

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETAS
BANKININKYSTĖS IR INVESTICIJŲ KATEDRA**

VILMA KISIELIENĖ

**SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO LIETUVOJE
KONKURENCINGUMO TYRIMAS**

Magistro baigiamasis darbas

**Vadovas
prof. habil. dr. A. V. Rutkauskas**

VILNIUS, 2009

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETAS
BANKININKYSTĖS IR INVESTICIJŲ KATEDRA**

**SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO LIETUVOJE
KONKURENCINGUMO TYRIMAS**

**Verslo nuosavybės ekonomikos magistro baigiamasis darbas
Studijų programa 62404S110**

**Vadovas
(parašas) prof. habil. dr. A. V. Rutkauskas
2009 11 25**

Recenzentas

**Atliko
VNEmn8-01 gr. stud.
V. Kisielienė
2009 11 25**

VILNIUS, 2009

TURINYS

ĮVADAS.....	8
1. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO REIŠMĖ ŠALIES EKONOMIKAI	11
1.1. Smulkaus ir vidutinio verslo samprata ir rūšys	11
1.2. Smulkaus ir vidutinio verslo įmonių įtaka šalies ekonomikai.....	15
2. KONKURENCINGUMO VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI	20
2.1. Konkurencingumo samprata	20
2.2. Konkurencingumas ir jo analizės lygiai	23
2.4. Konkurencingumo indeksai.....	27
3. MAŽŲ IR VIDUTINIŲ ĮMONIŲ KONKURENCINĖS APLINKOS VERTINIMAS.....	31
3.1. Mažų ir vidutinių įmonių konkurencingumo skatinimo kryptys.....	31
3.2. Smulkaus ir vidutinio verslo konkurenciniai įmonių pranašumai.....	35
4. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO KONKURENCINGUMO DIDINIMĄ ĮTAKOJANTYS VEIKSNIAI.....	40
4.1. Valstybė smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimo procese.....	40
4.2. Finansavimo ir investicijų svarba smulkiam ir vidutiniam verslui	43
4.3. Inovacinės bei mokslinės-technologinės pažangos įtaka smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimo procese	45
4.4. Žmogiškasis kapitalas bei verslumas konkurencingumo didinime	47
4.5. Klasterių įtaka smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimui	48
5. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO KONKURENCINGUMO TYRIMO METODOLOGIJOS PAGRINDIMAS	51
5.1. Tyrimo metodika ir organizavimas	51
5.2. Tyrimo imties nustatymas.....	52
6. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO LIETUVOJE KONKURENCINGUMO TYRIMO DUOMENŲ ANALIZĖ.....	55
IŠVADOS IR SIŪLYMAI.....	79
LITERATŪRA.....	83
ANOTACIJA.....	89

ANNOTATION.....	90
SANTRAUKA.....	91
SUMMARY.....	93
PRIEDAS.....	95

LENTELĖS

1 lentelė. Labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių samprata.....	11
2 lentelė. Konkurencijos samprata remiantis įvairiais moksliniais požiūriais.....	20
3 lentelė. Keturiuos svarbiausios šalies ekonomikos savybės („determinantai“).	24
4 lentelė. Įmonės konkurencingumo samprata.....	26
5 lentelė. Indekso apskaičiavimas.....	28
6 lentelė. Verslo konkurencingumo indeksas.....	29
7 lentelė. Veiklos kryptys Lisabonos strategijoje.....	29
8 lentelė. Valstybės pagalbos formos.....	33
9 lentelė. Esamos ir būsimos konkurencinės aplinkos būklės vertinimas.....	36
10 lentelė. Išorinės verslo įmonės aplinkos vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą.....	56
11 lentelė. Mokesčių sistemos trūkumų vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą.....	58
12 lentelė. Pagrindinių įmonės konkurencingumo šaltinių vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą.....	63
13 lentelė. Kliūčių, su kurioms teko susidurti ieškant finansavimo, vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą.....	66
14 lentelė. Inovacijų diegimas įmonėse pagal veiklos trukmę, įmonės dydį ir tipą.....	71
15 lentelė. Investicijos į darbuotojų mokymą pagal įmonių veikimo laiką, dydį, tipą.....	75

PAVEIKSLAI

1 pav. Veikiančių MVĮ pasiskirstymas pagal teisinės formas 2009 m. pradžia.....	13
2 pav. Įregistruotų ir išregistruotų mažų ir vidutinių įmonių skaičius 2005-2009 m.....	14
3 pav. Svarbiausi SVV vaidmenys.....	15
4 pav. Veikiančių įmonių skaičius pagalmonių dydį (darbuotojų skaičių) 2005 – 2009 m. pradžia.....	16
5 pav. Benroji pridėtinė vertė sukurta MVĮ ir šalies įmonėse 2004-2007 m.....	17
6 pav. SVV įmonių eksporto lyginamoji dalis dalies užsienio prekyboje 2004 – 2008 m.....	18
7 pav. Konkurenciją formuojančios jėgos.....	25
8 pav. Ryšiai tarp konkurencingumo lygių.....	26
9 pav. Inovacijos versle.....	46
10 pav. Svarbiausi verslumo požymiai Lietuvoje.....	48
11 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės dydį.....	53
12 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės teisinę formą.....	54
13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės veikimo laiką.....	54
14 pav. Išorinės verslo aplinkos vertinimas.....	55
15 pav. Mokesčių sistemos vertinimas.....	57
16 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal pagrindines klūtis verslo plėtrai.....	59
17 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių vykdomas eksportas ir eksporto dalis nuo apyvartos procentais.....	60
18 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių veiklos rezultatų pokytis per paskutinius veiklos metus.....	60
19 pav. Numatomi apyvartos pokyčiai per ateinančius metus.....	61
20 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal konkurencingumo šaltinius.....	62
21 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių lėšos panaudotos verslui pradėti.....	64
22 pav. Respondentų nuomonė apie bankų pasitikėjimą įmonėmis.....	64
23 pav. Išorinio finansavimo suma, reikalinga verlo plėtrai šiuo metu.....	65
24 pav. Kliūčių, su kurioms teko susidurti ieškant finansavimo, vertinimas.....	65
25 pav. Respondentų naudojama parama verslui.....	67
26 pav. Respondentų nuomonė apie įmonės inovatyvumo lygį.....	69
27 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal naujų produktų įvedimą į rinką.....	69

28 pav. Inovacijų rūšys, kurias dažniausiai diegia įmonės.....	70
29 pav. Kliūtys investavimui į naujas technologijas.....	71
30 pav. Tiesioginių užsienio investicijų įtaka naujų technologijų įsigijimui.....	72
31 pav. Veiksnių sąlygojančių inovacinę-technologinę veiklą įmonėje vertinimas.....	73
32 pav. Inovacijų diegimą skatinančios politikos vertinimas.....	73
33 pav. Įmonių investicijų į darbuotojų mokymą vertinimas.....	74
34 pav. Įmonių darbuotojų kvalifikacijos kėlimo specializuotose įstaigose galimybių vertinimas.....	75
35 pav. Veiksmai, kuriais įmonė siekia didinti mokslinį potencialą.....	76
36 pav. Klasterių plėtros politikos Lietuvoje vertinimas.....	77

ĮVADAS

Smulkus ir vidutinis verslas vaidina svarbų vaidmenį šalies ekonomikoje. Tai reikšminga šalies socialinė ekonominė grupė, kurios dėka šalyje kuriamos darbo vietos, pritraukiamos investicijos, įmonės gali sėkmingiau save realizuoti, mokami mokesčiai valstybės ir savivaldybės biudžetams. Smulkaus ir vidutinio verslo plėtra dideli lemia rinkos ekonomikos konkurencingumą, augimą bei padeda išspręsti užimtumo problemas. Smulkių ir vidutinių įmonių steigimas ir jų veiklos skatinimas yra šalies ekonomikos augimo pagrindas. Visuotinai pripažįstama, jog be smulkaus ir vidutinio verslo rinkos ekonomikos sistema negali nei normaliai funkcionuoti, nei tobulėti. Europoje smulkus ir vidutinis verslas yra vienas iš pagrindinių sektorių skatinančių naujovių kūrimą, vadinasi tuo pačiu metu didina atskirų šalių ir visos Europos konkurencingumą. 2000 m. Lisabonoje Europos Sąjungos šalių vadovai sutarė dėl ambicingo tikslo – per dešimtmetį pasiekti, kad Europos Sąjunga taptų konkurencingiausia žiniomis pagrįsta pasaulio ekonomika (Lisabonos strategija, 2000).

Konkurencija yra vienas pagrindinių rinkos elementų. Konkurencingumo didinimas - svarbiausias veiksnys įmonės veiklai tobulinti, norint išsilaikyti rinkoje, laimėti naujas nišas kuriant naujus produktus, plėstis ir augti. Nė viena šalis ar įmonė negali sau leisti nepaisyti objektyvaus konkurencijos būtinumo. Jos turi stengtis suprasti bei išmokti konkurencinės kovos meną. Konkurencingumas, konkurencinių strategijų diegimas, kaip įmonės praktinės veiklos reiškinys, yra aktualus šalies verslo praktikoje, vykdamas tolygios ekonominės plėtros politiką.

Temos aktualumas. Kiekviena pelno siekianti organizacija stengiasi įgyti tam tikrų pranašumų prieš kitas rinkos dalyves, taip išsikovodama didesnę rinkos dalį. Taigi konkurencija, konkurencingumo siekimas bei išlaikymas yra neatsiejamas šiuolaikinės ekonomikos atributas, skatinantis kokybės gerėjimą, kainų mažėjimą bei inovacijų plėtrą. Smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo tyrimo aktualumą ypač padidina šiuo metu pasaulį apėmusios ekonomikos recesija. Labai svarbu nustatyti pagrindinius konkurencingumą lemiančius veiksnius, nes įmonės, tai žinodamos, galėtų numatyti priemones konkurencingumui didinti ir pagrįsčiau rengti savo konkurencingumo didinimo strategijas.

Problema. Konkurencingumo didinimas – vienas svarbiausių veiksnių, susijusių su gyvenimo lygio kėlimu, darbo vietų plėtra ir valstybės sugebėjimu įvykdyti savo įsipareigojimus. Svarbu, kad smulkios ir vidutinės įmonės būtų ne tik pasirengusios konkurenciniam rinkos spaudimui, bet būtų sudaromos palankios sąlygos naujų įmonių steigimui, jų veiklos plėtrai. Šiuo metu, esant ekonomikos nuosmukiui, smulkiam ir vidutiniam verslui reikalingos papildomos saugumo garantijos: turi būti sudaromos lygiavertės konkurencinės sąlygos tarp smulkaus ir vidutinio verslo bei stambaus verslo;

dabartinė mokesčių sistema iš esmės iškreipia konkurencinę aplinką, nes kapitalo, kurio daugiau naudoja stambios įmonės, apmokestinimas yra kelis kartus mažesnis palyginti su darbo, kuriuo santykinai daugiau remiasi smulkaus ir vidutinio verslo įmonės, mokesčiais. Įmonėms, kurios neturi išskirtinių konkurencinių pranašumų, konkurencingumo didinimo veiksniai yra riboti, nes Lietuvoje nėra palankios verslo sąlygos konkurencingumo didinimui. Todėl būtina spręsti šią problemą pasitelkiant Vyriausybės ir Europos Sąjungos finansinius instrumentus, gerinant ekonomines veiklos sąlygas, skatinant verlumą, inovacijas, mokslo – technologinę pažangą, plečiant investicijas į žmogiškąjį kapitalą. Iškyla **hipotezės**:

H1: Vyriausybė Lietuvoje nėra palanki smulkaus ir vidutinio verslo konkurencinei aplinkai.

H2: Verslo konkurencingumo plėtrai Lietuvoje reikalingos inovatyvios priemonės.

Darbo objektas – smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumas.

Darbo tikslas – išanalizuoti smulkaus ir vidutinio verslo įmonių konkurencinę aplinką bei išnagrinėti konkurencingumo didinimo galimybes ir priemones.

Darbo uždaviniai :

1. Apibrėžti smulkaus ir vidutinio verslo vaidmenį ekonomikoje.
2. Pateikti verslo konkurencingumo sampratą bei konkurencingumo vertinimo teorinius aspektus.
3. Apibrėžti mažų ir vidutinių įmonių konkurencingumo skatinimo kryptis bei išskirti pagrindinius konkurencinius įmonių pranašumus.
4. Išnagrinėti smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimą įtakančius veiksnius.
5. Pagal pasirinktą ir aprašytą tyrimo metodologiją atlikti smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo tyrimą ir pateikti siūlymus konkurencingumo didinimui.

Darbo metodai. Mokslinės literatūros analizė, teisinių dokumentų analizė, statistinių duomenų analizė, atlikto sociologinio tyrimo (anketinės apklausos) duomenų analizė.

Rašant darbą buvo naudojami statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, Ūkio ministerijos, Lietuvos Respublikos Seimo ir Vyriausybės išleisti įstatyminiai aktai, užsienio ir Lietuvos ekonomistų moksliniai straipsniai ir darbai.

Darbo struktūra. Darbą sudaro įvadas, penki skyriai, išvados ir siūlymai. Pirmame skyriuje, remiantis moksline literatūra ir teisine baze, teoriškai aprašyta smulkaus ir vidutinio verslo subjektų samprata ir reikšmė, jo įtaka šalies ekonomikai. Antrame skyriuje apibrėžta verslo konkurencingumo teoriniai aspektai, konkurencingumo lygiai bei konkurencingumo vertinimas skaičiuojant indeksus (konkurencingumo augimo, verslo konkurencingumo, Lisabonos indeksas). Trečiame skyriuje

nagrinėjamos mažų ir vidutinių įmonių konkurencingumo skatinimo kryptys, apžvelgiami smulkaus ir vidutinio verslo konkurenciniai pranašumai. Ketvirtame darbo skyriuje nagrinėjama smulkaus ir vidutinio verslo konkurencinei aplinkai, konkurencingumo didinimui turintys įtakos veiksniai. Penktame skyriuje aprašoma smulkaus ir vidutinio verslo tyrimo metodologija. Šeštame – analizuojami tyrimo metu gauti duomenys. Darbo pabaigoje pateikiamos išvados bei siūlymai.

1. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO REIKŠMĖ ŠALIES EKONOMIKAI

1.1. Smulkaus ir vidutinio verslo samprata ir rūšys

Smulkus ir vidutinis verslas – vienas svarbiausių ekonomikos augimo veiksnių, todėl yra svarbus Lietuvos ūkio raidai ir socialiniam stabilumui. Mažos ir vidutinės įmonės – tai Europos šalių ekonomikos pagrindas. Būtent šios įmonės sukuria šimtus darbo vietų ir sąlygoja daugelį ekonominių permainų.

Smulkaus ir vidutinio verslo (toliau SVV) subjektų samprata apibrėžta Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme. Vadovaujantis šiuo įstatymu, SVV subjektas yra labai maža įmonė, maža įmonė, ar vidutinė įmonė bei fiziniai asmenys, įstatymų nustatyta tvarka turintys teisę verstis savarankiška komercine, gamybine ar profesine ir kita panašaus pobūdžio veikla, įskaitant tą, kuria verčiamasi turint verslo liudijimą (Lietuvos Respublikos Seimas, 2002). Anot Bartkaus ir Pikčio (2007), smulkaus ir vidutinio verslo įmonių verslo dydžiui Lietuvoje matuoti yra naudojami tokie Europos Sąjungoje (ES) priimtų kriterijų pavyzdžiai, kaip darbuotojų skaičius, pardavimų apimtys, aktyvų (turto) dydis, draudimas, indėlių apimtis (Bartkus ir Piktys, 2007).

Lietuvoje rekomendacija dėl mažų ir vidutinių įmonių sampratos įsigaliojo nuo 2005 m. sausio 1 d. Mažas ir vidutines įmones apibūdina šie kriterijai – įmonės darbuotojų skaičius, metinės pajamos, turto balansinė vertė (žr. 1 lent.). Mažų ir vidutinių įmonių samprata Lietuvoje šiuo metu atitinka Europos Komisijos rekomendacijas.

1 lentelė. Labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių samprata

Įmonė	Darbuotojų skaičius	Metinės pajamos (mln. Lt)	Turto balansinė vertė (mln. Lt)
Vidutinė	mažiau kaip 250	neviršija 138	ne didesnė 93
Maža	mažiau kaip 50	neviršija 24	ne didesnė 17
Labai maža	mažiau kaip 10	neviršija 7	ne didesnė 5

Šaltinis: LR Smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymas, 2007 m. gruodžio 4 d. Nr X-1346

Lietuvoje smulkaus ir vidutinio verslo plėtrai didelis dėmesys skiriamas jau nuo nepriklausomybės pradžios. Smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros iki 2015 metų strategijos parengimas rodo, kad viena iš sudėtinių Lietuvos Vyriausybės veiklos kryptių yra SVV plėtra. Numatyti tokie vidutinės trukmės uždaviniai:

1. užtikrinti prioritetinę SVV sektoriaus plėtrą;

2. skatinti SVV sektoriaus integraciją į ES ekonominę erdvę;
3. didinti smulkių ir vidutinių įmonių konkurencingumą, sudarant palankias sąlygas diegti inovacijas ir naudoti naujas technologijas;
4. skatinti SVĮ tarptautinį bendradarbiavimą, jų produkcijos ir paslaugų eksporto didėjimą;
5. bagti formuoti SVV sektoriaus plėtros sistemos svarbiausias grandis: institucinę, informacinę ir finansinės paramos struktūrą bei kontrolę. (Lietuvos ūkio plėtros iki 2015 m. ilgalaikė strategija, 2002).

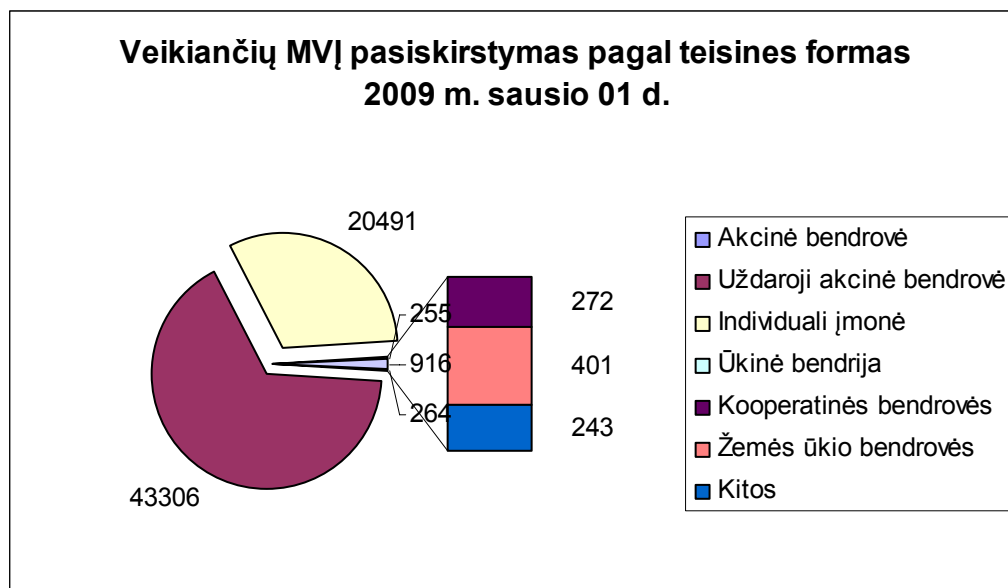
Daugelio valstybių vyriausybės vis labiau pabrėžia SVV rėmimo būtinybę: verslumas ir smulkios vidutinės įmonės yra visuotinai pripažįstami ekonominės ir socialinės plėtros varikliai, o jų plėtra – būtina užimtumo ir tarptautinio konkurencingumo augimo prielaida. 2000 metų Europos Tarybos patvirtintoje Lisabonos strategijoje įmonės, ypatigai smulkios ir vidutinės, yra pavadintos atramos tašku, siekiant paversti Europos Sąjungą „konkurencingiausia ir dinamiškaisusia žinių pagrindu augančia ekonomika pasaulyje, kurioje darni ekonominė plėtra būtų suderinta su didesniu ir geresnės kokybės užimtumu ir tvirtesne socialine sanglauda“.

Anot O. Stripeikio ir P. Žukausko (2004), smulkaus ir vidutinio verslo sektorius greičiausiai pajunta rinkos paklausos ir pasiūlos pokyčius, prisitaiko prie jų, sukuria naujas darbo vietas tose veiklose, kurių produktai ir paslaugos konkrečiu laikotarpiu turi didžiausią paklausą. Smulkios ir vidutinės įmonės – pati mobiliusia, nuolat besikeičianti įmonių grupė – kuri sugeba labai lanksčiai reaguoti į dažnai besikeičiančias paklausos sąlygas, technologinius reikalavimus ir diegti naujoves. SVV verslas daro esminį poveikį šalies ūkio plėtimuisi, naujų darbo vietų kūrimui, gyvenimo lygio kėlimui. Todėl galima teigti, kad be smulkaus ir vidutinio verslo rinkos ekonomikos sistema negali nei normaliai funkcionuoti, nei tobulėti. Kadangi smulkios ir vidutinės įmonės yra novatoriškos, greitai reaguojančios į vartotojų poreikius, jos dažnai atranda visiškai naujas rinkas. Diegiant naujus produktus ir paslaugas persiorientuoti tokiose įmonėse yra daug paprasčiau ir tai galima padaryti įdedant mažesnes investicijas negu stambiose įmonėse (Sūdžius, 2001).

SVV priskiriamos įmonės yra labai įvairios pagal jų organizavimo formas. Visos labai mažų įmonių kategorijai priklausančios įmonės yra individualios arba kitaip dar vadinamos personalinės įmonės. Tačiau smulkių ir vidutinių kategorijai priskiriamų įmonių, numatytų LR įmonių įstatyme, tarpe yra visų rūšių įmonių, tai individualios (personalinės) įmonės, tikrosios ūkinės bendrijos (TŪB), komandinės (pasitikėjimo) ūkinės bendrijos (KŪB), akcinės bendrovės (AB), uždarnosios akcinės bendrovės (UAB), investicinės bendrovės, valstybinės, savivaldybių įmonės, žemės ūkio ir kooperatinės bendrovės. Lietuvoje, kaip ir kitose Europos Sąjungos šalyse, mažos ir vidutinės įmonės sudaro daugiau

kaip 99 proc. visų šalyje veikiančių įmonių, t.y. 99,4 procento. 2009 m. sausio 1 d. veikiančių mažų ir vidutinių įmonių buvo 65232, o tūkst. Lietuvos gyventojų teko 20 veikiančių SVV įmonių. Lyginant su Europos Sąjungos vidurkiu, Lietuvoje smulkių ir vidutinių įmonių skaičius, tenkantis tūkst. Lietuvos gyventojų yra 2-4 kartus mažesnis (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2004).

Lietuvoje veikiančių įmonių pasiskirstymas pagal teisinės formas pavaizduotas 1 paveiksle.



Šaltinis: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės

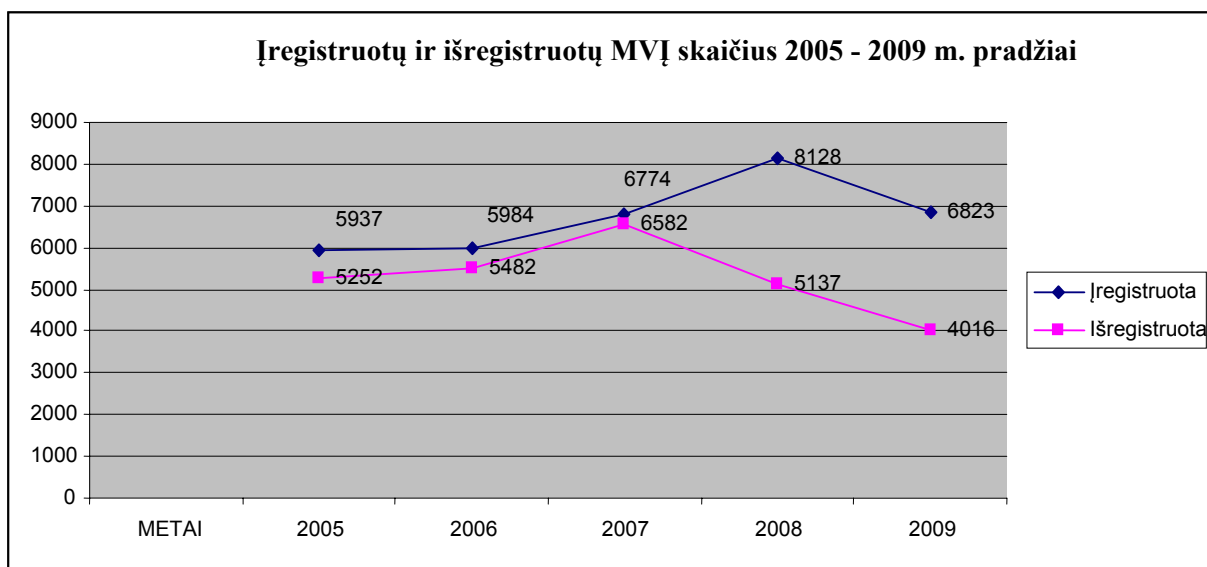
1 pav. Veikiančių MVĮ pasiskirstymas pagal teisinės formas 2009 m. pradžiai

Mažų ir vidutinių įmonių struktūros analizė pagal teisinės registracijos formą rodo, kad gausiausia Lietuvos MVĮ grupė yra uždarosios akcinės bendrovės (toliau UAB) 43306 arba 66,4 procento. Santykinai didelis yra individualių įmonių skaičius 20491 arba 31,41 procento. Šios įmonių formos paplitimą lemia keli privalumai: veiklos pradžia pakanka nedidelio pradinio kapitalo, savininkas gali dirbti savo įmonėje vienas, jį paprasčiau valdyti bei jos nereikia likviduoti norint ją pertvarkyti į UAB. Tačiau Lietuvoje pastebimos jį mažėjimo tendencijos. Tai galėjo sąlygoti tokie veiksniai:

- mokesčių naštos padidėjimas;
- UAB, kaip įmonių teisinės formos, patrauklumo padidėjimas;
- apribojimas, kad jį savininkas negali būti kitos jį savininku;
- didesni reikalavimai registruojant jį;
- rizika asmeniniam turtui dėl neribotos civilinės atsakomybės, kuri didėja kartu su konkurencija.

