to choose the time and duration of classes, ability to study personally interesting topics, colourful design, playfulness of tasks and exercises, lack of distractions, focus of the process on one person. Amongst disadvantages the following were identified: lack of theoretical information, lack of practice with native speakers and with other language learners, lack of external control and competition, and the necessity for high self-discipline. The article contains the analysis of the theoretical sources and the survey among IGUMO students on the topic of the usage of mobile apps and websites for language learning.

KEYWORDS: Foreign languages, English language, studying, self-education, mobile apps, online education.

## Introduction

At the present stage of the formation of society, it is difficult to deny the rapid development of technology. Technology is an integral part of human life. It gets into all spheres of human activity and spreads in its' influence more and more every day. The main advantage of the development of technology is that we now have a global, world-wide information space.

Having access to the Internet and a computer, a person can find and use almost any information. According to the UN, 53.4% of the world's population has access to the Internet, in developed countries 90% of people (Hromadske.ua). And the internet continues to become more and more accessible every year. As noted above, information technology covers all spheres of life, and education is not an exception.

A huge amount of educational resources, e-books, textbooks, entire libraries, scientific works - all this is in the public access and is actively used by students, pupils, teachers and everyone who is interested.

Despite the fact, the study of foreign languages online, using a computer or telephone connected to the Internet, began to gain popularity relatively recently, but very rapidly (Odinokaya, Kollerova, 2017).

**Problem of the article:** despite the increasing popularity of this method of learning foreign languages, its widespread prevalence and availability, there is a serious lack of systematized and reliable information on this issue. So, can online learning be combined with more classical methods, such as a school or university? If so, which way it should be done? Will it be effective and convenient? What kind of advantages and disadvantages does it have?

**Aim of the work:** defining the advantages and disadvantages of mobile apps and websites in foreign language learning, comparing this type of knowledge sources with more classical ones.

**Work goals:**

- to find out the relevance and the demand of mobile applications in learning foreign languages,
- to outline the advantages and disadvantages of mobile applications comparing to classical sources of language learning,
- to describe the teaching methods used in mobile applications,
- to determine the most effective way to use applications,
- to determine the effectiveness of applications as independent sources of language learning.

**Research hypothesis:** according to the aim and the goals of the project, the following hypothesis was formulated: Assuming that learning a foreign language with the help of applications is an effective addition to learning using classical methods.

**Methods:** Studying of various theoretical sources, collecting data, empirical analysis of the results of the survey, classification, comparison, statistics.

## Theoretical analysis of the problem under study

To begin with, there is some analytical data on several online language resources. The first online service was Lingualeo, which appeared in Russia in 2013 (vc.ru). In the same year, the largest online school for learning a foreign language "Sky-Eng" was founded. At the moment, the number of websites, online schools and applications is countless, new ones appear almost every day, which is the first confirmation of their relevance. The second argument confirming the relevance and necessity of mobile applications is the number of people using this resource.

The number of active (regularly studying and taking paid lessons) students of the Sky-Eng school is 45 thousand, and a total of 1 million people are registered on the website, on Lingualeo there are 2 million people who are actively learning English, and a total of 18 million are registered. The Duolingo foreign language learning app has 25 million active users from all over the world [lpgenerator.ru], and the Drops app has 10 million. In 2018, Drops was named the best app of the year by Google [Drops, careers at drops].

**Table 1.** Number of learning apps users (*Source: app's data*)

| Language learning app | The number of students |
|---|---|
| Duolingo | 25 000 000 |
| Lingualeo | 18 000 000 |
| Drops | 10 000 000 |
| Sky-Eng | 1 000 000 |

All of what is said above suggests that at the moment mobile applications are very highly demanded and extremely relevant source for learning a foreign language.

According to the results of the own research and analysis of theoretical sources it was found out that mobile apps have a lot of positive characteristics (Gangaiamaran, Pasupathi, 2017). Let's consider the main ones:

1. Ability to practice anywhere

The main advantage of mobile applications and sites is accessibility: as a rule, in the case of offline education, the school is not close to home, therefore, it becomes necessary to look for a convenient location, allocate time for the classes and for the way back and forth, make changes to an already busy schedule. In the conditions of the modern world, this is irrational and inconvenient. Online studying makes it possible to study in any place that is convenient for a person: at home, in the subway, in a cafe, on the street, etc. In addition, with the help of online platforms, all people can receive a quality education, regardless of whether they live in the capital or in a remote region. The main thing is Internet access.

2. Ability to choose the time and duration of classes

This can also be attributed to accessibility. On online platforms, you can learn a language at any time, 24 hours a day and devote as much time to classes as it is convenient personally for you: you can study 2 times a week for three hours, or 15 minutes every day. Each person has the opportunity to build a studying schedule depending on their capabilities and willingness.

3. Ability to study personally interesting topics

As a rule, applications and sites do not imply boring rules, trivial topics and unnecessary vocabulary. On many online platforms, before starting studies, students are asked to choose the goal of learning the language and the topics of interest to them in order to build a curriculum that will be useful and exciting for a specific person (for example, if the student's goal is English for traveling and basic communication, then after mastering the basics of the language, he will be asked to study exactly the phrases that will be useful on the journey, and not the forms of irregular verbs).

4. Colorful design, playfulness of tasks and exercises

Using the example of the "Duolingo" app, you can clearly demonstrate what is meant. The program looks like a chain of knowledge, the links of which make up lessons on various topics. At the very beginning, the student needs to master such blocks of exercises as "basics", "simple phrases", etc., passing these "levels of the game", you can move on to verbs and pronouns, then to adjectives and questions, and so on. As in the game, the student has “lives” that are wasted when making mistakes in the exercises, but for each lesson passed, “diamonds” are awarded - reward points, which can later be spent on something useful. An integral part is a bright interface: buttons, icons, arrows, encouraging messages when assignments are completed correctly and reminders that it is necessary to complete the lesson - all this does not allow the student's attention to be scattered, makes the learning process more enjoyable and exciting.

5. Lack of distractions, focus of the process on one person

Unlike offline courses, where classes can often be attended by 8-12 people, and the teacher's attention is distributed to everyone, in online platforms, training takes place in the format of individual practice. The student is not distracted by anyone, he is completely immersed in learning and focused on the process.

6. Low price

After analyzing the prices for English courses in various language schools in Moscow, it was found that the average price for training is 8-9 thousand rubles per month (lesson in a group of 8-12 people, 2 times a week for 1.5 hours) [Schoolrate.com], while online training is either free or costs several times cheaper. Based on the example of online platforms considered in the study, the prices for studying are following:

“Duolingo” - free (there is a paid premium version)

"Drops" - free (there is a paid premium version)

"Lingualeo" - free (there is a paid premium version)

"SkyEng" - individual lesson with a teacher 790 rubles per hour (SkyEng.ru)

“Quizlet” - free (there is a paid premium version).

Also, during the research, I was able to identify the following disadvantages of mobile apps and websites (Alvarado, Coelho, Doughert, 2016) (BestTechie):

1. Lack of theoretical data

In most mobile applications, there are no theoretical materials at all, the program does not provide any grammar rules, no reference information. The training focuses mainly on the study of words, stable constructions and expressions that the student can use in practice.

2. Lack of practice with native speakers or with other language learners

Despite the fact that there are applications aimed specifically at communicating with foreigners (for example, "Busuu"), for the most part, Internet platforms provide classes in an individual form: the student simply completes the tasks and does not communicate either with the teacher or with classmates. As a consequence, there is a lack of conversational practice, which is certainly an important part of language learning.

3. Lack of external control and competition, the necessity for high self-discipline

Online courses require a certain degree of independence from students, since there is no one who would follow the learning process, all responsibility lies on the student himself. He himself is responsible for how much he studies and how effectively, whether he skips classes, or does everything necessary, does his homework, and how attentively he works in the lessons. Not every person has self-discipline, so many prefer the offline format, where there is a teacher who controls the process. It is also worth noting, that the presence of other students in the group and a certain competition between them has a motivational effect. When a student realizes that everyone in the group has completed the homework, he does not want to be left behind and therefore does it himself. In addition, students often try to work more actively in the classroom when they compare themselves with others. And if we talk about children or adolescents, the desire to be in a company and communicate with other people is often a more significant motive to come to class than to gain knowledge.

**Table 2.** Advantages and disadvantages of learning apps (*Source: made by author according to Alvarado et al., 2016*)

| **Advantages** | **Disadvantages** |
|---|---|
| Ability to practice anywhere | Lack of theoretical data |
| Ability to choose time and duration of classes | Lack of practice with native speakers or with other language learners |
| Ability to choose personally interesting topics | Lack of external control and competition, the necessity for high self-discipline |
| Colorful design, playfulness of tasks | - |
| Lack of distractions, focus of the process on one person | - |
| Low price | - |

Learning Methods and Task Types Used in Mobile Apps

Earlier in the work, when describing the advantages and disadvantages of mobile applications, the teaching methods used were already partially mentioned. However, it is worth considering this issue in detail. So, most of the mobile applications are built on the principle of the game, with all the relevant elements, such as: reward for the completed level, limited lives, leaderboard, etc.

The closest attention should be paid to the types of tasks that the student is invited to perform in the application. In addition to classic assignments such as translating sentences, translating words, reading aloud, etc., online sources provide students with assignments that, as a rule, are not used as often in an offline format and are somewhat unique. Let's consider the main ones:

1. Matching a word with an illustration

One of the most common types of tasks. The student is required to combine the foreign word given to him with a picture that illustrates its meaning. Tasks of this type are particularly effective, since the human brain is more prone to memorizing symbols and images than to memorizing words. In addition, in this task, the student builds an association between the word and its visual reflection, which leads to the construction of additional neural connections, and, consequently, to the best memorization of information. In the Drops mobile application, tasks of this type make up a significant part of all those presented, in the Duolingo application, such tasks are given to students mainly only at the initial level of study, for primary acquaintance with vocabulary.

2. Flashcards

The essence of this method lies in the fact that the student is offered a card on which a word is written on one side, and its translation on the other. The student looks at the card, sees a word and, if he cannot remember its translation, clicks on the screen; when pressed, the card flips over and the student sees the answer. This learning method is also considered one of the most effective, as it actively uses the brain processes associated with memory (Biryukova, 2012). Looking at the word on the card, a person tries to independently reproduce its definition, written on the other side, which contributes to memorization, in contrast to, for example, simply reading the text in a textbook or choosing the correct answer in the test (Brainscape.com). In fact, the Quizlet application, one of the most popular applications for learning on the market, is built on the method of flash cards.

3. Selection and substitution of the missing word in the sentence

The student's task: according to the context, correctly substitute the missing word in the sentence. As a rule, the task has answer options. For instance, “My mother went to the florist’s shop and bought some fruits / apples / flowers / hats”. This task is effective, since the student is given not just a word as a lexical unit, but also an example of its use. This way words and expressions are remembered better because associative memory is involved (Zapier.com).

## Empirical research

Mobile applications and websites for learning a foreign language are in demand. However, the question of the effectiveness of their use remains unclear: does online learning bring results? How to build an online-learning process properly in order to get the most out of it?

To find out the answers to these questions, a survey was conducted in which 143 people aged 14 to 25 years old, studying from 1 to 3 or more foreign languages, took part.

The aim of the survey was to find out the opinion of young people, on how to use mobile applications in learning a foreign language, as well as to find out the personal experience of the participants.

After answering the question “Have you ever used mobile applications in learning a foreign language?”, to which 89.2% answered “yes”, the respondents were asked to answer the following key questions:

1. What was your level of language proficiency at the time of using the mobile application?
2. How did you use the mobile app?
3. Did using the mobile app help you in learning a foreign language?
4. In your opinion, can learning via mobile application be the only source of knowledge?

To the first question, 64.5% of the participants answered that they wanted to improve their knowledge of a language that they already knew, and 34.5% that they had learned a new, unfamiliar language using a mobile application.

The following answers were offered to the second question.

• I studied only using the mobile application (4%).
• I studied with a teacher and used the mobile application as an additional source of knowledge (75%).
• I studied independently and used the mobile application as one of the sources of knowledge (38%).

The following answers were received to the key question "Did the use of the mobile application help you in learning a foreign language?".

• 37% - yes, but I could do without it.
• 49% - yes, it helped significantly.
• 14% - no, it didn't help.

**Table 3.** Survey results

| Question | Answer | Notes |
|---|---|---|
| Please note your age: | 14-18 (71.8%)<br>19-25 (23%) | Learning via mobile apps is more spread among younger generation. |
| How many foreign languages do you learn? | 1 (51.3%)<br>2 (30%)<br>More than 3 (15.4%) | Language learning apps are equally spread among people who only learn one language and multilingual people. |
| Have you ever used any language learning mobile app? | Yes (89.2%)<br>No (10.8%) | Mobile apps as a method of learning a foreign language are in demand and relevant at the moment. |
| What was your language level at the time of using the app? | I wanted to improve my knowledge of a language already familiar to me (64.5%)<br>I was just starting to learn a new language (35.5%) | People more often use mobile apps as an additional element to the already existing language learning system. |
| In which way did you use a mobile app? (several answers can be chosen) | I studied with a teacher and used an app as an addition to the main classes (75.4%)<br>I studied language myself and used an app as one of the sources of knowledge (37.6%)<br>I only used a mobile app (4%) | While studying a foreign language people usually use several methods of learning.<br>Most people use apps as an addition to the main source of knowledge. |
| Did using an app help you in learning a foreign language? | Yes, significantly (49%)<br>Yes, but I could do without it (37%)<br>No (14%) | Mobile apps effectively help in learning a foreign language. |
| In your opinion, can learning with the help of a mobile app be the only source of knowledge? | No, mobile app should be an addition to the main source of knowledge (54.7%)<br>Yes, but only at the first stage of learning a language (36%)<br>Yes (9.3%) | |

When asked whether it is possible to use a mobile application as the only source of knowledge, 55% of the participants answered that a mobile application should be an addition to any main source of knowledge; for example, to classes in a university, classes with a teacher, independent study of the language using textbooks, etc.

36% believe that a mobile application can be the only source of knowledge, but only at the first stage of language learning.

And finally, 9% of the respondents believe that for successful language learning it may be enough to use a mobile application as the main and only source of knowledge.

## Conclusion

In the course of the study, mobile applications for learning a foreign language, the methods of their use, the options for the tasks presented, the effectiveness of this source of knowledge, and key advantages and disadvantages were studied in great detail.

Also, theoretical sources were analysed, and as a result the following was found out: mobile applications for learning a foreign language appeared relatively recently, but their number is rapidly increasing, as well as their demand. That fact was proved by the number of mobile apps users and by the results of the survey in which 89.2 % of the participants answered that they have used a mobile app for language learning at least once in their life.

It is no coincidence that mobile applications are so popular, they have a number of advantages thanks to which online learning, being an innovative format, significantly outperforms classical sources. Accessibility, more modern teaching methods, and colourful and interesting design are key benefits.

Among the disadvantages were the lack of speaking practice with a native speaker and a lack of external control, which can become a problem for the unmotivated students.

Moreover, the most frequently used in mobile apps methods were presented, amongst which: matching a word with an illustration, flashcards, selection and substitution of the missing word in the sentence. And the efficiency of this type of tasks was explained.

Also, as a result of the survey, it became known that the majority of participants consider mobile applications to be an effective source of knowledge only if they are an addition to the main, usually offline source. Thus, the hypothesis formulated at the beginning of the study was confirmed.

This project is the basis for further research, in which the work of mobile applications will be studied in more detail, as well as the methods and techniques presented in them.

### References


ALVARADO, N. C., COELHO, D., DOUGHERTY, E. (2016) Mobile apps for ELLs: Supporting language learning with engaging digital tools. *Argentinian Journal of Applied Linguistics*. Vol. 4, No. 1, 43-58. Available at URL: http://www.faapi.org.ar/ajal/issues/401/AJALVol4(1).pdf#page=44 (20.11.2020)

BIRYUKOVA, N. U. The Role of Visualization in Teaching a Foreign Language: A Mnemonic Method for Using Flash Cards. *Text of the scientific article in the specialty "Education Sciences". Cyberleninka.* Available at URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-vizualizatsii-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-mnemonicheskiy-metod-ispolzovaniya-flesh-kart/viewer (28.11.2020)

BestTechie [Electronic resource] Available at URL: https://www.besttechie.com/the-advantages-and-disadvantages-of-mobile-apps-in-education/

Brainscape.com [Electronic resource] Available at URL https://www.brainscape.com/blog/2011/04/reasons-why-flashcards-are-so-effective/ (19.11.2020)

Drops, careers at drops [Electronic resource] Available at URL: https://apply.workable.com/drops/ (18.11.2020)

GANGAIAMARAN, R., PASUPATHI, M. (2017) Review on Use of Mobile Apps for Language Learning. *International Journal of Applied Engineering Research* ISSN 0973-4562 Vol. 12, No 21, pp. 11242-11251. Available at URL: http://www.ripublication.com/ijaer17/ijaerv12n21_102.pdf

Hromadske.ua [Electronic resource] Available at URL: https://hromadske.ua/ru/posts/pochti-polovina-naseleniya-zemli-do-sih-por-ne-imeet-dostupa-k-internetu-oon (19/11/2020)

lpgenerator.ru [Electronic resource] Available at URL: https://lpgenerator.ru/blog/2018/03/16/kak-duolingo-sozdala-700-millionnuyu-kompaniyu-blagodarya-tomu-chto-ne-brala-dengi-s-polzovatelej/ (19.11.2020)

ODINOKAYA, M. A., KOLLEROVA, M. V. The role of educational mobile applications in learning English. *Text of a scientific article in the specialty "public education. pedagogy ". Cyberleninka.* Available at URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-obrazovatelnyh-mobilnyh-prilozheniy-v-izuchenii-angliyskogo-yazyka (18.11.2020)

Sinonim.org [Electronic resource] Available at URL: https://sinonim.org/ (17.11.2020)

Skyeng.ru [Electronic resource] Available at URL: https://skyeng.ru/price (19.11.2020)

Schoolrate.com [Electronic resource] Available at URL: https://www.schoolrate.ru/stoimost-kursov-anglijskogo.html (16.11.2020)

vc.ru [Electronic resource] Available at URL: https://vc.ru/services/52577-rossiyskie-onlayn-shkoly-i-servisy-dlya-izucheniya-angliyskogo-yazyka-skolko-zarabatyvayut-i-kak-prodvigayutsya (18.11.2020)

Zapier.com [Electronic resource] Available at URL: https://zapier.com/blog/better-memory/ (17.11.12020)

# SOCIAL MEDIA POSITIVE IMPACT ON YOUTH DAILY LIFE

**Jonas Gaškauskas**
*Vilniaus kolegija / University of Applied Sciences, Faculty of Business Management*
*Jonas.gaskauskas@stud.viko.lt*

Consulted by Flavius Streianu, lecturer of Vilniaus Kolegija / University of Applied Sciences Faculty of Business Management

## Abstract

In recent years, an increase in social media usage and time spent on social network platforms due to profound digital technology progress and innovation has made information access effortless and consequently impacted society as a whole and specifically youth due to their affinity to the perceived positive gains in online status and personal image. This article will provide an overview of social media's evolution and the emotional impact it has on its users by presenting opposing views. On the one hand, the adverse effects of addictiveness of the youth and the risk of misinformation and other associated risks, and on the other hand, representing a valuable platform for networking with peers with positive effects on upskilling and personality forming. A critical analysis and review of scientific literature are performed on the psychological impact of social media usage among youth by presenting behavioral changes in their effectiveness in acquiring information and their efficiency based on the time invested online. The article concludes that to raise awareness among youth regarding the positive changes social media has on their daily life, a more robust filter should be imposed on the quality of the information circulating online, along with personal checks and balances on online self-care routines.