Kiekvienais metais Įmonių registre buvo įregistruojama po daugiau nei 5 tūkst. Įmonių. 2008 m. buvo įregistruotos 8128 įmonės ir tai yra 16,66 % daugiau nei 2007 m.

Išregistruojamų įmonių skaičius kito skirtingai. Maksimalus išregistruotų įmonių skaičius buvo užfiksuotas 2007 m. – 6582 įmonių. Iš pateikto 2 pav. matyti, kad įregistruotų ir išregistruotų smulkių ir vidutinių įmonių skaičius iki 2009 m. buvo maždaug stabilus. 2009 m. rodikliai dar ne galutiniai. Įmonių registracija leidžia nustatyti verslumo lygį šalyje. Matome, kad verslumo lygis šalyje kito nežymiai.



Šaltinis: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės

2 pav. Įregistruotų ir išregistruotų mažų ir vidutinių įmonių skaičius 2005-2009 m.

Smulkus ir vidutinis verslas turi tiek privalumų, tiek trūkumų. Dėl to, kad MVĮ kasmet daugėja, galima daryti švadą, kad šis sektorius turi daugiau privalumų nei trūkumų. Tačiau, nepaisant pažangos smulkaus ir vidutinio verslo sektoriuje, verslumo dinamika išlieka silpna, o mažų ir vidutinių įmonių skaičiaus augimas – lėtas. Smulkus ir vidutinis verslas savo reikšmingumą įrodo kurdamas naujas darbo vietas. Remiantis statistiniais tyrimais, mažos ir vidutinės įmonės, kurios nebankrutuoja pirmaisiais savo gyvavimo metais, per kitus trejus metus sukuria apytiksliai nuo 2,5 iki 6,5 naujų darbo vietų, o po penkių egzistavimo metų – vidutiniškai nuo 3 iki 8 darbo vietų (Lietuvos statistikos departamentas, 2001, 2006).

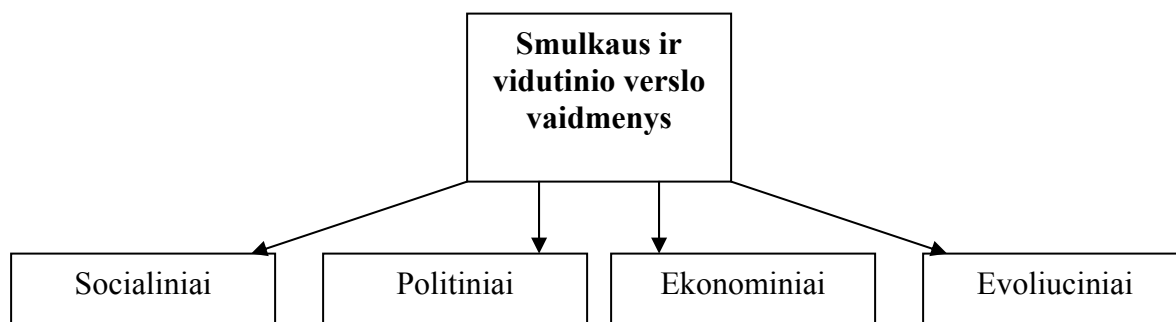
Nors SVV reikšmė ir indėlis į šalies ūkį kasmet didėja, tačiau būtina pažymėti šio sektoriaus priklausomybę ekonominėms sąlygoms. Ekonominio nuosmukio atveju žymiai sumažėja smulkių įmonių, kurios neturi galimybių palaukti iki ekonomikos atsigavimo. Dabrtiniu laikotarpiu smulkus ir vidutinis verslas Lietuvoje nyksta. Įmonių bankroto valdymo departamento duomenimis, per pirmąjį šių metų ketvirtį bankrutavo 466 įmonės. Tačiau pagal „Sodros“ duomenis per pirmąjį 2009 metų ketvirtį veiklą sustabdė 5142 įmonės. Tam didžiausios įtakos turėjo dideli mokesčiai, maža perkamoji galia,

apyvartinių lėšų trūkumas. Todėl galima daryti išvadą, kad naujai registruojamų įmonių skaičius, rodo nebe verslumą, bet išėities paieškas – nepajėgdamos išsilaikyti individualios įmonės perregistruojamos į uždaršias akcines bendroves.

1.2. Smulkaus ir vidutinio verslo įmonių įtaka šalies ekonomikai

Smulkus ir vidutinis verslas – neatsiejama kiekvienos šalies ekonomikos dalis, o jo plėtra yra reikšminga šalies ekonominiam vystimuisi. Efektyvi SVV sektoriaus veikla yra pagrindinė priemonė, užtikrinanti regionų ekonominį augimą, užimtumo problemų sprendimą, rinkos ekonomikos konkurencingumo didinimą. Kadangi šis ūkio sektorius greičiau nei kiti pajunta bei prisitaiko prie paklausos ir pasiūlos pokyčių, jis sukuria daugiausia naujų darbo vietų būtent tose veiklose, kurių prekės ir paslaugos konkrečiu laikotarpiu turi didžiausią paklausą. Smulkios ir vidutinės įmonės – pati mobiliusia, nuolat besikeičianti įmonių grupė – geba labai lanksčiai reaguoti į dažnai besikeičiančias paklausos sąlygas, technologinius reikalavimus ir diegti naujoves. Smulkių ir vidutinių įmonių steigimasis ir jų veiklos skatinimas yra šalies ekonomikos augimo pagrindas, o tuo pačiu – viena iš regionų plėtros bei vystymo sąlygų. Smulkusis ir vidutinis verslas daro esminį poveikį šalies ūkio plėtotei, naujų darbo vietų kūrimui, regionų išsivystymo lygio kėlimui. Išanalizavus pasaulinę patirtį, daroma išvada, jog be smulkaus ir vidutinio verslo rinkos ekonomikos sistema tiesiog negali nei normaliai funkcionuoti, nei tobulėti. Vis didėjanti smulkaus ir vidutinio verslo svarba bei jo įtaka ekonominiam šalių vystimuisi lemia ypatingą visuomenės susidomėjimą. To pasėkoje, pastaraisiais dešimtmečiais daugelyje išsivysčiusių pasaulio šalių yra nuolat atliekamas intensyvus smulkaus ir vidutinio verslo monitoringas, lydimas mokslinių ieškojimų, vertinimų ir prognozių bei atliekami SVV plėtros ir jo įtakos šalies ekonominiams procesams tyrimai (Stripeikis, Žukauskas, 2004).

Smulkaus ir vidutinio verslo vaidmuo pasaulio vystimuisi yra reikšmingas daugeliu aspektų, tačiau galima išskirti keturis svarbius SVV vaidmenis.

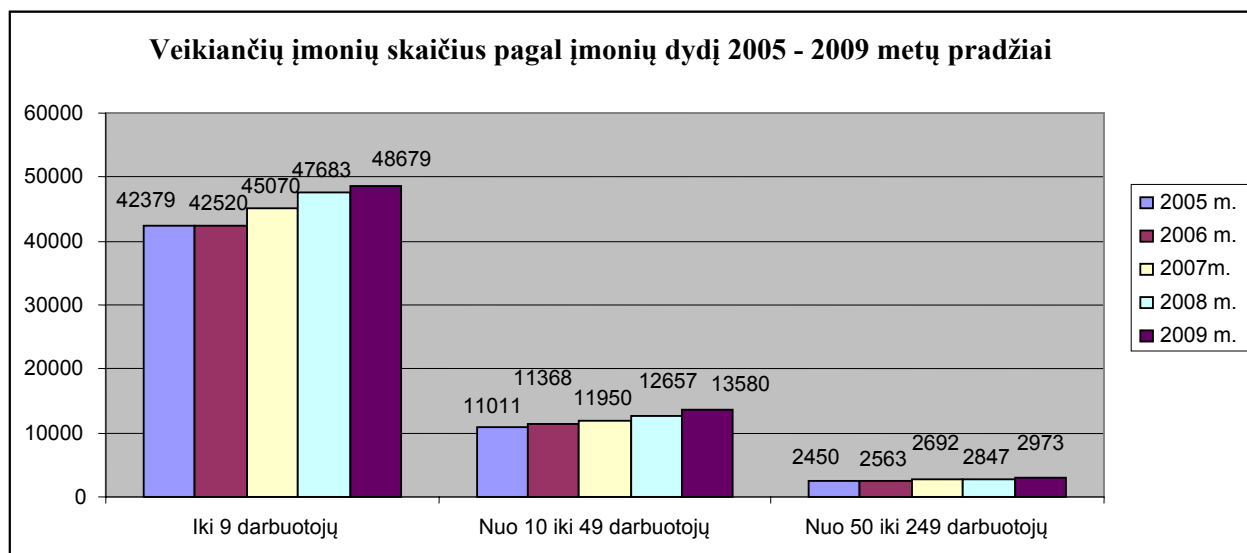


3 pav. Svarbiausi SVV vaidmenys

Socialinis SVV vaidmuo. Sukurdamas naujas darbo vietas smulkus ir vidutinis verslas sudaro sąlygas gyventojams realizuoti savo sugebėjimus, idėjas, siekius. Mažos ir vidutinės įmonės, įdarbindamos nemažai socialinės rizikos grupės žmonių, kuriems darbas stambiose organizacijose yra sunkiai prieinamas, sudaro sąlygas jiems patiems savimi pasirūpinti ir skatina integracijos į visuomenę procesus (Puškorius, 2006).

Remiantis Garucko (2005) nuomone, tik ką baigę universitetus ar kitas mokyklas, jaunieji specialistai visų pirma dažniausiai įsidarbina mažose įmonėse, kadangi pradėti veiklą stambiose kompanijose yra labai sunku. Todėl šis ūkio sektorius ne tik suteikia didžiules galimybes tobulėti, atskleisti kūrybiškumą, bet ir atlieka ir auklėjamąjį vaidmenį (Garuckas, Jatuliavičienė, 2005).

Smulkus ir vidutinis verslas atlieka labai svarbų vaidmenį didinant užimtumą ir skatinant darbo lankstumą ypač tuo metu, kai didelės įmonės mažina darbo vietų skaičių. SVV sektorius yra pagrindinis darbo vietų steigėjas. Lietuvoje šiame sektoriuje dirba didžiausia dalis žmonių. 4 paveiksle pateikiama įmonių sandara pagal darbuotojų skaičių Lietuvoje.



Šaltinis: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės

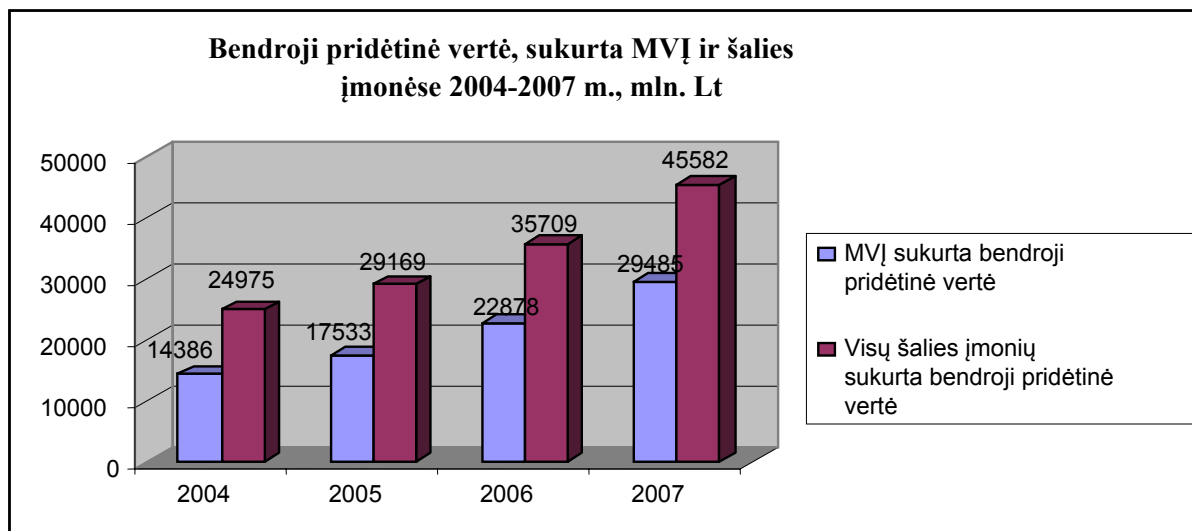
4 pav. **Veikiančių įmonių skaičius pagal monių dydį (darbuotojų skaičių) 2005 – 2009 m. pradžia**

Ekonominis vaidmuo. Anot Sūdžiaus (2001) smulkaus ir vidutinio verslo ekonominis vaidmuo pasireiškia kiekybiniu ekonominiu augimu ir įtaka makroekonominiams rodikliams. SVV ekonominiai rezultatai leidžia teigti, kad šis ūkio segmentas, duodantis didžiulę naudą visose šalies ūkio šakose ir ekonominės veiklos srityse, yra neatsiejama ir reikšminga šalies ekonomikos dalis.

Bendrasis vidaus produktas (BVP) yra vienas svarbiausių rodiklių, kuriuo remiamasi vertinant ūkio sektoriaus ekonominės veiklos rezultatyvumą. BVP yra visų prekių ir paslaugų, sukurtų šalyje per

ataskaitinį laikotarpį, pridėtinė vertė, apskaičiuota rinkos kainomis. Smulkaus ir vidutinio sektoriaus analizei labai svarbus jų sukuriama bendrosios pridėtinės vertės rodiklis. Lietuvoje smulkios ir vidutinės įmonės sukuria daugiau kaip 60 proc visų verslo įmonių kuriamos bendrosios pridėtinės vertės. Dėl šios priežasties SVV įmonių skatinimas yra vienas svarbiausių ekonomikos plėtros uždavinių.

Mažų ir vidutinių įmonių (toliau MVI) sukurta bendroji pridėtinė vertė ir parodo šių įmonių vaidmenį šalies ekonomikoje (5 pav.), kuris kasmet didėja.

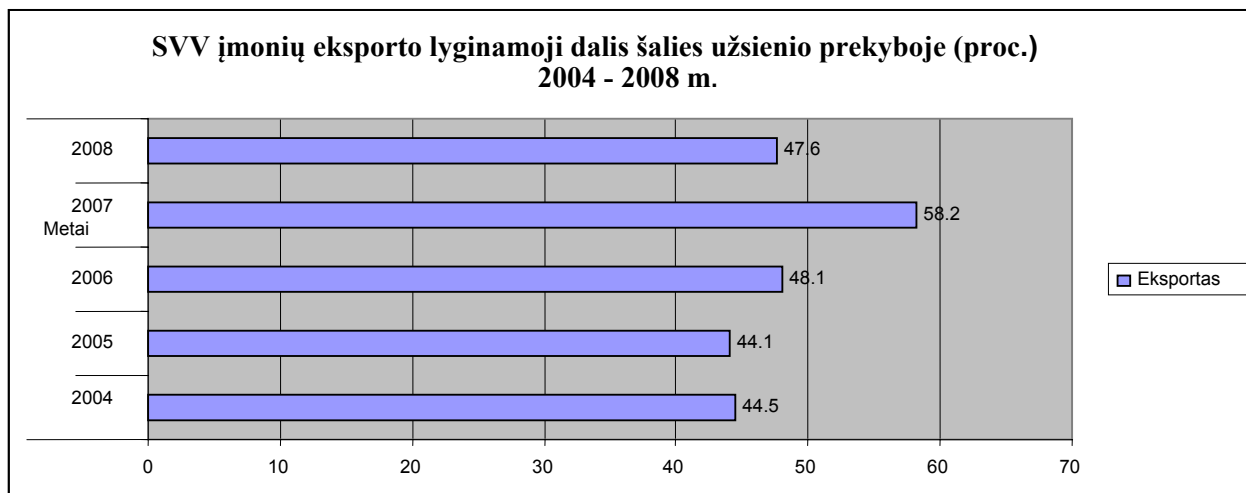


Šaltinis: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės

5 pav. **Bendroji pridėtinė vertė sukurta MVI ir šalies įmonėse 2004-2007 m.**

Kaip matyti iš paveikslo SVV sektoriaus sukurta bendroji pridėtinė vertė, skaičiuojant veikusiomis kainomis, 2004 – 2007 m. nuosekliai augo ir padidėjo nuo 14386 mln. Lt 2004 m. iki 29485 mln. Lt 2007 m. (5 pav.).

Taip pat labai svarbus rodiklis, bylojantis apie didėjančią SVV įmonių įtaką Lietuvos ekonomikai, yra šių įmonių eksporto apimtis, kuri didina Lietuvos ekonomikos konkurencingumą. MVI eksporto lyginamosios dalies šalies užsienio prekyboje padidėjimas (6 pav.) 2007 m. buvo pats didžiausias per analizuojamus keturis metus ir sudarė 58,2 proc. 2008 m. eksporto dalis užsienio prekyboje sumažėjo iki 47,6 procento. SVV įmonių eksporto lyginamosios dalies mažėjimas rodo, kad mažos ir vidutinės įmonės susiduria su nemažai trukdžių realizuodamos savo produkciją užsienio rinkose. Smulkieji Lietuvos verslininkai negali veiksmingai naudotis informacine sistema, finansinėmis, draudimo, ryšių, transporto, mugių, parodų, tarptautinių verslo organizacijų paslaugomis, nes jos yra finansiškai ir struktūriškai silpnesnės nei didžiosios įmonės.



Šaltinis: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės

6 pav. SVV įmonių eksporto lyginamoji dalis šalies užsienio prekyboje 2004 – 2008 m.

Viena iš pagrindinių silpnųjų, lemiančių žemą tarptautinį smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumą, yra žemas produktyvumas.

Šalies ekonomikos augimas labai priklauso nuo inovacijų. Svarbūs išradimai gali būti padaryti ir mažose bei vidutinėse įmonėse. Įmonėje, kurioje diegiamos inovacijos, yra didesnis produktyvumas, nes tada sukuriama geresni produktai ir gamybos metodai. Milijonai smulkių įmonių, taip prisideda prie bendrojo savo šalies produktyvumo kėlimo (Garuckas, Jatuliavičienė, 2005). Pagrindinis MVĮ pranašumas prieš dideles įmones inovacijų įgyvendinimo procese yra tai, kad MVĮ struktūra ir valdymo procesai nėra sudėtingi ir tai leidžia greitai ir lanksčiai keistis.

Politinis vaidmuo. Smulkus ir vidutinis verslas taip reikšmingas politinė prasme. Svarbu laikytis nuostatos, kad SVV yra valstybės ekonomikos pagrindas, pagrindinis darbo šaltinis ir vidurinėsios klasės sukūrimo sąlyga. Siektina, kad verslumo skatinimas taptų svarbiausiu valstybės prioritetu. Tam reikalui būtina plėtoti verslo savivaldą, sudarant sąlygas verslininkų organizacijoms dalyvauti rengiant teisės aktus, siekti, kad verslininkystės mokymas būtų ugdomas visuose švietimo ir ugdymo lygiuose.

Valstybės SVV plėtros politika deramai bus įgyvendinta tik tuo atveju, kai ją formuos ir įgyvendins ne tik valstybės įstaigos, bet ir patys verslininkai bei jų organizacijos. Todėl vietos valdžios institucijos turi kartu dalyvauti formuojant bendras SVV plėtros koncepcijas bei skatinimo modelius.

Evoliucinis vaidmuo. Jis pasireiškia dinamiška, nenutrūkstama, į pokytį orientuota veikla rinkoje, pasižyminčia rizika, drąsiais eksperimentais, lankstumu ir išradingumu, akcentuojant maksimalų esamų ir potencialių poreikių tenkinimą. Smulkus ir vidutinis verslas yra mokslinės-techninės pažangos

katalizatorius. Ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse mažos ir vidutinės įmonės yra inovatyvesnės nei didelės. Įmonėje, kurioje diegiamos inovacijos, yra didesnis produktyvumas, nes tada sukuriama geresni produktai ir gamybos metodai. Milijonai smulkių įmonių, taip prisideda prie bendrojo savo šalies produktyvumo kėlimo (Garuckas, Jatuliavičienė, 2005). Inovacijų tyrimai parodė, kad smulkios įmonės daug efektyviau, negu stambiosios, vykdo tyrimus ir diegia naujoves savo veikloje. Edwards ir Gordon atlikti tyrimai rodo, kad mažos įmonės yra pagrindinės ir svarbiausios novatorės tiek tose ūkio šakose, kuriose bedarbių mažėja, tiek tose, kuriose didėja. Kiti yra įsitikinę, kad smulkios įmonės yra 1,8 – 2,8 karto (vienam darbuotojui) novatoriškesnės nei didelės korporacijos (Bartkus ir Piktys, 2007, p. 22). Dinamiška smulkių ir vidutinių įmonių kaita ir konkurencija nuolat keičia rinkos struktūrą, didina kapitalo ir vartojimo rinkos elastingumą, skatina rinkos subjektų lankstumą ir novatoriškumą. Iš to galima daryti išvadą, kad pokytis – tai pagrindinė sąvoka, charakterizuojanti smulkaus ir vidutinio verslo vaidmenį, sąlygojantį ekonominius evoliucinius procesus.

Apibendrinant galima teigti, kad smulkaus ir vidutinio verslo įmonės yra pagrindinis ekonominio augimo ir užimtumo variklis, todėl valstybės parama smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms yra naudinga visuomenei ir pačiai valstybei, o kad Lietuvos smulkiojo verslo įmonės yra dvigubai didesnės negu Europos Sąjungos, atspindi verslumo skatinimo, jo palaikymo trūkumą bei teisinės ir administracinės aplinkos įtaką smulkaus ir vidutinio verslo plėtočiai. Smulkus ir vidutinis verslas dinamiškai augantis sektorius, kurį nuolatos papildo naujai besikuriančios įmonės. Tai naujų darbuotojų perkvalifikavimo sritis. Nedidelės įmonės, neįstengdamos pritraukti aukštą kvalifikaciją turinčių specialistų, tampa ta vieta, kur darbuotojai įgyja reikiamą specikvalifikaciją, specialybę, patirtį, žinias. SVV dažnai tampa pirmąja darbo vieta daugumai jaunų žmonių. Smulkus ir vidutinis verslas – pagrindinė sritis, kur žmonės realizuoja savo idėjas ir planus. Smulkaus ir vidutinio verslo sėkmę lemia konkurencijos lygis ir makroekonominiai rodikliai. Siekiant nustatyti SVV įmonių įtaką ekonominiam augimui svarbu įvertinti sukuriama bendrosios pridėtinės vertės lyginamąją dalį. Analizuojant 2004 - 2007 m. laikotarpį matoma BPV augimo tendencija. Tai patvirtina, kad smulkus ir vidutinis verslas yra labai reikšmingas siekiant ekonomikos vystymosi ir augimo.

2. KONKURENCINGUMO VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

2.1. Konkurencingumo samprata

Pirmosios konkurencijos sąvokos buvo suformuluotos 1901 metais tokių mokslininkų kaip J. B. Clark (1887), R. T. Ely (1990), C. J. Bullock (1901), H.C. Adams (1903), kurie nagrinėjo monopolijos ir oligopolijos sampratą, kaininę diskriminaciją, procesų rinkoje dinamiką ir kita. Po 1970 metų buvo atliekami rinkos dalies, kaip svarbiausios galios rinkoje kriterijaus, tyrinėjimai: ekonomijos mąsto tyrinėjimai (Sherer, 1975); įmonių bendrosios strategijos (Porter, 1980); įmonių sujungimai, sąlygojami konkurencijos (Mueller, 1991; Burke, 1994; Fleet, 1994; Goldman 1995) ir kita. Šių mokslininkų atlikti tyrimai sudarė prielaidas suvokti konkurencijos prigimtį ir tendencijas.

Terminas „konkurencija“ kilęs iš lotyniško žodžio *concurrentia*, reiškiančio susidūrimą, varžymą. Kaip ir bet kuris terminas, taip ir konkurencija įvairių autorių skirtingai traktuojamas ir suprantamas. Dėl šios priežasties būtina analizuoti įvairių mokslininkų sampratas tam, kad galima būtų pateikti bendrą konkurencijos sampratą.

Visų pirma, konkurencijos sąvoka ekonomikos literatūroje dažniausiai yra siejama su rinkos dalyvių elgsena, rinkos ekonominiu veiksmingumu arba struktūrinėmis konkurencinės elgsenos ar ekonominio efektyvumo prielaidomis. Ekonomistai nesutaria dėl šių skirtingų požiūrių į konkurenciją reikšmingumo tiek teoriniu, tiek praktiniu lygmeniu.

Aiškiausią ir suprantamiausią apibrėžimą, matyt, pateikia V. Kvainauskaitė ir V. Snieška, kurie nurodo, jog konkurencija – tai keleto asmenų rungtyniavimas siekiant to paties tikslo. (Kvainauskaitė, Snieška, 2003, p. 29). Remiantis šiuo apibrėžimu, galima teigti, kad konkurencija – tai varžymasis tarpusavyje. Kad konkurencija – tai varžymasis, patvirtina ir R. Stanikūnas, kuris teigia, kad „Daugelis autorių konkurenciją apibrėžia kaip varžymąsi, rungtyniavimą kurioje nors ūkio srityje“. (Stanikūnas, 2009, p. 17)

Tam, kad galima būtų aiškiau suprasti, kas yra konkurencija, būtina susisteminti požiūrius. Tai padaroma 2 lentelėje, kurioje pateikiamos įvairių autorių konkurencijos formuluotės remiantis įvairiais – klasikinės ekonomikos, šiuolaikinės rinkos morfologijos, rinkos teorijų, rinkodaros požiūriais.

2 lentelė. Konkurencijos samprata remiantis įvairiais moksliniais požiūriais

Autorius	Konkurencijos sąvokos turinys
Vanberg, 1996	Taisyklių rinkinys, kurios sąlygoja funkcionavimo ypatumus ir gali būti žmonių kryptingas sumanymo taikinys.

2 lentelės tęsinys kitame puslapyje

Autorius	Konkurencijos sąvokos turinys
Tarptautinių žodžių žodynas, 1999-2000	Gamintojų varžymasis dėl palankesnių ūkininkavimo sąlygų, gaminių realizavimo, įsitvirtinimo rinkoje (ekonominis požiūris).
Visuotinė lietuvių kalbos enciklopedija, 2005	Konkurencija ekonomikoje suprantama kaip varžybos, kurių metu juridiniai ir fiziniai asmenys, užsiimantys verslu, nepriklausomai veikdami rinkoje riboja vienas kito galimybes dominuoti toje rinkoje ir skatina vartotojams reikalingų prekių bei paslaugų gamybą ir siekimą didinti jos efektyvumą.
L. Armalytė, 2001	Klasikinėje ekonomikos teorijoje – rinkos mechanizmo elementas, leidžiantis išlyginti paklausą ir pasiūlą
LR Konkurencijos įstatymas	Konkurencija – varžybos, kurių metu ūkiniai subjektai, nepriklausomai veikdami rinkoje, riboja vienas kito galimybes dominuoti toje rinkoje ir skatina vartotojams reikalingų prekių gamybą bei jos efektyvumo didinimą.
Stanikūnas, 2009	Konkurencija – tai varžymosi procesas dėl rinkų ir vartotojų siekiant ekonominės naudos.

Šaltinis: sudaryta pagal įvairius mokslinius šaltinius

Taigi, ekonominėje literatūroje konkurencijos sąvoka traktuojama labai nevienodai. Apibendrinant nagrinėtas konkurencijos formuluotes, galima būtų pažymėti, kad vieni autoriai pabrėžia rinkos taisyklių laikymosi rinkoje svarbą, kiti akcentuoja požiūrio svarbą į vartotojus jiems pasirenkant panašius produktus, tretieji – žinių generavimo procesus. Integruojant skirtingus konkurencijos formuluočių požiūrius, konkurencija yra apibrėžiama kaip tos pačios veiklos subjektų varžymasis dėl panašių funkcionavimo sąlygų ir tikslų.

Pastebėta, kad mokslinėje literatūroje konkurencija plačiuoju požiūriu yra apibrėžiama kaip sugebėjimas gaminti prekes ir teikti paslaugas, tenkinančias tarptautinių rinkų poreikius, užtikrinti ir didinti savo piliečių realias pajamas. Siauresniu požiūriu konkurencijai aprašyti kartais naudojami tik atskiri užsienio prekybos (ypač eksporto) arba makroekonominiai (dažniausiai bendro vidaus produkto) rodikliai. Dauguma mokslininkų sutinka, kad konkurencija yra sudėtingas ir daugiaaspektis reiškinys, kurį vertinant reikia atsižvelgti į pasiektus rezultatus įvairiose, ir ne vien tik ekonomikos, srityse.

Kad ir kokia besivadovautumėme konkurencijos doktrina, pagrindinis jos tikslas – sąlygų konkuruoti sudarymas. Laisvas įėjimas į rinką, kurioje nėra valdžios teikiamų privilegijų, bet kokiu atveju yra esminė konkurencijos sąlyga. Šios sąlygos egzistavimui trukdo licencijos, mokestiniai barjerai (muitai, žyminis mokestis), valdiška parama, paklausos koncentravimasis valdžioje, smulkmeniški privalomi standartai, išstumiantys iš rinkos ne tiek blogas, kiek kitokias prekes. (Korsakienė, 2004, p. 52-57).

Nors iš pirmo žvilgsnio gali pasirodyti keista, tačiau konkurencijos koncepcija yra gana skirtingai suprantama ne tik atskirų ekonomistų, bet taip pat ir skirtingose šalyse. Taip yra dėl to, jog konkurencija – tai itin kompleksinė kategorija, o ne situacija ar būseną, išmatuojama vienu ar keliais parametrais.

Konkurencija visais atvejais yra susijusi su produktyvumu (Šontaitė, Bakanauskas, 2007, p. 56). Ji lemia, kokio dydžio ekonominė vertė bus sukurta, koks bus atlyginimo už darbą ir investicijų atsipirkimo lygis.

Anuškevičiūtė I. (2004) teigia, kad konkurencija – kompleksinis dydis, kurį nusako daugybė rodiklių. Pati konkurencijos sąvoka naudojama tiek mikro-, tiek makroekonomikoje, todėl norint terminui suteikti vienareikšmišką sampratą, kyla sunkumų. Ši autorė taip pat patvirtina, kad konkurencijos sąvoka yra sunkiai suprantama. Tai, matyt, yra dėl to, kad konkurencija – tai veiksmas, kuris pastebimas įvairiose srityse.

Pagrindinis Lietuvos įstatymas, reglamentuojantis konkurenciją, yra LR konkurencijos įstatymas. Konkurencijos įstatymas numato taisykles, kurių tikslas – saugoti konkurencijos laisvę. Taip pat įstatymas reglamentuoja konkurenciją, ribojančią ar galinčią riboti valstybės valdymo, savivaldos institucijų bei ūkio subjektų veiklą ir nesąžiningos konkurencijos veiksmus, nustato šių institucijų ir subjektų teises, pareigas ir atsakomybę bei konkurencijos ribojimo ir nesąžiningos konkurencijos kontrolės Lietuvos Respublikoje teisinius pagrindus.

Konkurencijos įstatymas yra pagrindinis ir bendrasis konkurenciją reglamentuojantis įstatymas. Jis taikomas visoms ūkio ir veiklos sferoms, taip pat visų nuosavybės formų atžvilgiu. Atskiri įstatymai gali reglamentuoti konkurencijos tam tikrose ūkio šakose taisykles arba numatyti Konkurencijos įstatymo išimtis. Tai būdinga infrastruktūros šakoms, kur daugiausia vyrauja monopolijos. Tokios yra ūkio šakos, kur valstybė vienaip ar kitaip reguliuoja šių įmonių veiklą, pavyzdžiui: telekomunikacijos, energetika (elektra, gamtinės dujos, šiluma), vandens tiekimas, transportas ir kt. Nors ir šiose veiklos srityse vis daugiau atsiranda konkurencijos.

Šiame įstatyme konkurencijos sąvoka nėra pateikiama, tačiau nurodoma, kad konkurentai – tai „ūkio subjektai, kurie toje pačioje atitinkamoje rinkoje susiduria arba gali susidurti su tarpusavio konkurencija“. Kitaip tariant, konkurencija galima tarp vieno ar daugiau ūkio subjektų.

Konkurencijos įstatymas draudžia bet kokius veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai jie gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti. Vadinasi draudžiama savavališkai naudoti žymenis, kurie yra tapatūs ar panašūs į kitos įmonės pavadinimą, registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą; pateikti klaidingą informaciją apie savo ar kitos įmonės prekių kiekį, kokybę, sudėtines dalis, vartojimo savybes, pagaminimo vietą, būdą, kainą ar nuslėpti riziką, susijusią prekių vartojimu; taip pat draudžiama pateikti, naudoti informaciją, kuri yra kitos įmonės komercinė paslaptis. Nesąžiningais veiksmais laikomas ir siūlymas konkurento darbuotojams nutraukti darbo sutartį ar nevykdyti savo pareigų bei reklamos, kuri pagal Lietuvos Respublikos įstatymus laikoma klaidinančia, naudojimas.

Apibendrinant, konkurencija – tai savotiškos gamybos bei prekybos įmonių ar paslaugų teikėjų varžybos dėl vartotojų palankumo, lojalumo. Konkurencija yra būtinas šiuolaikinės ekonomikos atributas, skatinantis inovacijų diegimą bei kokybės gerėjimą. Visuomenei apskritai reikia būti konkurencingai. Konkurencingumas turėtų būti suprantamas kaip nuolatinis visuomenės gebėjimas numatyti savo ekonominę aplinką, prisitaikyti prie jos ir daryti jai įtaką.

2.2. Konkurencingumas ir jo analizės lygiai

Daugelyje publikacijų minima sąvoka konkurencingumas, kurią galima būtų apibrėžti kaip sugebėjimą gaminti prekes ir teikti paslaugas, kurios tenkintų rinkų poreikius, ir kartu užtikrintų ir didintų įmonių pajamas. Konkurencingumas taip pat suprantamas kaip prekių ar paslaugų savybė tenkinti konkretaus pirkėjo poreikius konkrečiu laikotarpiu savo kokybės parametrais bei atitinkamu įsigijimo ir eksportavimo išlaidų lygiu.

Pačėsa, N., Pukas įmonės konkurencingumą apibrėžia taip: „Įmonės konkurencingumas – tai santykinė konkrečios įmonės savybė, išreiškianti jos plėtojimosi skirtumus nuo kitų konkuruojančių įmonių pagal žmonių poreikių patenkinimo lygį savo prekėmis ir gamybos efektyvumą“. (Pačėsa, N., Pukas, 2002, p. 101). Įmonės konkurencingumas rodo jos galimybes prisitaikyti prie rinkos konkurencijos sąlygų.

Taigi konkurencingumas gali būti apibrėžiamas kaip santykinė charakteristika, nes praktiškai negalima išmatuoti konkurencingumo absoliučiai, tam reikėtų turėti idealą, o jį tenka lyginti su kitų panašių objektų ar subjektų savybėmis ar rodikliais.

Kalbant apie konkurencingumą, būtina kalbėti ir apie vieną žinomiausių mokslininkų, M. Porterio, koncepciją apie konkurenciją, konkurencingumą ir konkurencinį pranašumą. Šio mokslininko teigimu, nacionalinės ekonomikos ir jos atskirų sektorių konkurencingumas yra labai nestabilus dydis. Tam, kad būtų išlaikytas aukštas konkurencingumo lygis, būtinos ne tik pastangos, bet tam tikros strategijos, kurios padėtų išlaikyti konkurencingumą.

M. Poteris pateikia konkurencinių pranašumų teoriją, kuri remiasi prielaida, kad ir apytikriai vienodos ekonomikos plėtotės šalys paprastai turi specifinių, tik atskiroms šalims būdingų konkurencinių pranašumų. Jiems galima, pavyzdžiui, priskirti darbo našumo, gamybinio, techninio ir komercinio personalo kvalifikacijos tam tikrose srityse, gamybos šakose arba įmonių grupėse, produkcijos gamybos kokybės ir techninių ekonominių rodiklių, valdymo meistriškumo aukštesnį lygį.

M. Porterio koncepcijoje pagrindinė idėja – tai „nacionalinio rombo“ idėja. Ši idėja atskleidžia keturias svarbiausias šalies ekonomikos savybes („determinantus“), formuojančias konkurencinę atmosferą, kurioje veikia nagrinėjamos šalies firmos (savybės pateikiamos 3 lentelėje).

3 lentelė. Keturiios svarbiausios šalies ekonomikos savybės („determinantai“)

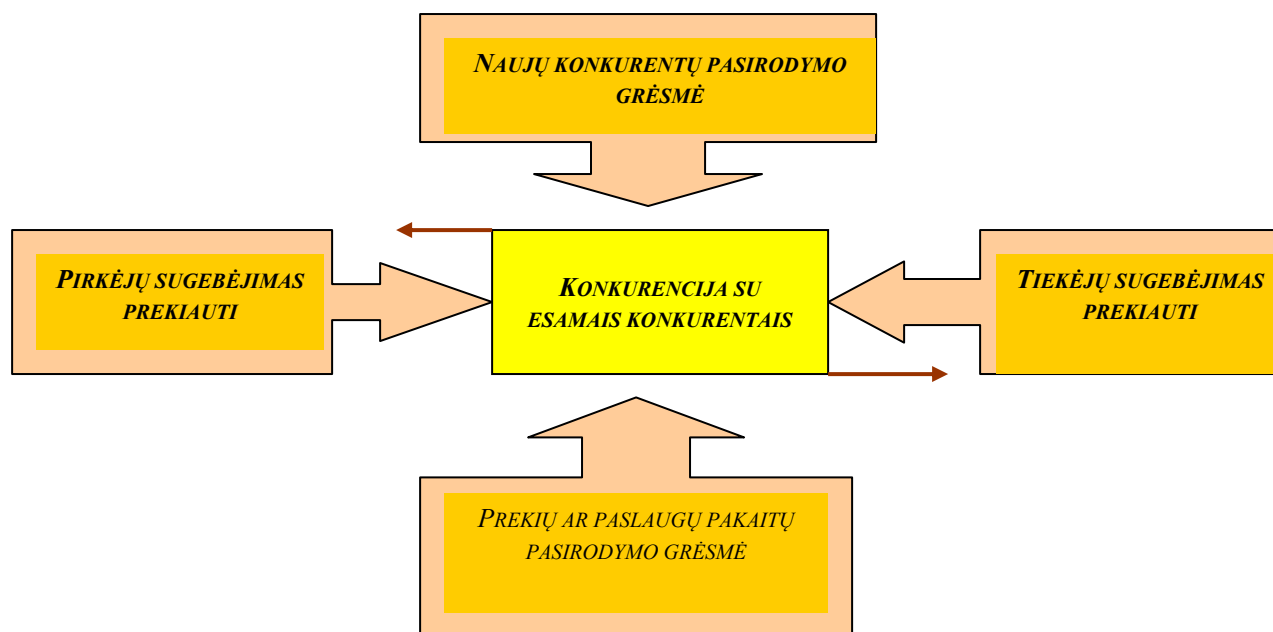
Pagrindinės šalies ekonomikos savybės	Apibūdinimas
Gamybos veiksmų parametrai	Tai materialinės (daiktinės) ir nematerialinės sąlygos, būtinos visos šalies ir jos svarbiausių eksportui orientuotų šakų konkurenciniams pranašumams formuoti
Šalies firmų strategija ir konkurencija tarp jų	Jeigu šalyje nėra konkurencinės aplinkos ir konkurencijos tarp firmų, jeigu firmų strategija neorientuota į veiklą konkurencijos sąlygomis, tai tokios šalies firmos užsienio rinkose konkurencinio pranašumo paprastai neįgyja
Vidinės paklausos parametrai	Tai visų pirma paklausos mastas, jos plėtojimosi dinamika, diferenciacija pagal produktus, vartotojų reiklumas prekių ir paslaugų kokybei. Būtent išplėtos paklausos vidinėje rinkoje aprobeuojami nauji gaminiai iki jų išėjimo į pasaulinę rinką
Giminiškos ir palaikančios šakos	Šios šakos aprūpina eksportui orientuotų šakų nacionalines firmas komplektuojančiais gaminiais, kitais materialiais komponentais, paslaugomis, taip pat informacija.

Šaltinis: sudaryta pagal Porter, M., *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York. Ekon., 1993. – 374 p.

Į bendrą determinantų sistemą M. Porteris įtraukia ir atsitiktinius įvykius, kurie gali sustiprinti arba susilpninti šalies konkurencinius pranašumus. Prie svarbiausių tokių įvykių priskiriami nauji moksliniai atradimai, stambūs technologijos poslinkiai (proveržiai), išteklių kainų šuoliai, krizės pasaulinėse finansų rinkose, valiutų kursų svyravimai, pasaulinės ir vietinės paklausos šuoliai, politiniai vyriausybės sprendimai, karai ir kitos nenumatytos aplinkybės.

Reikėtų paminėti Porterio suformuluotą konkurencijos modelį, pagal kurį lemiamos konkurencingumo sąlygos susiformuoja gamybos šakoje ir jos pokyčiuose. Gamybos šaka suprantama kaip homogeniškų prekių ir jų pakaitų visuma. Konkurencijos esmę išreiškia 5 jėgos (Porteris, 1990, p. 52-53):

- naujų konkurentų pasirodymo grėsmė;
- prekių arba paslaugų pakaitų pasirodymo grėsmė;
- tiekėjų sugebėjimas prekiauti;
- pirkėjų sugebėjimas prekiauti;
- konkurencija su esamais konkurentais.



Šaltinis: Porter, M., Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York. Ekon., 1993. –

7 pav. Konkurenciją formuojančios jėgos.

M. E. Porter ir jo pasekėjų strategijos modelio esmė - šakos, rinkos struktūra ir savybės lemia konkurenciją rinkos viduje ir tuo pačiu apsprendžia atskirų kompanijų strategijas.

Mokslinėje literatūroje pateikiami įvairūs tyrimo metodai, taikomi konkurencingumui tirti. Dažniausiai jie apibūdinami kaip atskiri būdai, įvertinantys šalies ūkio, atskiros ūkio šakos, subjekto, produkto konkurencingumą.

Tradiciškai konkurencingumas analizuojamas trimis lygiais:

1) Įmonės. Konkurencingumas įmonės lygmenyje įprastai suvokiamas kaip įmonės pelningumas. Ilgalaikiu laikotarpiu konkurencinga tampa įmonė, kuri pasižymi gebėjimu išlikti versle ir apsaugoti investicijas, gauti pajamų iš šių investicijų bei užtikrinti darbo vietas.

2) Ūkio šakos. Ūkio subjektų gaminamos produkcijos konkurencingumą rinkoje lemia ekonominių, technologinių, socialinių ir kitų veiksnių visuma.

3) Šalies. Šalies konkurencingumas paprastai suprantamas kaip gebėjimas parduoti tarptautinėse rinkose, kartu užtikrinant sąlygas užimtumui ir gyventojų pajamų augimui. Kitaip tariant, šalies konkurencingumas – tai jos gebėjimas, esant laisvos ir teisingos rinkos sąlygomis, gaminti prekes ir paslaugas, atitinkančias tarptautinių rinkų poreikius bei tuo pačiu augant realioms jos gyventojų pajamoms.

Mokslininkai Dyer ir Singh (1998) išskiria įmonės konkurencingumą apibūdinančius veiksniai. Šie veiksniai skatina konkurencingumą, suteikdami įmonei pranašumą konkurencinėje rinkoje (4 lentelė) (Dyer ir Singh, 1998).

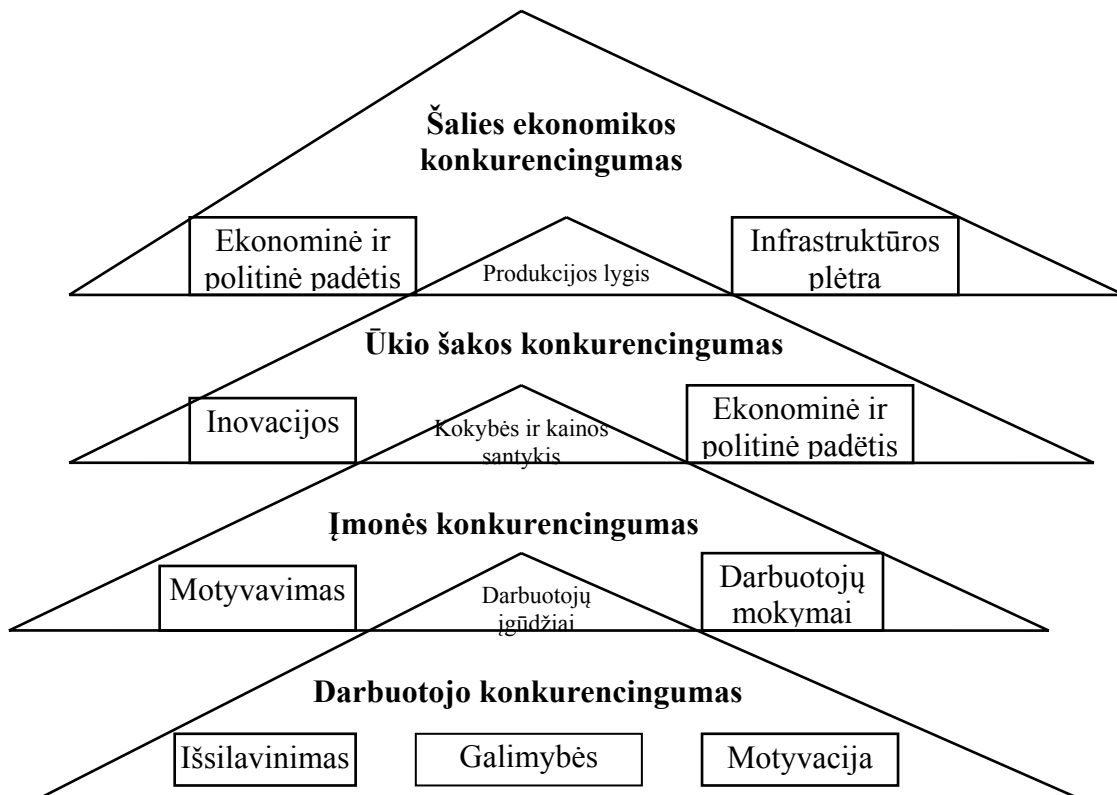
4 lentelė. Įmonės konkurencingumo samprata

Įmonės adaptavimasis išorinėje aplinkoje, plėtros galimybės
Vidinių išteklių vystymasis
Ryšų užmezgimas ar bendradarbiavimas su kitomis įmonėmis ar aplinka
Užimama rinkos dalis
Įmonės akcijų vertė

Šaltinis: sudaryta pagal Dyer ir Singh, 1998, p. 23

Kadangi įmonės veikia įvairiose šalyje esančiose ūkio šakose, vadinasi įmonės konkurencingumą apibūdina tam tikroje šakoje veikiančių įmonių konkurencinių gebėjimų ir verslo aplinkos, kurioje šios įmonės veikia, sąveika.

Estų ekonomistai apibrėžia keturis konkurencingumo lygmenis: atskiro žmogaus, įmonės, ūkio šakos ir valstybės (žr. 8 pav.).



Šaltinis: Reiljan ir kt., 2000

8 pav. Ryšiai tarp konkurencingumo lygių

Paveiksle matyti, kad konkurencingumo lygių ryšiai nurodomi hierarchine tvarka: kiekvienas aukščiau esantis ūkio subjektas gauna susiformavusį žemesnį ūkio subjektą kaip įplauką savo veiklai ir naudoja ją bei kitas turimas savo aplinkos sąlygas savo konkurencingumui kurti (Reiljan ir kt., 2000).

Išreiškiant konkurencingumą būtina atsižvelgti į šakos funkcionavimo specifiką. Rodikliai, įvertinantys ekonomikos šakos konkurencingumą, turėtų išreikšti konkurencingumo ekonominę prasmę. Apskritai, konkurencingumas turėtų būti įvertinamas ne tik nacionaliniu, bet ir globaliniu mastais.

Apibendrinant, konkurencingumas – tai įmonių, sektorių, regionų, valstybių, viršvalstybinių regionų gebėjimas, konkuruojant tarptautinėse rinkose, generuoti santykinai aukštą gamybos veiksnių pajamų bei užimtumo lygį.

2.4. Konkurencingumo indeksai

Verslo sąlygų palankumui vertinti naudojami įvairūs modeliai, tokie kaip Pasaulinis ekonomikos laisvės indeksas (Fraser institutas), Pasaulinis ekonomikos laisvės indeksas (Heritage Foundation), Ekonomikos globalizacijos indeksas (KOF). Tačiau universalūs ir praktiškai naudojami verslo sąlygų palankumui vertinti modeliai yra Pasaulio Banko „Doing Business“ verslo sąlygų palankumo vertinimo modelis ir Pasaulio ekonomikos forumo konkurencingumo vertinimo indeksas. (Samoška, 2009, p. 66).

Pasaulio konkurencingumo tyrimuose reikšmingą vietą užima įvairių, daugelį šalies ekonominio, politinio bei socialinio gyvenimo veiksnių apimančių indeksų skaičiavimas.

Vienas autoritetingiausių pasaulinių konkurencingumo vertinimo centrų – Pasaulio ekonomikos forumas (angl. *World Economic Forum*), veikiantis kaip nepriklausoma tarptautinė organizacija, siekia apjungti pasaulio politikos ir verslo lyderių pastangas formuojant pasaulinę ir regioninę pramonės plėtros darbotvarkę.

Pasaulio ekonomikos forumas kasmet sudaro pasaulio konkurencingumo indeksą, kuris vertina pasaulio šalių konkurencingumą. Konkurencingumas šiame tyrime yra apibūdinamas kaip grupė institucinių, politinių bei ekonominių ir kitų veiksnių, kurie nulemia šalies produktyvumo lygį. Pasaulio konkurencingumo indeksas kiekvienos šalies konkurencingumą vertina pagal dvylika konkurencingumo veiksnių: šalies institucijos, infrastruktūra, makroekonomikos stabilumas, sveikata ir pirminis ugdymas, aukštojo mokslo sistema ir profesinis ugdymas, prekių bei darbo rinkos efektyvumas, finansų rinkos išsivystymas, technologinis šalies išsivystymas, rinkos dydis, verslo pažanga bei naujovių diegimas.

Forumo publikuojama Pasaulio konkurencingumo ataskaita (angl. *Global Competitiveness Report*) pateikia kasmetinį pasaulio šalių ekonomikų įvertinimą konkurencingumo aspektu. Pasaulio konkurencingumo ataskaitoje apskaičiuojami ir pateikiami du šalies ekonominį konkurencingumą

nusakantys indeksai: konkurencingumo augimo indeksas (angl. *Growth competitiveness index*) ir verslo konkurencingumo indeksas (angl. *Business Competitiveness Index*). Šie indeksai apibrėžia sąlyginę nacionalinių ekonomikų poziciją konkurencingumo aspektu kitų šalių ekonomikų kontekste.

Konkurencingumo augimo indeksas skaičiuojamas nuo 2001 metų (jo sudarytojai – ekonomistai Jeffrey Sachs ir John McArthur) ir vertina *makrolygio* veiksnius, turinčius įtaką šalyje veikiančių įmonių produktyvumui. Konkurencingumo augimo indeksą sudaro trys kintamieji:

- 1) technologinis indeksas, apibūdinantis šalies technologinį pasirengimą konkuruoti tarptautiniu mastu,
- 2) valstybės institucijų indeksas, apibūdinantis valstybės valdymo institucijų veiklos kokybę,
- 3) makroekonominės aplinkos indeksas, apibūdinantis šalies makroekonominės aplinkos kokybę ir stabilumą.

Svarbu pažymėti, kad konkurencingumo augimo indekso sudarytojai išskiria išsivysčiusias ekonomikas, grindžiančias savo konkurencingumą technologinėmis inovacijomis, ir ekonomikas, kurių konkurencingumui įtaką labiau daro kiti veiksniai (pvz., pigi darbo jėga ar makroekonominė padėtis). Ši takoskyra pasireiškia skirtingų svorių suteikimu technologinei dedamajai apskaičiuojant bendrąjį indeksą. Indekso skaičiavimas pateikiamas 7 lentelėje.