KEY CONCEPTS: misinformation, social media, social network, impact, time, personality formation

## Introduction

Social media is one of the most powerful tools in today's world by offering users any information that they would like to see with no effort. Information provided on social media platforms is limitless, and this is strongly affecting society and especially youth. Social media can change youth personality by their overall interest in the most attractive way, which usually is not noticeable, so they do not know if they will be affected positively or negatively.

**Problem of the article:** Youth spends most of their time on social media platforms.

**The aim of the work:** To raise awareness and prove that social media brings positive changes to everyday life for young people.

**Tasks of the work:** To disclose Social media in more detail by separating into different segments, which are listed below:

1. To show what is included in social media status
2. To highlight social network goal in society
3. To present the advantages and disadvantages of using social media
4. To show public network users' emotional behavior
5. To disclose social media skills forming for each individual according to their researches
6. To sum up conclusions of achieved research

**A research hypothesis**: Protecting social media from misinformation, youth would gain more benefit from it and build their personalities more efficiently.

**Theoretical justification**

Scientific and methodological literature that is directly related to the topic, problem of the article is reviewed and cited. The theoretical aspects of problem solving are analyzed, one or another theory is critically evaluated.

## Understanding Social Media

The definition of social media is "the relationships that exist between network of people" (Walter and Riviera, 2004).

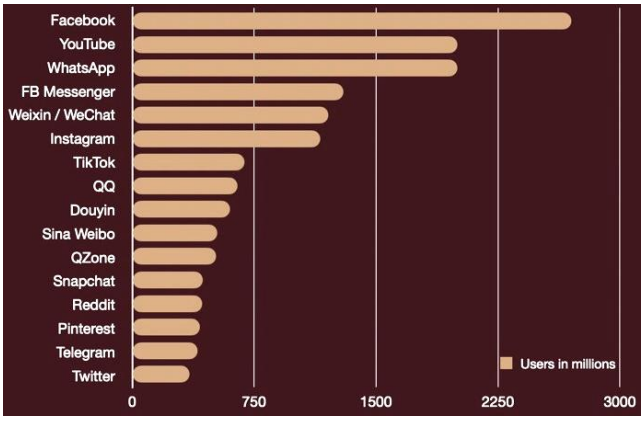



**Figure 1. Social Media Users (2020)**

However, definition explained in technical words that social media is a computer-based application that enables the exchange of ideas, thoughts, and knowledge by creating virtual networks and communities. By nature, social media is internet-based and provides users with a fast electronic sharing of information (Dollarhide Maya E., Drury Amy; 2020). The material contains contact records, animations, documents, and photographs. Users participate in social media via laptops, tablets, or smartphones via browser-based apps or web applications, often using them for messaging purposes. Social networking usually features user-generated content and features customized accounts. While social media is dominant in America and Europe, China and India are actually leading the way in social media. Seventy-three percent of youth in United States of America now use social media websites (Oberst, 2010). Social networking is used to communicate with relatives and friends but was later introduced by companies who wished to take advantage of a typical digital communication medium to reach out to consumers. The strength of social media is the opportunity to communicate and exchange knowledge with someone on Earth or with multiple people at the same time. There are more than 3.8 billion users on social media worldwide. Social media is an ever-changing web-based network. By the "Pew Research Center", consumers on social media tend to be younger. Almost 90% youth between ages of 17 and 28 used one social media type. Moreover, these people tend to be well educated and relatively affluent or earn more each year than those who ignore social media sites—worldwide aggregate statistics of mass media subscribers as seen below Figure 1, data source Statista (2020).

## Social media platforms usage

Social networking may take the form of several technological activities. These practices include photo uploading, tweeting, social games, social networks, video sharing, business networks, interactive worlds, feedback, and more. Even administrations and politicians use social media to communicate with constituents and voters.

For groups, social media users use it to stay in contact with friends and extended family members. Mitsukura, Y (2014) spoke that people will use different social media apps to network job prospects, locate people worldwide with shared preferences, and share their opinions, feelings, perspectives, and emotions. Many participating in these events are part of a virtual social network. Almost 25% of students' time on the internet is now spent by using digital social platforms Jacobsen and Forste (2011).

Social networking is an indispensable platform for companies. Companies use the site to identify and involve consumers, boost revenue through advertisement and marketing, gauge market trends, and provide customer service or assistance. The role of social media in supporting companies is essential. It promotes contact with consumers, making it easier to merge social connections on e-commerce pages. Its ability to gather knowledge helps to concentrate on market analysis and campaign activities. It aims to advertise goods and services to facilitate tailored, timely, and unique offers and coupons to prospective buyers.

## Social media platforms negative example

Although public media platforms have an optimistic side, many refer to site and single out negative aspects, linking overuse to addiction. The "National Center for Biotechnology" knowledge ties the use of massive social media to depression. Digital network may also be a medium for distorted facts and falsehoods (Kropotov, V., and Yarochkin, F. 2017). The 2016 US accounts of the presidential election are well known effects of the platform's distribution of false facts. It leverages such a phenomenon social media's influence, enabling everyone to target millions of viewers with material that ignores closely watching or tracking of truth.

## The Importance of Social Network

Public media is now an important part of many people's lives. Analysis has shown that half of the children between the ages of eight and seventeen have social networking accounts such as Twitter, Messenger, Instagram, TikTok, and others.

Ross Coyle (2019) said young adults and people of all ages and occupations use social networking sites as a medium of contact. Yashwanth Sitamraju (24 December 2018) wrote that social media plays a dominant part in our everyday lives. It generates a wide variety of impacts on people as it is posted through social media. Social networking platforms provide children with the ability to remain linked to peers and families, meet new friends, post photographs, and share ideas. Children will also participate in their community through raising funds for charity, cultivating their talent by sharing their art or music, and getting to meet people from varied cultures through mutual experiences (Boyd, 2008).

Social networking platforms also have expanded learning opportunities. Some schools use blogs as educational resources to develop their English skills, blogging, and imagination. Facebook and other related platforms encourage students to meet outside the school to share information about assignments or collaborate on community projects (Borja, 2005). Staying in contact with loved ones is the most beautiful thing in our lives, and social media has positively impacted this. Instant Messages, Videos, Status Notifications, Image Posting, Video Sharing, and Live Video Calling are essential factors that play a role in social media awareness. It links loved ones and provides users with a wide variety of knowledge. Gottfried, J., and Shearer, E. (2016, May 26). Said that people have a quicker approach to news sources worldwide with a quick click than reading a story, waiting for a news story, or collecting information from other outlets. Today, it is hard for people to go through newspapers for information or hardly dig at newspapers for advertising. Instead, all advertisements are shared online on social sites such as Twitter or Facebook and attract more users' views.

Social Networking helps us to communicate, but we can never remember everything we did without it until now. McAlister, A. R., (2013) wrote that it is pretty straightforward to catch up on someone's life with a short message on the screen or cell phone, even email.

As technology is growing online, and in order to accommodate this quickly growing technology, everything has to be made available on the Internet (Rachael Samuels, 1 August 2019). People have begun to embrace digital marketing instead of offline marketing, and social media plays a critical role in supporting online business. While companies join social media channels, young people see opportunities and curiosity in one area or another for themselves. Social media has made life easy for people and has become an essential part of one's life. On average, 16-24-year-olds devote 3 hours a day to social media (Denis Metev (2020). The only problem is that social media, which is growing exponentially, will make young people addicted to the Internet. However, as long as they are adequately regulated and used, social media can proliferate. The modern world, including its fast-growing social media patterns, is overwhelming. Youth also hear about social media: who tweeted this, who Instagrammed it, saw her story did she or did he pin the decor idea? In comparison, it is enough to make their head spin. By Ratnasingham, P. (1998) social networking database engines are performing amazingly well. Some platforms use artificial intelligence to enhance the efficiency of each user's service. Server stores in social media are incredibly huge.

It is possible to imagine how any move is captured, how long someone looks at the snapshot, or what video they share with friends. People and particularly youth, have begun to discover how media engines listen when their computers are locked, which is not valid. Database engines document any move, individual google searches, messages keys, picture stares. After gathering the entire information engine, collecting ideas, and then providing valuable information that would appeal to them, young people spend too much time in the newspapers, making any new information seen in the media fascinating and centered on that information (Payal Kanwar Chandel, September 2018).

## Advantages and disadvantages of Social media

Social media lets us realize how technology is rising. It is clear, and more people are going to take advantage of it (Riegner, 2007). It has brought many benefits to society. From industrialized nations to underdeveloped countries, every country uses social media to improve life and use it for people's bitterness. On the other hand, though, culture has still been adversely impacted. As something that can be used for both good and evil, social media has also created negative and constructive forms for people. It is all about making sense of the influence of social media and seeing stuff done positively. It owns the consumer to take advantage of it. Therefore, we need to keep in mind that the benefits of this interactive technology far outweigh the risks. When it’s used in a positive way, it can be an extraordinary tool (Brydolf, 2007). However, it can also have detrimental effects on consumers, actively, or unwillingly. By comparing the drawbacks and benefits, we can see the real picture of the media's position (Bilal Ahmad, 2020). Let us compare them in ten different ways. Also, begin with problems that the mass media can generate.

1. Health Problems – Heavy use of social media can also be detrimental to health. Since exercising is the secret to losing weight, most people become lazy due to social networking sites' heavy use. That, as a result, causes chaos in routine life. This discovery report would shock us by revealing how poor health can be affected by social media use.
2. Hacking – Private information and anonymity can be quickly hacked and shared on the Internet. This information leak can lead to financial losses and even loss of personal life knowledge. Similarly, identity fraud is another problem that can bring financial damage to someone by breaching their profiles. There have been several personal Twitter and Facebook profiles have been compromised in the past, and the hacker has uploaded materials that have influenced most of young people's personal lives. Personal details are one of the risky drawbacks of social media, and any person should be encouraged to keep their data and profiles secure to prevent such injuries.
3. Addiction – Addictive part of social media platforms is awful and will ruin personal lives. Teenagers are the most affected by social media addiction. They get very heavily involved and are ultimately cut off from society. It may also waste time on an individual basis that should have been used for construction projects and events (Barefoot and Szabo, 2010).
4. Fraud and Scams – There are numerous reports of people scamming and committing fraud via social media. Misinformation is significant on the Internet site. Scammers use incorrect URLs (Uniform Resource Locator) and post fake news. As soon as the user clicks the ad, he joins the world of scammers who record personal information (Ratnasingham, 1998).
5. Reputation – Mark Sinyor, (2014) wrote that social media will potentially damage someone's reputation by making a fake narrative and sharing it around social media. Similarly, companies will also experience damages due to negative reputations being communicated via social media.
6. Social Media – causes death by using it and following stunts and other insane activities on the Internet or getting bullied, which causes depression. E.g., bikers do unnecessary tricks, people jumping over trains, and other life-threatening things. A 14-year-old boy from Mumbai was performing stunts on a running train in November 2015, which caused his death. Teenagers conduct these stunts based on famous stunts made and posted through the social media site. Suicide could be committed when people are harassed by the cyberbullying section.
7. Cyberbullying – According to a survey released by PewCenter.org (https://cyberbullying.org/facts), several youths used to be victims of cyberbullying in the past. Anyone can make a false account and do something without being

traced. It has been increasingly convenient for someone to bully on the Internet. Threats, threats, and misinformation may be sent to the masses to generate discomfort and turmoil in society.

8. Security Issues – Security services already have keys to people's accounts, rendering protection almost violated. Do not ever know whether anyone visits by an investigating officer on any subject humans have incorrectly or unknowingly addressed on the Internet.nesuprantu This occurs when people are inquisitive about the new and often (Steinman and Hawkins, 2010).

9. Relationship Problems – Most people used the social media site to propose and marry each other. After some time, though, they become mistaken with their choices. In the same way, couples fooled each other by revealing false emotions and inaccurate facts. Youth who have relationships today are often affected, while getting sympathy also produces different feelings about each other and people can get emotionally wounded.

10. Glamorize Narcotics and Alcohol – One of the negatives of social media is that young people begin to imitate those who are wealthy or addicted to drugs and post their thoughts and images on the Internet. Eventually, this encourages them to pursue the same thing and become addicted to drugs and alcohol because young people do not have too much experience to make the best choices because they only care about how to look good and get more exposure.

These issues are covering all problems created by public media platforms. Let us get back to the positive and discover ten advantages caused by social media.

1. Connectivity – Connectivity is the first and most significant advantage of social media. People from anywhere can be related to anybody, regardless of place and faith. The importance of social media is that it interacts with people and observes and shares their opinions. Typically, young people who interact with others on the media network develop their communication skills, and when young people who visit with foreign countries improve their language skills.

2. Education – Social media provides many opportunities for pupils. It is effortless to teach people who are specialists and practitioners through social media. It is possible to follow someone to learn from him/her and develop awareness in every area (Burmaster, 2009). Regardless of a child's place and educational history, young people should teach themselves without reading a book or paying for it.

3. Support – the Human will share his concerns with the world in order to get help and guidance. If it helps in terms of money or advice, he will get it from the network he is linked to.

4. Information and News – The most significant benefit of social media is that everyone can refresh themselves on the world's new trends. Much of the time, broadcast and print media are skewed and do not deliver the correct message. With social media's help, anyone can get the truth and correct details by investigating or merely browsing through the throe media Huang et al. (2009).

5. Promotion – Most of the youngsters these days seek to make money with the aid of the Internet. Some of them start blogging; others want to sell some of the things they no longer need. Young people also resell items on the Internet to make more money for their expenses. Through carrying out any of these actions, young people ought to sell their products, and without social media, they have been unable to do so. Because with the right methods, they will reach a small audience for public coverage that ensures their sales.

6. Noble Purpose – Social media should also be used for noble reasons. E.g., funding for NGOs (Non-Governmental Organizations), social welfare programs, and donations to people in need. People use social media to donate to people in need, and it can be an easy way to support those people. A social network consists of various animal rescue or aid groups, gifts for youth surgeries where parents cannot support the number one spot on social media for all these involved people.

7. Knowledge – Social media also increase awareness and innovate on the way people work. Social media has helped users find new and creative sorts of items that will boost their personal lives. From farmers to teachers, young people who do not know what to do with their lives to career-seekers, students to lawyers, every person in society will benefit from social media and its visibility factor.

8. Helps Fight Crime – It is also one of the social media benefits because it helps governments and intelligence agencies to spy on and apprehend suspects in the fight against crime. It also helps guard against malware threats, spam, and cyber-bullying.

9. Improves personal image – Youth want to look exciting and intelligent to others, youth designing their profiles with information that enable unknown people to recognize the individual by reading their profile (Arthur et al, (2006).

10. Helps in Developing Societies – and our planet has many faiths and values. Social media helps create and engage in the culture of their faith and believe in sharing and learning about it. Similarly, people from various cultures will interact and address and exchange common issues. For example, playing lovers can join games-related communities; vehicle lovers can join car-related communities and others.

There are some of the social media drawbacks and benefits for society. In this contrast, it is much easier to see mass media outlets' gains for youth's everyday lives.

## Emotional behavior of Social media users

Aside from the personality and motivations that direct individuals post information online, the emotions that such content produces in consumers often play a crucial role. Emotions are some of the most dynamic facets of youth life; they share psychic and physiological traits, and they influence all our acts, from the cradle to the grave, even in the most imperceptible ways.

While emotions are connatural to human beings and have drawn academia's attention since ancient times, there has been increased interest in the subject in recent decades. The emotion was studied from a multidisciplinary viewpoint, from anthropology to sociology, linguistics, computer engineering, and neuroscience. The world of communication also felt the influence of emotional influences. Emotion has been researched as a critical element in understanding this phenomenon in recent years, especially in studies on motivation to pick and disseminate user content. According to Rimé (2009), "people are attracted to emotional stories in the social media, as well as in movies, novels, plays, drama, opera, songs, images, and others. A fascination for emotional material permeates everyday life" (p. 71).

Emotional communication has been studied both as mimesis of a specific emotional state between sender and receiver and as a large-scale distribution of information. Emotional contagion is a phenomenon well known in the literature (Prochazkova and Kret, 2017), and the distribution of knowledge on emotionally charged circumstances has given way to the hypothesis of emotional broadcasters (Harber and Cohen, 2005), which is focused on the belief that people who have witnessed critical events feel that they feel emotionally charged. The "social sharing of emotion" mentioned by Rimé (2009) is an informal process that exists "in the minutes, hours, days, even weeks and months and sometimes years, or even an entire life-following an emotional episode" and that "entails a description of the emotional event in a socially-shared vocabulary of the person who experienced it to another person" (p. 65). These mechanisms, defined on an individual basis, take on a different dimension when extended to the media's context and the co-construction of news material by consumers. This mechanism is what Papacharissi (2014) called "affective news streams," which contain a mixture of "subjective experience, opinion, and emotion, all sustained by and sustaining ambient news environments" (p. 34).

Much of the research built around emotions in content sharing through e-mail, social media, or instant messaging apps comes from viral marketing. The emotional reaction to ads, for example, is a significant predictor of customer perceptions towards a brand and forecasts their actions towards it (Riegner, C., 2007). We know that advertising using emotional content creates much more associations between consumers and brands than advertising based on logical logic. Neurological research also suggests that emotional content may also affect publicity and memory (Nomura and Mitsukura, 2015). However, we also need to consider how feelings affect decisions to post information exposed to people. The critical characteristics of viral transmission are the gratuity of the material or service being transmitted, the ease of dissemination, the widespread interest in dissemination, the use of existing delivery networks to transmit material, and external tools to disseminate the message.

Viral content must also be crafted not only for the benefit that is watching it can offer to audiences but also for the benefit that they can derive by sharing it. In this respect Dobele (2007) conclude that "or for viral marketing to succeed, there must be something inherently powerful about the text, something that encourages would-be advocates to pass it on" (p. 292). Researchers such as Guadagno et al. (2013), agree on the value of the feelings that content causes for sharing consumers. They agree that virtualization of material is more likely to occur if such content conveys pleasant feelings, such as surprise or pleasure. Any of these and others generally refer to material that induces reliable, positive or negative emotions and enthusiasm in individuals, whether positive or negative (Kashima, and Clark, 2009).

## Youth skills gained in Social media to succeed in life

Training can be a ticket to the future, but with all the good teaching out there, it would appear like a school does not have any essential life skills, according to one educational specialist. Teachers adopt school textbooks every year, textbooks printed at least a few years back, and on the internet site, the material is "old age". Dr. Tony Wagner, co-director of the Harvard Transition Leadership Network, claims that today's schoolchildren face a global achievement deficit, which is the gap between the best schools offer and the skills young people need to build. Two opposing trends have compounded this: firstly, the global transition from a manufacturing economy to an information economy, and secondly, how today's schoolchildren—brought up with the Internet—are inspired to read. Teaching young people, the importance of social media and how to use it will be the most significant step forward for young people's accomplishments. Any young man sees different things than his or her peers since database programs are continually tracking their study on the Internet and then supplying user information that may only concern him. This is why he or she is opening up a social network and can see historical details or information from early days, and another one can still see his favourite football team. By Egon Zehnder (2017) using the Internet, young people need to realize that Database engines know only their searching. Whether they wish to learn anything different or develop existing abilities, they need to use modern world engines properly. (By Charlotte Edmond (4 September 2017) here are some of the essential qualities for young people to produce the highest outcomes in their future careers, and all young people will learn from the social media outlets that train them, even though they do not know about them.

Rational thinking and problem-solving, companies need to be able to develop their goods, systems continually, and resources to compete. To do this, staff need to develop analytical thinking skills to ask the correct questions to get to the bottom of the matter.