5 lentelė. Indekso apskaičiavimas

Indeksas	Indekso apskaičiavimas
Inovacijomis grindžiamoms ekonomikoms:	Konkurencingumo augimo indeksas = $1/2 * (\text{Technologijų indeksas}) + 1/4 * (\text{Valstybės institucijų indeksas}) + 1/4 * (\text{Makroekonominės aplinkos indeksas})$
Ne inovacijomis grindžiamoms ekonomikoms:	Konkurencingumo augimo indeksas = $1/3 * (\text{Technologijų indeksas}) + 1/3 * (\text{Valstybės institucijų indeksas}) + 1/3 * (\text{Makroekonominės aplinkos indeksas})$

Šaltinis: Lietuvos ekonomikos augimo ir konkurencingumo šaltinių (veiksnių) kompleksinė studija

Pasaulio ekonomikos forumas sudaro pasaulinio konkurencingumo įvertį remdamasis pasaulinio konkurencingumo indeksu. Skaičiuojant indeksą analizuojamos 134 valstybės. Pasaulinio konkurencingumo indeksas, skaičiuojamas pagal Sala-i-Martin pasiūlytą metodą, remiasi V lygių kriterijų vertinimu. Šio forumo skaičiuojamas pasaulio valstybių konkurencingumo indeksas parodė, kad per porą pastarųjų metų Lietuvos pozicijos smuko 9 punktais ir, 2009 m. rugsėjo mėnesį, tarp 133 valstybių (pernai reitinguotos 134) Lietuva užima 53 vietą. Šveicarijoje veikiančio Tarptautinio vadybos

instituto (Internacional Institute for Management Development – IMD) tyrimas parodė, kad Lietuvos konkurencingumą labiausiai smukdė išaugęs biudžeto deficitas, 2008 m. išsikerojusi infliacija, smukusi ekonominė plėtra, pablogėjusios verslo kreditavimo sąlygos, išaugęs nedarbo lygis, sumenkusi tiesioginių užsienio investicijų dalis bendrajame vidaus produkte.

Verslo konkurencingumo indeksas (sudarytojas – JAV ekonomistas Michael Porter), skirtingai, nei aukščiau aptartas Konkurencingumo augimo indeksas, akcentuoja *mikroekonominius* (įmonių lygio) ir nacionalinio ekonominio konkurencingumo aspektus. Šis indeksas vertina verslo įmonių valdymo ir strategijų kokybę, o taip pat – nacionalinę aplinką, kurioje yra priimami įmonių verslo sprendimai. Tokiu būdu, šis indeksas papildo Konkurencingumo augimo indeksą, suteikdamas šalies įmonių dinamiškumo ir verslo aplinkos vertinimą.

6 lentelė. Verslo konkurencingumo indeksas

$$\text{Verslo konkurencingumo indeksas} = 1/3 * (\text{verslo įmonių valdymas ir strategijos}) + 2/3 * (\text{verslo aplinkos kokybė})$$

Šaltinis: Lietuvos ekonomikos augimo ir konkurencingumo šaltinių (veiksnių) kompleksinė studija

Lisabonos indeksas 2004 – tai indeksas, skirtas įvertinti Europos Sąjungos valstybių pažangą ekonominėje-socialinėje plėtroje, įgyvendinant Lisabonos strategijos uždavinius ir tikslus. Šio indekso rezultatus pateikia Pasaulio ekonomikos forumas Pasaulio konkurencingumo programoje.

Lisabonos indekso skaičiavimas remiasi 2000 m. Lisabonos strategijoje išskirtais ES strateginiais tikslais, kuriais remiantys buvo suformuotos pagrindinės veiklos kryptys (žr. 9lentelę).

7 lentelė. Veiklos kryptys Lisabonos strategijoje

Veiklos kryptys Lisabonos strategijoje	Tikslai
1. Informacinės visuomenės plėtra	
2. Europinės inovacijų ir mokslinių tyrimų erdvės sukūrimas	palankių sąlygų inovacijomis ir moksliniais tyrimais pagrįstoms partnerystėms, aukštųjų technologijų „high-tech“ įmonėms steigti sukūrimas, mokslininkų mobilumą ribojančių kliūčių panaikinimas
3. Rinkos liberalumas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rinkos ekonomikos principų įdiegimas ▪ rinkos reguliavimas bei konkurencinė politika
4. Telekomunikacijų, transporto, komunalinių paslaugų tinklo plėtra	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mokyklų aprūpinimas priėjimu prie interneto ir kita ▪ transporto ir komunalinių paslaugų tinklo plėtra
5. Efektyvaus ir integruoto finansinių paslaugų sektoriaus sukūrimas	
6. Plankių sąlygų verslui sukūrimas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ naujų įmonių steigimui palanki verslo aplinka ▪ verslui palanki teisinė ir mokesčių sistema

7 lentelės tęsinys kitame puslapyje

Veiklos kryptys Lisabonos strategijoje	Tikslai
7. Socialinės sanglaudos didinimas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bedarbių integravimas į darbo rinką ▪ perkvalifikavimas ir žinių didinimas ▪ socialinės apsaugos sistemos modernizavimas
8. Darnus vystymasis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ šalies pažanga aplinkosaugos srityje

Šaltinis: sudaryta pagal Nacionalinę Lisabonos strategijos įgyvendinimo programą, 2005

Taigi analizuojant pateiktas plėtros kryptis, galima teigti, kad, Lisabonos strategija ir jos įgyvendinimo programa yra reikšmingos, nes matoma sąveika su verslo aplinkai gerinti skirtomis priemonėmis, kaip ekonominės rinkos liberalizavimas, palankių sąlygų, t.y. įvairių biurokratinių barjerų verslui sumažinimas, inovacijų kūrimu ir plėtojimu bei inovacinės veiklos skatinimu, darnaus vystymosi tikslų įgyvendinimu.

Minėtas indeksas formuojamas pagal pasiekimus, įvykusius nustatytoje Lisabonos strategijos veiklos kryptyse, taipogi remiamasi statistiniais duomenimis bei verslo įmonių vadovų apklausos rezultatais skirtingose šalyse. Šalys yra įvertinamos bendroje skalėje nuo 1 iki 7 (kuo balas aukštesnis, tuo geresnis rezultatas). ES senbuvių šalių Lisabonos indeksas yra 4,97.

Yra daug konkurencingumo matavimo ir vertinimo metodologijų. Dažniausiai tai vykdoma per indeksų (konkurencingumo augimo, verslo konkurencingumo, Lisabonos indeksas 2004) apskaičiavimą, kurių rezultatų dėka išmatuojama, kaip šalis sugeba pasinaudoti įvairiais svertais, padedančiais užtikrinti tvarų savo gerovės augimą. Šis kriterijus yra didžiausias diskusijų objektas, vedantis prie išvados, jog kiekvienas ekonomistas konkurencingumą skaičiuoja skirtingai ir gauna skirtingus rezultatus bei skirtingas konkurencingumo sąvokas, tačiau visas idėjas apibendrina Pasaulio Ekonomikos Forumo tyrimuose naudojamas apibrėžimas, kad konkurencingumas – tai ekonomikos sugebėjimas pasiekti ir išlaikyti aukštus ekonomikos augimo tempus.

3. MAŽŲ IR VIDUTINIŲ ĮMONIŲ KONKURENCINĖS APLINKOS VERTINIMAS

3.1. Mažų ir vidutinių įmonių konkurencingumo skatinimo kryptys

Tarptautinė patirtis rodo, kad XX a. antroje pusėje smulkus ir vidutinis verslas ekonomikoje užėmė gana svarbią vietą. Šiuo metu išsivysčiusiose šalyse milijonai smulkių ir vidutinių firmų kartu su stambiomis kompanijomis sudaro ypatingą rinkos ekonomikos reguliavimosi mechanizmą. O ir apskritai smulkaus ir vidutinio verslo įmonių gausa – tai vienas ir augančios konkurencingos ekonomikos požymių.

Smulkus ir vidutinis verslas yra vyraujanti verslo forma daugelio Europos bei kitų pasaulio šalių ekonomikoje, nes smulkios ir vidutinės įmonės kai kuriose srityse yra pranašesnės nei stambios.

Anot M. Kučinskienės ir kt. (2007), nors SVV pasižymi sparčiu augimu, verslininkų jaunėjimu, sugebėjimu pasinaudoti sukurta viešojo verslo paslaugų infrastruktūra bei inovacijų paramos tinklu, tačiau pastebimas teikiamas prioritetas stambioms ir vidutinėms įmonėms, turinčioms ilgametę veiklos istoriją ir pageidaujančioms didelių paskolų.

V. Lakis (2004) teigia, jog Smulkių ir vidutinių įmonių veikla turi daug ypatumų. Jos labiau reaguoja į politinius, technologinius ir kitokius verslo aplinkos pokyčius. Tiek smulkios ir vidutinės, tiek stambios įmonės priklauso nuo konkurencijos pasauliniu mastu, techninės ir technologinės pažangos, mokesčių, kokybės ir aplinkos normų, įstatymų pasikeitimų. Tačiau smulkios įmonės skiriasi nuo stambių tuo, kad jas veikia ne tik minėti veiksniai, bet ir stambių įmonių elgesys.

Tačiau kad ir kaip teigiamai būtų vertinamas smulkus ir vidutinis verslas, galima drąsiai teigti, kad smulkaus ir vidutinio verslo efektyvumas ir sėkmingas darbas priklauso nuo jo gebėjimo augti ir sėkmingai konkuruoti rinkoje. Paprastai mažų įmonių konkurencija remiasi siaura koncentracija ir specializacija, ne tik produktų, rinkų ir vartotojų atžvilgiu, bet ir kainos, kaštų ir gamybinių pajėgumų atžvilgiu. Dauguma tyrimų patvirtina, kad daugumai smulkių ir vidutinių įmonių konkurenciniais prioritetais yra projektavimo ir gamybos kokybė, pristatymo greitis ir patikimumas, lankstumas ir reagavimas į vartotojo poreikius, kai tuo tarpu kaštai yra mažiau svarbūs.

Smulkių ir vidutinių įmonių gamybos apimtis nedidelė, jos negali pasiekti tų efektų, kurių gali turėti stambios įmonės, ir neturi jokių šansų laimėti tiesioginę konkurencinę kovą. Bet jos gali sėkmingai veikti šalia stambių įmonių ir netgi būti jų partnerėmis. Beveik visos smulkios ir vidutinės įmonės

susiduria su veiklos finansavimo sunkumais. Bankai nenoriai teikia joms kreditus, nes bankams nauda iš to nedidelė, o kliento įvertinimas ir aptarnavimas yra labai darboimlus.

Tam, kad smulkus ir vidutinis verslas išliktų stabilus, būtina jį skatinti. Apskritai, bet kokio verslo aktyvinimą galima suskirstyti į dvi pagrindines grupes (Bagdonas, Kazlauskienė, 1997, p. 33):

1) Materialines priemones. Prie šių materialinių priemonių priskiritina: darbo apmokėjimas ir dalyvavimas paskirstant pelną; darbo sąlygos, socialiniai, psichologiniai, estetiniai, personalo parinkimas ir socialinis biudžetas.

2) Grynąją motyvaciją. Kaip teigia Sūdžius, motyvacija – tai procesas, skatinantis imtis veiklos, kuri padėtų pasiekti organizacijos tikslų.

Pagrindinis atstovas, kuriam pavesta smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo problema – Vyriausybė, kuri dar 1998 m. sausio 8 d. nutarimu Nr. 15 „Dėl Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros programos nuostatų ir jų įgyvendinimo priemonių“ pritarė Ūkio ministerijos parengtai Smulkaus ir vidutinio verslo (SVV) plėtros programai ir patvirtino šios programos įgyvendinimo priemones. Vykdydama minėtą programą, 1998 m. gegužės 14 d. Vyriausybė priėmė nutarimą Nr. 588 „Dėl smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo“, kuriuo patvirtino SVV skatinimo fondo nuostatus ir pavedė Ūkio ministerijai atlikti šio fondo tvarkytojo funkcijas. Fondo lėšos Verslo plėtojimo tarybos sprendimu buvo skiriamos šioms SVV plėtros programos priemonėms iš dalies finansuoti:

- techninei pagalbai smulkioms ir vidutinėms įmonėms teikti;
- verslo inkubatoriams, verslo centrams steigti, jų kūrimosi ir veiklos išlaidoms iš dalies finansuoti;
- verslininkams mokytį, informacijai apie verslo plėtojimą kaupti ir teikti;
- verslo plėtros tyrimams ir samdomų ekspertų bei konsultantų paslaugoms apmokėti;
- palūkanoms už paskolas verslo plėtros projektams įgyvendinti iš dalies padengti;
- kvalifikacijai lengvatinėmis sąlygomis pagal verslo plėtojimo programas kelti;
- smulkaus ir vidutinio verslo inovaciniams projektams iš dalies finansuoti.

Lietuvos Respublikos smulkaus ir vidutinio verslo įstatyme yra nustatyti smulkaus ir vidutinio verslo subjektai bei jiems teikiamos paramos formos. Šio įstatymo 3 str. nurodoma, kad Valstybės pagalba smulkaus ir vidutinio verslo subjektams teikiama pagal Vyriausybės, apskričių ar savivaldybių smulkaus ir vidutinio verslo plėtros programas. Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros programų rengimas ir įgyvendinimas finansuojami iš valstybės ar savivaldybių biudžetų bei piniginių fondų lėšų. Rengiant ir įgyvendinant smulkaus ir vidutinio verslo plėtros programas, finansuojamas iš valstybės biudžeto, prioritetą teikiamas mažoms įmonėms (tarp jų ir mikroįmonėms).

Smulkaus ir vidutinio verslo subjektams gali būti taikomos šios valstybės pagalbos formos:

- 1) mokesčių lengvatos (jei jos nustatytos įstatymuose), rinkliavų lengvatos;
 - 2) finansinė parama: lengvatinių kreditų teikimas, dalinis ar visiškas palūkanų dengimas, garantijų teikimas, kreditų draudimas, rizikos kapitalo investavimas į smulkias ir vidutines įmones, tam tikrų išlaidų (steigimo, tyrimų, garantijų mokesčių, kreditų draudimo įmokų, kokybės sertifikatų įsigijimo ir kitų išlaidų) kompensavimas, subsidijos darbo vietoms kurti;
 - 3) įmonių savininkų, įmonių organų narių bei darbuotojų konsultavimo, mokymo, kvalifikacijos kėlimo ar perkvalifikavimo paslaugos lengvatinėmis sąlygomis;
 - 4) verslo inkubatorių, verslo centrų, technologinių parkų steigimas ir jų teikiamos paslaugos;
 - 5) Vyriausybės, apskričių viršininkų ar savivaldybių nustatytos kitos pagalbos formos.
- 8 lentelėje pateikiamos palyginamosios valstybės pagalbos formos, teikiamos smulkiam ir vidutiniame verslui Lietuvoje ir Europos Sąjungoje.

8 lentelė. Valstybės pagalbos formos

Paramos forma	ES	Lietuva
Garantijos už paskolas	Taip	Taip
Kompensuojamos palūkanos	Taip	Taip
Negrąžintina parama	Taip	Beveik ne
Eksporto skatinimas	Taip	Mažai
Informacinės priemonės	Taip	Taip
Mokestinės lengvatos	Taip	Taip
Verslo inkubatoriai (lengvatinės patalpų, biuro įrangos nuomos sąlygos bei informacinės, mokymų paslaugos)	Taip	Taip

Šaltinis: Ar pakankamas dėmesys skiriamas smulkiam ir vidutiniam verslui. Nacionalinės plėtros institutas.
http://www.npi.lt/site/Failai/File/EEK_SVV_galutine_ilga.doc - [žiūrėta 2009 08 10]

Lietuvoje yra taikomos beveik visos įprastos valstybės pagalbos SVV priemonės. Kalbant apie finansinę pagalbą, yra įkurtos garantijų institucijos, teikiančios garantijas už SVV imamas paskolas, naudojamas palūkanų kompensavimo mechanizmas, taikomos kai kurios subsidijos, kuriamas mikrokreditavimo mechanizmas.

ES šalyse vis plačiau yra taikoma praktika, kai perspektyvių veiklos rūšių įmonių įkūrimui yra suteikiama negrąžintina parama (~ 10 tūkstančių eurų). Ši parama teikiama tokiu būdu ir tokiomis sąlygomis: įmonės, kurios turi susikūrusios tam tikrą verslo planą ar turinčios tam tikrų idėjų, kreipiasi į atitinkamą SVV pagalbą teikiančią instituciją, kuriai pateikia verslo idėją, įsipareigoja įkurti įmonę ir nenutraukti jos veiklos tam tikrą laikotarpį (kitu atveju negrąžintina parama turi būti gražinta). Tokia paramos forma ypatingai skatina jaunų, turinčių reikalingą išsilavinimą, bet stokojančių finansinių išteklių, verslumą.

V. Sūdžius (2001), analizuodamas smulkus ir vidutinio verslo tendencijas, taip pat išskiria užsienyje taikomas paramos formas ir nurodo, kad „užsienio šalyse vykdoma mažų ir vidutinių įmonių rėmimo politika įgyvendinama įvairiomis programomis, specialiomis teisinėmis normomis, nevyriausybinėmis ir kitomis priemonėmis.“ (p. 45). Verslininkystę remti ir skatinti galima šiomis formomis:

- smulkus ir vidutinio verslo propaganda;
- finansine tiesiogine ir netiesiogine parama,
- administracine parama;
- mokesčių politika;
- antimonopoline politika. (Sūdžius, 2001, p. 45).

Apskritai, smulkus ir vidutinio verslo valstybinis rėmimas gali būti skirtas tiesiogiai finansuoti smulkus verslo projektus ir programas, kurių nesiima stambus verslas; valstybei imantis garanto vaidmens, suteikti paskolas smulkiam verslui; dalį pajamų ar pelno investuoti į smulkų ir vidutinį verslą; iš biudžeto lėšų drausti tas verslo veiklos sritis, kurias valstybė numatė labiau plėtoti, kaip tai daroma su smulkus verslo eksporto ir importo draudimu. Apskritai, visos numatytos ar galimos skatinimo formos leistų smulkiam ir vidutiniam verslui plėstis. Plėtra – tai yra vienas iš svarbiausių ekonomikos konkurencingumo veiksnių. Kaip pastebi M.Kučinskienė ir kt. (2007) , „Europos Sąjungos (ES) ir kitų išsivysčiusių pasaulio šalių patirtis rodo, jog rinkos ekonomikos konkurencingumui bei augimui lemiamos įtakos turi smulkus ir vidutinio verslo plėtra.“ (p. 43).

Taigi vienas iš svarbiausių ekonominės politikos uždavinių yra smulkus ir vidutinio verslo plėtra. Smulkios ir vidutinės įmonės turi didelę įtaką ekonomikos plėtrai. Be savo nacionalinio produkto kūrimo dalies, jos yra pagrindinis naujų darbo vietų kūrėjas, užimtumą skatinantis veiksnys. Atsižvelgiant į tai reikia gerinti teisinę, ekonominę ir informacinę smulkus ir vidutinio verslo aplinką, užtikrinti, kad verslininkai atskiruose regionuose galėtų pasinaudoti jiems svarbia verslo informacija, mokymo ir konsultavimo paslaugomis; taip pat būtina skatinti smulkias ir vidutines įmones aktyviai dalyvauti Europos Sąjungos daugiamečių programoje smulkioms ir vidutinėms įmonėms; teikti efektyvią finansinę paramą smulkiam ir vidutiniam verslui; skatinti ir remti regioninių ir tikslinių programų rengimą ir įgyvendinimą, plėtoti smulkus ir vidutinio verslo paramos infrastruktūrą, vietos verslininkų iniciatyvas. Įvykdžius šias priemones, tikimasi, kad padidės smulkus ir vidutinio verslo sektoriaus bendrojo vidaus produkto dalis; padidės šalies verslumas; bus sukurta naujų darbo vietų, sumažės užimtumo Lietuvos regionuose netolygumas; veiks moderni verslo informacijos bazė,

institucinė verslo infrastruktūra; atsiras daug naujų gamybinių, prekybos ir paslaugų ryšių tarp smulkių, vidutinių ir didelių įmonių; sumažės socialiniai ekonominiai regionų skirtumai.

Apibendrinant, galima teigti, kad SVV įmonės negali vienodomis sąlygomis konkuruoti su stambiomis įmonėmis, todėl pagrindiniai verslo plėtros prioritetai tiek Europos Sąjungos, tiek nacionaliniu lygmeniu – visokeriškai remti SVV, skatinti ne tik naujų įmonių steigimą, bet ir sudaryti kuo palankesnes sąlygas jau veikiančioms. Siekiant skatinti SVV įmonių plėtrą ir jų gyvybingumą įgyvendinamos naujos finansinės paramos formos, daug dėmesio skiriama viešųjų paslaugų verslui kokybei užtikrinti.

3.2. Smulkaus ir vidutinio verslo konkurenciniai įmonių pranašumai

Norint būti tvirtiems konkurencinėje kovoje, reikia pirmiausia ją gerai suprasti. Tai labai paprasta, tačiau daugelis organizacijų rūpestingai netiria konkurencijos. Kadangi sunku pasiekti konkurentų vartotojus, tai dažniausiai stengiamasi paisyti tik savo vartotojų poreikių, silpnųjų ir stipriųjų jų savybių patenkinimo.

Kaip suprantamas konkurencijos palyginimas? Tai procesas, kai tiriama produkto konkurencija palyginama su specialiais standartais arba konkuruojančiais produktais, siekiant nustatyti, kaip pagerinti kuriamą ar tobulinamą produktą. Palyginimas atliekamas dviejų tipų: tokių pakeistų kokybės charakteristikų, kurios suformuluotos kaip pasikeitimų matavimas, ir tokių, kurios suformuluotos kaip funkcijos, sistemos ar proceso žingsniai (Šontaitė M., Bakanauskas M., 2007, p. 34)

Remiantis šiuolaikinėmis verslo teorijomis yra suformuluotos trys konkurencinio pranašumo šaltinių koncepcijos (Marčinskas A., Diskienė D., 2001, p. 64-74):

1. Konkurencinis pranašumas pasiekiamas adaptuojantis prie aplinkos sąlygų;
2. Konkurencinis pranašumas pasiekiamas unikaliais vidiniais ištekliais;
3. Konkurencinis pranašumas pasiekiamas bendradarbiaujant ir formuojant ryšių tinklą.

Organizacija yra laikoma turinti konkurencinį pranašumą, kai ji pasiekia aukštesnę konkurencinę padėtį, palyginti su vienu ar daugiau konkurentų. Norėdamos išlikti konkurencingomis, organizacijos turi daryti daugiau, nei tiesiog tiekti produktus ar paslaugas, kurios yra geresnės ar pigesnės nei jų konkurentų. Įmonės turi greičiau nei konkurentai reaguoti į aplinkos pasikeitimus, greičiau atlikti modernizavimą, greičiau reaguoti į kainų kitimą, turi būti greitesnės diegiant naujas technologijas. Tam, kad galėtų augti, joms gali tekti eiti į visiškai naujas rinkas bei įgyvendinti rizikingas strategijas.

Nagrinėjant įmonės konkurencinę aplinką, vertinama esama ir būsima konkurencinė būklė (9 lentelė).

9 lentelė. Esamos ir būsimos konkurencinės aplinkos būklės vertinimas

Esama konkurencinė padėtis	Būsima konkurencinė padėtis
<ul style="list-style-type: none"> • Kas yra esami konkurentai ir kokie jų pajėgumai? • Kaip esami organizaciniai pajėgumai konkuruoja su konkurento pajėgumais? • Kokiu tempu, palyginti su konkurentais, dabartinė organizacija mokosi, pritaiko ir tobulina savo turimus pajėgumus? • Kokia yra tikimybė, kad artimiausiu metu gali atsirasti naujų konkurentų? 	<ul style="list-style-type: none"> • Kokie gali būti būsimi konkurentai ir kokie bus jų pajėgumai? • Kada gali pasirodyti naujų konkurentų? • Kokių organizacijos pajėgumų tikimasi ateityje? • Kokių jau dabar galima imtis veiksmų, kad būtų išvengta galimų konkurentų atsiradimo? • Kokių veiksmų reikėtų imtis dabar, norint sukurti būsimą konkurencinį pranašumą, jei nepavyktų išvengti naujų konkurentų atsiradimo?

Šaltinis: Sudaryta pagal Ččasas R. Konkurencinio pranašumo šaltiniai šiuolaikinėse verslo teorijose // Ekonomika. 2000, Nr. 52, p. 22-35.

Taigi, remiantis atlikta literatūros studija, galime teigti, kad tiriant konkurentus, reikėtų atkreipti dėmesį į tris konkurencijos tipus: pramonės konkurenciją, pakaitalus ir naujai į rinką įeinančius konkurentus. Pirmoji grupė susideda iš firmų, kurios siekia patenkinti klientų poreikius daugmaž tokiu pačiu būdu, kaip ir verslininkas. Pakaitalai produktai/paslaugos, kurie patenkina tą patį kliento poreikį (pvz., aliuminis kaip metalo pakaitalas). Jei tikimasi intensyvios naujai įeinančiųjų į rinką konkurencijos, verslo modelio stiprumas gali būti ginčytinas. Ne mažiau svarbu yra nustatyti konkurencijos lygį, kuris gali būti nustatytas tik įvertinus elementus. Skiriami šie elementai:

- 1) Rinkos segmento(-ų) augimo tempai.
- 2) Klientams siūlomų sprendimų skirtumai (įskaitant prekinis ženklus, santykinės eksploatacines savybes).
- 3) Kainodaros strategijos ir santykinės kainos pozicijos skirtumai.
- 4) Pakeitimo kaštų lygis (kokius kaštus klientai patiria pereidami nuo vieno tiekėjo prie kito?).
- 5) Produkto/paslaugos pasiūlymo imitavimo lengvumas (kokių pastangų reikia naujai įeinantiems į rinką siekiant nukopijuoti produktą/paslaugą).
- 6) Technologinių inovacijų lygis.
- 7) Intelektinės nuosavybės statusas (ar produktas patentuotas?).

A. Porteris, nagrinėdamas konkurencinį įmonės pranašumą, teigia, jog organizacijos dažnai bando siekti konkurencinių pranašumų kurdamos naujus produktus ar eidamos į naujas rinkas. Tokiu

atveju organizacijos dažnai susiduria su lygiai tokiais pat problemomis išlaikant pranašumus kaip ir jų senųjų produktų atveju. (Porteris, 1993, p. 77-90).

Porterio modelis yra pagrįstas konkurencinio pranašumo sukūrimu ir jo palaikymu. Rinkose, kur situacija yra panaši į aprašytą, taikytinas konkurencinėje aplinkoje veikiančių organizacijų modelis. Čia konkurentų veiksmų ir atsakų į juos greitis ir agresyvumas sukuria tokią aplinką, kur privalumai yra „greitai sukuriami ir panaikinami“. Pateikiamos šios savybės:

- Kiekvienas privalumas/išskirtinumas yra apeinamas. Privalumas yra išlaikomas tol, kol konkurentai jį nukopijuoja arba apeina jį. Kai tik privalumas nebėra išskirtiniu jis tampa papildomais verslo kaštais.

- Išskirtinumo išlaikymas gali tapti trūkumu. Kompanijos gali per daug koncentruotis siekdamos išlaikyti savo esamas išskirtines savybes ir pavėluoti galvojant ir kuriant naujas.

- Išskirtinumo tikslas turi būti situacijos keitimas/griovimas, o ne stabilumo kūrimas. Kompanijos siekia būti žingsniu priekyje, nuolat kurdamos išskirtines savybes, tam, kad silpnintų konkurentų pozicijas.

- Inicatyva ir išskirtinumas yra pasiekiamas nedidelių strateginių žingsnių sekos pagalba. Konkurencinis ciklas yra trumpas, todėl privalumai turi būti išnaudojami greitai. Kompanijos turi sukurti naujus privalumus, kol dar nesibaigė iš dabar esančių išskirtinių savybių gaunama nauda.

Nei organizacijos esminiai sugebėjimai, nei veiklos galimybės, nei konkurencingumo prielaidos, jų buvimas pats savaime dar nereiškia, kad organizacija yra iš esmės konkurenciškai pranašesnė ir taip ji realizuos pilną ar kitokį veiklos rezultatą. Visi trys šie elementai turi sudaryti palankią visumą. Tai yra turi būti konkreti palanki veiklos galimybė, kurią organizacija geriau negu konkurentas galėtų realizuoti, atsižvelgdama į vartotojų pasirinkimo kriterijus.

P. Zakarevičiaus teigimu, šiuolaikinėje verslo veikloje esminio konkurencinio pranašumo įgijimas be novatoriškumo yra mažai tikėtinas. Novatoriškumui daugiau reikia vaizduotės, intuicijos ir kūrybingumo negu analitinių sugebėjimų. Tačiau pastarųjų sugebėjimų ir veiklos būdų nereikia ignoruoti, nes jie padeda geriau struktūrizuoti ir pažinti problemą. (Zakarevičius, 2002, p. 59)

Tam, kad smulkusis ir vidutinis verslas įgytų konkurencinį pranašumą, būtina atlikti tam tikrus veiksmus, kurie plačiai analizuojami mokslinėse studijose ir jau prieš tai šiame skyriuje išsakytose įvairiose autorių koncepcijose.

Apskritai, siekiant išskirti veiksmus, kurie padėtų smulkiam ir vidutiniam verslui išlikti ir būti pranašesniu konkurencinėje rinkoje, būtina žinoti silpnąsias šio verslo vietas. Tik išaiškinus jas, galima teikti pasiūlymus.

Kaip teigia S. Šajeva ir R. Jucevičius (2006) „lyginant su didelėmis organizacijomis, smulkios ir vidutinės įmonės turi žymiai mažiau žmogiškųjų, finansinių išteklių, yra blogiau aprūpintos technologijomis, neturi priėjimo prie naujausių technologijų ir specifinių žinių, negali pakankamai investuoti į tyrimus ir inovacijų vystymą, neturi galimybių išnaudoti mąsto ekonomiją, paprastai turi mažiau žinių apie ŽV (žinių valdymas) veiksmingumą bei skiria žinių valdymo procesams antraeilę reikšmę.“ (p. 56). Nepaisant šių smulkių ir vidutinių įmonių trūkumų, jos gali sėkmingai konkuruoti su didelėmis įmonėmis panaudojant tokias savo stipriąsias puses kaip:

1) Lankstumas. Apie lankstumą kalbą ir R. Keršienė (2009), teigdama, kad „kad pagrindiniai SVV konkurenciniai prioritetai yra dizaino ir gamybos kokybė, pristatymo greitis ir patikimumas, lankstumas ir reagavimas į vartotojo poreikius, kai tuo tarpu kaštų vaidmuo yra kur kas mažesnis.“ (p. 809).

Lankstumą išskiria ir V. Sūdžius (2001), kuris mano, kad komercinis lankstumas – tai vienas iš smulkaus verslo privalumų. Jo teigimu, „mažos įmonės daug greičiau sugeba adaptuotis prie sparčiai kintančių rinkos aplinkybių nei stambios korporacijos. Jos palengvina ekonominių išteklių perkėlimą iš žlungančių į besiplėtojančius sektorius, tad šias įmones galima vadinti atsinaujinimo mechanizmu.“ (p. 20).

2) Greitumas ir dinamiškumas. Greitumas ir dinamiškumas gali būti pastebimas tuomet, kai mažos įmonės gali greičiau persiorientuoti diegiant naujus produktus ar paslaugas. Šis diegimo procesas yra daug paprastesnis ir nereikalaujantis milžiniškų investicijų kaip stambiose įmonėse. SVV įmonių kapitalą lengviau valdyti nei stambiųjų, todėl šios įmonės gali greitai pakeisti profilį. Su rinka ir aplinka palaikomi tiesioginiai ryšiai, nes mažos įmonės paprastai išsidėsčiusios arti aptarnaujamo kontingento. Todėl gali plačiai taikyti tiesioginius ryšius ir naudotis glaudaus bendravimo pranašumais. SVV lengvai įsisavina naujoves, nes labai rūpinasi konkurencingumu. Mažos įmonės gali tenkintis smulkiomis rinkos nišomis ir plėtoti veiklą mažesnio efektyvumo verslo srityse. Taip pat gali apsiriboti vienu ar keliais didesniais užsakymais.

3) Gyvas reagavimas į vartotojų poreikių keitimąsi.

SVV privalumai pripažinti visame pasaulyje ir jie yra pakankamas pagrindas tokių įmonių veiklai skatinti. Tačiau nesukūrus atitinkamų sąlygų šie privalumai tėra potencialūs ir atneša žymiai mažesnę naudą šalies ekonomikai nei galėtų.

Nuolat kintant verslo aplinkai, įmonės, norėdamos išsilaikyti ir tęsti veiklą, turi būti lanksčios, dinamiškos ir atviros. Tik adekvati reakcija į aplinkos pokyčius, šių pokyčių numatymas gali užtikrinti įmonės gyvavimo tęstinumą. Tai ypač aktualu dabartiniu metu, kai prekių ir paslaugų pasiūla yra pakankamai didelė, o vartotojų keliami reikalavimai jų kokybei vis didesni.

Kitas nemažiau svarbus smulkių ir vidutinių įmonių pranašumas – tai jų valdymas. Mokslinėje literatūroje teigiama, kad, kadangi mažų ir vidutinių įmonių valdymas paprastai yra neformalus, konkurencinis pranašumas jose dažnai atsiranda atsitiktinai kaip ypatingų įmonės darbo sąlygų pasekmė. Strategijos kuriamos nepertraukiamo mokymosi ir taktinių sprendimų priėmimo dėl pagrindinių išteklių įsigijimo ir išskirtinių pajėgumų sukūrimo procese, o ne ilgalaikio planavimo procese. Taigi, mažų ir vidutinių įmonių sėkmė paprastai aiškinama vadybiniais įgūdžiais, mokymu ir išsimokslinimu bei įmonės lyderių asmenine kvalifikacija, o ne apskritai konkrečia valdymo praktika. Tai lemia veiklos praktiką ir darbą SVV įmonėse, kurie yra asmeninių sugebėjimų ir atsitiktinės įvykių sekos išdava, kurią sudėtinga formalizuoti ir tyrinėti.

Panašiai kitos SVV įmonių ypatybės, nuo kurių priklauso sėkminga jų veikla, kaip teigia R. Keršienė (2009), „yra supaprastintos organizacinės struktūros, mažesnis sudėtingumas, lengvesni ryšiai dėl neformalių santykių, didesnio lankstumo darbo jėgos naudojime.“ (p. 809).

Be išvardintų pagrindinių šios verslininkavimo formos privalumų, dar galima paminėti ir tai, kad smulkus verslas pasižymi veiklos organizavimo formų unikalumu, netradicinėmis prekių pateikimo formomis, sudarant nedidelius, bet perspektyvius projektus, taupiai naudojant lėšas pradiniuose jų diegimo etapuose. Smulkus verslas didina negausių vietos gamtos išteklių panaudojimo galimybes, nes sugeba juos perdirbti ir panaudoti. Visa tai rodo, kad mažos įmonės pasižymi veiklos įvairove, siekia patenkinti visų prekių ar paslaugų vartotojų poreikius, daryti įtaką šalies ekonomikai.

Apibendrinant, galime teigti, kad aštrėjant konkurencijai, smulkaus verslo gebėjimas išlikti tampa vis aktualesnis, kadangi smulkaus verslo atstovams tenka ne tik konkuruoti su kitomis toje pačioje rinkoje veikiančiomis smulkiomis įmonėmis, bet ir su stambiaus verslo atstovais. Apskritai, siekiant gerinti socialinę ekonominę būklę efektyvu plėtoti konkurencinius pranašumus. Tokiu būdu bus pasiektas didžiausias pelningumas, kuris savo ruožtu gerintų vietovės socialinę ekonominę situaciją. Todėl atsižvelgiant į išdėstytus teiginius reikia vadovautis stiprybių ir galimybių įžvalginėmis strategijomis, t.y. siekiant išnaudoti palankias galimybes, stiprybes.

4. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO KONKURENCINGUMO DIDINIMĄ ĮTAKOJANTYS VEIKSNIAI

4.1. Valstybė smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimo procese

Smulkaus ir vidutinio verslo ir verslumo skatinimas yra vienas svarbiausių prioritetų, siekiant sudaryti sąlygas subalansuotai ilgalaikiai visų regionų plėtrai ir sumažinti ekonominius ir socialinius skirtumus tarp regionų. Valstybė – tai viena iš pagrindinių institucijų, nuo kurios priklauso tolimesnė smulkaus ir vidutinio verslo plėtra, jos padėtis rinkoje. Todėl šiame darbe akcentuojama, kad valstybė – tai prioritetinė institucija, kurios veiksmai įtakoja smulkaus ir vidutinio verslo egzistavimą.

Valstybės parama smulkiam ir vidutiniam verslui (SVV) yra teikiama visose Europos Sąjungos valstybėse. ES ribotos paramos politika SVV siekia sudaryti palankias sąlygas jam veikti ne tik šalių nacionalinėje, bet ir tarptautinėje Europos rinkoje.

V. Sūdžiaus teigimu (2001), „egzistuoja trys principiniai požiūriai į smulkaus verslo plėtrą ir valstybės vaidmenį šiame procese“ (p. 61):

1. Įvairios lengvatos, išimties yra nesuderinamos su rinkos dėsnių funkcionavimu. „Šiltnamio“ sąlygų sudarymas tarp ūkio vienetų lemia natūralius santykius, neužtikrina konkurencijos, neskatina tobulėti. Todėl teigiama, kad valstybės kišimasis yra nepageidaujamas.

2. SVV turi būti sudaromos išskirtinės sąlygos. Įvertinant smulkaus verslo vaidmenį tiek ūkio subalansavimo, tiek socialiniu požiūriu ir jo formavimosi ypatumus, šiam požiūriui vis daugiau pritariama. Vienintelė sąlyga – tai turi būti daroma labai pagrįstai, atsižvelgiant į šalies ar regiono plėtros sąlygas ir poreikius.

3. SVV turi rasti savo vietą, kurioje dėl savo ypatumų būtų efektyvus. Tai dažniausiai esti tos rinkos nišos, kuriomis didelėms įmonėms yra nepatrauklios dėl mažų gamybos apimčių, gilios specializacijos ir didelio darbo imlumo.

Remiantis šiuo išdėstytu V. Sūdžiaus požiūriu, galime teigti, kad valstybės vaidmuo gali būti vertinamas tiek neigiamai, tiek ir teigiamai. Apskritai, dažnai pasigirsta ir tokių nuomonių (dažniausiai iš pačių verslininkų), kad geriau būtų, jei valstybė nesikištų į verslą, tačiau savaime suprantama, kad tai yra neįmanoma.

Kiekviena valstybė puikiai suvokia, kad SVV turi būti skatinamas. Tokio požiūrio priežastis – tai SVV įtaka, kuri vienareikšmiškai įvardijama kaip teigiama, ekonomikai. Kaip nurodo L. Mažylis (2006), „būtent smulkiojo ir vidutinio verslo sektoriuje sukuriama didžioji dalis naujų darbo vietų. Tai tapo

pagrindiniu argumentu, jog Vyriausybė turi daryti viską, kad tokios įmonės kurtųsi, funkcionuotų ir augtų.“ (p. 37). Kad tokio tipo įmonėms valstybės skiria didesnę dėmesį, yra savaime suprantama, nes juk būtent tokios mažos įmonės lengviau perima naujoves, yra mobilesnes ir greičiau prisitaiko prie kintamos aplinkos, palengvina ekonominių išteklių perkėlimą iš smunkančių į besiplėtojančius sektorius.

Remiantis naujuoju LR smulkaus ir vidutinio verslo plėtros įstatymu, visi SVV subjektai vienodomis sąlygomis gali naudotis smulkią ir vidutinio verslo subjektams taikomomis valstybės paramos formomis. Visos paramos formos yra nurodytos šio įstatymo 6 straipsnyje:

- 1) mokesčių lengvatos (jei jos nustatytos įstatymų), rinkliavų lengvatos;
- 2) teisės aktų nustatyta tvarka finansinė parama: lengvatinių paskolų teikimas, labai mažų paskolų teikimas, dalinis ar visiškas palūkanų dengimas, garantijų teikimas, kreditų draudimas, rizikos kapitalo investavimas, tam tikrų išlaidų (steigimo, tyrimų, garantijų, mokesčių, kreditų draudimo įmokų, sertifikavimo (registravimo), atitikties įvertinimo ir kitų) kompensavimas, subsidijos darbo vietoms kurti;
- 3) viešųjų paslaugų verslui teikimas verslo inkubatoriuose, verslo informacijos centruose, mokslo ir technologijų parkuose ir kituose juridiniuose asmenyse, kurių steigimo dokumentuose nustatytas šių paslaugų teikimas;
- 4) Vyriausybės ar savivaldybių nustatytos kitos paramos formos.

Visos šios išvardintos paramos formos išsamiau analizuojamos tolesnėse šio darbo dalyse.

Apibendrinant, galime teigti, kad valstybė, puikiai suprasdama SVV naudą šalies ekonomikai, turi siekti skatinti šio tipo įmones. Skatinimas, kaip procesas, svarbus tiek pačiai valstybei, tiek patiems verslininkams. Kitaip tariant, pastebima dviguba nauda: SVV kelia šalies ekonomikos lygį, o valstybė, remdama SVV, suteikia tokio tipo įmonėms galimybę atsilaikyti prieš didžiąsias įmones, kurių nesąžininga konkurencija bei didelis paplitimas šalyje nesudaro tinkamų sąlygų SVV egzistavimui.

Vienas iš pagrindinių veiksnių, žlugdančių SVV arba kitaip tariant, atbaidančių kurti smulkų ir vidutinį verslą - tai netinkama įstatymų ir administracinė aplinka, taip pat dideli mokesčiai. Tai patvirtina ir B. Vėsaitė (<http://www.lygus.lt/ITC/veslas.php?id=11> [žiūrėta 2009 10 05]) teigdama, kad „Prie verslo plėtrą stabdančių veiksnių verslininkai priskiria didelius mokesčius, apyvartinių lėšų trūkumą, sudėtingas kredito gavimo sąlygas, pradinio kapitalo stoką, administracinių barjerų gausą ir biurokratizmą.“

Daugiausia, matyt, jei kalbėtume apie dabartinę ekonomikos situaciją – nuosmukio laikotarpį, sunkumų SVV subjektams sudaro netobula mokesčių sistema, kuri šiuo metu įvertinama ir apibūdinama kaip labai nepalanki SVV mokesčių mokėtojams.

Mokestinės lengvatos yra, matyt, pačios svarbiausios SVV. Šios lengvatos yra nurodytos ir minėtame Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros įstatyme, kurio 4 str. 1 p. nurodyta, kad SVV subjektai gali pasinaudoti mokestinėmis paskolomis ir mokesčių lengvatomis.

Šiuo metu įstatymuose nurodoma, kad įmonė, kurios bendrosios pajamos neviršija 500 tūkst. litų (apytiksliai 144 810 eurų) per mokestinius metus ir kurios vidutinis darbuotojų skaičius ne didesnis kaip 10 žmonių, turi teisę taikyti 13% pelno mokesčio tarifą (standartinis tarifas yra 20%). Įmonė (individuali įmonė ir ūkinė bendrija), kurios vidutinis darbuotojų skaičius ne didesnis kaip 10 žmonių, o pajamos neviršija 1 mln. litų (apytiksliai 289 620 eurų) per mokestinius metus, turi teisę 25 tūkst. litų (apytiksliai 7 240 eurų) sumai taikyti 0% pelno mokesčio tarifą, o likusiai pelno daliai – 20% pelno mokesčio tarifą.

Nemažiau svarbu kalbėti ir apie tai, kad verslininkus panikuoti skatina nuolat keičiami įstatymai bei nežinia, kaip bus pakeisti vieni ar kiti mokesčiai ir kokią įtaką turės šių mokesčių pakeitimas. Mūsų šalyje smulkaus verslo įstatyminę bazę kuria Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. Įstatymai, kurie kuriami neįsiklausant į verslininkų nuomonę, dar labiau atitolina verslo padėties gerėjimą.

Išlikti konkurencingoms būtent ir trukdo valstybės priimami įstatymai, kurie sužlugdo mažas įmones, o didelėms suteikia galimybę toliau klestėti. Apskritai, didžiausią verslininkų nepasitenkinimą kelia darbo jėgai tenkantys mokesčiai – socialinio draudimo ir gyventojų pajamų mokesčiai.

Kaip nurodoma „Europos mažųjų įmonių chartijoje“, „Mokesčių sistema turi būti taip pritaikyta, kad skatintų pelningą veiklą ir naujų įmonių steigimą, sudarytų palankias sąlygas plėtoti smulkų verslą ir kurti naujas darbo vietas, taip pat palengvintų mažųjų įmonių kūrimą ir jų paveldėjimą. Valstybės narės turėtų diegti gerą praktiką mokesčių ir individualios veiklos skatinimo srityje“. Remiantis šiuo siūlymu, kiekviena valstybė turėtų siekti šio tikslo, jei siekiama, kad smulkusis ir vidutinis verslas atneštų naudą. Apskritai mokesčiai yra labai sudėtinga SVV politikos sritis. Pavyzdžiui, Vakaruose vyrauja požiūris, kad SVV priimtinausia paprastesnė mokesčių sistema, kurioje yra mažiau atleidimų nuo mokesčių, taikomi mažesni mokesčių tarifai. Mažesnių mokesčių tarifų taikymas sukuria geresnę aplinką ne tik, kad sąžiningam, bet ir klestinčiam verslui konkuruoti rinkoje, o taip pat skatina laikytis įstatymų ir mokėti mokesčius.

Apibendrinant, galima teigti, kad vienas svarbiausių dalykų – tiek institucijų, tiek verslininkų, tiek įstatymų kūrėjų bendradarbiavimas, kuris užtikrintų teisingų sprendimų priėmimą. Tokios nuostatos laikosi ir Europos Sąjungos institucijos – verslo interesus atstovaujančių subjektų nuomonė turi būti įvertinama kiek įmanoma ankstesnėje verslo politikos formavimo stadijoje.

4.2. Finansavimo ir investicijų svarba smulkiam ir vidutiniam verslui

Prieš pradėdant analizuoti finansavimo ir investicijų svarbą smulkiam ir vidutiniam verslui, būtina bendrais bruožais pristatyti finansavimo sampratą. Pasak Naujokienės R. (1997), „finansavimas – tai kapitalo suteikimas ūkio subjektui, kad pastarasis galėtų įgyvendinti savo tikslus“ (p. 29). Taigi finansavimas galima būti suprantamas kaip visos finansinės ekonominės priemonės, kurios yra būtinos įmonės turtui sukurti ir jį saugoti.

Dauguma pasaulio ir Europos šalių finansuoja verslą. Pagalbos metodai ir mastai šalyse labai skiriasi. Kaip nurodo Ž. Gineitienė ir kt., „finansiška verslininkams remti taikomos šios formos:“ (p.48).

1. Mažoms įmonėms teikiamos tiesioginės ir dalinės paskolos iš savo šalies biudžeto;
2. Garantuotieji kreditai. Tokių kreditų tikslas – leisti verslininkams palankiomis sąlygomis naudotis komercinių sistemų kreditais net neturint reikiamo užstato. Garantijos paprastai laikoma pageidaujama verslo politikos dalimi, nes jos skatina komercinius bankus skolinti.
3. Finansuojamos specialios programos (skatinamas eksportas, tyrimai, specialistų rengimas ir kt.).
4. Įsigyjama dalis smulkią verslo investicinių bendrovių kapitalo ir garantuojami jų išleidžiami vertybiniai popieriai.

Taip pat yra rengiamos specialios programos tautinių mažumų verslininkams remti.

Kaip nurodo Mačerinskienė I., Ivaškevičiūtė L. (2002) finansavimo šaltinius, būtent išorinio finansavimo šaltinius, SVV skirsto į dvi grupes:

- 1) tiesioginis (įvairios kreditavimo formos, tarp jų ir paskolos lengvatinėmis sąlygomis, dalyvavimas akciniame kapitale, negražintina parama tiesiogiai SVV subjektams);
- 2) netiesioginis (mokesčių lengvatos ir kreditai, informacinės, konsultacinės, mokymo paslaugos, garantijos, draudimas, dalinis palūkanų dengimas, infrastruktūros plėtros ir tikslinės programos ir kt.).

SVV skatinimo priemonės vertinamos, viena vertus, kaip verslininkų žinių, gebėjimų gilinimas, informacijos sklaida, kita vertus, – kaip finansinių paslaugų suteikimo sąlygų SVV subjektų poreikiams tenkinti sudarymas. Jau minėtos autorės, Mačerinskienė I., Ivaškevičiūtė L. (2002), siūlo plėtoti netradicines finansavimo formas ir mikrokreditavimo programas, kurios leistų sudaryti palankias kreditavimo sąlygas, kartu išvengiant rizikos ir užtikrinant efektyvų finansinių išteklių panaudojimą.

Apskritai, taikanat visas šias finansavimo priemones, garantijas, mikrokreditus, kapitalo investicijas ir pan., mažinama privataus finansų sektoriaus rizika bei skatinamas SVV įmonių, ypač pradedančiųjų, finansavimas bei plėtra, didinamas užimtumas, užtikrinamas ekonomikos augimas.

Investavimas – taip pat viena iš paramos formų. LR teisės sistemoje pripažįstami visuotinai paplitę investicijų teisinio reguliavimo principai. Vienodo vertinimo principas reiškia, kad Lietuvos ir užsienio

investuotojams pagal Investicijų ir kitus įstatymus užtikrinamos vienodos veiklos sąlygos. Investicijų įstatymas nustato šiuos investavimo LR būdus (Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas, 1999).:

- 1) ūkio subjekto steigimas, LR įregistruoto ūkio subjekto kapitalo ar jo dalies įsigijimas;
- 2) visų rūšių vertybinių popierių įsigijimas;
- 3) ilgalaikio turto sukūrimas, įsigijimas arba jo vertės didinimas;
- 4) lėšų ar kito turto skolinimas ūkio subjektams, kuriuose investuotojui priklauso kapitalo dalis, suteikianti jam galimybę kontroliuoti arba daryti nemažą įtaką ūkio subjektui;
- 5) koncesijų bei išperkamosios nuomos (lizingo) sutarčių sudarymas.

Taigi, kaip galima pastebėti, vienas iš investavimo būdų – tai lėšų skolinimas ar kito turto skolinimas ūkio subjektams. Taip pat investicijų įstatymas nustato atskirus investavimo skatinimo būdus, pvz. teikiamos mokesčių lengvatos, valstybės (savivaldybių) garantijos kreditoriams suteikusiems paskolas, ne aukciono būdu išnuojama valstybinė žemė ir pan., tačiau tokie investavimo skatinimo būdai taikomi tiek, kiek tai neprieštarauja ES teisės aktams, reglamentuojantiems valstybės pagalbą.

Apie investavimą užsimenama ir Europos smulkiojo verslo akte. Šis aktas buvo pristatytas po to, kai Europos Komisija pastebėjo, jog prasidėjus pasaulinei ekonomikos krizei, Lisabonos strategija neįgyvendinama. Šiame Europos smulkiojo verslo akte išdėstyti šie pagrindiniai principai:

1. Sukurti aplinką, kurioje verslas (ypač šeimos verslas) galėtų klestėti;
2. Užtikrinti, kad sąžiningiems verslininkams, kurie patyrė nesėkmę, būtų suteikta antra galimybė;
3. Formuojant politiką vadovautis principu „pradėk nuo mažo“ („Think small first“);
4. Užtikrinti, kad viešojo administravimo institucijos savo veikloje atsižvelgtų į mažų ir vidutinių įmonių (MVĮ) poreikius;
5. Viešosios politikos priemonės pritaikyti MVĮ poreikiams: palengvinti MVĮ dalyvavimą viešuosiuose pirkimuose ir sudaryti palankesnes sąlygas MVĮ gauti valstybės pagalbą;
6. Palengvinti MVĮ sąlygas gauti finansavimą ir gerinti verslo teisinę aplinką, užtikrinant, kad įmonių tarpusavio atsiskaitymai vyktų laiku;
7. Padėti MVĮ gauti daugiau naudos iš bendrosios rinkos teikiamų galimybių;
8. Skatinti MVĮ tobulinti įgūdžius ir diegti visų formų inovacijas;
9. Skatinti MVĮ pasinaudoti besikeičiančios aplinkos iššūkių teikiamomis galimybėmis;
10. Paraginti MVĮ naudotis rinkų, esančių už ES ribų, augimo teikiamomis galimybėmis.

Pastebėta, kad būtent šio akto 6 punktą skirtas aptarti finansavimo reikšmę – palengvinti MVĮ sąlygas gauti finansavimą ir gerinti verslo teisinę aplinką, užtikrinant, kad įmonių tarpusavio

atsiskaitymai vyktų laiku. Taigi šiuo punktu nurodoma, kad smulkaus ir vidutinio verslo finansavimas yra svarbus apskritai ekonominiu kiekvienos šalies požiūriu.

Apibendrinant, galima teigti, kad Lietuvoje galimi įvairūs verslo finansavimo būdai bei tam tikrų finansavimo šaltinių deriniai – panaudojant ne tik nuosavas bet ir skolintas lėšas, turint galimybę ir Struktūrinių fondų lėšas.