Collaboration, among others in the sense of interconnection as a corporate world, leadership skills. The willingness to influence and operate together as a team has become increasingly important and the secret to being a successful leader.

Curiosity and creativity are the driving force behind the invention and the secret to problem-solving. We are all born curious, innovative, and imaginative. The typical four-year-old poses one hundred questions a day. However, when the kid is ten years old, they are much more likely to be worried about having the correct answers for school than asking the right questions.

The willingness to quickly adapt and develop new skills is the key to success: young people must use various resources to overcome a dilemma. It is also regarded as the ability to read, the qualities sought by career seekers.

Be initiative, there is no harm in trying: many individuals and companies have a propensity to be risk-averse. It is easier to do ten things and excel in eight than do five and succeed in all of them. In a limited time, young people will do excellent research. That is what they are doing every day, and that skill is improving every day.

They are accessing and processing information, a practice that is carried out every day by young people. Many workers have to regularly deal with a large volume of knowledge: the ability to sift through and pull out important is a struggle. Especially considering how easily details can alter.

Significant oral and written correspondence is another secret to performance. Recruits' fuzzy thinking and failure to express their thoughts were specific criticisms that made to business leaders as he researched his novel. It is not so much about young people's ability to use grammar and punctuation properly or to spell, but about how to communicate verbally, in writing, or when presenting. If you have brilliant ideas, but you cannot express them, you are wasted. Young people have the best source to improve all the skills needed on social media sites, but to truly understand them, they need knowledge.

## Conclusion and recommendations

Social media users are growing incredibly fast, making media more efficient every day and collecting more information about each user, which increases people's addiction and platforms include massive information capacity about each person from his profile, searches, liked the post, stared post, shared post, messages and any other action made on his device while being on media sites.

Youth uses social media everywhere they can, to kill time, platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, and others use smart software that can record every user move and then offer him information that he would like to see, also media platforms are essential to all of us because they are developing to help society, and to be specific social media helps to communicate.

In the beginning of social media growth Facebook was developed to see some personal information about a specific person and contact him by the movie "The Social Network" (2010), in the Netflix movie "Social Dilemma" (2020), it is shown how society, especially youth, faces the most crucial issue: addiction and using media platforms without measure cause problems that we can not notice in our daily lives, so youth should start thinking of the consequences caused by social media.

Emotional behaviour is the most sensitive human reaction that can be affected by anything in our daily life, sometimes youth can feel anxiety from society, but social media takes the most significant part of this role and affects us all in better side and mostly hurts youth feelings these social media hazards should be talked out loud.

However, by understanding how to use these platforms and limit them to our purposes, youth would achieve incredible results that can be used for new skills development or even for personality building, so social media is a place with no measurable capabilities for each youth individually to succeed in life.

Research of how social media impact youth daily can conclude that youth must understand the importance of social media and capabilities (Steven Goodman, 2003), which often excludes their knowledge about it to protect themselves from all hazards available in social media platforms it is important that youth learn how to use social media correctly.

## References


**Book**

Brydolf, C. (2007). Minding MySpace: Balancing the benefits and risks of students' online social networks. *Education Digest*, 73(2), 4.

Goodman Steven; (2003); Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production & Social Change

Ratnasingham, P. (1998). "Internet-based EDI trust and security, Information Management & Computer Security", 6 (1): 33-40.

**Information from website, blog post**

Bilal Ahmad; (2020) Advantages and Disadvantages of Social Media; https://www.techmaish.com/advantages-and-disadvantages-of-social-media-for-society/

Burmaster, A. (2009). Global faces and networked places. Retrieved from https://nielsen.com/nielsenwire/wpcontent/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09. pdf

Charlotte Edmond; 4 September 2017; "skills your child needs to survive the changing world"; https://www.weforum.org/agenda/2017/09/skills-children-need-work-future

Denis Metev, (2020); "How Much Time Do People Spend on Social Media?" source: https://review42.com/how-much-time-dopeople-spend-on-social-media/

Egon Zehnder; (2017); "We're all born curious, creative, and imaginative."; https://www.egonzehnder.com/insight/were-all-born-curious-creative-and-imaginative

Jacobsen, W. C., and Forste, R. (2011). "*The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Students"*

Maya E. Dollarhide, Amy Drury; Sep 6 2020; Social Media Definition; https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp

Oberst, L. 2010. "The 6S Social Network; Retrieved from: http://sixsentences.ning.com/profile/LindsayOberst

Rachael Samuels, (2019); "Social Media Engagement"; https://sproutsocial.com/insights/social-media-skills/

Ross Coyle; (2019); "The Importance of Social Media"; https://hardenpartners.com/the-importance-of-social-media/

Statista; October 2020; "Most popular social networks worldwide as of July 2020, ranked by number of active users"; https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/

The New York Times Customer Insight Group. (2011). The psychology of sharing: Why do people share online? Retrieved from http://www.iab.net/media/file/POSWhitePaper.pdf

Yashwanth sitamraju; 24 December 2018; “Why has social media become an Integral part of Life?”; https://www.tutorialspoint.com/why-has-social-media-become-an-integral-part-of-life

**Journal**

Arthur, d. (2006). “Why young consumers adopt interactive technologies. Young Consumers”, 7(3), pp. 35–38.

Barefoot, D., and J. Szabo. (2010). “Friends with benefits: A social media-marketing handbook”. San Francisco: No Starch Press.

Huang, P., Lurie, N.H. and Mitra, S. (2009). “Searching for experience on the web: an empirical examination of consumer behavior for search and experience goods”, Journal of Marketing, 73(2), pp. 55– 69.

Ratnasingham Pauline, (1998); “The importance of trust in electronic commerce”; source: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10662249810231050/full/html

Riegner, C. (2007). “Word of mouth on the web: the impact of web 2.0 on consumer purchase decisions”, Journal of Advertising Research, 47(4), pp. 437–447

Steinman, M.L., Hawkins, M. (2010). “When marketing through social media, legal risks can go viral”, Intellectual Property & Technology Law Journal, vol. 22 no.8, pp. 1-9.

**Journal article with doi**

Gottfried, J., and Shearer, E. (2016). News use across social media platforms 2016. Retrieved from http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/

Guadagno, R. E., Rempala, D. M., Murphy, S., and Okdie, B. M. (2013). What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. Computers in Human Behavior, 29(6), 2312-2319. doi: 10.1016/j.chb.2013.04.016

Harber, K. D., and Cohen, D. J. (2005). The emotional broadcaster theory of social sharing. Journal of Language and Social Psychology, 24(4), 382-400. doi:10.1177/0261927X05281426

Kashima, Y., and Clark, A. (2009). Talking about others: Emotionality and the dissemination of social information. European Journal of Social Psychology, 39(2), 207-222. doi:10.1002/ejsp.523

Kropotov, V., and Yarochkin, F. (2017). The fake news machine: How propagandists abuse the Internet and manipulate the public (TrendLabs research paper). TrendLabs. Retrieved from https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how- propagandists-abuse-the-internet.pdf?

Mark Sinyor, 2014; “An Observational Study of Bullying as a Contributing Factor in Youth Suicide in Toronto”; https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/070674371405901204

McAlister, A. R., (2013). Between likes and shares: Effects of emotional appeal and virality on the persuasiveness of anticyberbullying messages on Facebook. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 16(3), 175-182. doi:10.1089/cyber.2012.0265

Mitsukura, Y (2014). Presented at the IECON 2015-41st Annual Conference of the IEEE Industrial Electronics Society, Yokohama, Japan. doi:10.1109/IECON.2015.7392127 OgilvyRED. Why do people share on social media? Global survey results: Social media. Retrieved from https://www.slideshare.net/socialogilvy/why-do-people-share-on-social-media- global-survey-results

Payal Kanwar Chandel; (September 2018); "The Impact Of Time Spent On Social Media On Emotional Intelligence Of Adoloscents"; DOI: 10.1729/Journal.18427; https://www.researchgate.net/publication/328042355_THE_IMPACT_OF_TIME_SPENT_ON_SOCIAL_MEDIA_ON_EMOTIONAL_INTELLIGENCE_OF_ADOLOSCENTS

Prochazkova, E., and Kret, M. E. (2017). Connecting minds and sharing emotions through A mimicry: neurocognitive model of emotional contagion. Neuroscience and Biobehavioral Reviews, 80, 99- 114. doi: 10.1016/j.neubiorev.2017.05.013

Rimé, B. (2009). Emotion elicits the social sharing of emotion: Theory and empirical review. Emotion Review, 1(1), 60-85. doi:10.1177/1754073908097189

**Movies**

Written by: Aaron Sorkin, Directed by: David Fincher, Release: 2010, “The Social Network” https://www.netflix.com/watch/70132721?source=35

Written by: Davis Coombe; Vickie Curtis; Jeff Orlowski, Directed by: Jeff Orlowski, Release: 2020, https://www.netflix.com/watch/81254224?source=35

**Quoting links in the text**

Borja RR.; (2005) ; “Blogs” catching on as tool for instruction: teachers use interactive Web pages to hone writing skills. Educ Week.

Boyd D.; (2008); Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics Berkeley, CA: University of California.

Chen Tet Khuan and Leo Gertrude David; (2014) “A Study on The Ramifications Of Social Networks On Under & Post Graduate Students” Quate: “the relationships that exist between network of people” Walter and Riviera, (2004). Source: http://ijbarr.com/downloads/3009201411.pdf

Dobele Angela, (2007); in her book: Why Pass on Viral Messages? Because They Connect Emotionally" Quote: or for viral marketing to succeed, there must be something inherently powerful about the text, something that encourages would-be advocates to pass it on" (p. 292)

Rimé, B. (2009). Emotion elicits the social sharing of emotion: Theory and empirical review. Emotion Review, 1(1), 60-85. doi:10.1177/1754073908097189 Quates: "people are attracted to emotional stories in the social media, as well as in movies, novels, plays, drama, opera, songs, images, and others. A fascination for emotional material permeates everyday life" (p. 71) & "social sharing of emotion" (is) "in the minutes, hours, days, even weeks and months and sometimes years, or even an entire life-following an emotional episode" (and that) "entails a description of the emotional event in a socially- shared vocabulary of the person who experienced it to another person" (p. 65).

Zizi Papacharissi (2014) in his book “Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics” Quote: "affective news streams," & "subjective experience, opinion, and emotion, all sustained by and sustaining ambient news environments" (p. 34).

# THE IMPACT OF COVID – 19 ON UNIVERSITY STUDENTS

**Julija Juršanaitė [1], Brigita Misiukaitė [2]**
*Vilniaus kolegija/University of Applied Sciences, Faculty of Health Care*
*[1] julija.jursanaite@stud.viko.lt , [2] brigita.misiukaite@stud.viko.lt*

Consulted by Virginija Andriusevičienė, lecturer of Vilniaus Kolegija/University of Applied Sciences, Faculty of Health Care

**Abstract**

COVID – 19 has drastically changed the lives of millions around the world, including university students. The pandemic is putting significant stress on university students, many of whom are worried about their future. This article raises an issue of negative impact on students due to the pandemic. The aim of the work is to reveal how a COVID–19 outbreak has impacted students' studies, internship offers, job prospects, psychological health and motivation. Objectives of the work (is) are to analyze and determine the main problems students have encountered in universities and to reveal the peculiarities of students' learning during the COVID–19 period. The study was conducted using a survey method and a literature review. Survey was created using Google Forms platform. In the survey there participated 135 students between the ages of 18 and 45 from Lithuanian universities. Students were asked to answer 25 questions online (4 were open and 21 were closed type). Data were analyzed quantitatively. Most of the students was from Vilniaus Kolegija/University of Applied Sciences. The survey was mostly attended by bachelor students (92.6%), master's students were in the minority (7.4%). Our findings have shown large negative effects across many dimensions.

Students experience psychological health problems. Our survey showed that even 62.9% of the students during the pandemic felt average or worse. Due to the pandemic students have delayed graduations (4.4%), lost jobs (8.9%) or the volume of work/wages has decreased (14.1%), didn't receive internships offers (81.5%). Most of the students state that COVID-19 have affected their learning outcomes (63%) and reduced motivation (62.5%).

KEYWORDS: COVID – 19, university students, Lithuania, impact, job prospects.

## Introduction

Coronavirus disease (COVID-19) is an infectious disease caused by a newly discovered coronavirus. No one has ever realized that an organism of such a microscopic size can cause such chaos around the world and cause thousands of deaths. In the U.S., a study of approximately 1,500 students in one of the largest U.S. government agencies seeks to determine the causal impact of the pandemic on current and projected student outcomes. The results show significant negative effects on many aspects. 13% of students are late to graduate, 40% have lost jobs, internship or job offers. A quarter of students have extended their study time by more than 4 hours per week due to COVID-19, and another quarter by more than 5 hours per week. This difference has often followed existing social and economic disparities. Lower-income students are 55% more likely to be late in completing their studies due to COVID-19 than their peers with higher-income. It can be argued that the economic and health shocks caused by COVID-19 vary systematically depending on socio-economic factors and are key mediators in explaining the large consequences of the pandemic. The long-term consequences have been caused by the COVID-19, the effects of which will be felt for a long time to come. However, we must not be indifferent and take all necessary precautions to ensure our safety.

Lithuania is no exception - the number of infections has been growing since September. The Ministry of Health reports that university students are also being infected. The pandemic has affected student' studies, internship offers, job offers, psychological health and motivation. This is a big challenge for every student of the universities of Lithuania, as well as for educational institutions that are currently assigning and continuing their studies remotely. Students must show more discipline in their lives and studies because there is no one to keep them in order, only then they can get most out of this turbulent time.

The point is to stay motivated and continue to work in the right direction, always taking the utmost precautions. If students take all the precautions themselves, the impact of COVID-19 on students could be decreased. Firstly, it is good health for all, secondly, quality education.

**Problem of the article:** COVID–19 outbreak has impacted students' studies, internship offers, job prospects, psychological health and motivation.

**The aim of the work**: to reveal how COVID–19 outbreak has impacted students' studies, internship offers, job prospects, psychological health and motivation.

The tasks of the work:

- Analyze literature sources to reveal the peculiarities of students' learning during COVID–19 period.
- Investigate how many students have encountered problems in universities.
- Analyze and determine the main problems students have encountered in universities.
- Based on the research data, formulate conclusions and identify measures that would facilitate students' daily learning.

**A research hypothesis**: during the COVID-19 period, students of Lithuanian universities face problems with their studies do not receive internship offers, their job prospects decrease, and some are experiencing psychological health issues and lack of motivation.

**Methods and Sample:** literature review and survey; 135 respondents

## Theoretical justification

Efforts to reduce the spread of the COVID-19 virus among the younger and adult populations have prompted the widespread closure of schools, colleges, universities, and other educational institutions in many countries. The whole education system have switched to distance learning, or mixed mode. "Most of the nations of the world have urged their citizens to stay indoors to avoid exposure to the virus and thus remain free from infection. One of the demographics that are negatively affected by restriction measures (are) is students and researchers." (Das & Ramakrishna, 2020). Students have started studying via digital platforms, including Zoom, Microsoft Teams, Skype, etc. and researchers accepted telecommuting. This strategy of universities effectively stops the further spread of the virus; however, it has some unintended consequences. Due to the unclear end date of the current coronavirus pandemic, millennia and freshmen are unsure of their participation in selected courses and programs. For example, online classes at Ohio University in the US and Cambridge University in the UK take place this fall and until 2021 summer respectively.

This is particularly frightening to foreign students who have expected an active academic experience that includes campus life, classroom activities, receiving personal feedback from faculty, liaising and communicating in cafes and more. "International students also need proper advice to protect themselves from any person-to-person contact and live in self-isolation until the situation becomes normal." (Sahu, P., 2020). They should be given advice on how to proceed during the COVID-19 period to minimize the risk of infection. More importantly, students, whose programs require a lot of laboratory work, emphasize that their studies have stagnated. Although several areas of study can be performed on a digital platform, experimental research requires people to be involved in laboratories for extended periods. Until lecturers have accustomed to alternative teaching methods, students will not gain quality education. In other words, lectors should develop methods to teach effectively in remote learning systems, using alternative methods and remotely controlled laboratories and equipment. This would ensure a safe and high-quality remote learning environment.

"The sectors that continue to feel the effects of the pandemic are related to culture and retail. It is important that graduates and students would be willing to approach employers and the career teams to ensure that they are interested in the opportunities currently available and focus on the skills being developed." (Lowe, 2020). Most areas related to student recruitment, health, social care, IT and finance have been less affected, and job offers in these areas are still available. Students are more likely inclined to work in sectors of the economy that have been less affected by the closure, such as health, IT and finance. In terms of internships, many employers follow online / distance chat procedures, and for many graduates, working from home may be widespread as companies switch to telecommuting and are likely to stay in part or all of IT, professional services, and more businesses. At the present, this has a major impact on newly hired workers who must integrate into teleworking on their first day of work. If they decline to do so, students could face a lack of job or internship offers. Teleworking has advantages and disadvantages for students. The main advantage is that students learn independence and skills to use digital platforms, and the disadvantages are that communication with colleagues suffers through telecommuting, as people do not always get fast responses from their colleagues via chatting applications in comparison to communicating in person. Also, it is harder to introduce newly hired people to their new working environment as they must work from home and do not get to experience the ordinary processes of their jobs as it were before the pandemic.

A particularly difficult period is currently for medical students whose internships in hospitals are postponed indefinitely. "Medical students do not have the opportunity to explore their specialty and develop as medics." (Byrnes, Civantos, Go, McWilliams & Rajasekaran, 2020). A study was conducted in the United States to determine the impact of COVID - 19 on medicine students. The results have showed that about one-fifth of medical students surveyed currently believe that the COVID-19 pandemic will affect their choice of specialty, and many of them express concern that they may not be able to research their specialties or receive letters of recommendation.

It is important to develop a virtual curriculum and counselling strategies. Improving the virtual curriculum and counselling strategies will determine what competencies and practical skills our physicians will have in the future. "The COVID-19 pandemic have affected students 'psychological health." (Son, Hegde, Smith, Wang & Sasangohar, 2020). In the United States, 195 students have been interviewed at U.S. state university to understand how the pandemic affected their mental health and well-being and what measures need to be taken. Due to the long-term pandemic situation and difficult measures such as lock downs and orders to stay at home, the COVID-19 pandemic is having a negative impact on higher education. Students experience stress due to the quality of education, finances, and the health of loved ones, which affects their study results."

The current evidence also shows that taking prescribed precautionary measures (i.e., hand hygiene, mask wearing) to prevent the spread of COVID-19 may reduce negative psychological impacts by providing a sense of security to those engaging in these preventative actions." (Kecojevic, Basch, Sullivan & Davi, 2020). Because of COVID-19 there is a high potential for misinformation and disinformation to spread throughout online sources and social media often used by young adults further contributing to stress, anxiety and depression among students. It is very important to develop interventions and preventive strategies to address the mental health of university students.

In other words, students must have access to free psychological counselling. The university authorities must inform students what measures will be taken to ensure quality education. This is very important because providing psychologist's advice would help reducing students' anxiety and stress.

## Methods and sample

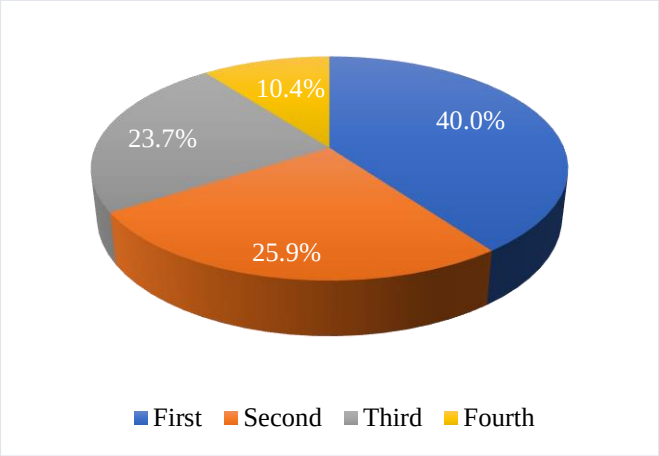
The data used in the article was obtained from a survey of students at Vilnius city universities. Most respondents were from Vilniaus Kolegija/ University of Applied Sciences. Students of Vilnius University and Vilnius Gediminas Technical University also participated in the survey. The spring 2020 semester started in February, but in the middle of March the COVID-19 pandemic reached Lithuania and its schools. Schools announced that studies will be held online. Now in fall we have the same situation again, studies take place online or in a mixed way.

Students were invited to participate in an online survey about their experiences, expectations, job and internship offers, motivation and psychological condition during the first COVID-19 lockdown and now. An invitation to participate in the survey was sent to Vilniaus Kolegija/ University of Applied Sciences students by e-mail, also a link of invitation was posted on social networks. The survey was developed using the Google Forms platform. It was posted on November 9 and was closed once the desired sample size was reached, after 2 days of posting the survey. It was initially decided that the sample would be 100 students, but eventually 135 students participated in the survey. Data were processed using „Microsoft Excel "and Google Forms programs. All respondents to the survey agreed that their responses should be used in the study. In survey there participated 135 students from biggest Vilnius universities. 125 (92.6 %) of them were bachelor students and 10 (7.4 %) master's students. The study involved 120 (88.9 %) women and 15 (11.1 %) men. Age range is from 18 to 45. Most of respondents were 20 years old, 30 (22.2 %). Respondents of 19, 21 and 22 ages were slightly less, each of these age groups have 22 respondents (16.3 %). The women in the survey were older than the men.

## Presentation of results

In order to find out the impact of the COVID-19 pandemic on students' motivation, quality of studies, job and internship offer, financial situation and psychological condition, it is necessary to examine the obtained research answers. The pandemic and quarantine that began during the 2020 spring semester strongly affected all Lithuanian students, regardless of the course they were studying at that time. Students were asked to answer in which course they are currently studying (see Figure 1). The most active participants in the survey were first-year bachelor's and master's students, 54 (40%). Nearly equal numbers of second- and third-year students participated in the survey, 35 (25.9%) and 32 (23.7%), respectively. Only 14 (10.4%) participants of the survey are fourth-year students. The majority of respondents study health care or medical technology. Also, among the respondents are students of transport engineering and logistics, business and law study programs.

**Fig. 1** Year of student study




Taking into account the recommendations of the Republic of Lithuania's government, the study process of higher education institutions was changed. Each institution could choose the ways in which the study process would be continued. Theoretical lectures were usually given online, and practical sessions were organized by contact in accordance with all the recommendations. Some institutions conducted all lectures only remotely.

The experience of the surveyed students shows that more than half (51.9% (70)) of the classes were conducted entirely online and a third (23% (31)) of the students had a mixed teaching method: remote and contact lectures. There were also students who did not have online lectures at all (25.2% (34)).

Thousands of students graduate every year. Students prepare for thesis defences, gather information, and conduct research. However, COVID-19 pandemic affected this process. Access to certain types of research, surveys and studies is limited. Most students studying health care programs have had to fundamentally change their jobs. This issue may have affected graduation plans. Survey data show that as many as 94.8% (128) of students have not changed their plans, and only a very small proportion (4.4% (6)) of students still intends to graduate later. 1 (0.7%) student is considering taking academic leave. The results are encouraging and encouraging is that the number of students graduating this year will not vary greatly.

After a detailed analysis of the survey results on the COVID-19 impact on study results and motivation, we see that they are not encouraging. Students felt a strong impact of the pandemic on their learning outcomes (see Figure 2).

More than half of the respondents, 63% (85), marked the respective statement. 37% (50) believe that their results have not been affected by the pandemic.

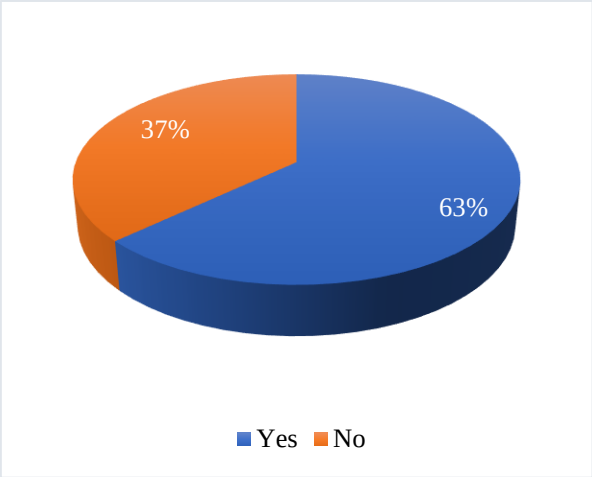



**Fig. 2** Did the COVID-19 pandemic affect your learning outcomes?

However, the results of the study show that motivation is reduced (see Figure 3). 65.2% (88) of students agreed with the statement „motivation decreased". Nearly a third, 23% (31), noted that pandemic and quarantine did not affect their motivation. And 11.9% (16) of respondents say that motivation increased.

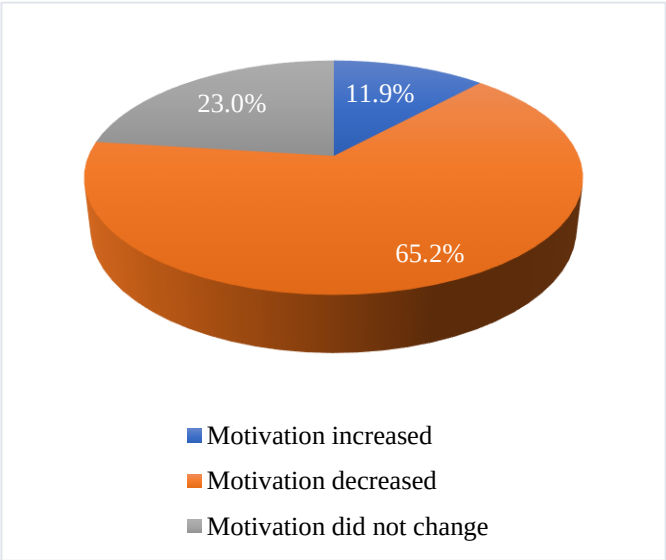



**Fig. 3** COVID-19 pandemic and quarantine impact on learning motivation

Lithuanian students, as well as students in other foreign countries, have lost the opportunity to do internships due to the pandemic. This is very troubling and can have an impact on job search in the future. It was important for us to find out how many of the students surveyed received internship offers after the first (spring) wave of the pandemic. 81.5% (110) of students indicated that they did not receive internship offers, and only 18.5% (25) received offers. The results of the survey show that the lack of internship offers could have a strong impact on the further study process and students' job search. Therefore, it was decided to ask students how many of them plan to work after studies according to the chosen study program. Students almost unanimously – 98.5% (133) answered that they will work after graduation and only 2 (1.5%) students currently think that they will not work. Slightly more than half (51.1% (69)) of students believe that there is an average probability of finding a job within 1-3 months after graduation, depending on the current situation. About a third – 31.1% (42) think that such a probability is high and only a small part 17.8% (24) of students think that the probability is low (see Figure 4). The results suggest that students may be having difficulty finding and entering the labour market if the COVID-19 pandemic continues.

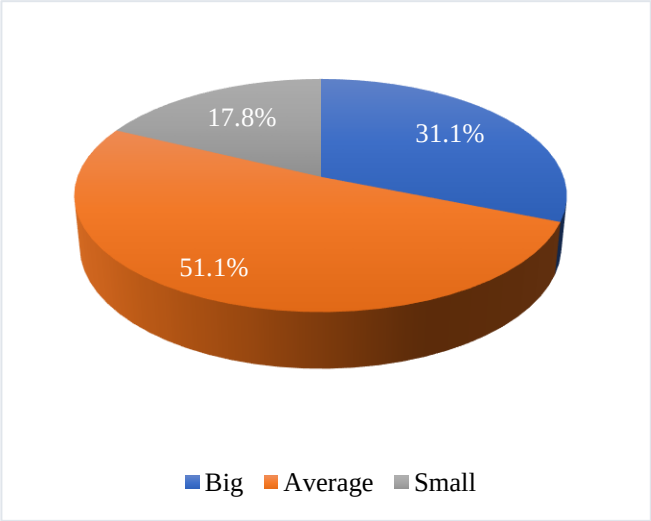



**Fig. 4** Students' opinion about finding a job within 1-3 months

During the COVID-19 pandemic, great attention has been paid around the world to improving and maintaining the psychological condition of people. It has been important for us to find out how the students felt during the quarantine. We therefore asked them to answer a question about their psychological condition during a pandemic.
The majority (42.2% (57)) of the students chose the statement „average", slightly less, 32.6% (44) indicated that they felt "good" and only 4.4% (6) answered that their condition was "excellent". However, as many as 17% (23) said they felt "bad" and only a very small portion (3.7% (5)) felt "terrible" (see Figure 5).

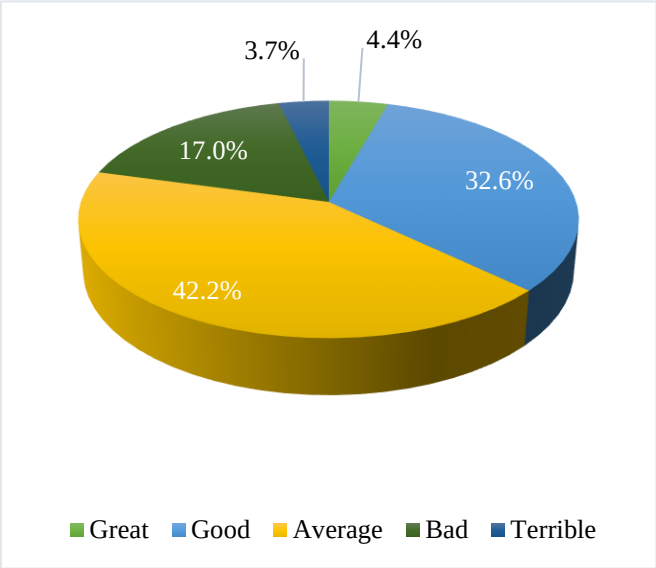



**Fig. 5** The psychological state of students during the COVID-19 pandemic

We also have sought to find out how the COVID-19 pandemic affected students' financial situation and their job. Currently, 57.8% (78) of students are not working and 42.2% (57) of respondents are working. Students have been forced to respond as the COVID-19 pandemic made them to change their job. Almost half – 48.9% (66) before the pandemic did not work; a third (28.1% (38)) of the respondents did not lose their job. 14.1% (19) reported a decrease in salary during the pandemic and a small proportion (8.9% (12)) answered that they had lost their job. When students were asked to share experiences about changes in the work of their acquaintances during the pandemic, more than half, 62.2% (84), answered that their acquaintances students lost their jobs or their workload and salary decreased. Based on the survey data, it can be assumed that the majority of students experienced inconvenience due to job changes.

We asked students to share their average salary before the COVID-19 pandemic and now. In each of those questions, 2 were not suitable for the assessment, so the answers of 133 students were analyzed in total. The answers were incorrect because one of them answered how many hours worked and the other answer was in the wrong form. Students who did not work / do not work or lost their job could mark 0 (did not receive / do not receive income). Before the pandemic, 54.9% (73) of students did not receive income, and after the first wave of pandemic, the number of students without income decreased by 60.2% (68).

According to the survey, the income of 21 (15.8%) students remained unchanged, while the income of 8 (6.1%) students rose by an average of 218,75€ since the start of the pandemic. Also 6 (4.6%) students found jobs after the first wave of pandemic (see Table 1).

**Table 1.** Changes in the number of students who worked before and after the first wave of pandemic and changes in their income

| | | |
|---|---|---|
| **Before the pandemic** | Didn't work | 73 |
| **After the first wave of pandemic** | Not working | 68 |
| | Got a job | 6 |
| | Income did not change | 21 |
| | Salary increased | 8 |
| | Salary decreased | 30 |

However, as many as 30 (22.6%) students lost their income. As a result, they either lost their jobs (21.7% (13)) or their workload and pay decreased (78.3% (17)). On average, before the pandemic, students earned 837€ and now 294,7€. The difference in student salaries ranged from 100€ to 2,400€.

The picture of the change of the research results is presented in (see Figure 6).

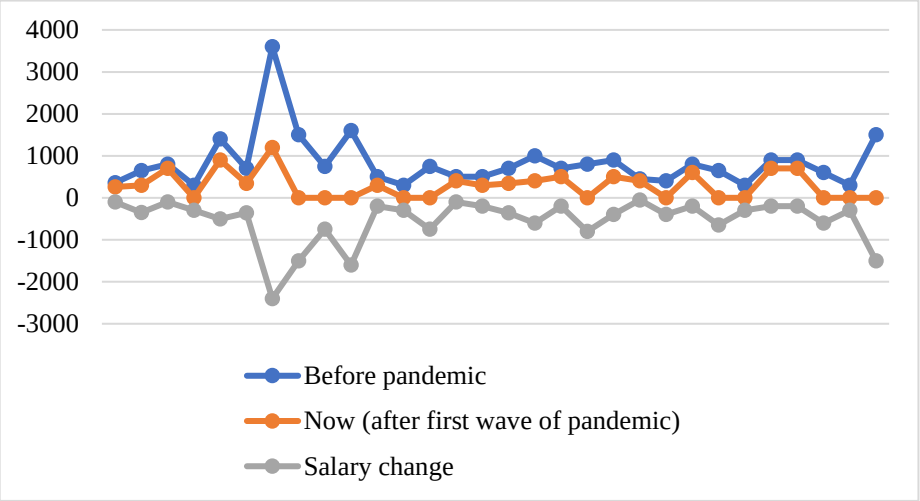



**Fig. 6** Changes in student income before and after the first (spring) wave of the pandemic

With the constantly growing number of new diseases, new decisions of Republic of Lithuania‘s government are being made for all areas, including higher education. We asked students to express their views on current government decisions for higher education. According to the survey, the majority of students are 41.5% (56) dissatisfied. Slightly more than a third, 32.6% (44), do not have an opinion on this issue. And 25.9% are satisfied with the current decisions of the government.

In summary, the COVID-19 pandemic and quarantine had a strong impact on students ‘motivation, outcomes and psychological well-being. The study showed that the motivation of most students decreased and the results changed. The majority of students lost internship offers during quarantine and did not receive internship offers after quarantine. Examining the survey data, it can be assumed that students may have difficulty finding a job after graduation, as most of them believe that they would have to look for a job for more than 3 months.

As for their psychological condition, the situation is fairly stable, but the majority of students still felt average, so it should be noted that the line between good and poor well-being is very narrow.

So, the pandemic changed students' incomes and job opportunities. The number of students working before and after the first pandemic changed slightly. Most students still lost their jobs during the pandemic or the number and salaries of other job offers decreased.

## Conclusions and recommendations

Students experience stress about the quality of education, finances, and the health of loved ones, which affects their motivation and learning outcomes. As our study showed, the COVID-19 pandemic affected the results of more than half of the respondents. The motivation of more than half of the students also decreased. Therefore, it can be argued that the stress experienced by students directly affects outcomes and motivation. Such effects may affect students ’further research careers or their working careers.

Long-term distance learning, as currently used by Ohio University in the US and Cambridge University in the UK, can influence the choice of graduate studies and thus influence the performance of higher education institutions, and may

require essentially changes in study processes. The number of entrants may temporarily decrease due to changes in the study process and method.

Studies have shown that COVID-19 pandemic has a strong negative impact on students ’psychological condition and well-being. If the pandemic continues, it can be predicted that the number of such students will increase. Deteriorated psychological conditions can lead to health problems, impaired learning outcomes, and reduced student work capacity, which can affect financial difficulties. This can have a major impact on the future and opportunities of students.

Due to the COVID-19 pandemic, some students lost their jobs and others found them. According to Rosalind Lowe, head of policy and participation at the National University and Business Centre, job offers for students really are, some areas have become very in demand during this period. Therefore, the number of jobs can be expected to increase as a result of learning to manage a pandemic. However, according to our research, students in Lithuania feel insecure in the labour market and believe that it will be more difficult to find a job than usual. Insufficient pay can also make job searches difficult. According to the study, the salaries of students working during the pandemic decreased more often, from 100€ to 2,400€. Students' experiences are also affected by lost internship opportunities. More than half of the students surveyed did not receive internship offers. With the increasing popularity of teleworking now, there may be difficulties in integrating students into the workplace, or this type of work may not meet students' expectations, and there may be a lack of job or internship offers.

Recommendations for solving problems:

- Lectors should develop methods to teach effectively in remote learning systems, using alternative methods and remotely controlled laboratories and equipment. This would ensure a safe and high-quality remote learning environment.
- Teleworking has advantages and disadvantages for students. The main advantage is that students learn independence and skills to use digital platforms, and the disadvantages are that communication with colleagues suffers through telecommuting, as people do not always get fast responses from their colleagues via chatting applications in comparison to communicating in person. Also, it is harder to introduce newly hired people to their new working environment as they must work from home and do not get to experience the ordinary processes of their jobs as it were before the pandemic.
- In order to make the integration into teleworking faster and more efficient, individual trainings should be carried out, during which the representatives of the companies would pay more attention to the weaker points of employees after assessing the competencies of potential employee.
- Easily accessible psychological help must be provided not only to students who are already affected, but also to those who currently feel sufficiently stable. The university authorities must inform students what measures will be taken to ensure quality education. This is very important because providing psychologist‘s advice help reducing students’ anxiety and stress.

## References


Aucejoa, E., French, J., Araya, M.P.U., Zafar, B. (2020). The impact of COVID-19 on student experiences and expectations: Evidence from a survey. *Journal of Public Economics.* 191. 1-15. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104271

Das, O., Ramakrishna, S. (2020). Education and Research during Pandemics: Illustrated by the Example of Experimental Biocomposites Research., *National Center for Biotechnology Information*, 12 (8), 1-3. https://doi.org/10.3390/polym12081848

Friga, P. N., (2020). The great recession was bad for higher education. Coronavirus could be worse. *The Chronicle of Higher Education.* https://www.chronicle.com/article/the-great-recession-was-bad-for-higher-education-coronavirus-could-be-worse/

Son, C., Hegde, S., Smith, A., Wang, X., & Sasangohar, F. (2020) Effects of COVID-19 on College Students’ Mental Health in the United States: Interview Survey Study. *JMIR publications*. 22 (9). 1-22. https://doi.org/10.2196/21279

*The Impact of COVID-19 on student and graduate opportunities.* (2020). United States. University of Lincoln. https://uolcareers.co.uk/students-graduates/jobs-employment-options/impact-covid-19-student-graduate-opportunities/

Kecovejic, A. Basch, C. H., Sullivan, M., & Davi, N. K. (2020). The impact of the COVID-19 epidemic on mental health of undergraduate students in New Jersey, cross-sectional study. *Plos one*. 15 (9), 1-16. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239696

Sahu, P. (2020). Closure of Universities Due to Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): Impact on Education and Mental Health of Students and Academic Staff. *Cureus*. 12(4), 1-6. https://dx.doi.org/10.7759%2Fcureus.7541

Byrnes, Y. M., Civantos, A. M., Go B. C., McWilliams, T. L., & Rajasekaran, K. (2020). Effect of the COVID-19 pandemic on medical student career perceptions: a national survey study. *Medical education online.* 25 (1), 1-10. https://doi.org/10.1080/10872981.2020.1798088

# FEATURE FILMS AS A WAY OF LEARNING ENGLISH

**Elizaveta, Merkulenkova**
*Faculty of Linguistics, International College of Arts and Communication*
*orchid-liza@mail.ru*

Consulted by Oksana Kurenya, Dean of Linguistics Faculty, International College of Arts and Communication

**Abstract**

At the present moment films provide more than entertainment. Many people improve their language skills with the help of movies. If you are a fluent speaker of a foreign language, it is highly likely that you will be more competitive in today's job market because employers need well-educated employees who know languages (especially English). Non-native languages are not easy to understand and, of course, to learn. However, watching films in the original may be considered as an effective tool when it concerns language immersion. Nowadays English is the main language of communication and young people are very into learning it this way. Although using this method will make you face particular difficulties just as any other technique, it is better to be aware about them before watching a movie. Therefore, some recommendations on watching feature films in the original may be useful. Determining the effectiveness and advantages of watching feature films in learning English is the aim of this research. In the course of the study the following objectives are set: selection and analysis of Internet resources on the problem; finding out why many people prefer this way of learning English; identifying the advantages of the given tool of mastering the language; survey of English learners; developing recommendations for watching feature films in the original. Selection and theoretical analysis of Internet resources, questioning, comparison, and generalization are theoretical and empirical research methods. At the end of the study, I expect to get all necessary information on my topic so the findings as well as the results of the survey can form the basis of the recommendations on watching feature films in English. The hypothesis that watching feature films in the original is a fun and effective way to learn English is assumed to be confirmed.