4.3. Inovacinės bei mokslinės-technologinės pažangos įtaka smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimo procese

Kitas svarbus veiksnys, užtikrinantis smulkių ir vidutinių verslų konkurencingumą – tai inovacijos ir mokslinė – technologinė pažanga. Kadangi inovacija tampa kertine šios dalies sąvoka, būtina trumpai pristatyti šios sąvokos sampratą. Taigi inovacija reiškia kompleksinį kūrimą, vystymą, visuotinį paplitimą ir efektyvų naujovių naudojimą įvairios žmonių veiklos sferose. Taip pat inovacija yra procesas, kuriame naujos žinios ir technologijos iš mokslinės, techninės, socialinės, kultūrinės ar kitų sferų yra transformuojamos į konkurencingą ir rinkai reikalingą produktą ar paslaugą.

SVV inovacinį aktyvumą lemia visų įmonių veiklai įtaką darančios priežastys, kurias sąlygoja šie veiksniai:

- 1) mokslinė - techninė pažanga,
- 2) technologijų ir rinkų dinamiškumas,
- 3) materialinės gerovės siekis,
- 4) konkurencija,
- 5) finansinių rinkų aktyvumas,
- 6) ekonominės plėtros tendencijos,
- 7) SVV įmonėms būdingos charakteristikos – lankstumas bei adaptyvumas, inovacinis imlumas, artimas kontaktas su vartotojais, darbuotojų funkcinis universalumas, valdymo koncentracija.

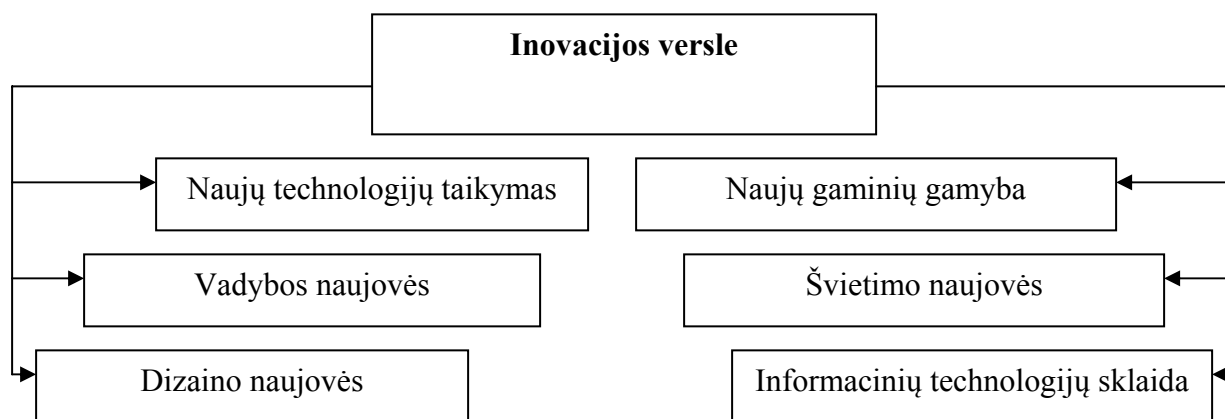
R. S. Žukauskas (2002) nurodo, kad „SVV įmonių inovacinė veikla yra spontaniška ir orientuota į rinkos teikiamas galimybes, stambųjų – tikslingai planuojama ir orientuota į organizacijos galimybes.“ (p. 72). Apskritai, SVV subjektai Lietuvoje nepakankamai remiasi mokslo laimėjimais. Nesirėmimas šiais moksliniais laimėjimais trukdo įmonių plėtrai bei mažina jų konkurencingumą. Siekiant konkurencinio pranašumo, visų pirma būtina sukurti institucinę infrastruktūrą, kuri skatintų inovacijų plėtrą, technologijų perdavimą, inovacinių verslo struktūrų (pvz., mokslo ir technologijų parkų) steigimą; parengtų ir įgyvendintų priemones, skatinančias SVV įmonių, mokslo įstaigų ir aukštųjų mokyklų bendradarbiavimą technologijų perdavimo ir inovacijų diegimo srityse; sukurtų finansinės paramos mechanizmus technologijoms perduoti, inovacijoms diegti, moksliniams tyrimams ir technologinės

plėtos darbams atlikti; išplėtotų garantinius mechanizmus, skatinančius bankų aktyvumą finansuojant inovacinius projektus; parengtų specialią SVV darbuotojų kvalifikacijos kėlimo programą inovacijų vadybos, marketingo ir intelektualinės veiklos vadybos klausimais; plėstų tarptautinį bendradarbiavimą technologijų perdavimo ir inovacijų srityse.

Kad inovacijos svarbus veiksnys, didinantis konkurencingumą, nurodo ir J. Banytė bei R. Salickaitė (2008). Autorės identifikuoja inovatyvumo dėsningumus rinkoje (p. 48-56):

- 1) socialinės sistemos narių požiūrį į pokyčius, mokslą, tarpusavio santykius;
- 2) įmonės vadovų glaudų bendradarbiavimą su inovacijas diegiančios komandos nariais ir reguliarią jų komunikaciją. Šie dėsningumai rodo sisteminių požiūrį į SVV vystymą.

Gana dažnai SVV atstovai inovaciją supranta tik siaurąja jos prasme – kaip naujų technologijų taikymą ir naujų gaminių gamybą. Tačiau šiandieniniame versle inovacinė veikla suvokiama gerokai plačiau: inovacijos – tai ne tik naujų technologijų panaudojimas versle, bet taip pat ir naujų gaminių gamyba, vadybos, švietimo, dizaino naujovės, informacinių technologijų sklaida (9 pav.).



Šaltinis: Sudaryta pagal Smulkių ir vidutinių įmonių verslo sąlygos. V., 2008

9 pav. Inovacijos versle

Taigi inovacijų taikymas versle suteikia įmonėms ne tik pranašumo prieš konkurentus, bet ir užtikrina ilgalaikį įmonės gyvavimą rinkos ekonomikos sąlygomis. Inovacinė veikla smulkaus ir vidutinio verslo įmonėse dažniausiai būna orientuota į galimybių paiešką ir panaudojimą. Tai reiškia, kad siekiant patenkinti vartotojo poreikius verslininkai nebūtinai kuria ar diegia kažką radikaliai naujo, bet ir ieško novatoriškų idėjų kasdieninei įmonės veiklai gerinti.

Taigi pagrindinis smulkaus ir vidutinio verslo bruožas – nuolatinė kaita. Nuolat kintant verslo aplinkai, įmonės, norėdamos išsilaikyti ir tęsti veiklą, turi būti lanksčios, dinamiškos ir atviros. Apskritai, verslo augimo, pelningumo ir tęstinumo pagrindas yra sugebėjimas pateikti rinkai naujus produktus ar paslaugas, mažinti gamybos ir administravimo sąnaudas ir skverbtis į naujas rinkas. Todėl inovacijų taikymas įmonėse tampa vienu iš sėkmę lemiančių veiksnių.

4.4. Žmogiškasis kapitalas bei verslumas konkurencingumo didinime

Žmogiškojo kapitalo teorija yra nauja šiuolaikinės ekonomikos teorijos koncepcija, kuri nagrinėja darbo jėgos formavimo ir kokybės problemas. Nors šios teorijos apraiškų pastebima ir XX a. pradžios ekonomistų darbuose, tačiau kaip vienalytė ir atskira teorija ji susiformavo 6-ojo dešimtmečio pabaigoje – 7-ojo pradžioje. Jos pradininkai – amerikiečių mokslininkai: S. Beckeris, B. Weisbroodas, D. Minceris, L. Chansenas, T. Schultzas. Šie ekonomistai savo darbuose suformavo šios teorijos branduolį ir padarė ją mokslo tyrinėjimų objektu.

Žmonių ištekliai – darbo išteklių sudėtis ir skaičius, įgūdžių ir patirties poreikis, naujų gebėjimų paieška ir atranka, apmokymo ir ugdymo poreikis ir t. t. Svarbu, kad verslo įmonėse būtų sudarytos visos galimybės protingai naudoti darbo išteklius, siekiant geriausių darbo rezultatų. Įmonės darbuotojai (personalas) yra svarbiausias ir vertingiausias jos turtas. Žinių ir įgūdžių plėtra yra pagrindinis ekonominės plėtros ir augimo veiksnys. Verslo konkurencingumo didinimas neatsiejamas nuo žmogiškųjų išteklių plėtros, siekiant sukurti darbo rinkos poreikius atitinkančią ir su visą gyvenimą besimokančia darbo jėga. Daug užimtumo galimybių, kurias sukuria ir sąlygoja gamybos veiklos modernizavimas bei inovacijos, reikalauja didesnio darbo jėgos prisitaikymo ir iniciatyvumo, aukštesnio kvalifikacijos lygio ir techninių įgūdžių, taip pat nuolatinio jų atnaujinimo.

Anot J. Bagdonavičiaus (2002), „žmogiškasis kapitalas pasireiškia kaip konkreti visuotinė gyvybingumo forma, asimiliuojanti ankstesnes formas, ir įgyvendinama kaip žmonijos istorinio vystymosi išdava“ (p. 43). Ekonominėje literatūroje žmogiškasis kapitalas paprastai suvokiamas kaip žmogaus žinių, įgūdžių, sveikatos, patirties atsargos, kurios naudojamos gamybos ar paslaugų sferoje, siekiant gauti didesnę uždarbę.

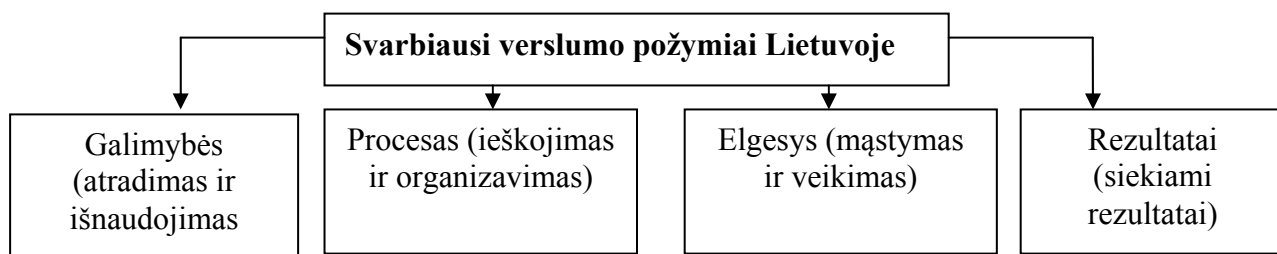
Investuojant į žmogiškąjį kapitalą, galima ženkliai padidinti SVV konkurencinį pranašumą. Tinkamai investavus į žmogiškąjį kapitalą pagerinamas verslininkų verslumas, kuris suprantamas kaip sugebėjimas gaminti ir parduoti pirkėjui prekes abipusės naudos pagrindu.

Verslumas – tai kūrybiškumas, naujovės, pasirengimas rizikuoti ir gebėjimas planuoti bei valdyti projektus, siekiant numatytų tikslų; tai asmenybės tobulėjimo būdas, savarankiškumo ir laisvės įrankis;

tai visuomenės gyvenimo kokybės gerinimo katalizatorius. Jis vertinamas kaip kūrybingos, veiklios ir atsakingos asmenybės lyderystės matas. Anot M.Kučinskienės (2007) svarbiausios verslumo charakteristikos yra:

- 1) kūrimas (sukūrimas kažko naujo, ko prieš tai nebuvo; pagrįstas aiškiu, trokštamu rezultatu);
- 2) naujos rizikingos veiklos rezultatas (nauji produktai/paslaugos: naujas procesas).

Taip pat Kučinskienė, analizuodama verslumą, nurodo tam tikrus svarbiausius verslumo požymius Lietuvoje (10 pav.).



Šaltinis: Sudaryta pagal Kučinskienė M., Garuckas R., Jatuliavičienė G. Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo analizė Europos Sąjungos kontekste.//Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai: 2007.42

10 pav. Svarbiausi verslumo požymiai Lietuvoje

Didėjant konkurencijai rinkoje, verslininkui tenka ieškoti kitokių, progresyvesnių būdų, kaip išlikti ir pasiūlyti vartotojui reikalingą produktą ar paslaugą, itin efektyviai išnaudojant materialinius ir žmogiškuosius resursus. Siekiant užtikrinti verslo sėkmę, ne tik pačiam verslininkui būtina gilinti savo žinias, nuolat mokytis, bet ir skatinti savo darbuotojus tobulintis.

Mokydamasis verslininkas atranda naujus būdus, kaip tradicinius dalykus daryti kokybiškiau ir efektyviau, tam tikslui maksimaliai išnaudojant savo ir darbuotojų kompetenciją, turimus įgūdžius ir žinias.

Apibendrinant, galima teigti, kad žmogiškieji išteklių yra vienas esminių resursų, reikalingų bet kuriai organizacijai. Tai yra pats reikšmingiausias ir vertingiausias turtas, kurį organizacija valdo ir nuo kurio priklauso veiklos efektyvumas. Bet kurioje organizacijoje svarbiausias indėlis yra žmogiškasis elementas. Veiklos sėkmė arba nesėkmė priklauso nuo dirbančių žmonių.

4.5. Klasterių įtaka smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimui

Remiantis tarptautinių žodžių žodynu, klasteris – „[angl. cluster — grupelė; kekė]: 1. artimų ar gretimų muz. garsaeilio garsų sąskambis; 2. fiz. kekė, pvz., molekulių Δ (molekulių grupė, nesąveikaujanti su kita gretima tos pačios rūšies molekulių grupe).“ Pagal šį apibrėžimą galime pamatyti,

kad ekonominės reikšmės nėra pateikta šiame apibrėžime. Tačiau ekonominė reikšmė, taikoma apibūdinti SVV klasterius, suprantama iš bendrosios, t.y., iš žodžio „grupelė“. Šiuo metu, kalbant ekonomine prasme, klasteriai, kurie vis dažniau yra suvokiami kaip patraukli priemonė, skatinanti ekonomikos plėtrą ir kolektyvinio mokymosi procesus pasaulinės žinių ekonomikos sąlygomis, gali būti suprantami dvejopai:

1) Siaurąja prasme. Klasteris siaurąja prasme yra ekonominė aglomeracija, kurią sudaro įmonės, veikiančios viena su kita susijusiose ir vieną kitą palaikančiose veiklos srityse (t.y. besispecializuojančios konkrečioje produkto vertės grandinės stadijoje ir gaunančios naudą iš bendradarbiavimo su šalia veikiančiais tiekėjais bei klientais).

2) Plačiąja prasme. Klasteris plačiąja prasme yra regiono/sectoriaus socialinė gamybos ir inovacijų sistema, pasižyminti didele veikėjų su skirtingomis kompetencijomis koncentracija (t.y. įmonių, universitetų, aukštųjų mokyklų, mokymo organizacijų, savivaldos struktūrų, finansinių institucijų ir kt.), kurių glaudūs tarpusavio ryšiai ne tik garantuoja ekonominį veiklos efektyvumą, bet ir skatina dalinimąsi žiniomis, technologijų perkėlimą ir naujų produktų kūrimą.

Vis dėlto būtų sunku rasti bendrą sutarimą dėl klasterio sąvokos, kuri mokslinėje literatūroje suprantama ir vertinama skirtingai. Pavyzdžiui, Hill E. W. ir Brennan J. F. (2000) nurodo, kad „klasteris (pramoninė grupė) - tai pagal geografinį principą sukonzentruotos tarpusavyje sąveikaujančios, vykdančios bendrą veiklą ir savo specifine veikla papildančios viena kitą kompanijos, specializuoti tiekėjai, paslaugų teikėjai ir įvairios organizacijos (pvz., universitetai, standartizacijos agentūros, prekybiniai susivienijimai).“ (p. 19). Kitaip tariant, klasteris - tai tam tikro regiono ribose egzistuojanti ryšių struktūra, sudaranti sąlygas glaudžiam įvairių formų bendradarbiavimui.

D. Štreimikienės ir R. Dapkaus teigimu (2007), klasteris taip pat geografinė kategorija: „Klasteris yra geografinė koncentracija tam tikros srities nepriklausomų įmonių, besispecializuojančių tiekimu, paslaugų teikimu ir gamyba giminingose pramonės srityse bei susijusių institucijų, kurios tarpusavyje konkuruoja, bet kartu ir tam tikrose veiklos srityse bendradarbiauja ir kooperuojasi.“ (p. 19). Taigi šias institucijas sieja ne tik konkurencija, bet ir bendradarbiavimas.

Kad veikla, susijusi su klasteriais, yra ypač svarbi, šiuo metu yra pabrėžiama ir įvairiuose Europos Komisijos dokumentuose: konkurencingumo ir inovacijų programoje; struktūriniuose fonduose; sanglaudos politikoje ir kt.

Vienas iš pagrindinių skiriamųjų klasterio bruožų – jo novatoriškumas, nes pati klasterio struktūra ir bendros veiklos logika lemia inovacinius procesus. Šiuo metu Lietuvoje yra sukurti beveik visi

nacionalinės inovacijų sistemos elementai. Tačiau inovacijų versle programa taip pat neveikia efektyviai, mokslo įstaigų ryšiai su įmonėmis yra itin menki.

R. Jucevičius (2009) nurodo, kad „klasteriai yra strateginė šalies ūkio konkurencingumo didinimo priemonė.“ (p. 4). Tokią išvadą autorius daro įvertindamas aplinkybę, kad mažų ir vidutinių rinkų segmente jau dabar vyrauja, o pačiu artimiausiu metu ir dominuos Azijos gamintojų produkcija. Europos Sąjunga, o kartu ir Lietuvos vyriausybė, ir atskiros įmonės ieško problemos sprendimo būdų. Šis autorius nurodo, kad ES pramonės politikoje akivaizdžios dvi strateginės kryptys:

- 1) orientacija į didelę pridėtinę vertę kuriančią veiklą per inovacijas (žinių ekonomika);
- 2) klasterizacija. Klasterizacija šiuo metu suvokiama kaip neišvengiama būtinybė ir vienas iš nacionalinių ekonomikos valdymo prioritetų.

Klasterizacija taip pat yra vienas pagrindinių Lietuvos ūkio (pramonės ir verslo) plėtros strategijos prioritetų. Nacionalinės Lisabonos strategijos viena iš sąlygų – sparčios klasterių plėtros iniciatyvų ir kūrimosi skatinimas. Tai yra pramonės ir verslo bei viso ūkio konkurencingumo pagrindas. Panašios pozicijos laikosi ir daugelis kitų ES bei pasaulio šalių.

Taigi galima teigti, kad klasteriai yra svarbūs regionų konkurencingumui, kurį, t.y., regionų konkurencingumą veikia trimis pagrindiniais būdais.

- 1) Padidina klasterį sudarančių kompanijų ir pramonės šakų našumą.
- 2) Pagerina kompanijų ir pramonės šakų prisitaikymą prie inovacijų ir taip padidina jų našumą.
- 3) Skatina naujų verslų atsiradimą, kurie palaiko inovacijas ir tokiu būdu išplečia klasterio ribas.

Apibendrinant, galime teigti, kad klasteriai, kurie suprantami kaip patraukli priemonė, turi reikšmingą poveikį šalies ūkio konkurencingumui, nes juose susidaro palankios sąlygos didinti įmonių produktyvumą, jų inovatyvumą, gerinti darbo ir produktų kokybę, technologinį turinį, atsirasti naujiems verslams ir t. t. Taigi klasterius reikėtų vertinti kaip vieną svarbiausių instrumentų ekonomikos plėtrai, konkurencingumo didinimui šakos ar visos šalies mastu.

5. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO KONKURENCINGUMO TYRIMO METODOLOGIJOS PAGRINDIMAS

5.1. Tyrimo metodika ir organizavimas

Tyrimo tikslas – Išanalizuoti smulkaus ir vidutinio verslo Lietuvoje konkurencinę aplinką ir priemones konkurencingumo didinimui. Tyrimo objektu buvo pasirinktos ir apklaustos smulkaus ir vidutinio verslo įmonės.

Pagal 2008 m. sausio 1 d. Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymą, smulkaus ir vidutinio verslo subjektas yra labai maža įmonė – įmonė, kurioje dirba mažiau kaip 10 darbuotojų, maža įmonė – įmonė, kurioje dirba mažiau kaip 50 darbuotojų, vidutinė įmonė - įmonė, kurioje dirba mažiau kaip 250 darbuotojų.

Tyrimo metodas. Apklausa yra labiausiai paplitęs pirminės sociologinės informacijos rinkimo metodas. Anketinės apklausos metodas, tai tyrimo instrumentas – atviro-uždaro tipo klausimynas-anketavimas (žr. 1 priedą). Anketavimas - tai duomenų rinkimo metodas, kai respondentas pats savarankiškai pildo pateiktą klausimyną. Tai sudaro sąlygas respondentui pildyti klausimyną jam patogiu laiku, išsaugoti informacijos privatumą, išvengiama interviuotojo įtakos.

Tyrimas buvo atliekamas vykdant anketinę respondentų apklausą. Anketą sudarė 24 atviri ir uždari klausimai ir klausimų blokai. Siekiant išsiaiškinti smulkaus ir vidutinio verslo požiūrį į konkurencingumą, jo didinimo galimybes, apklausos anketoje buvo pateikta teiginių, su kuriais respondentai turėjo sutikti arba nesutikti penkių balų Likerto skalės ribose (žr. anketos klausimus Nr. 1, 2, 12, 19). Suvedus visus surinktų anketų duomenis į SPSS programą, buvo gauti apibendrinti rezultatai. Apibendrintiems procentiniams skaičiavimams buvo naudojama procentinio paskirstymo funkcija (angl. Frequencies), o klausimų pjūviams pagal demografines charakteristikas (angl. General Tables) funkcija. Tyrimo rezultatai leidžia geriau suvokti įmonių padėtį bei nurodo gaires, kaip didinti smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumą.

Anketos buvo skirtos įmonių vadovams, savininkams bei kitiems darbuotojams, kurie yra atsakingi už strateginius įmonės sprendimus. Apklausa buvo vykdoma nuo 2009 09 01 iki 2009 10 05, įmonėms siunčiant kvietimus dalyvauti tyrime elektroniniu paštu. Anketa buvo pasiekama per hyper nuorodą <http://www.publika.lt/apklausa-15-4acc9cda13eee.html>. Ši anketa patogi tuo, kad kompiuterio ekrane pakanka pažymėti tinkamus atasakymų variantus, o kur reikia įvesti duomenis. Baigus pildyti

spaudžiamas mygtukas „Siųsti“ ir duomenys patenka į duomenų bazę. Anketos buvo siunčiamos įmonėms visoje Lietuvoje.

Anketos klausimai buvo formuluojami siekiant išsiaiškinti šiuos aspektus:

- Smulkaus ir vidutinio verslo konkurencinė aplinka, kurią įtakoja valstybė, mokesčių sistema, LR įstatymai, teisės aktai. Taip pat siekiama išsiaiškinti kokie veiksniai laikomi pagrindiniais įmonės konkurencingumo šaltiniais.
- Verslo finansavimas. Ar verslo įmonės kreipasi į finansų institucijas dėl verslo finansavimo ir kokio dydžio finansavimo prašo, ar palankios finansavimo sąlygos, kokia parama naudojasi įmonės, klūtis su kuriomis tenka susidurti ieškant finansavimo.
- Inovacijos įmonėse. Siekiama išsiaiškinti ar Lietuvos įmonės yra inovatyvios, kaip vertinama valstybės inovacijų skatinimo politika, analizuojami veiksniai labiausiai trukdantys investicijas į naujas technologijas bei veiksniai sąlygojantys įmonių inovacinę – technologinę veiklą.
- Žmogiškojo kapitalo įtaka smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms. Aiškinamasi kaip įmonės didina savo mokslinį potencialą bei kaip vertina valstybės kuriamą aplinką žinių visuomenės skatinime.
- Klasterių vaidmuo smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumui. Klasterių plėtros politikos vertinimas Lietuvoje.

5.2. Tyrimo imties nustatymas

Tyrimo sėkmė labai priklauso nuo teisingai suformuotos imties. Lietuvos Respublikos statistikos departamento duomenimis Lietuvoje 2009 sausio 1 d. užregistruota 65232 smulkaus ir vidutinio verslo įmonės. Remiantis specialia lentele (Kardelis K. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai, 2-asis leid. – K.: Judex, 2002. P. 322), jeigu generalinės aibės visumą sudaro 100000, tuomet atrankai pakanka 398 atvejų.

Formuojant atranką, įmonių kordinatės buvo imamos iš Lietuvos įmonių katalogo „Visa Lietuva“ bei portalų internete (www.imones.lt, www.manoimone.lt, www.visalietuva.lt). Tyrimui pasirinktos įmonės, kurios turi iki 250 darbuotojų. Anketos buvo išsiųstos 224 smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms. Realiai atsakymai gauti iš 125 įmonių. Bendras atsakymų lygis 55 proc.

Tyrimo imties formulavimas buvo atliekamas duomenų bazę grupuojant pagal tokius požymius:

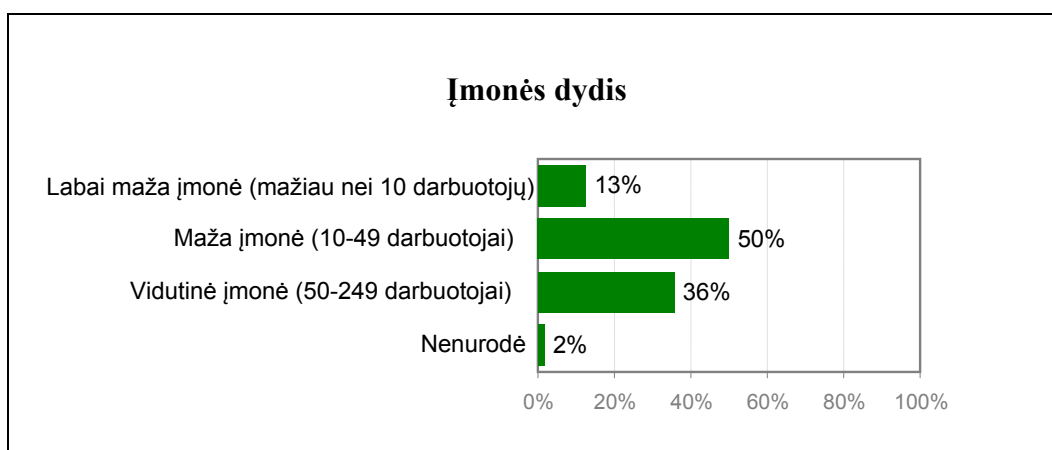
- įmonių dydį (darbuotojų skaičius),
- įmonių rūšį (teisinė forma),

- įmonių veikimo laiką.