KEYWORDS: films, a way of learning a language, English, memory, subtitles.

## Introduction

Nowadays, English plays a significant role in our life. Fluency in a foreign language offers exciting possibilities. For instance, English makes you more competitive in today's job market. It is obvious that mastering a foreign language can be a real challenge so different methods should be used. Language immersion is very effective and watching films in the original may help you a lot.

The topic of this research is "Feature films as a way of learning English". I wanted to get familiar with this way of learning the language and find out how popular it was with English learners.

Among the main tasks of the research were the selection and analysis of Internet resources on the problem of the study, surveying English learners and further analysis of the survey's results. Based on the results of the study, conclusions were formulated and recommendations were developed to help people learn English through films in case they are engaged in self-education when it concerns languages. In addition, it can be beneficial for teachers and tutors while preparing lessons. The study was focused on feature films in the original and their effectiveness in learning English.

**Problem of the article:** it is known that only 11% of Russians have a good command of the English language. Still, young people are concerned about international communications. Thanks to the Internet, it is possible to find friends all over the world but a language barrier is one of the key problems you may face. It is no wonder youth are very inspired by the idea of learning a foreign language and English is the main language of communication. Nevertheless, there are so many ways of learning a language that it is difficult to choose the best ones for you. Films can be used as learning materials but the process of learning English through them is not that easy. It is the reason why before watching a movie one should be aware about difficulties that can arise. In this case, some recommendations on watching feature films in the original may come in useful.

**Aim of the work:** determining the effectiveness and advantages of watching feature films in learning English.

**Work goals:**

- select and analyse Internet resources on the problem;
- find out why many people prefer this way of learning English;
- identify the advantages of the given tool of mastering the language;
- survey English learners;
- develop recommendations for watching feature films in the original.

**Research hypothesis:** watching feature films in the original is a fun and effective way to learn English.

**Methods:** selection and theoretical analysis of Internet resources, questioning, comparison, generalization.

## Theoretical analysis of the problem under study

To begin with, it is important to remember that no language can be mastered if the only thing you do is watching feature films. It is just one of the tools for learning a foreign language which should be used together with the others. According to observations, many learners of the foreign languages usually watch the films in the original. It is so due to various reasons.

Firstly, watching films in the original is always better than watching ones that are dubbed to a different language [Green Forest]. Even professional dubbing artists sometimes cannot convey specific intonations of the actors and it is obvious that it may change the meaning of a sentence. There are translation problems as well because in some cases it is

impossible to find an equivalent for one expression (Englex. Blog). The above demonstrates that watching English films is suitable not only for advanced learners but also for beginners if they want to enjoy the movies in the original language.

Secondly, you will learn new vocabulary and improve your listening and understanding skills. It is highly likely that you will have problems in comprehending spoken English if your vocabulary is poor. The active lexicon of yours is the cornerstone. It includes all words that you can use in written and spoken language right away (Englex. Blog). Also, you will never understand a native speaker on condition that you are not comfortable with different accents and do not know idioms, slang words and phrases that occur in everyday usage. Watching feature films is a solution to these problems.

Thirdly, movies are quite helpful in perceiving foreign cultures and ways of thinking (Green Forest). Of course, only living in the country of your target language will make everything completely clear. However, while watching films you get familiar with local customs, values, and standards of behaviour that are typical for a particular nation (Englex. Blog).

It is known that in the Nordic countries people's level of English is almost Proficiency. The statistics show that almost 46% of the population can fluently switch from their native language to English. In contrast, only 11% of Russians have a good command of the English language. The reason is that in the Nordic countries all English TV Shows are being televised in the original. Therefore, citizens start watching television broadcasts in English since the very childhood. It demonstrates the benefits of the usage of English movies (Polyglot club).

There is an opinion that learning English through favourite films is one of the most engaging and effective ways. To confirm this, the advantages of the given tool must be identified.

Watching movies is not just the way of learning a target language but of entertaining yourself, too. This is why you should choose films relying on your preferences and level of English (Englex. Blog). It is obvious that a great number of unfamiliar words will hinder you from understanding the plot clearly. It may also make you lose all inclination to continue learning a language with the help of films. Even if you choose a movie that suits your level, it is impossible to avoid new vocabulary. But you still should catch the drift of what is happening on the screen.

The next advantage of the current tool is the fact that some film genres help you in understanding British and American humour better. In truth, English humour is lambent, ironical and full of puns. This is the reason why it is quite challenging to see the point of a joke if you are not an Englishman. But understanding British humour is a part of understanding the culture and the language itself. British comedy films are worth watching (Way to success).

It is clear that we should take advantage of as many types of our memory as we can while learning a foreign language. As noted by Olga Barmenkova, an English teacher, the usage of different perception channels (auditory, visual, motor) has a positive impact on memorizing the country studies materials as well as the language ones (Barmenkova, 1999). Watching feature films in the original makes your emotional, visual and auditory memory work at once. So, it is perfect for memorizing new material. Mechanical memory can be activated by a learner. You need to take your notebook and write down all unfamiliar words with their meanings several times. For instance, according to Timur Baytukalov's technique of learning foreign languages one should write down new words as follows: "a foreign word → its transcription → a sentence with this word from the movie → timing (the moment when the word is used) → its translation" (Baytukalov, 2009). It will increase your chances of memorizing more information. Out of context, it is difficult to learn the meanings of English words because each one can be translated differently depending on a situation. So, films give you an opportunity to see and learn when you can use various lexical units (Lingvovisor).

It must be pointed out that watching films in English improves your pronunciation. Actors and actresses talk naturally just as they do in everyday life. They use tones, make pauses, single out words by the logical stress. After some time, a learner will unconsciously start imitating native speakers, sticking to their speech tempo and using different set expressions (Englex. Blog).

Nowadays English movies have become widely spread thanks to the Internet. People all over the world can easily find a film that they like and watch it online. Therefore, everyone who wants to learn English but is unable to afford paid-for courses or a private tutor may learn the language by watching films. Besides, teachers can bring movies into their classrooms (Nikolaeva, Volkova, 2017). For pupils and students this way of learning is motivating and enjoyable. An E SL/EFL teacher John Rucynski Jr. integrates television into his English classes by demonstrating how much knowledge you can give to your students with the usage of "The Simpsons", a famous American animated sitcom with more than 400 episodes (Rucynski, 2011). Also, it is interesting that you can watch films using different techniques in order to awake your curiosity and have expectations about a movie when you watch it entirely. It may be especially helpful for the teachers.

Here are some viewing techniques made up by Jeremy Harmer who is a British linguist:

1. "Silent viewing" – the teacher plays a part of the film without the sound and pupils have to guess what the characters are saying.
2. "Freeze frame" – a video sequence can be stopped at any part of it so the pupils' task is to guess what will happen next.
3. "Partial viewing" – the teacher covers most of the screen with a piece of paper only leaving the edges on view. It makes pupils concentrate on the context more.
4. "Pictureless listening" – before watching a video, pupils are to listen to a dialogue and to guess where it is taking place, who the speakers are and etc. (Harmer, 2007).

Summarizing the results of the theoretical analysis of the websites on the problem under study, it can be concluded that any English learner needs to be patient and responsible because mastering a foreign language takes a lot of time and effort. It is important to make the process of learning English into your hobby that amuses you otherwise you may give it all up. Watching films in the original is a good option not only for advanced learners but for beginners as well. It has many advantages and is helpful if you want to be immersed in the language and to boost your

language skills at the same time. It is necessary to choose a film genre that you enjoy and mind your level of English. Obviously, in spite of all the advantages of this tool it should be used together with other methods of learning a foreign language.

## Empirical research

The survey was conducted among language students of the International College of Arts and Communication and my acquaintances that learn English. The aim of the survey was to identify the role that films in the original play in English learners' life and to find out how popular this method is in modern society. 76 respondents participated in the survey. They were to answer eight questions.

In the first question, it was needed to identify oneself. 88,2% (67 respondents) identified as female and 11,8% (9 respondents) as male.

In the second question, the participants of the survey were asked to state their age. According to the results, 51,3% (39 respondents) were people aged 18 to 25, and 47,4% (36 respondents) aged 12 to 18. 1,3% (1 respondent) aged 25 to 40.

In the third question, respondents were to state the age from which they have started learning English. 31,5% (24 respondents) have become English learners since the age of 8. Only 21% (16 respondents) have started learning English since they were 7 years old. These and other results of this question can be found in the table below (Table 1).

**Table 1.** Table of the age distribution of the respondents

| Age | Response rate |
|---|---|
| 3 years old | 2,60% |
| 4 years old | 3,90% |
| 5 years old | 10,50% |
| 6 years old | 14,47% |
| 7 years old | 21,05% |
| 8 years old | 31,57% |
| 9 years old | 1,30% |
| 10 years old | 3,90% |
| 11 years old | 2,60% |
| 12 years old | 3,90% |
| 14 years old | 1,30% |
| 15 years old | 2,60% |

In the fourth question, the respondents were to answer if they considered watching feature films as an interesting way of learning English. Most participants, more precisely, 92,1% (70 respondents) considered this tool of learning a foreign language interesting while 2,6% (2 respondents) did not. And 5,3% (4 respondents) chose "not sure" option for this question.

In the fifth question, the participants of the survey expressed their views on the effectiveness of the given tool for mastering English. 71,1% (54 respondents) considered this tool of learning English effective. Conversely, 11,8% (9 respondents) considered it ineffective and 17,1% (13 respondents) were not sure.

In the sixth question the respondents were asked if they were using the current method while learning English. It was discovered that this way of learning a foreign language was interesting for many participants of the survey. 68,4% (52 respondents) stated that they were employing such a method and 31,6% (24 respondents) were not.

In the seventh question, the respondents were to answer how often they watched films in English. 36,8% (28 respondents) watched movies in the original once a month while 19,7% (15 respondents) did not watch them at all. However, 17,1% (13 respondents) managed to watch films in English once a week, 13.2% (10 respondents) did this several times a week. These and other results of this question can be found in the table below (Table 2).

**Table 2.** Table that lists how often the respondents watched films in English

| Response | Response rate |
|---|---|
| Several times a week | 13,20% |
| Once a week | 17,10% |
| Once in two weeks | 7,90% |
| Once a month | 36,80% |
| I don't watch films in English | 19,70% |
| It depends on my mood but I always watch films in the original | 1,30% |
| Every day | 1,30% |
| If it's possible, I watch films in the original but it all depends | 1,30% |
| Once every six months | 1,30% |

In the eighth question, the participants of the survey were asked to state their favourite way of watching films in the original. It was found that 35,5% (27 respondents) preferred to watch movies with English subtitles, 25% (19 respondents) chose Russian subtitles as their favourite way, 17,1% (13 respondents) did not watch films in the original. 13,2% (10 respondents) opted for dual subtitles. Also, 7,9% (6 respondents) watched films in English without any subtitles and 1,3% (1 respondent) stated that their choice between English and Russian subtitles depended on the difficulty of the film.

Summarizing the results of the empirical study, I would like to point out that the respondents were mostly women, most of the participants of the survey were between the ages of 18 and 25.

The majority of the respondents have started learning English since they were 8 years old. According to this fact, it can be assumed that in general people have become English learners since the second grade. Also, many respondents considered the given tool of learning English interesting and effective. Many participants of the survey were using the current method while learning English, watched films in the original once a month and opted for English subtitles.

## Conclusions and recommendations

When a person chooses the current tool of learning a foreign language, they are often left without any support. It is because a learner bears the full responsibility for the process of studying while watching a film. There is no one to explain why this word is pronounced so and in no other way. You and only you can find out that some phrases that may first seem queer are set expressions. These and other difficulties you are going to face may give you a fright. This is why you can find some pieces of advice bellow that will prevent you from getting bored while learning a foreign language with films and will help you make the most of it.

Firstly, before watching a film you should take a notebook and a pen to be able to write down unfamiliar words and phrases. As mentioned above, watching feature films activates emotional, visual and auditory memory. If you follow this recommendation, you will make your mechanical memory work as well. Try to use new words as much as possible to expand your active vocabulary.

Secondly, if you use movies as your learning materials for the first time, it is better to select a film that you are quite familiar with. You will concentrate on new words more because of knowing the plot.

Thirdly, it is important to choose and watch films that are suitable for your level of English. If the film is too difficult for you now, it may make you consult a dictionary all the time and it is not very amusing. It is highly likely that you will not continue learning English this way after such unfortunate experience.

Fourthly, do not say no to subtitles. If you have just started watching movies in English, turn on subtitles in your native language. You will gradually get used to hearing a foreign language being spoken. Then, watching films in the original with English subtitles is the next step. According to the results of the survey, the majority of the respondents prefer this way of learning. It is really effective due to the fact that a learner does not just hear the characters' speech, but sees the spelling of every foreign word. Also, dual subtitles may be a good option, but doing away with any subtitles is an important step toward mastering the English language. By and by your language skills will be improved. It will let you watch feature films in the original without any subtitles.

Lastly, thanks to the media player you can always press the pause button, rewind and rewatch an episode on condition that you do not catch the meaning of some expressions. A scene that remains unclear may be watched for a couple of times in slow motion if necessary.

Obviously, your vocabulary must be rich if you want to get the full picture of the movie plot. However, beginners can watch films in the original as well and their labour will not be fruitless. The crucial thing is to choose a film wisely and follow the above recommendations.

The theoretical findings and the results of the empirical study have shown that the current tool of learning English is a fun and effective way to learn English. Therefore, the hypothesis of the study is confirmed, the aim is achieved. After all, I would like to draw the next conclusions.

Nowadays, English plays an important role in our life and watching films in the original is one of the most famous tools of mastering a foreign language. It may be considered effective in case if it is used together with other ways of learning English. It is important to note that using films as learning materials has many advantages and is helpful when it concerns language immersion. If you make meaningful choices while selecting a movie, you will be able to improve your pronunciation, expand your vocabulary and even sharpen your understanding of British humour.

In addition, 76 respondents of different ages participated in a survey. According to the results, it was found that the way of learning English through films is in demand in modern society and movies in the original enjoy popularity among English learners. Moreover, by virtue of theoretical findings and the results of the survey, the recommendations on watching feature films in English were developed.

Admittedly, the given tool of learning English is interesting and effective. But you must work hard if you want to master your target language. Be engaged in learning English regularly, make every effort to achieve notable results and you will see that it is worth it.

The current research may be beneficial for all people who learn English. The collected material can be used by teachers while preparing lessons and be useful for self-education. The results of this work formed the basis of the recommendations on watching feature films in English.

## References


BARMENKOVA, Olga. Video Classes in the System of Teaching Foreign Languages. Foreign Languages at School, 1999, 3, p. 17.

BAYTUKALOV, Timur. A Fast Way of Learning a Foreign Language: from English to Japanese. Moscow: Ripol Classic, 2009. p. 98

Englex. Blog. Why do people learn English? The study of our students' goals. [Electronic resource] Available at URL: https://englex.ru/why-our-students-learn-english/

Englex. Blog. Learning English through films and series: 11 best tips. [Electronic resource] Available at URL: https://englex.ru/how-to-learn-english-by-films-and-tv-series/

Englex. Blog. How to turn your English passive vocabulary into active. [Electronic resource] Available at URL: https://englex.ru/how-to-activate-passive-vocabulary/

Green Forest. 10 tips on how to make the most of watching films in English. [Electronic resource] Available at URL: https://greenforest.com.ua/

HARMER, Jeremy. The Practice of English Language Teaching. 4th edition. Harlow UK: Pearson Longman, 2007. p. 30

Lingvovisor. Language learning and memory. [Electronic resource] Available at URL: http://lingvovisor.ru/

NIKOLAEVA, Natalya; VOLKOVA, Svetlana. Learning English through authentic films. Education and Upbringing, 2017, 1 (11), p. 69-71

Polyglot club. Why do Norsemen speak English very well? [Electronic resource] Available at URL: https://polyglotclub.com/

RUCYNSKI, John. Using the Simpsons in EFL classes. English Teaching Forum, 2011, 1 (49), p. 8-17

Way to success. How to learn English by watching films. [Electronic resource] Available at URL: https://way-to-success.net/

# IMPORTANCE OF ECOLOGY FOR A YOUNG PERSON

**Miglė, Šašlauskaitė [1], Eglė, Razgaitytė [2]**
*[1]Vilniaus kolegija/University of Applied Sciences, Business Management Faculty, [2]Vilniaus kolegija,/University of Applied Sciences, Business Management Faculty*
*[1] migle.saslauskaite@stud.viko.lt , [2] egle.razgaityte@stud.viko.lt*

Consulted by Viktorija Prapraitė, lecturer of Vilniaus kolegija/University of Applied Sciences Business Management Faculty

**Abstract**

Nowadays ecological problems seem to be an important issue to discuss. It is noticeable that young people become involved in ecological issues. The aim of our article was to determine if ecology is really important to a young person's life. Our objectives were to analyze literature, conduct a survey and analyze the results. (We conducted a survey which was interested whether people consider themselves eco-friendly), We conducted a survey in which we asked whether people consider themselves to be eco-friendly), how they travel every day and do they recycle their waste at home. Based on literature and other sources, we managed to analyze responses and draw conclusions. Our main problem was to ascertain if ecology plays an important role in the lives of young people.

KEYWORDS: ecology, young people, environment, lifestyle

## Introduction

Ecology enriches our world and is crucial for human well-being. It provides new knowledge of the interdependence between people and nature that is vital for food production, maintaining clean air and water, and sustaining biodiversity in a changing climate. So now the problem of ecology is becoming more and more important especially among young people who are trying to take care of (their) the environment around them. Excessive human consumption - from the food and clothing we buy to the modes of transport we choose - is a major factor in climate change. It is therefore increasingly important to understand consumer choices and how these decisions affect the health of the planet. Today, more and more people are turning to a minimalist lifestyle not because of a lack of funds, as they used to be, but because people have become interested in their health, the environment in which they live, and the everyday products they consume

**Problem of the article:** is ecology important for young generation?

**Aim of the work**: to determine whether or not ecology is important for a young person.

**Tasks of the work**:

- to analyse literature about ecology and its importance for society;
- develop and perform research methods;
- analyze the data obtained;
- to formulate and draw conclusions and recommendations.

**Research hypothesis**: More and more young people participate in choosing ecology

**Methods and Sample:** Quantitative research (survey) and analysis of scientific literature

## Theoretical justification

The most important question remains what is the ecology and why is it so important? The definition of ecology is the study of interactions among living things and their environment. It provides new understanding of these vital systems as they are now and how they may change in the near future. (Sinkevičius, 2012) The most pressing problems in human affairs are expanding populations, food scarcities, and environmental pollution including global warming, extinctions of plant and animal species, and all the attendant sociological and political problems. Ecology is crucial to our well-being and prosperity because it enriches our world. (Monson, 2014) Ecology also provides information about the benefits of ecosystems and how we can use Earth's resources in ways that leave the environment healthy for future generations.

Scientists and researchers have singled out the five most important ecological problems. These are the ones that must be solved if the world Is to remain a supportive habitat for humans and other species. The main problem remains air pollution and climate change. The atmosphere and ocean waters are overloaded with carbon. Atmospheric CO2 absorbs and re-emits infrared-wavelength radiation, leading to warmer air, soils, and ocean surface waters - which is good because the planet would be frozen solid without this. Unfortunately, there is now too much carbon in the air. Therefore, it is very important for us to conserve energy at home, at work or carpool, use public transportation, bike or walk whenever possible because it helps to prevent this environmental problem. Another very important problem is deforestation. Species-rich wild forests are being destroyed, especially in the tropics, often to make way for cattle ranching, soybean or palm oil plantations, or other agricultural monocultures. Today, about 30 percent of the planet's land area is covered by forests, which is about half as much as before agriculture got started around 11,000 years ago. About 7.3 million hectares of forest are destroyed each year. It is an important issue because not only do natural forests act as biodiversity reserves, but they are also carbon sinks, keeping carbon out of the atmosphere and oceans. Moreover, we have the problem of species extinction. Everyday wild animals are being hunted to extinction for clothing, food or other human entertainment and needs. The saddest thing is that all this is destroyed by man himself. Not only do species inherently deserve to exist, they also provide products and "services" essential to human survival.

For example, bees and their pollinating prowess are (is) necessary for our growing food. It is essential for us to make the best we can to prevent further loss of biodiversity. Furthermore, soil degradation is also a big problem for our earth. There are a lot of ways that soils are being damaged. (For instance) They are overgrazing, erosion, soil compaction, overexposure to pollutants and many more. About 12 million hectares of farmland a year get seriously degraded, according to estimates. Given that food security depends on keeping soils in good condition, we need to master this challenge in the long run. The last main problem is overpopulation. Human population continues to grow rapidly worldwide every day. Growing global populations, combined with growing affluence, is putting ever greater pressure on essential sources. Problems associated with overpopulation include the increased demand for resources (such as fresh water and food), starvation, malnutrition, consumption of natural resources (such as fossil fuels) faster than the rate of regeneration, and (a) deterioration in living conditions. While some problems may be difficult for humanity to deal with at the moment, they have all arisen not because of anything else but because of man.

It has never been more important to educate and communicate the importance of knowledge that enables us to manage natural ecosystems and to preserve biodiversity. This information (also can) can also help us improve our environment, manage our natural resources, and protect human health. Change events in ecology play a crucial role. The good news is that ecology's role in society has grown dramatically over the past century. It is observed that more and more people of all ages are choosing an ecological lifestyle. They choose to consume organically grown products, give up plastic bags, buy electrical machines, sort waste and do many other environmentally friendly things. All of this is (are) vital for (to) preserving our land on which we live and will live for our future generations. It is important to realize the time before Mother Nature is completely destroyed and there are ways to correct our mistakes.

## Methods and sample

First of all, in discussions with each other, we noticed that young people among our acquaintances are increasingly touching on the issue of ecology. We have come up with general questions such as recycling, daily transport use, reuse of products and others. We then created a survey and interviewed our peers, sharing the survey on social networks where our audience ranged in age from 18 to more than 24.

## Presentation of results

The importance of ecology is becoming increasingly important for young people. Many young people have become more interested in a healthy lifestyle, so they are choosing healthier and more natural products. Of course, the problem of garbage sorting is also inevitable in this topic, but it can be noticed that young people are trying to pay more attention to garbage sorting and throw it only in their own container. To get more information on this topic, research was conducted. Aim of the research was to find out how important ecology is for young people.

A questionnaire consisting of 10 questions was developed for this research. 33 participants have contributed to the research answering this questionnaire.

The first question is “what is your gender?” 28 people answered female, 5 answered male. We can clearly see that more women participated in the survey.

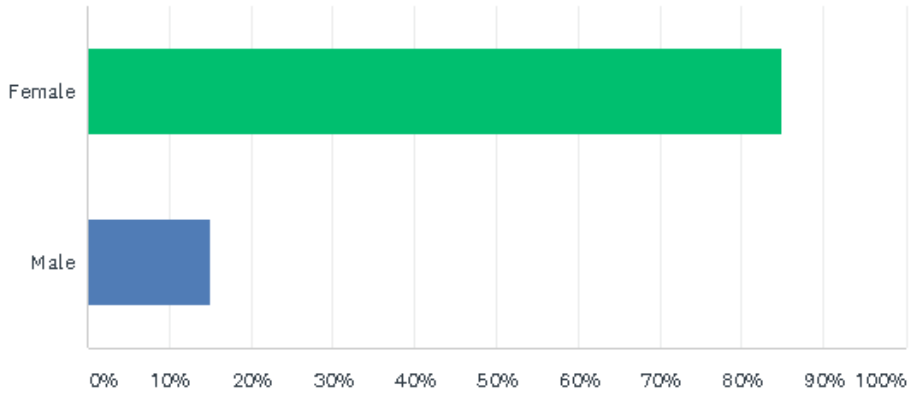



**Fig. 1** What is your gender?

The second question is “how old are you?” The first option has not been chosen by any participant for this question. 18 people answered 18-21, 12 answered 21-24 and 7 said 24 and more. Again, we can see that the majority of participants are 18-21 years of age.

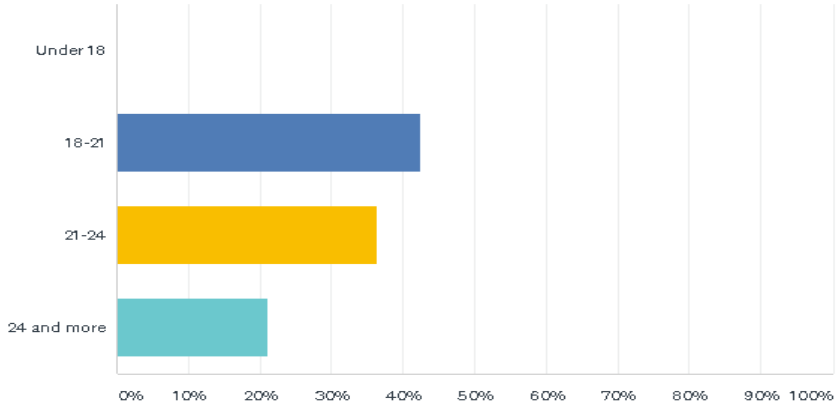



**Fig. 2** How old are you?

The third question is "do you consider yourself to be eco-friendly?" 17 people said that they are not sure, 14 answered yes and 2 answered no. Once again, we can see that many people are not sure, 51.52%, maybe they lack information about ecology and they do not know what to start doing first. But it is nice to see that most people still claim to be eco-friendly. Even 42.42% people answered yes.

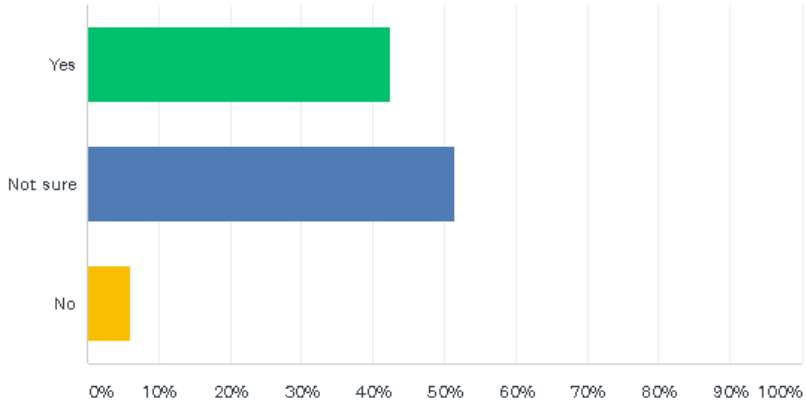



**Fig. 3** Do you consider yourself to be eco-friendly?

The fourth question is "do you recycle your waste at home?" 6 people answered always, 11 answered usually, 9 answered sometimes, 4 answered rarely, 3 answered never. As we can see, this question received different answers. Most people have answered that at least usually they sort garbage at home and that's fine, because we think only by doing that, we will get used to doing it all the time.

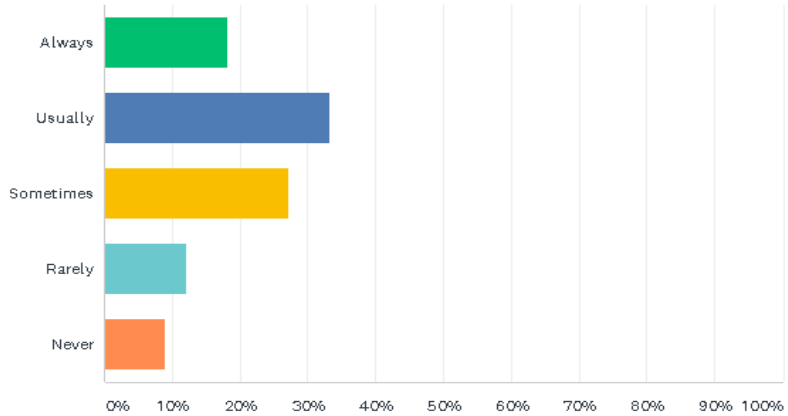



**Fig. 4** Do you recycle your waste at home?

The fifth question is “where do you buy your clothes?” 5 people or 15.15% said that they buy clothes at online shops, 19 people or 57.58% said that they buy clothes at physical stores, 7 people or 21.21% said that they buy clothes at secondhand stores and 2 people or 6.06% said others (in all of them). We can clearly see that 57.58% of people prefer to shop in physical stores and see what it looks like, touch and try on clothes.

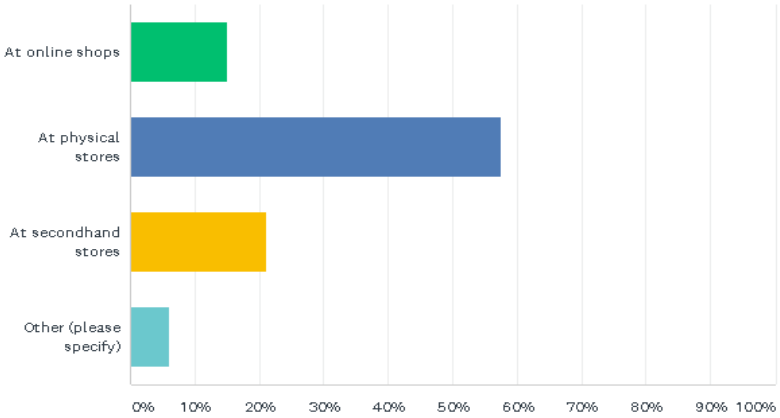



**Fig. 5** Where do you buy your clothes?

The sixth question is “how concerned are you about air pollution?” 2 people said extremely concerned, 16 people said very concerned, 13 people said slightly concerned and 2 people said not at all concerned. The problem of air pollution has always been very important and this question shows us that most people (48.48%) answered that air pollution is important to them. So, it can be assumed that they are looking for and choosing certain alternatives that are less polluting.

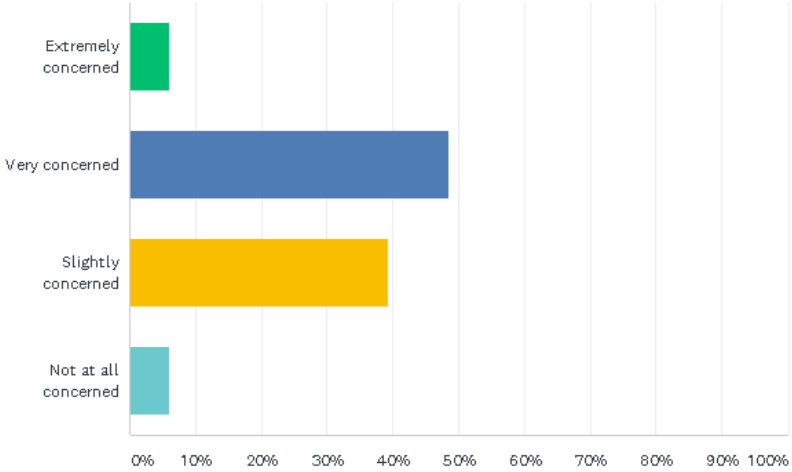



**Fig. 6** How concerned are you about air pollution?

The seventh question is “how willing are you to change your lifestyle to reduce the damage you cause to the environment?” 7 respondents said definitely would, 21 respondents said probably would, 4 respondents said probably would not and 1 respondent said definitely would not. These answers clearly show us that people can change their lifestyles to do less harm to the environment. They just probably need the encouragement to start doing it because most people responded that they could probably do it. And it’s very interesting because nowadays examples of ecology, healthy lifestyle can be seen everywhere and people seeing other successful examples themselves want to start doing it because if they can I can too.

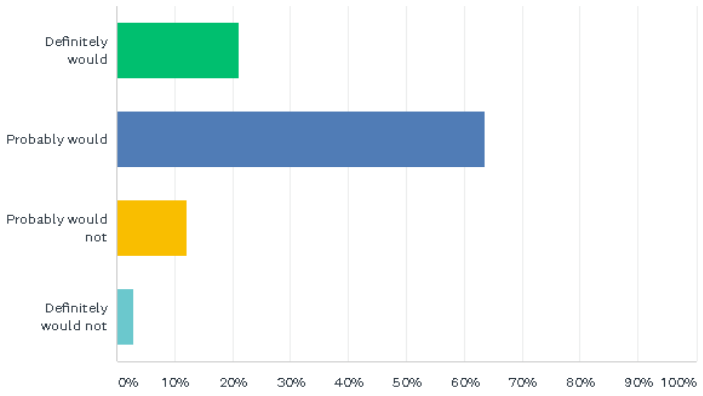



**Fig. 7** How willing are you to change your lifestyle to reduce the damage you cause to the environment?

The eighth question is "what form of transport do you use every day?". 15 people or 45,45% answered that they use public transport, 13 people or 39,39% answered that they use a car. It is interesting, because third option (bike and scooter) has not been chosen by any participant for this question. In my opinion, going to work, school or university by bike or scooter is much more convenient and faster than any other vehicle. However, 4 people or 12,12% answered that they choose walking every day. And the last one 1 people or 3,03% answered that they use other forms. So, it is walking and public transport. These answers do not surprise, because as we can see majority of people choose public transport or a car every day.

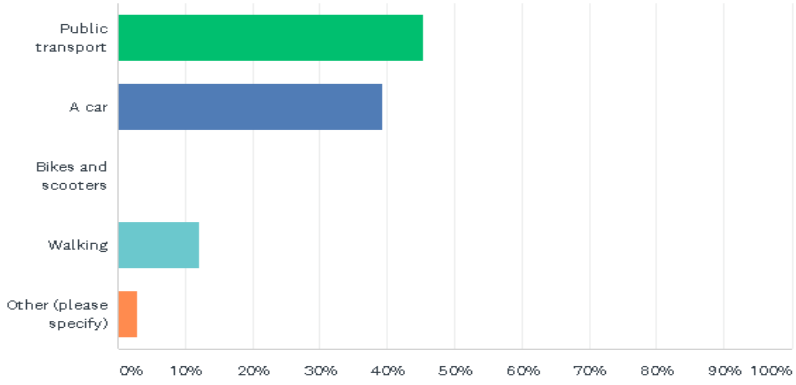



**Fig. 8** What form of transport do you use every day?

The ninth question is "do you use the product a second time (for example, bottle, bag, etc.)?" 14 respondents said always, 11 respondents said usually, 8 respondents said sometimes. The third and fourth options have (has) not been chosen by any participant for this question. We are glad to see these results, because it shows that people are protecting nature and using a variety of products over and over again.

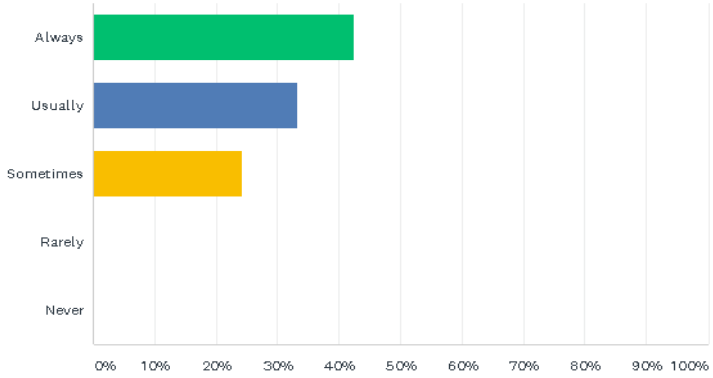



**Fig. 9** Do you use the product a second time (for example, bottle, bag, etc.)?

The tenth question is “do you think young people are enough interested in the problem of ecology nowadays?” 1 person (people) answered strongly agree, 14 people answered agree, 11 people answered- neither agree or disagree, 5 people answered disagree, 2 people answered strongly disagree and the last option has not been chosen by any participant for this question. From the responses of the people, we can form the opinion that young people are really interested in the problem of ecology nowadays.

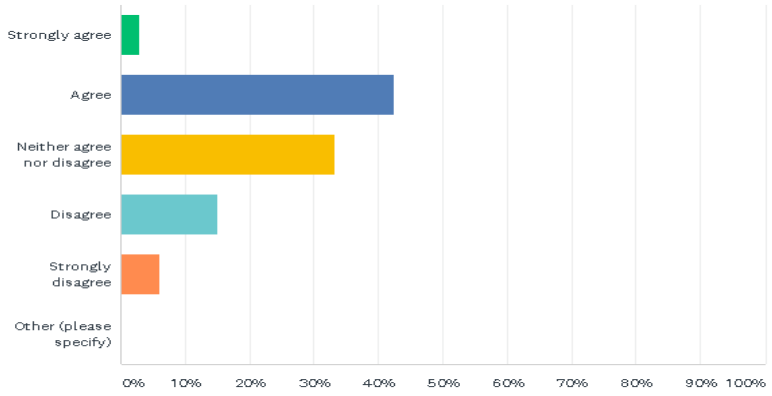



**Fig. 10** Do you think young people are enough interested in the problem of ecology nowadays?

They get a lot of different information in schools, universities, of course, and from the media, so it’s very cool that young people are following a good example and starting to care about the environment in which they live from an early age.

## Conclusion and recommendations

An analysis of the literature on ecology shows that it has always been important to humans. All people are afraid of various ecological problems. However, more and more people are concerned about the environment around them so they are trying to conserve it, clean it up and choose alternatives that are less harmful to the environment.