Pagal darbuotojų skaičių įmonės buvo suskirstytos į tokias grupes:

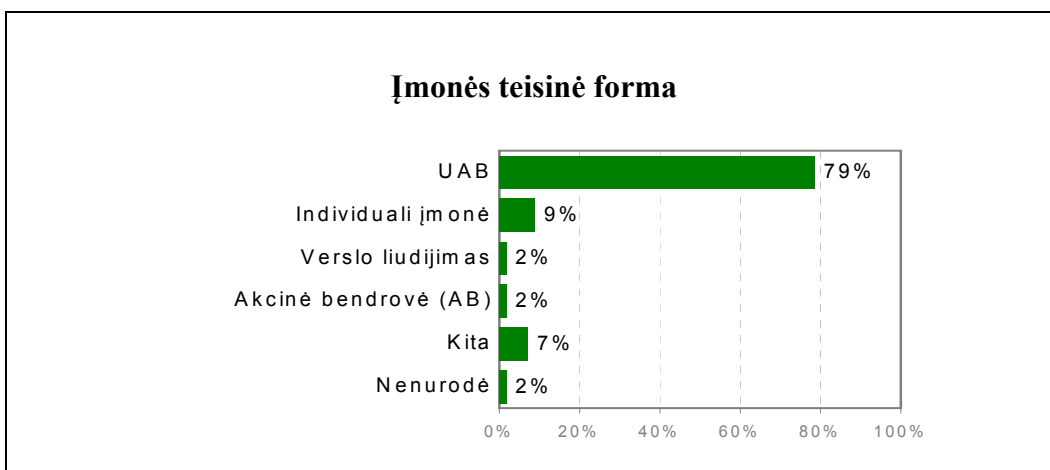
- nuo 1 iki 9 darbuotojų;
- nuo 10 iki 49 darbuotojų;
- nuo 50 iki 249 darbuotojų.

Darbuotojų skaičius verslo įmonėms svarbus priskiriant jas prie smulkaus ir vidutinio verslo įmonių statuso. Pagal tyrimo rezultatus daugiausia dalyvavo respondentai iš vidutinių, kuriose dirba nuo 50 iki 249 darbuotojų (36 proc.) ir mažų smulkaus ir vidutinio verslo įmonių, kuriose dirba nuo 10 iki 49 darbuotojų (50 proc.). Mažiausiai aktyvūs respondentai buvo iš labai mažų įmonių, kuriose dirba mažiau kaip 10 darbuotojų (13 proc.) (žr. 11 pav.).



11 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės dydį

Respondentų buvo klausiama apie juridinę verslo formą. Ženkli respondentų dauguma, net 79 proc., atstovavo uždarosioms akcinėms bendrovėms (UAB). Antroje vietoje (9 proc.) pagal dalyvavimą apklausoje buvo respondentai iš individualių įmonių (IĮ) (žr. 12 pav.).

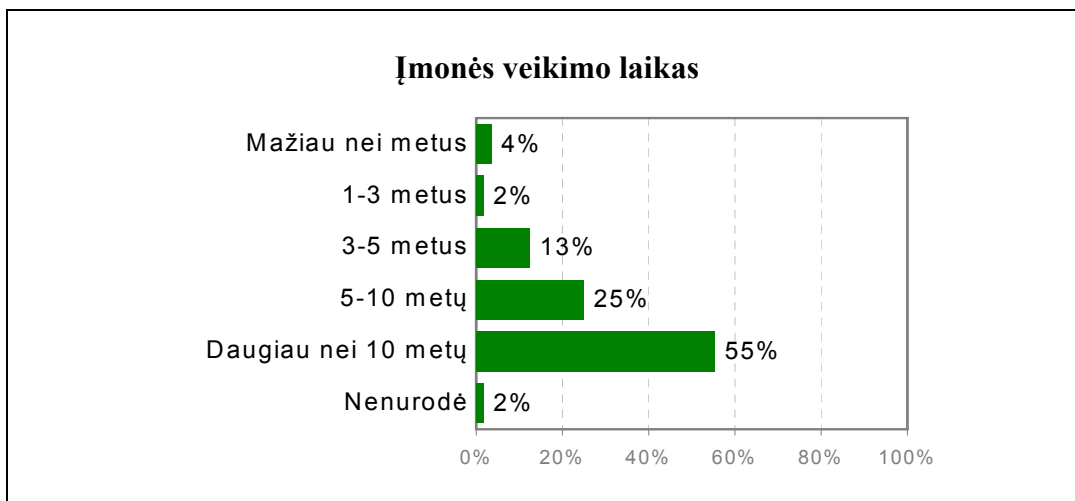


12 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės teisinę formą

Tarp apklaustųjų mažiausiai atstovų buvo iš verslo liudijimą turinčių verslo subjektų ir akcinių bendrovių (po 2 proc.).

Remiantis tyrimo duomenimis smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms labiausiai palanki teisinė forma yra UAB.

Kalbant apie įmonių veikimo laiką tyrime daugiausiai dalyvavo respondentų, dirbančių įmonėse, kurios gyvuoja jau daugiau nei 10 metų – jos sudaro net 55 proc. visų apklaustųjų (žr. 13 pav.).



13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės veikimo laiką

Dirbančiųjų nuo 5 iki 10 metų veikiančioje įmonėje tyrime dalyvavo 25 proc., o respondentų iš įmonių veikiančių 3-5 metus – 13 proc. Mažiausiai apklausoje dalyvavo atstovai įmonių, gyvujančių 1-3 metus – tik 2 proc., o mažiau nei metus – 4 proc. Taigi, galima teigti, kad dauguma apklaustųjų įmonių yra gana stabilios, brandžios pagal savo veikimo laiko trukmę.

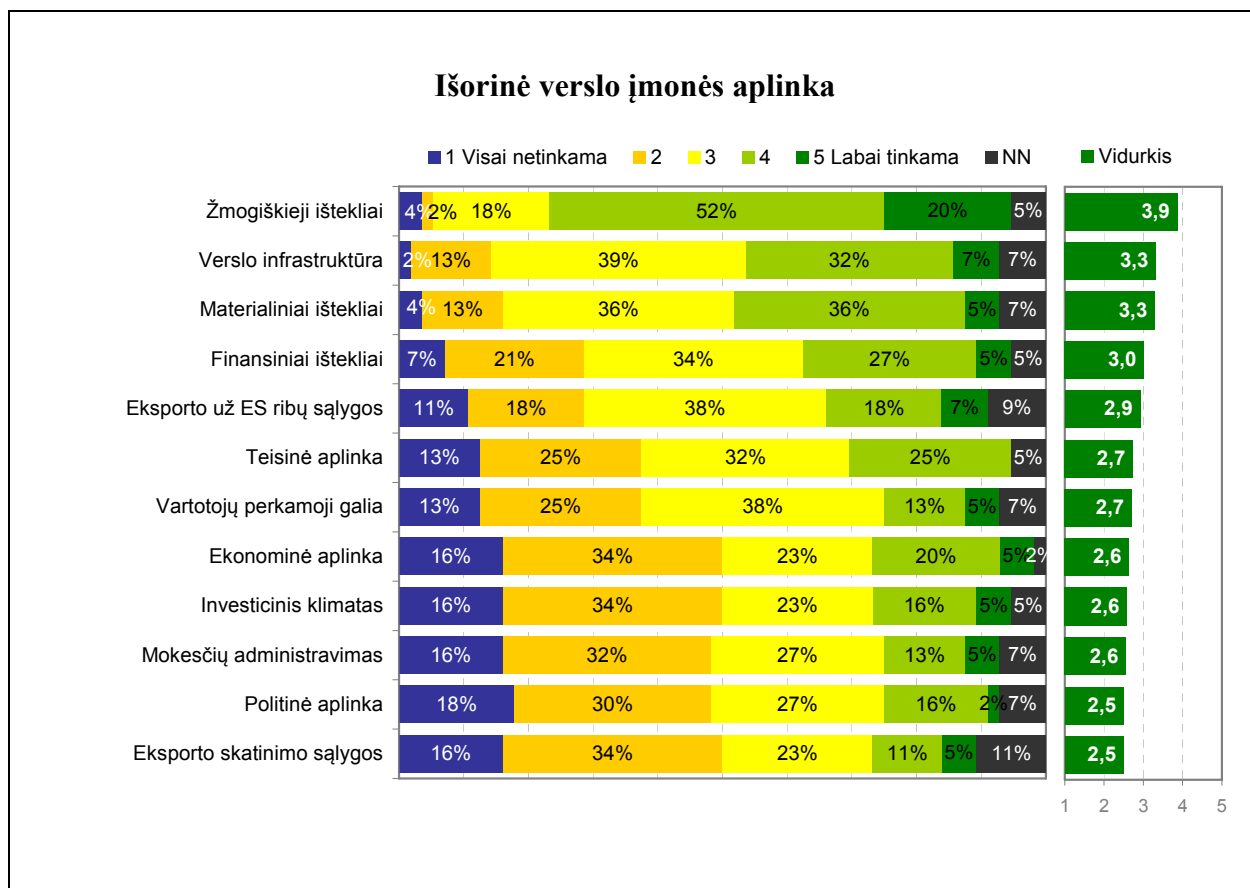
6. SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO LIETUVOJE KONKURENCINGUMO TYRIMO DUOMENŲ ANALIZĖ

Tyrimas suskirstytas į atskiras dalis pagal iškeltas hipotezes. Pirmoje tyrimo dalyje įmonių buvo prašoma įvertinti verslo aplinkos veiksnių (teisinės, politinės, mokesstinės, konkurencinės aplinkos, finansavimo sąlygų) poveikį jų įmonei. Antroje tyrimo dalyje klausimai buvo susiję su konkurencingumo didinimui turinčiomis įtakos priemonėmis: inovacijomis, žmogiškuoju kapitalu, klasteriais.

Atliekant pirmos dalies tyrimą, buvo remtasi verslo konkurencingumo indekso kriterijumi, kuris aprašytas šio darbo antrame skyriuje (p. 29). Šis indeksas akcentuoja mikroekonominis (įmonių lygio) ir nacionalinius ekonominio konkurencingumo aspektus. Šis indeksas vertina verslo įmonių valdymo ir strategijų kokybę, o taip pat – nacionalinę aplinką, kurioje yra priimami įmonių verslo sprendimai.

Verslo aplinkos vertinimas smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinime

Respondentai vertino verslo aplinką pagal įvairius kriterijus: finansiniai, materialiniai, žmogiškieji ištekliai, verslo infrastruktūra, mokesčių administravimas, vartotojų perkamoji galia ir t.t. (žr. 14 pav.).



14 pav. Išorinės verslo aplinkos vertinimas

Palankiausiai respondentai vertina žmogiškuosius išteklius (3,9 balo). Vienodai palankiai yra vertinama verslo infrastruktūra (3,3 balo) ir materialiniai ištekliai (3,3 balo). Lėtėjant ekonomikos augimo tempams vartotojų perkamoji galia vis dar vertinama, kaip iš dalies tinkama verslui (2,7 balo). Prasčiau yra vertinami investicinis klimatas, ekonominė aplinka ir mokesčių administravimas po (2,6 balo). Prasčiausiai respondentai įvertino Lietuvos politinę aplinką (2,5 balo) ir eksporto skatinimo sąlygas (2,5 balo).

Analizuojant pagal įmonių veiklos trukmę, nepalankiausiai ekonominę aplinką (1,9 balo), mokesčių administravimą (2,0 balo) bei politinę aplinką (2,0 balo) vertino įmonės veikiančios 1-5 metus.

Vertinant pagal įmonės dydį, labai mažos įmonės, kaip labai nepalankią aplinką verslui vertino investicinį klimatą (2,1 balo) ir eksporto skatinimo sąlygas (1,6 balo). Vartotojų perkamąją galią (3,0 balo) ir eksporto skatinimo sąlygas (2,8 balo) pakankamai palankiai įvertino vidutinės įmonės.

Pagal įmonės tipą, teisinę verslo aplinką (2,4 balo) nepalankiausiai įvertino uždarnosios akcinės bendrovės (žr. 10 lent.).

10 lentelė. Išorinės verslo įmonės aplinkos vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą

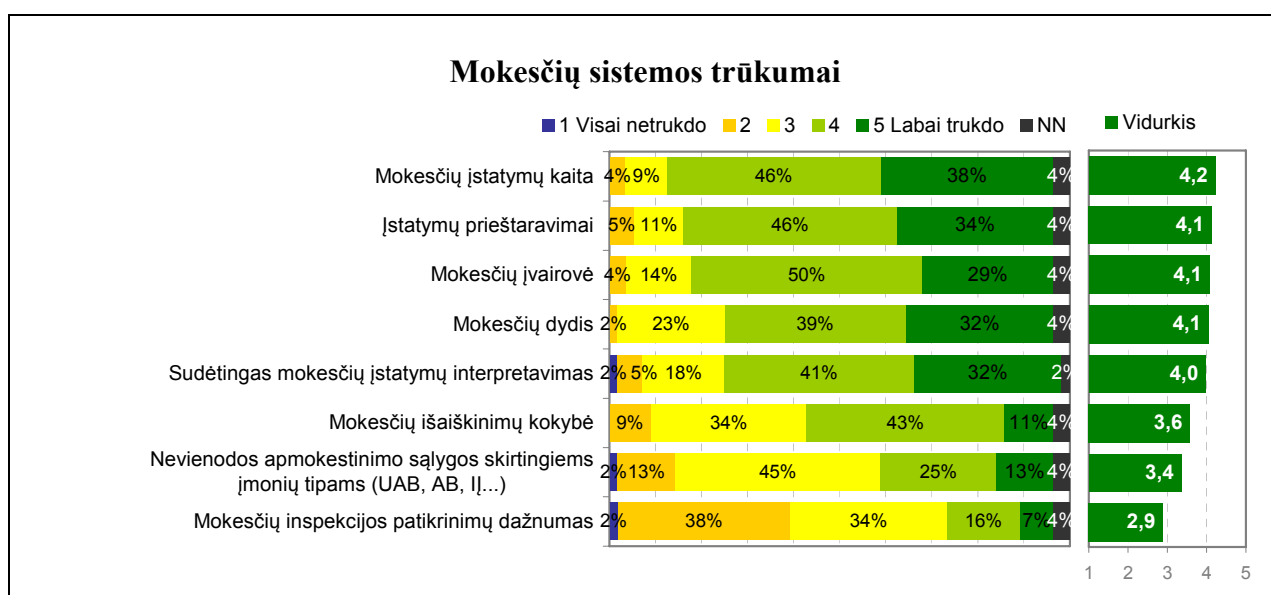
	Žmogiškieji ištekliai	Verslo infrastruktūra	Materialiniai ištekliai	Finansiniai ištekliai	Eksporto už ES ribų sąlygos	Teisinė aplinka	Vartotojų perkamoji galia	Ekonominė aplinka	Investicinis klimatas	Mokesčių administravimas	Politinė aplinka	Eksporto skatinimo sąlygos
Gyvavimo laikotarpis												
Mažiau nei metus	4,0	3,5	3,5	3,0	3,5	3,5	2,5	3,0	3,5	2,0	2,5	2,5
1-5 metus	4,2	3,0	3,2	2,8	2,8	2,5	2,1	1,9	2,0	2,0	2,0	2,5
5-10 metų	3,7	3,5	3,3	3,0	3,1	2,6	2,4	2,5	2,1	2,3	2,8	2,0
Daugiau nei 10 metų	3,9	3,3	3,3	3,1	2,8	2,8	3,0	2,9	2,8	2,8	2,5	2,7
Įmonės dydis												
Labai maža įmonė	3,9	2,9	2,9	2,4	2,4	2,3	2,4	2,3	2,1	2,6	2,3	1,6
Maža įmonė	3,8	3,2	3,2	2,9	3,0	2,7	2,5	2,5	2,6	2,4	2,6	2,5
Vidutinė įmonė	4,0	3,6	3,6	3,4	2,9	2,9	3,0	2,9	2,7	2,8	2,4	2,8
Įmonės tipas												
II	3,8	3,3	3,3	3,0	3,0	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,5
UAB	4,2	3,4	3,2	3,2	2,8	2,4	2,6	2,2	2,2	2,3	2,4	2,5
Kita	4,2	3,4	3,2	3,0	2,6	3,2	3,0	2,3	2,4	2,3	2,0	2,6
Visi apklaustieji	3,9	3,3	3,3	3,0	2,9	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5

Respondentų nuomone išorinė verslo aplinka nėra tinkama verslo konkurencingumo didinimui. Didelę įtaką verslo plėtojimui ir konkurencingumui turi visuotinė infliacija, nedarbas, defliacija. Jei ekonomikos nuosmukio laikotarpiu gyventojų pajamos smarkiai sumažėja, perkama mažiau brangių ar

ilgalaikio vartojimo prekių. O esant dideliam nedarbui, gali sumažėti ir būtinausių prekių paklausa. Būtent šie veiksniai ir susilpnina ekonominę Lietuvos aplinką ir pasunkina verslo steigimąsi ir plėtojimą.

Valstybės vykdomos mokesčių politikos vertinimas

Labai didelę įtaką verslo plėtrai daro valstybės vykdoma mokesčių politika. Didėjant mokesčiams, mažėja investicijos ir į tokius veiksnius, kaip inovacijos, naujosios technologijos bei moksliniai tyrimai. Įmonės turi skirti lėšas svarbiausiems savo poreikiams, kad įmonė išliktų ir funkcionuotų. Užsienio investuotojai labiau linkę plėsti savo veiklą kitose šalyse, nes Lietuvoje mokesčių našta verslui yra viena didžiausių Pabaltijo šalyse. Apklaustieji iš įvairių įmonių buvo prašomi įvertinti mokesčių sistemą pagal mokesčių įstatymų kaitą, mokesčių prieštaravimus, jų įvairovę, mokesčių dydį ir pan. (pav. 15).



15 pav. Mokesčių sistemos vertinimas

Atlikus apklausą ir išvedus vertinimų vidurkius gauti tokie rezultatai: labiausiai verslui trukdo: mokesčių įstatymų kaita (4,2 balo), mokesčių įvairovė, mokesčių dydis bei įstatymų prieštaravimai (po 4,1 balo). Iš dalies verslo plėtrai trukdo: sudėtingas mokesčių įstatymų interpretavimas (4,0 balo) bei mokesčių išaiškinimo kokybė (3,6 balo). Mažiausiai, kaip teigia verslininkai, verslui trukdo mokesčių inspekcijos patikrinimų dažnumas (2,9 balo).

Analizuojant pagal įmonių veiklos trukmę, mažiau nei metus veikiančioms įmonėms, labai didelę kliūtį verslo plėtrai sudaro nevienodos apmokestinimo sąlygos (5,0 balo) ir mokesčių inspekcijų patikrinimų dažnumas (4,0 blo). 1-5 metus veikiančioms įmonėms didelės kliūtys yra mokesčių įvairovė (4,7 balo) ir mokesčių dydis (4,63 balo).

Pagal įmonės dydį mokesčių įvairovę gana palankiai vertina vidutinės įmonės (3,8 balo). Tai galima paaiškinti tuo, kad kuo didesnė įmonė, tuo ji turi didesnį administracinį aparatą, kas palengvina darbo pasiskirstymą.

Pagal įmonės tipą mokesčių įstatymų prieštaravimai (3,8 balo) ir mokesčių išaiškinimo kokybė (3,8 balo) labai trukdo uždarosioms akcinėms bendrovėms (žr. 11 lent.).

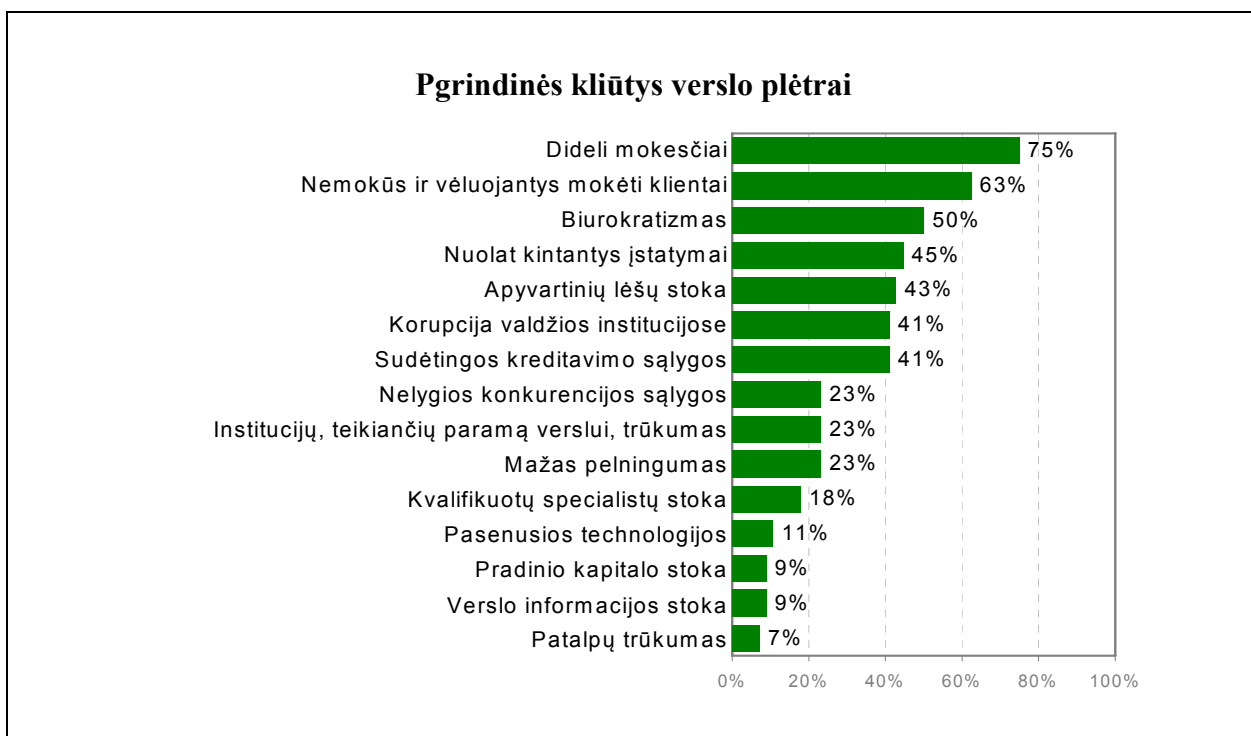
11 lentelė. Mokesčių sistemos trūkumų vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą

	Mokesčių įstatymų kaita	Įstatymų prieštaravimai	Mokesčių įvairovė	Mokesčių dydis	Sudėtingas mokesčių įstatymų interpretavimas	Mokesčių išaiškinimų kokybė	Nevienodos apmokestinimo sąlygos skirtingiems įmonių tipams (UAB, AB, IJ...)	Mokesčių inspekcijos patikrinimų dažnumas
Gyvavimo laikotarpis								
Mažiau nei metus	4,5	4,5	4,5	4,0	4,5	3,5	5,0	4,0
1-5 metus	4,4	4,3	4,7	4,6	3,9	3,6	3,7	3,4
5-10 metų	4,4	4,2	3,9	4,0	3,9	3,8	3,4	3,1
Daugiau nei 10 metų	4,1	4,0	4,0	4,0	4,0	3,5	3,2	2,6
Įmonės dydis								
Labai maža įmonė	4,4	4,1	4,3	4,3	4,3	3,6	3,4	3,9
Maža įmonė	4,2	4,1	4,2	4,3	3,9	3,5	3,4	2,8
Vidutinė įmonė	4,2	4,2	3,8	3,7	4,0	3,7	3,3	2,7
Įmonės tipas								
IJ	4,2	4,0	4,1	4,0	4,0	3,5	3,3	2,7
UAB	4,0	4,4	3,8	4,0	3,8	3,8	3,0	3,2
Kita	4,8	5,0	4,4	4,4	4,3	4,2	3,8	4,0
Visi apklaustieji	4,2	4,1	4,1	4,1	4,0	3,6	3,4	2,9

Smulkaus ir vidutinio verlo verslininkų teigimu labiausiai verslo plėtrai ir konkurencingumo didinimui trukdo mokesčių įstatymų kaita, įstatymų prieštaravimai bei mokesčių dydis ir įvairovė. Svarbu yra ir tai, kad mokesčių įstatymų interpretavimas yra nenusistovėjęs ir neaiškus. Valstybė siekdama verslo skatinimo, turi mažinti mokesčių našta mažoms įmonėms bent pirmuosius 2-5 metus, mažinti mokesčių gausą ir painumą, suteikti mokesčių, rinkliavų lengvatų verslo subjektams.

Pagrindinių kliūčių verslo plėtrai vertinimas

Respondentai buvo paprašyti įvardinti pagrindines klūtis verslo plėtrai. Vienos iš dažniausiai minimų kliūčių buvo minimos šios: dideli mokesčiai (75 proc.), nemokūs ir vėluojantys mokėti klientai (63 proc.) bei biurokratizmas (50 proc.) (žr. 16 pav.).



16 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal pagrindines klūtis verslo plėtrai

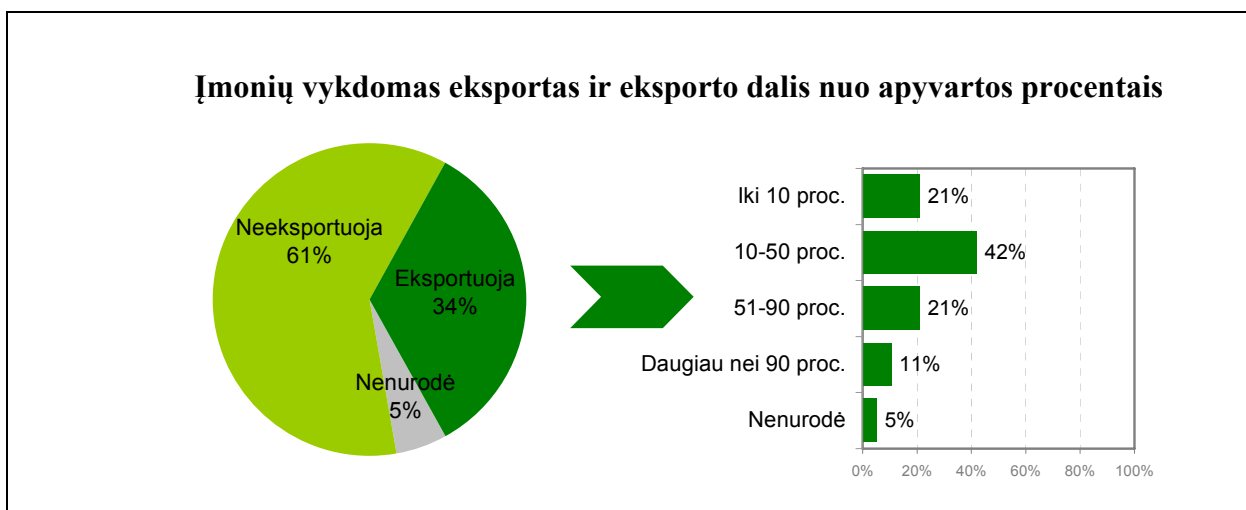
Nemažai apklaustųjų paminėjo nuolat kintančius įstatymus (45 proc.). Maždaug toks pat respondentų skaičius paminėjo apyvartinių lėšų stoką (43 proc.). Labai svarbia klūtimi verslui (41 proc.) buvo įvardinta korupcija valdžios institucijose ir sudėtingos kreditavimo sąlygos (41 proc.). Mažas įmonės pelningumas buvo nurodyta kaip dar viena svarbi klūtis verslui (23 proc.).