Our survey shows that young people care about ecology. They try to sort garbage and not pollute nature, use bottles and bags more than once and choose more environmentally friendly alternatives. But do they really get enough information about the ecological problem? What other ways could be for young people to learn more about the importance of ecology? First of all, they can find and join to a variety of environmental groups that need volunteers who could help, for example, to clearing areas in woodlands or cleaning streams. On the other hand, perhaps young people should read more texts in the media, watch videos which are really full on the Internet and take an interest in the examples of other famous people who talk about the problem of ecology. The examples of other visible people encourage us to change and behave like them. So, there are many ways to learn and get new information, but only the acquired knowledge will help us to solve this problem properly.

The main purpose of our research work has been confirmed. Our survey showed that in a group of 33 people, aged 18 to 24 and over, 14 participants consider themselves to be eco-friendly. Even though, the other (number of) participants were not sure, their further answers show us that they tend to do actions which are considered as ecological. Societal trends and consumption patterns indicate that the mankind makes sincere efforts to protect our world and everything that lives in it. During the research we gained and deepened our knowledge about ecology itself, human(s) behaviours and tendencies.

### References

Monson K. R. (2014) *Ecology and the Environment*. USA. doi: 10.1007/978-1-4614-7501-9

Sinkevičius S. (2012) *Globalioji ekologija*. Lithuania. ISBN 978-609-459-215-7

Harris F. (2012) *Global Environmental Issues.* USA.

Surname and name: unknown (2020) *Ecology*. Internet access: https://byjus.com/biology/ecology/

British Ecological Society (unknown) *What is ecology?* Internet access: https://www.britishecologicalsociety.org/about/what-is-ecology/

Zimmermann Nils (2016) *Five of the world’s biggest environmental problems*. Internet access: https://www.dw.com/en/five-of-the-worlds-biggest-environmental-problems/a-35915705

Pittam Chriss (2013) *Children Learning about Ecology and the Environment*. Internet access: https://novakdjokovicfoundation.org/why-we-should-teach-children-about-ecology-and-the-environment/

Greta Palubinskytė (2011) *Jaunimo mintys apie ekologišką gyvenseną ir jos problemas*. Internet access: https://www.bernardinai.lt/2011-08-26-jaunimo-mintys-apie-ekologiska-gyvensena-ir-jos-problemas/

Ramchandra Acharya (2013) *Role of Youth for A Cleaner and Greener Environment*. Internet access: https://ypard.net/2013-june-25/role-youth-cleaner-and-greener-environment

# STUDY OF THE EDUCATIONAL RESULT OF INTELLECTUAL AND CREATIVE CONTESTS PARTICIPANTS ON THE ALL-RUSSIAN INTERNET PORTAL FOR ADDITIONAL EDUCATION "GIFTED CHILDREN"

**Karina Smirnova**
*Institute for the Humanities and Information Technologies, Faculty of Linguistics*
*vip.Karinasmirnova@mail.ru*

Consulted by Irina Belogortseva, Vice-rector for Education of the Institute for the Humanities and Information Technologies

**Abstract**

The most pressing problem of pedagogy is the lack of children's motivation for learning, especially for self-education. There are many factors to influence the interest in learning, among them Olympiads, on-line and off-line educational games and contests, etc. The author of the article presents an analysis of the study of the educational results of participants in intellectual and creative contests of the All-Russian Internet portal of additional education "Gifted Children". The article is aimed at researching the educational value of the Internet portal “Gifted Children” on the example of studying the results of English competitive tasks. To reach the aim literature and Internet resources about gifted children were studied, methods and approaches of educational efficiency of the Internet portal were described, the educational results of the contests participants were delivered and a conclusion about the value of educational Internet-portals for children was made. The idea of educational efficiency of competitive tasks for school students is taken into consideration. As an example, the results of competitions aimed at learning a foreign language were analysed. The criteria of estimation were volume, variety, and correct use of English vocabulary. In addition, the age of the participants was considered in the estimation. The author gives the arguments to prove the fact that competitive tasks have great educational value and should be used not only at schools but in Internet portals as well.

Keywords: gifted children, educational Internet portal, competition, English language, linguistic analysis, lexis.

## Introduction

In the era of the digital Internet, humanity has endless possibilities to acquire new knowledge. In the digital environment, you can find educational Internet portals that allow the young generation not only to be (enlighten) enlightened and broaden their outlook, but also give an opportunity to express themselves and contribute to the development of children's talents. Currently, you can find educational Internet portals in different directions from science to art, which allows the modern generation to get acquainted with all spheres of life or delve into one sphere. In this article, we will consider the Internet portal “Gifted Children” as a platform for raising the level of education of the younger generation. The Internet portal is managed by the Moscow Institute for the Humanities and Information Technologies. Teaching staff and students of the institute take an active part in the creation of a useful and effective environment for the development of gifted children from different regions of Russia. A solid foundation for the development of a successful child's personality is the desire to study always and learn new things. It is important to remember that every child is curious from birth, and as they grow up, they try to find activities which they like. However, the number of children who are not seeking knowledge is constantly growing. The most pressing problem of pedagogy is the lack of children's motivation for learning, especially for self-education. There are several factors that influence interest in learning, such as: the way the material is studied, the perception of information and interest in the subjects studied (Chirkova, 2019). The most popular motives for increasing motivation to study: the desire to be erudite and educated, the desire to expand the social circle along with the outlook, the desire to reveal their talents and build a career, the "need" to study. School, extracurricular activities, Olympiads, Internet portals must contribute to the formation of the child's interest in expanding their knowledge. If you do not motivate children to education from childhood, as adults they will face a number of difficulties that prevent them from achieving success in their careers. Internet portals can solve this problem in the modern world. It can be imagined that in the minds of children there is an indicator in the shape of star, which determines the interest of children in learning about the world around them. Creative and intellectual competition tasks of educational Internet portals light up the star, consisting of a sincere interest in learning new things and children's desire to find themselves in the world, and also sets out the direction for their future successful activities.

**Problem of the article:** What can be study results’ evaluation methods and how to evaluate additional value of Internet portal “Gifted Children”?

**Aim of the work:** to research the educational value of the Internet portal "Gifted Children" on the example of studying the results of English competitive tasks.

**Work goals:**

- to study literature and Internet resources about gifted children;
- to describe methods and approaches to study educational efficiency of the Internet portal;
- to deliver the educational results of intellectual and creative contests participants on the All-Russian Internet portal for additional education "Gifted Children";
- to make a conclusion about the value of educational Internet-portals for children on the example of the All-Russian Internet portal for additional education "Gifted Children".

**Research hypothesis:** the participation of children in creative and intellectual contests held on Internet portals has great educational value.

**Methods:** analysis of scientific literature and Internet sources on the research problem, analysis of actual data, comparison, generalization.

## Theoretical analysis of the problem under study

The child's natural desire to explore something new, interest in learning often lead to the development of abilities or an indicator of giftedness. Giftedness is a systemic quality of the psyche that develops throughout life, which determines the ability of a person to achieve higher (unusual, outstanding) results in one or more types of activity in comparison with other people. A gifted child is a child who stands out for bright, obvious, some outstanding achievements (or has the prerequisites for such achievements) in a particular type of activity (Panov, 2007). There are stereotypes: makings turn into abilities only in activity. However, any activity does not develop abilities. The activity, in the process of which positive emotions arise, develops abilities. Therefore, it is necessary to apply the formula for (modeling) modelling positive emotions: "surprise - interest - joy". The desire for knowledge is the main need of a gifted child, regardless of age, temperament, character, interests, gender and health. Mental activity, so vividly characterizing any gifted child, is directly related to the development of abilities. Abilities develop, grow out of makings, provided that the activity which the child is engaged in should be associated only with positive emotions, bring joy and pleasure (Blinova, 2010).

Vygotsky L.S. believes that the signs of giftedness are manifested in the real activity of the child and can be identified at the level of observation of the nature of their actions. Signs of explicit (manifested) giftedness are fixed in its definition and are associated with a high level of activity. At the same time, a child's giftedness should be judged in the unity of the categories “I can” and “I want”, therefore, the signs of giftedness cover two aspects of the (behavior) behaviour of a gifted child: instrumental and motivational. The instrumental characterizes the ways of their activity, and the motivational characterizes the child's attitude to one side or another of reality, as well as to their own activity (Vygotsky, 1991).

The problem of identifying gifted children has pronounced psychological, moral and social aspects. V. Blinova (2010) in her book “Children's Giftedness: Theory and Practice” describes the experience of the English psychiatrist, a member of the National Association for Working with Gifted Children, E. Crawforth who recorded many sad cases demonstrating how underestimation of a child's abilities, non-recognition of their giftedness, changes their model of (behavior) behaviour. The consequences can be very serious, leading not only to physical and mental maladies, but also to social illnesses, and, as an extreme option, the child can become a criminal offender.

A. Maslow (2001) wrote that abilities are the same needs, and if they are not satisfied, if a talent does not develop, is not realized, a person gets sick. Unlike a person who actively uses their creative abilities, and generally does not suffer from any neuroses, or successfully overcomes them. T. Meissner (1998) believes that an ordinary general education school, where the teacher does not have the opportunity to approach each student individually, where the child's activity and curiosity are not always assessed with a plus sign, as a rule, is not able to identify talent and develop it. It should be noted that the effectiveness of identifying gifted children is currently low. The English scientist Henry Collins estimates its ratio of 1: 4. That is, out of 5 gifted children, only one comes to light.

Currently, about 29 million children live in the Russian Federation. It is difficult to determine who of the children is gifted. It is even more difficult to say who of them can become and will become an outstanding scientist, artist, public figure (Savenkov). It is of great importance for the search for gifted children to hold face-to-face and distance contents, Olympiads, Internet conferences, and competitions for creative works. High professionalism of the entire team of teachers and psychologists is required to organize a developing educational environment that makes it possible to teach children inclined to intellectual work. In addition, such components as creating conditions for scientific activity, even in an initial form, participation in real scientific research and practical projects, the ability to reach practical results and see the actual results achieved in their works are required (Markelov).

At the moment on the Internet, we can find many portals that provide distance projects and competitions for children, including in the field of linguistics. The mission of these portals is to identify talented children and increase motivation to learn English as a means of international communication in a global society. Such portals are aimed at developing communication practice and basic skills: speaking, writing, listening and reading in English, as well as developing the basic competencies of English teachers, who are working on the creation of contests.

The All-Russian Internet portal of additional education "Gifted Children" was created to identify, support, and develop talented schoolchildren in Russia. Its idea was supported by the President of the Russian Federation at a press conference on December 18, 2014. Schoolchildren cannot only form a portfolio, develop their talents, acquire knowledge and useful skills by actively participating in the project, but also get the opportunity to win valuable prizes, enlist the support of professionals and make themselves known throughout the country. The project is being implemented by the Institute for the Humanities and Information Technologies using the grant of the President of the Russian Federation for the development of civil society provided by the Presidential Grants Foundation (http://globaltalents.ru/about/). The Internet portal has a professional orientation: participation in competitions in 20 nominations helps gifted children to build their own system of professional preferences.

The Internet portal, in our opinion, is perfect for holding creative and intellectual contests, among which we have identified competitions aimed at learning English as the subject of research interest.

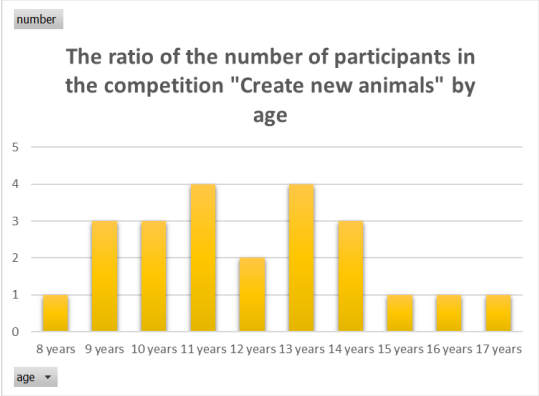
### Empirical research

In order to increase the motivation of children to education and to identify their abilities (it was) there were developed and conducted creative contests on the All-Russian Internet portal of additional education "Gifted Children". Moreover,

an additional methodological task was set - to improve the lexical level of the English language of the contestants through participation in competitions.

In the article the analysis of the results of children's participation was presented using the example of two competitions: «Create new animals» and «Emotional memes in English». To participate in the competition "Create new animal", children were asked to combine the names of existing animals in order to come up with three new species and write an essay about where they live, what they eat, how they adapt to survive in different conditions. Participants of the "Emotional memes in English" contest had to come up with seven memes in English, reflecting emotions or feelings from the list presented. First of all, the age groups of the participants, the nature of their creative work were analysed; methodological and linguistic analyses were also carried out; and the educational value of participation in competitions through the enrichment of English word stock by the participants of the contests was determined.

When analysing the results of two competitions posted on the All-Russian Internet portal of additional education "Gifted Children", it was noticed that the ratio of the number of participants in the two competitions by age is different. These differences can be seen in Fig. 1.



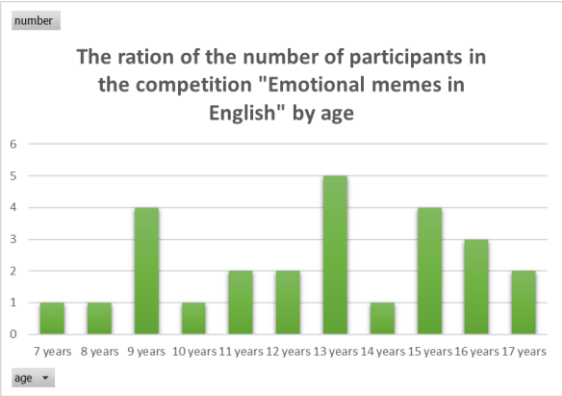




**Fig.1** The ratio of the number of participants in the competitions «Create new animals» and «Emotional memes in English» by age (N=23)

The competition "Create new animals" is dominated by participants of middle school age from 11 to 13 years old. In the competition "Emotional memes in English", three age groups of participants prevail at once: students of primary school (9), middle school (8) and upper school (9). You can see that in both histograms, the most common age of participants is 13 years old, i.e., students of middle school age. It was also noted that 12 participants are 24.5% out of 49 (the total number of participants in two competitions), who took part in two competitions, which allows us to conclude that they were interested in the linguistic direction or format of the task. Consequently, with the predominance of several age groups in one competition, the vocabulary of children will differ from each other: from simple to complex. This factor was taken into account when checking and evaluating the participants' works.

The educational value of completing competitive tasks was determined on the example of studying the used vocabulary and the process of enriching the vocabulary of the contestants. The study of 23 participants' works allowed us to calculate the total number of words used in the essays and the number of new vocabularies outside the school curriculum. Thanks to these data, the percentage of the search and use of new vocabulary was calculated from the total number of words participants used.

**Table 1.** Calculating the percentage of use of new vocabulary among quiz participants

| Participants | Total number of words used | Number of new vocabularies outside the school curriculum | Use of new vocabulary of the total number of words (%) |
|---|---|---|---|
| Participant 1 | 169 | 16 | 9.5 |
| Participant 2 | 151 | 16 | 10.5 |
| Participant 3 | 130 | 6 | 4.6 |
| Participant 4 | 220 | 16 | 7.3 |
| Participant 5 | 92 | 19 | 20.6 |
| Participant 6 | 165 | 43 | 26 |
| Participant 7 | 245 | 18 | 7.3 |
| Participant 8 | 108 | 11 | 10.1 |
| Participant 9 | 134 | 9 | 6.7 |
| Participant 10 | 148 | 17 | 11.5 |
| Participant 11 | 150 | 14 | 9.3 |
| Participant 12 | 138 | 23 | 16.6 |
| Participant 13 | 242 | 26 | 10.7 |
| Participant 14 | 231 | 16 | 6.9 |
| Participant 15 | 200 | 9 | 4.5 |
| Participant 16 | 137 | 16 | 11.6 |
| Participant 17 | 124 | 16 | 12.9 |
| Participant 18 | 177 | 30 | 16.9 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Participant 19 | 172 | 17 | 9.9 |
| Participant 20 | 165 | 20 | 12.1 |
| Participant 21 | 174 | 26 | 14.9 |
| Participant 22 | 166 | 15 | 9 |
| Participant 23 | 390 | 23 | 5.9 |

The fourth column of this table always shows a positive result. Consequently, this suggests that each student who took part in the competition replenished his/her vocabulary. It should be noted that percentages range is from 4.5% to 26%. These data show that each participant counted differently on their lexical experience and looked for new words when writing an essay.

A careful study of the participants' works shows the usage of extremely rare words that are not available in all dictionaries and are unlikely to be included in the active vocabulary of the contestants in the future. For example: Lapland poppy, sea monkey, Luculia gratissima, etc. When checking the essays, sometimes it could be noticed that some participants of the primary school age used difficult vocabulary for the upper school level, or even specialized terminology. In this case, it is difficult to judge whether they performed the task alone or someone helped them. However, most of the participants used simple vocabulary according to their age.

It is worth noting that in the works of participants of primary school age, a detailed description of the animals they invented is often found. The children endow animals with human qualities. It was guessed this is primarily due to the animation, which depicts animals endowed with human qualities and living in the human world. On the other hand, the vocabulary of younger students is not as rich as that of older students. They relied on a small store of knowledge of the English language when writing essays. It is unlikely that a child of primary school age will be able to describe the habitat and way of life of an animal like an accurate description in books. In practice, they rely on the vocabulary and grammatical constructions that have already entered their active vocabulary. For example, «it likes an ice cream and drink some milk or every Sunday it goes to visit her friends» (school student's vocabulary and grammar are saved).

It was noticed that most of the children approached the task in a non-standard way. In one of the works, the participant so vividly and artistically described the picture of the habitat of life, animals invented by her, that when reading, you involuntarily plunge into an unrealistic world. Another work presented was accompanied by original and unusual drawings of animals. It should be noted that the participants who won prizes in these contests are also prize winners in other contests on the Internet portal "Gifted Children", in the domain of linguistics, art, ecology and in many other areas. As a result, the children have shown themselves to be talented in different areas of life. The main thing that they got from participating in competitions is the opportunity to try their abilities.

Summing up, it should be said that thanks to new competitions in different fields of knowledge, the number of talented children is growing. Our task is to continue the search for young talents and give every child the opportunity to express themselves. The implementation of children's talents is directly related to the motivation for education and the child's inner self-confidence. It is important to remember that a person's success in childhood determines their future success. Therefore, first of all, adults are responsible for the future of the young talented generation.

## Conclusions

In the article, children's giftedness has been studied in detail and it was described how to promote its development from childhood. The importance of motivating gifted children to learn and achieve their goals was emphasized. In addition, it was noted what the consequences could be if the child's giftedness were left to chance and ignored altogether. As a solution using the Internet portal "Gifted Children" was proposed as the development of children's talents.

The All-Russian Internet portal of additional education "Gifted Children" acted as a platform for identifying children's talents, raising the level of education in various fields, including in the field of learning foreign languages, and helped to increase the motivation of children to replenish their knowledge. The effectiveness of the "Create new animals" and "Emotional memes in English" contests has been proved through the study of the results that gives an idea of both the age characteristics of the participants and the educational value of the contests. Attention was also paid to a detailed analysis and analysis of the participants' works regarding the content and manner of their essay writing. In the course of checking the works, talented participants were highlighted and won prizes. As a result, the hypothesis that the participation of children in creative and intellectual contests held on Internet portals has great educational value was confirmed.

The current stage of development of the education sector is characterized by the massive introduction of information technologies into the activities of participants in the educational process. Educational portals created on the Internet have an increasing impact on improving the effectiveness of children's education. However, the value of educational Internet portals is manifested not only in gaining knowledge, but also in the opportunity to develop children's talents and express themselves. There are currently more than 100 contests in ecology, linguistics, photography, journalism, literature, and other fields on the Internet portal "Gifted Children". The general availability of participation in competitions and considering the sphere of children's interests contributes to an increase in the number of gifted children in our country.

### References

BLINOVA, V.L., BLINOVA, L.F. (2010) Detskaya odarennost': teoriya i praktika [Children's giftedness: theory and practice]. Kazan. 501 p.

CHIRKOVA, A. (2019) Kak motivirovat' rebonka uchit'sya: prostyye sposoby, kotoryye vam pomogut [How to motivate your child to learn: simple ways to help you]. URL: https://mel.fm/blog/anna-chirkova/40519-kak-motivirovat-rebenka-uchitsya-prostyye-sposoby-kotoryye-vam-pomogut

MARKELOV, E.V., YURKEVICH, V.S. Organizatsiya shkoly dlya osobo odarennykh detey i podrostkov [Organization of a school for especially gifted children and adolescents]. URL: http://www.humanities.edu.ru/executors.html

MASLOW A. H. (2001) Motivatsiya i lichnost' [Motivation and personality]. Saint-Petersburg, 478 p.

MEISSNER T. (1998) Vunderkindy. Realizovannyye i nerealizovannyye sposobnosti [Wunderkinder: schiksal und chance hochbegabter]. Moscow. 368 p.

PANOV, V. I. (2007) Odarennost' kak problema sovremennogo obrazovaniya [Giftedness as a problem of modern education]. Samara, 477 p.

SAVENKOV, A. I. Detskaya odarennost' [Children's giftedness].URL: http://adalin.mospsy.ru/l_01_12.shtml

VYGOTSKY L.S. Voobrazheniye i tvorchestvo v detskom vozraste [Imagination and creativity in childhood]. Moscow, 1991.

# STARTUPS IN THE WORLD

**Albert Sudeiko, Rokas Valatka**
*Vilniaus kolegija/University of Applied Sciences, Business Management Faculty*
albert.sudeiko@stud.viko.lt; rokas.valatka@stud.viko.lt

Consulted by Viktorija Prapraitė, lecturer of Vilniaus Kolegija/University of Applied Sciences Business Management Faculty

**Abstract**

This final project is written for the 9th International Student conference organized by the Business Management Faculty of Vilniaus Kolegija/University of Applied Sciences. Work topic is Startups in the World. There are many problems that business startups face all around the globe. Some people tend to have dedication to have their own business while others are afraid and have doubts about it. So, we are going to investigate what people think about starting (your) their own business, what kind of problems they face, what are advantages of having (your) one's own business, (and) etc. The main part of the project is the research which is more focused on quantitative methods. The survey was a non-probabilistic survey based on questioning young people which often face a lot of challenges starting their business. The main problem of the survey was to understand what keeps young people away from starting their business, what challenges they face and what character qualities good leader have. Analyzing results of the survey it is surprising that many people actually want to start their own businesses but the main points of withdrawal are lack of money, lack of experience and lack of information.

KEYWORDS: startups, business, a businessman, business ideas

## Introduction

The topic "Startups in the world" is relevant for people who want to have their own business. Startups differ from traditional businesses primarily because they are designed to grow fast. By design, this means that they have something they can sell to a very large market. For most businesses, this is not the case. With a great business idea you just need a market and you need to be able to reach and serve all of those within your market. Also, startups tend to rely on capital that comes via angel investors or venture capital firms, while small business operations may rely on loans and grants. Of course starting a business has always been a hit-or-miss proposition. According to the old formula, you write a business plan, pitch it to investors, assemble a team, introduce a product and start selling as hard as you can. But it's a must to know that, you never truly know how the product will be sold. It's possible that business will suffer a fatal setback. In order to face and tackle the so called challenges of a violent business world, startups need to be resilient and focus on keeping their integrity intact against all odds.

**Problem of the article:** What are the main points of starting your own business?

**The aim of the work:** to analyze and understand how relevant Startups are in the world and to understand people's view about business.

**The tasks of the work:**

- To deepen our knowledge about starting your own business
- To understand what are the main points of starting a business
- To analyse and understand how relevant startups are in the world and to understand people's view about business.

**A research hypothesis:** to own a business it is necessary to have a good idea and to be a good businessman you need some sort of skills such as motivation, leadership, (and) etc.

**Methods and Sample:** Quantitative research (survey).

## Theoretical justification

If we think of a startup, usually we imagine a newcomer in their market company that is aiming for rapid growth. For example, Edison General Electric Company which was established by Thomas Edison in 1892 could be thought of as one of the first startups in the world. The growth and difficult path to victory for that company is similar to a typical startup journey. Many companies like Nokia, Apple, Nike, (and) etc. could also be thought of as a startup in their early days. However, none of these companies could be considered a startup in their current state as they are now large corporations and ship their products worldwide.

Everyone knows that there are a lot of business startups in the world, even in our close environment we see plenty of businesses rising or dying. But what are true numbers? Live ecosystem for startups and investors Inn Mind says there are 100 million startups opening in the world and even 305 million total startups annually, while there are 472 million entrepreneurs worldwide. Seeing those numbers we can all agree that there are a lot of people who aren't afraid to start their businesses and take a deep dive to the business world (J. McKenvey, 2020, p.45-48).

Most successful companies are called "unicorns". Unicorns are companies that have received more than 1 billion dollars from investors. According to data most successful startups are from the USA and China. December 2016 UBER was valued at about 68 billion. UBER for a short time period earned a high amount of capital. For ex. 2014 had 2.93 billion after a half (yeah)? year they already had got 3.63 billion. A key to success of startups like UBER is the ability to gain access to customers from different age groups.

Many people believe that behind successful startups there (are) is pumped investors' money only to scale their existing success.

While a true successful startup is a company which can create a product that people are craving and without squeezing money from every investor they encounter. For some startups it is necessary to have raised funds to work successfully but plenty of startups are not worthy of receiving money. Startups are all about innovative secret ideas that change the world, the main things for success is profitability and performance.

According to scientists, startup ecosystems around the globe have proven to drive productivity. This is because startups not only are a good engine for jobs, but without startups, there's less innovation at larger corporations and at small- and medium- sized businesses (SMBs) as well. Startups also play a role in pushing the public sector forward by providing huge efficiency gains in governmental organizations and public services, and by helping establish competitive regulatory environments. Technology startups offer a higher job multiplier because they often pay high wages, (they) export more frequently, and attract foreign direct investment (FDI) from international investors. Startup jobs are also more "future-proof" as the economy transitions to more digital services, as people working these jobs will have more in-demand skills down the road.

## Methods and sample

The quantitative survey collected 140 respondents from different countries. In the survey took part men and women, also there were people from different age groups. (The survey was a non-probabilistic survey based on questioning young people due to challenges which they often face with). The survey was a non-probabilistic one, based on questioning young people on challenges they often face with.

## Presentation of results

The first question is about the gender of the respondent. This allows us to see what type of people answer the questionnaire. 55 percent of respondents answered that they are females. And another 45 percent of people answered that they are male. This means the survey got a great balance between genders so we get a great point of view on both genders' thoughts. (Fig. 1)

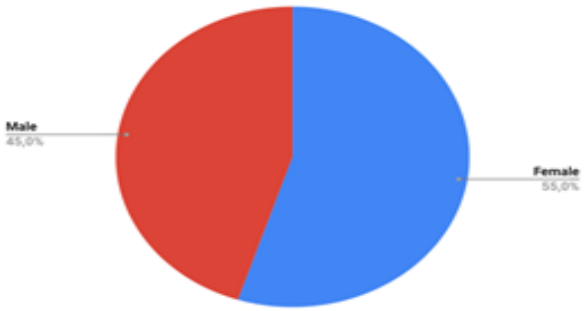



**Fig. 1** What is your gender? [Composed by author]

The age for starting a business and having the appropriate kind of view is also very important. The following question is about the age of the respondent. Figure reveals that 72.5 percent of people are between 18 and 25 years old. 10 percent are in the 25-35 age group or 35 and more. While only 7.5 percent (choosed) chose the unnamed age group. (Fig.2)

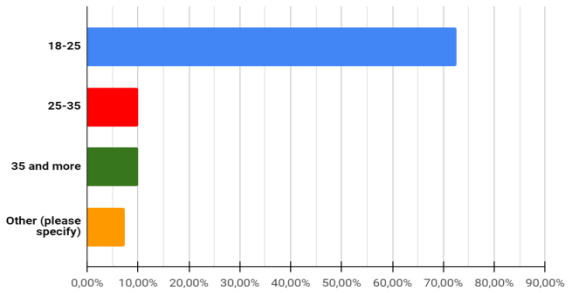



**Fig.2** How old are you? [Composed by author]

The third question is about where (do) they plan their future career. The question gives the answer to the public sector or private sector. Figure reveals that 43.6 percent of respondents said the public sector while another 66.7 percent said they chose the private sector. (Fig.3)

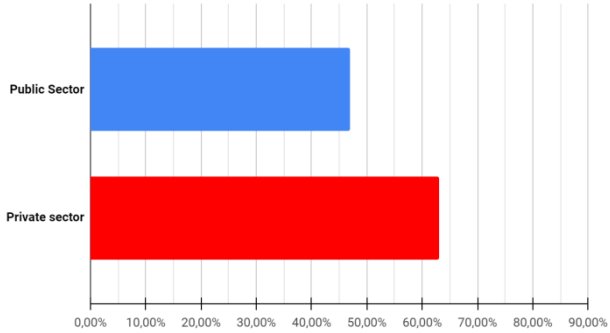



**Fig.3** Where do you plan your future career? [Composed by author]

The following question asks whether (would) the respondents would like to open their own business. 51 percent of people said they would like to open their own business, while other 8,5 percent disagreed with that idea. Another 37 percent said maybe, so they are not sure if they would like to open their own business and the least 4.5 percent said other answer with their specification such as: they already opened their business. (Fig.4)

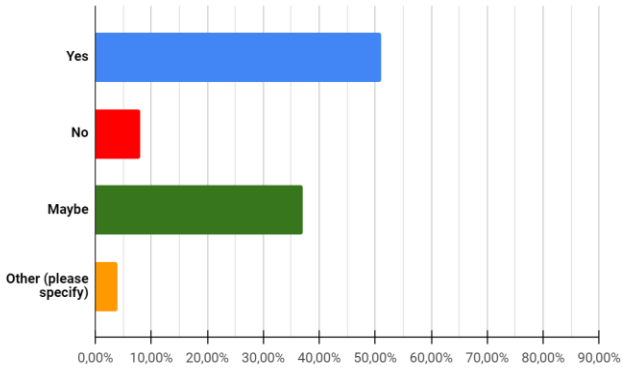



**Fig.4** Would you like to open your own business? [Composed by author]

The next question asks what challenges (do) young businessmen face. Furthermore, it presupposes what people fear from starting a business. Lack of money was the most common answer with 76 percent of respondents.

After that, 59.5 percent of people said it is a lack of experience. Another 49.5 percent have chosen lack of information and the last one with 28 percent chose lack of motivation. (Fig.5)

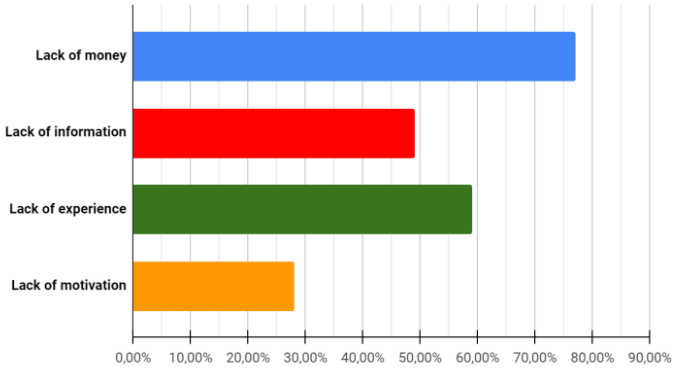



**Fig.5** Would you like to open your own business? [Composed by author]

Another question is what (are the advantages of being a hired worker) the advantages of being a hired worker are.

Most popular answer was social guarantees, like this answered 62 percent of participants. Fixed salary was the second common answer with 59 percent. Less common answer is lack of responsibilities with 21 percent. 10 percent of people said the other answer with comments such as hired workers have more free time than businessmen (and) etc. (Fig.6)

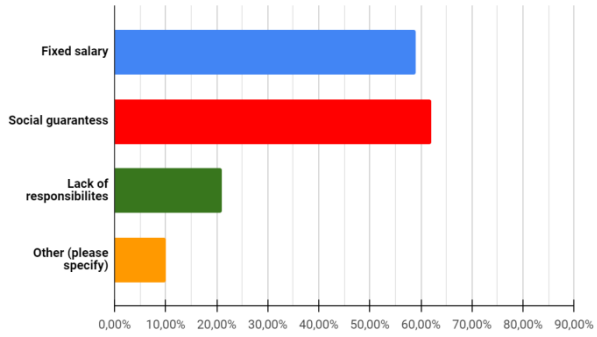



**Fig.6** What are the advantages of being a hired worker? [Composed by author]

Participants were asked what the disadvantage of being a hired worker is. Almost half of the participants 49 percent of them answer that the most serious disadvantages are fear of being outsourced and lack of career opportunities. Lack of free time and lack of motivation collected the same amount of answers, 44 percent of people noted these answers. 5 percent answered other. (Fig.7)

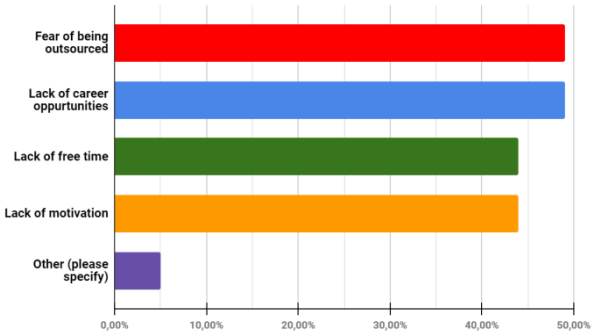



**Fig.7** What are the disadvantages of being a hired worker? [Composed by author]

Participants were asked what (are the advantages of being a businessman) the advantages of being a businessman are. A lot of them answered it is profit with 40 percent of participants. The second most popular answer is self-esteem with 25 percent of people. After that, 15 percent of participants said the advantage of being a businessman is a motivation. Free time and other collected the same number of answers, 10 percent of participants. (Fig.8)

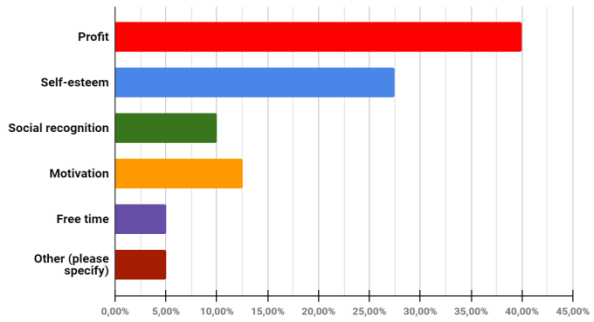



**Fig.8** What are the advantages of being a businessman? [Composed by author]

There was a question about the disadvantage of being a businessman. Most participants 70 percent answered that it was stressful. 40 percent of participants answered that the main disadvantages were responsibility and fear. Competition as an answer collected 37.5 percent. (Which means that some people think, the marketplace has already lots of strong competitors). This means that some people think, the marketplace has already lots of strong competitors. (Fig.9)

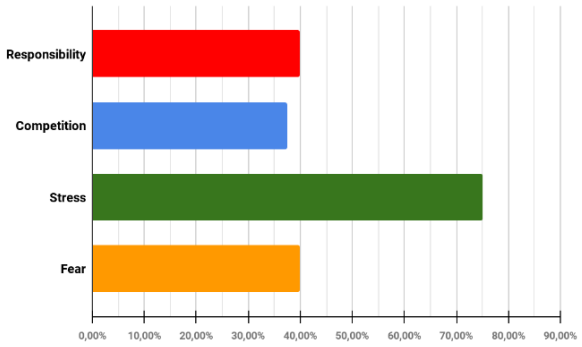



**Fig.9** What are the disadvantages of being a businessman? [Composed by author]

The last one question is what skills are required to be a businessman. Almost everyone answered that a successful businessman has leadership skills with 97.5 percent of respondents. 90 percent of people think that businessmen should be well-organized. Motivation is also a very popular answer, like this answered 77.5 percent of participants. Commitment (if) is the fourth most popular answer.

This skill collected 70 percent of answers. Half of people think that optimism is also a very important skill in the business sector. A bit smaller percent of participants, 42.5 percent of people said that curiosity is important. Only 5 percent of participants answered that other skills are required to be a businessman. (Fig.10)

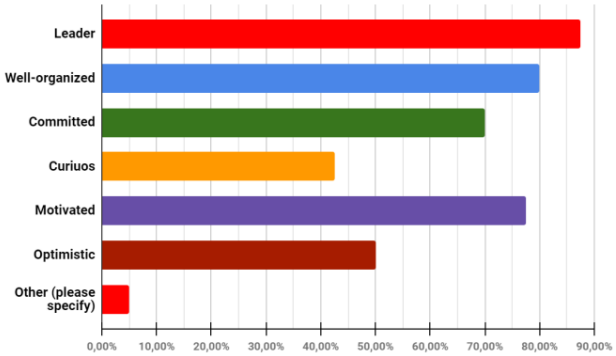



**Fig.10** What skills are needed for being a businessman? [Composed by author]

## Conclusion and recommendations

This project allows us to get a deeper understanding about starting a business. The theoretical part of the project presents what a business startup is, what a successful startup looks like, how many there are businessmen in the world, how much there are startups per year and so on. Writing the theoretical part we understood that to own a successful business the main thing is not to have lots of raised funds to open it but to have innovative ideas that (gonna) are going to have an impact on customers' world.

The survey had great balance between genders; mainly we got answers from young people who(se) are the future of the business world. Many people want to start their businesses; they want more in the private sector rather than the public. After that, many believe that lack of money is the biggest challenge young businessmen face. Speaking about advantages of being a hired worker it is social guarantees, which is understandable since owning a business is high risk. But the biggest disadvantages of being a hired worker are (is) fear of being outsourced and lack of opportunities. Furthermore, the main advantage of owning a business is profit and the disadvantage is stress.

Finally, to be a good businessman people believe to be a good leader, well-organized and motivated are the essential skills. It is recommended to expand this survey, make sure that it involves people from all around the globe, also to include more open-ended questions which would help to investigate more deeply peoples'opinions about starting a business.

### References

Aalto Ventures Program. *Start up history*. Retrieved from: https://starting-up.org/en/starting-up/introduction/startup-history/

By InnMind Administrator (2020). *How many startups are there in the world?* Retrieved from: https://innmind.com/articles/262

The Smart City Journal. *Top 10 startups in the world.* Retrieved from: https://www.thesmartcityjournal.com/en/news/1236-top-10-startups-in-the-world

Sergey Grybniak (2017). *What's the Real Secret Behind Successful Startups?* Retrieved from: https://www.business.com/articles/sergey-grybniak-secret-behind-successful-startups/

The Innovation Stuck (2020) Retrieved from: https://www.zdnet.com/article/unbeatable-business-starts-with-innovation-stack/

Accelerate science Journal, 2018 Retrieved from: https://www.quora.com/What-are-some-startups-that-are-trying-to-accelerate-science

The Global Startup Ecosystem Report (2020). *Save Your Startups: Using Policy to Kickstart the Post-Crisis Economy*. Retrieved from: https://startupgenome.com/article/save-your-startups-using-policy-to-kick-start-post-crisis-economy

ISSN 2669-221X

VILNIAUS KOLEGIJA | UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT

Didlaukio str. 49 Vilnius, LT-08303, vvf.viko.lt