Analizuojant tyrimo duomenis apie atskirų kliūčių poveikį smulkiam ir vidutiniam verslui, pastebimi nauji akcentai – dėl didelio nedarbo lygio, problemos susijusios su kvalifikuotų specialistų stoka žymai sumažėjo. Ši klūtis sudaro 18 proc. bendroje skalėje. Mažiausiai verslui trukdančios klūtys yra: pradinio kapitalo stoka, verslo informacijos stoka (po 9 proc.) ir patalpų trūkumas (7 proc.).

Apibendrinus tyrimo rezultatus galima teigti, kad opiausios problemos verslui Lietuvoje yra: dideli mokesčiai, nemokūs klientai ir biurokratizmas.

Eksporto vertinimas

Tarp apklausoje dalyvavusių smulkių ir vidutinių įmonių net 61 procentas įmonių visiškai nevykdo eksporto. Trisdešimt keturi procentai verslo įmonių nurodo, kad vykdo eksportą, o penki procentai iš vis nieko nenurodė. Keturiasdešimt du procentai įmonių eksportuoja 10-50 proc. nuo apyvartos, vienodai (po 21 proc.) įmonių nurodė, kad jų eksportas nuo apyvartos sudaro iki 10 proc. ir 51-90 procento. Vienuolikos procentų įmonių eksporto dalis nuo apyvartos sudaro daugiau nei 90 procentų (žr. 17 pav.).

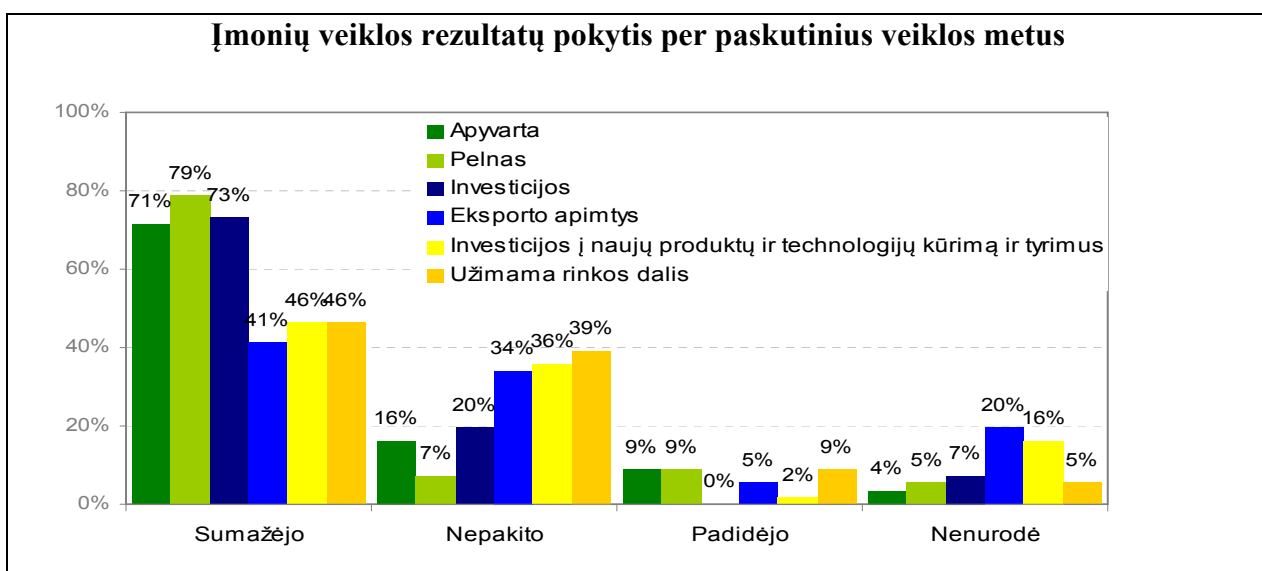


17 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių vykdomas eksportas ir eksporto dalis nuo apyvartos procentais

Iš tyrimo rezultatų matyti, kad įmonės savo veiklą pagrindė vykdo šalies mastu užpildydamos esnačias tuščias rinkos nišas.

Įmonės veiklos rezultatų vertinimas

Į klausimą kaip pakito įmonės veiklos rezultatai per paskutinius metus galima matyti 18 pav.



18 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių veiklos rezultatų pokytis per paskutinius veiklos metus

Pagal tyrimo duomenis matyti, kad didžiausi skaičiai procentais yra prie sumažėjimo skalės.

Apyvarta: 71 procentas dalyvavusių apklausoje respondentų teigia, jog per paskutinius veiklos metus ji sumažėjo, 9 procentai teigia, kad padidėjo ir 16 procentų respondentų nurodo, kad apyvarta nepakito.

Pelnas: daugiausia apklaustųjų (79 proc.) pažymi, kad įmonės pelnas sumažėjo, kad nepakito nurodo (7 proc.), o, kad padidėjo (9 proc.).

Investicijos: kaip ir prieš tai buvusiuose atsakymuose, respondentai nurodo investicijų pokyčius sekančiai: sumažėjo (73 proc.), nepakito (20 proc.), padidėjo (0 proc.).

Eksporto apimtys: palyginti panaši dalis (41 proc.) nurodo, kad eksporto apimtys sumažėjo ir nepakito (34 proc), o eksporto apimčių padidėjimą nurodo tik penki procentai įmonių.

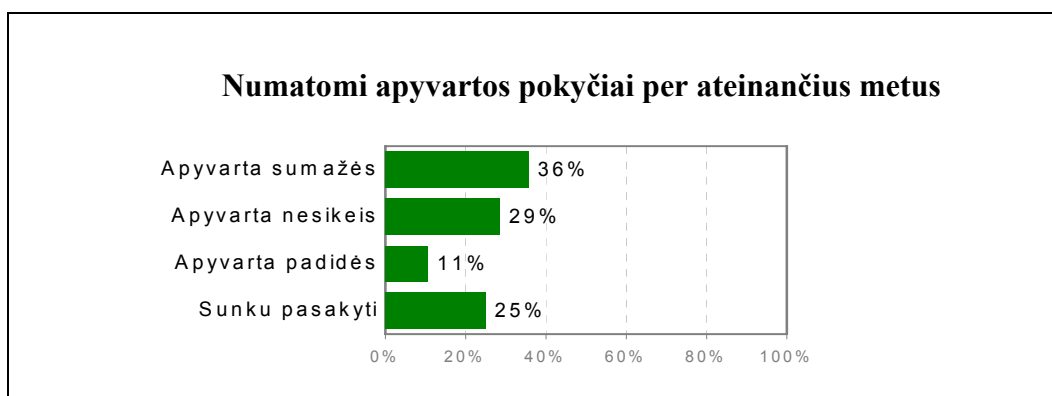
Investicijos į naujų produktų ir technologijų kūrimą ir tyrimus: didžioji dalis įmonių (46 proc.) nurodo, kad per paskutiniuosius veiklos metus investicijos į naujas technologijas sumažėjo, kad nepakito nurodo (36 proc.), o kad šios investicijos padidėtų, joms lėšų skyrė tik 2 proc. įmonių.

Užimama rinkos dalis: daugiausiai respondentų (46 proc.) mano, jog rinkos dalis per paskutinius mėnesius sumažėjo, panašiai (39 proc.) teigia, jog nepakito ir tik (9 proc.) nurodo, kad padidėjo.

Apibendrinus galima pažymėti, kad pagrindiniai įmonių rodikliai, tokie kaip pelnas, apyvarta ir investicijos per paskutiniuosius metus rodo gana žymų įmonių veiklos pablogėjimą. Tačiau tai, kad šios įmonės, šalies ekonomikos sunkmečiu, sugeba išsilaikyti rinkoje, neprarasti konkurencingumo ir dar, nors ir nežymią dalį, investuoti, rodo šių įmonių sugebėjimą prisitaikyti prie esamų sunkių ekonominių sąlygų.

Numatomų apyvartos pokyčių per ateinančius metus vertinimas

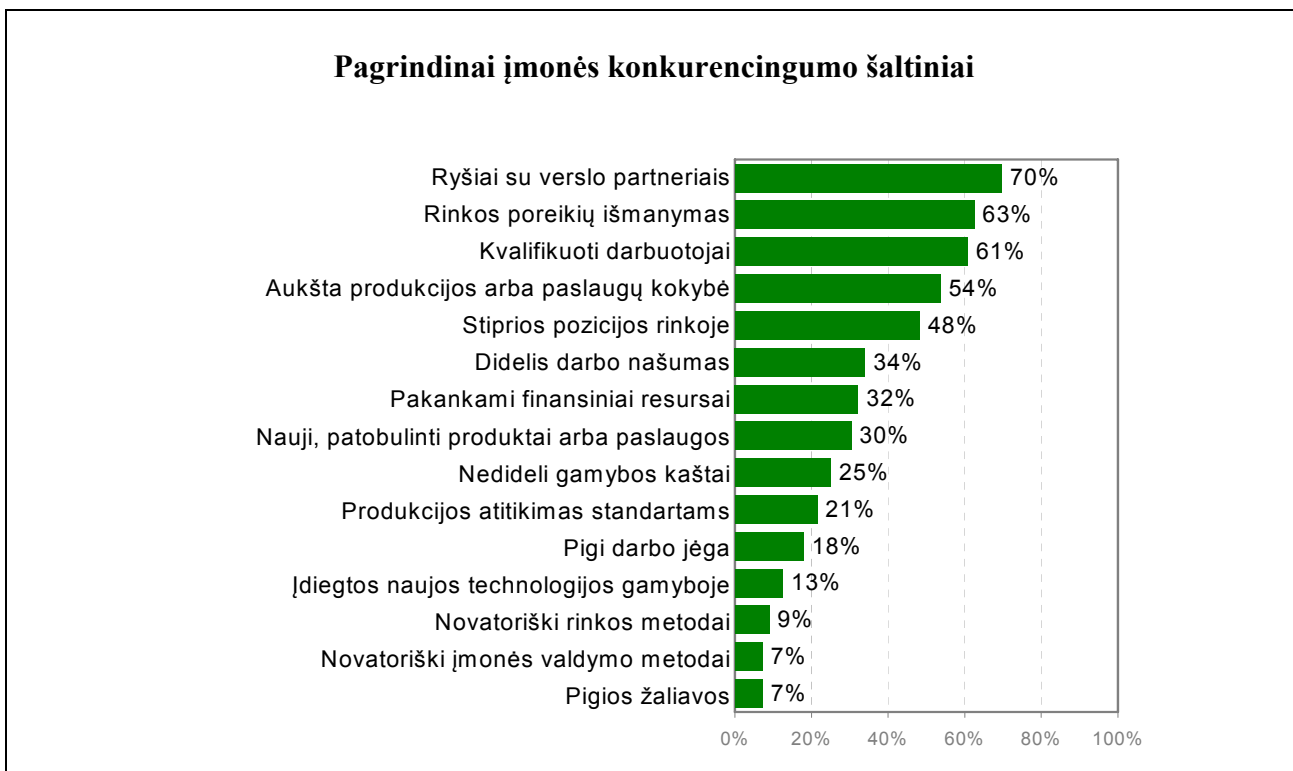
Anketoje buvo klausama įmonių atstovų nuomonės apie numatomus apyvartos pokyčius. Kad apyvarta sumažės mano didžiausia dalis apklaustųjų (36 proc.). Labai panašūs respondentų atsakymai į tai, kad apyvarta nesikeis (29 proc.) ir, kad sunku pasakyti (25 proc.). Malonu pažymėti, kad yra įmonių (11 proc.) manančių, kad apyvarta padidės (žr. 19 pav.).



19 pav. Numatomi apyvartos pokyčiai per ateinančius metus

Pagrindinių įmonės konkurencingumo šaltinių vertinimas

Kiekviena įmonė susiduria su konkurencija, todėl įvertinti pagrindinius įmonių konkurencingumo šaltinius yra labai svarbu. Šiame tyrimo etape įmonių buvo klausiama, ką jie laiko pagrindiniais konkurencingumo šaltiniais. Dažniausiai minėti šie veiksniai: ryšiai su verslo partneriais (70 proc.), rinkos poreikių išmanymas (63 proc.), kvalifikuoti darbuotojai (61 proc.), aukšta produkcijos arba paslaugų kokybė (54 proc.) bei stiprios pozicijos rinkoje (48 proc.) (20 pav.).



20 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal konkurencingumo šaltinius

Tik 7 proc. įmonių savo konkurencinius pranašumus grindė pigiomis žaliavomis ir novatoriškais įmonės valdymo metodais.

Analizuojant pagrindinius įmonių konkurencingumo šaltinius pagal verslo įmonių amžių, matyti, kad nedideli gamybos kaštai yra aktualūs įmonėms, kurios rinkoje veikia 1-5 metus (38 proc.). 5-10 metų rinkoje veikiančios įmonės pagrindiniais konkurencingumo šaltiniais nurodo esant kvalifikuotus darbuotojus (86 proc.) ir naujus patobulintus produktus ar paslaugas (43 proc.).

Analizuojant pagal įmonės dydį labai mažos įmonės pagrindiniu konkurencingumo šaltiniu nurodo esant ryšius su verslo partneriais (86 proc.) bei rinkos poreikių išmanymą (86 proc.).

Analizuojant pagal įmonės tipą uždarnosios akcinės bendrovės mano, kad stiprios pozicijos rinkoje (80 proc.), pakankami finansiniai resursai (60 proc.) bei novatoriški rinkos metodai (20 proc.) yra vieni pagrindinių konkurencingumo šaltinių (žr. 12 lent.).

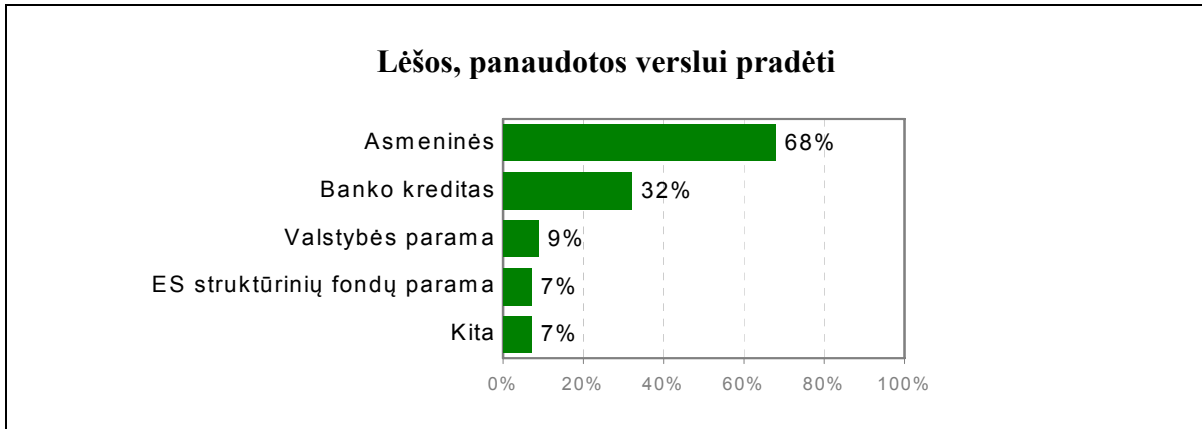
12 lentelė. Pagrindinių įmonės konkurencingumo šaltinių vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą

	Ryšiai su verslo partneriais	Rinkos poreikių išmanymas	Kvalifikuoti darbuotojai	Aukšta produkcijos arba paslaugų kokybė	Stiprios pozicijos rinkoje	Didelis darbo našumas	Pakankami finansiniai resursai	Nauji, patobulinti produktai arba paslaugos	Nedideli gamybos kaštai	Produkcijos atitikimas standartams	Pigūs darbo jėga	Įdiegtos naujos technologijos gamyboje	Novatoriški rinkos metodai	Novatoriški įmonės valdymo metodai	Pigios žaliavos
Gyvavimo laikotarpis															
Mažiau nei metus	100%	100%	100%	50%	0%	50%	50%	0%	100%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
1-5 metus	75%	75%	63%	38%	13%	38%	25%	25%	38%	38%	0%	25%	13%	0%	0%
5-10 metų	71%	57%	86%	64%	57%	43%	43%	43%	36%	7%	21%	14%	14%	14%	7%
Daugiau nei 10 metų	68%	61%	48%	55%	58%	29%	29%	29%	13%	23%	23%	10%	6%	6%	10%
Įmonės dydis															
Labai maža įmonė	86%	86%	86%	43%	43%	14%	29%	14%	14%	0%	14%	0%	14%	0%	0%
Maža įmonė	68%	71%	64%	57%	54%	39%	21%	32%	32%	21%	18%	18%	7%	4%	4%
Vidutinė įmonė	70%	45%	50%	55%	45%	35%	50%	35%	20%	30%	20%	10%	10%	15%	15%
Įmonės tipas															
II	73%	68%	61%	55%	48%	34%	25%	32%	25%	20%	23%	11%	9%	7%	9%
UAB	60%	40%	60%	60%	80%	40%	60%	40%	0%	40%	0%	20%	20%	20%	0%
Kita	67%	50%	67%	50%	33%	33%	67%	17%	50%	17%	0%	17%	0%	0%	0%
Visi apklaustieji	70%	63%	61%	54%	48%	34%	32%	30%	25%	21%	18%	13%	9%	7%	7%

Verslo finansavimo vertinimas

Nagrinėjant smulkaus ir vidutinio verslo sektorių ryškėja išvada, kad šiuo metu Lietuvos įmonės yra kryžkelėje, kai prarandami konkurenciniai pranašumai. Esant tokioms aplinkybėms labai svarbų vaidmenį suvaidina įmonėms prieinami finansiniai ištekliai ir gebėjimas juos tinkamai panaudoti. Didelis mažų ir vidutinių įmonių veiklos rizikingumas bei santykinai dideli administravimo kaštai, kuriuos patiria finansų įstaigos, teikdamos finansines lėšas mažomis sumomis, taip pat informacijos apie verslo finansavimo šaltinius stoka neretai apsunkina šių įmonių finansavimo galimybes. Anketoje buvo pateikti

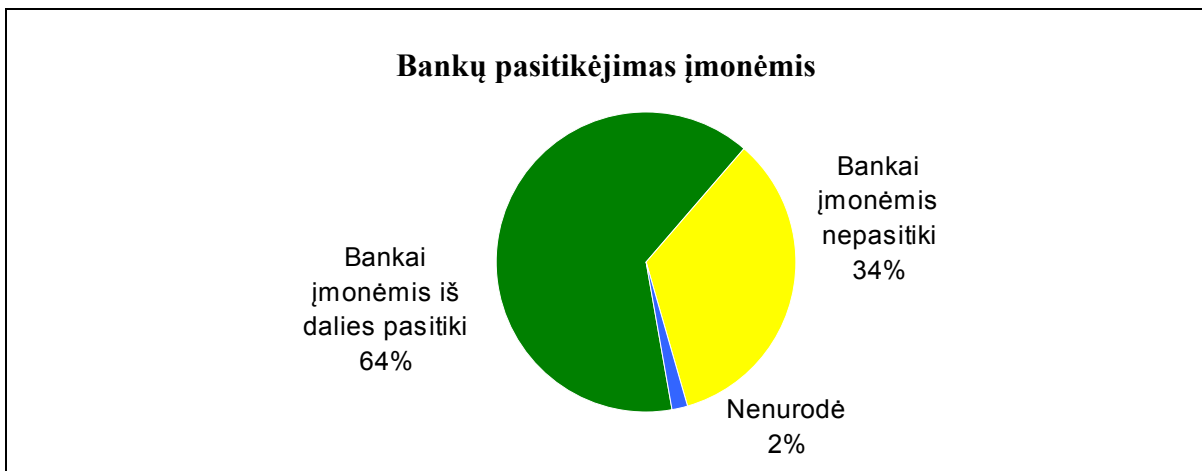
klausimai susiję su verslo finansavimu. Į klausimą, kokios lėšos buvo panaudotos Jūsų verslui pradėti, įmonės atsakė: (žr. 21 pav.).



21 pav. **Tyrimo dalyvavusių įmonių lėšos panaudotos verslui pradėti**

Respondentų teigimu, daugiausiai (68 proc.) pradedant verslą yra naudojamosi savo asmeninėmis lėšomis, antras finansavimo šaltinis - banko kreditas (32 proc.). 7 proc. naudojami ES struktūrinių fondų parama ir 9 proc. - valstybės parama.

Kadangi nemaža dalis įmonių naudojami bankų paslaugomis, tai sekantis klausimas susijęs su bankų pasitikėjimu mažomis įmonėmis ir pasitikėjimą smulkiaisiais verslininkais apskritai (žr. 22 pav.).

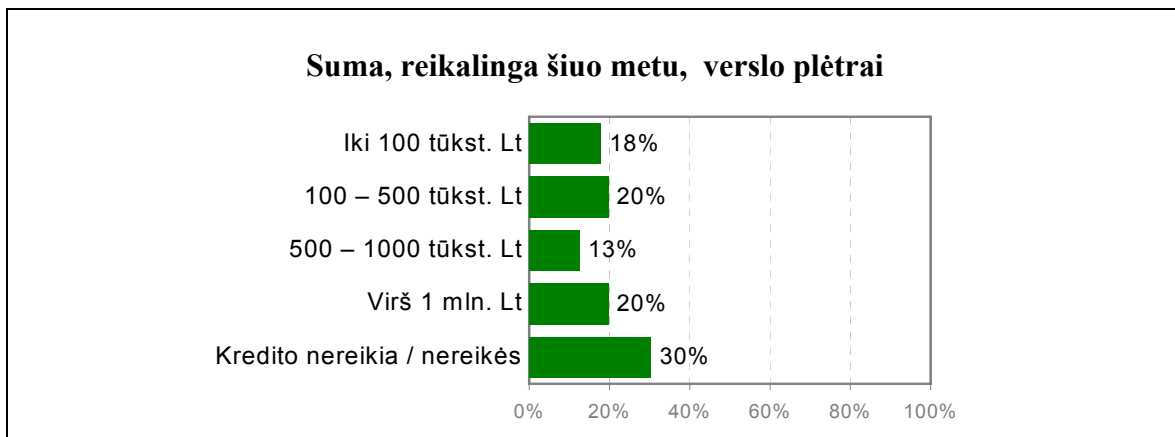


22 pav. **Respondentų nuomonė apie bankų pasitikėjimą įmonėmis**

64 proc. respondentų mano, kad bankai įmonėmis iš dalies pasitiki, 34 proc., kad nepasitiki. 2 proc. respondentų į šį klausimą neatsakė.

Šiuo metu galimybė gauti lėšų smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms yra gerokai suvaržyta. Pakankamas verslo aprūpinimas leistų įmonėms lengviau planuoti verslo strategijas ir investicijas ir

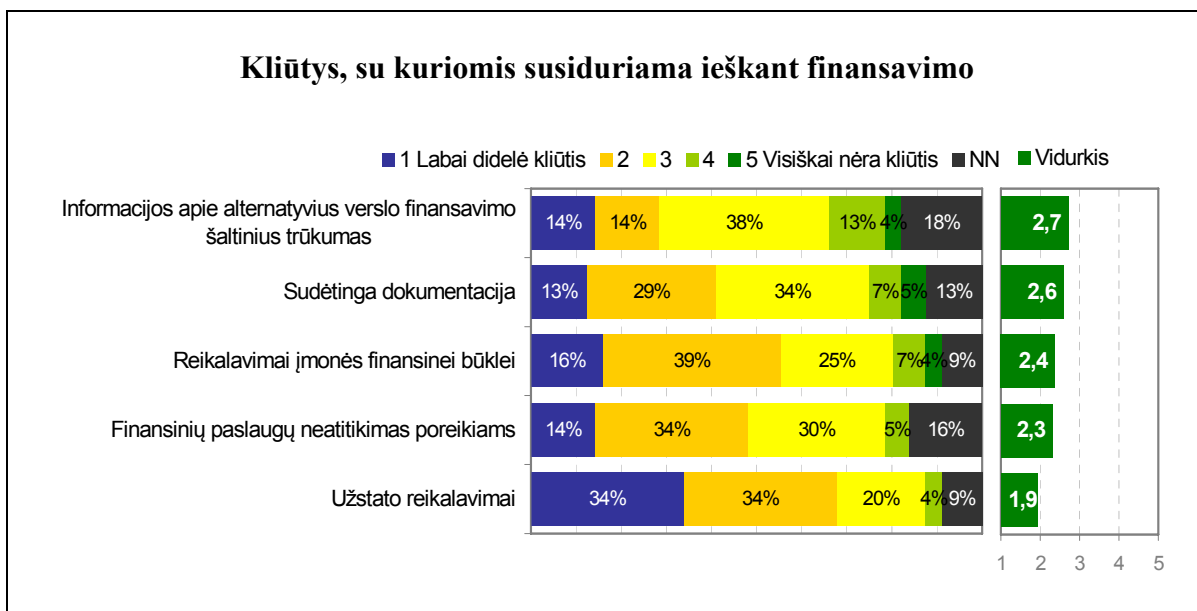
sėkmingai konkuruoti rinkoje. Įmonių buvo klausiama kokio dydžio šiuo metu reikėtų išorinio finansavimo plėtrai (žr. 23 pav.).



23 pav. Išorinio finansavimo suma, reikalinga verslo plėtrai šiuo metu

30 proc. tyrime dalyvavusių įmonių mano, kad jiems kredito nereikia ir nereikės. Iki 100 tūkst. litų suma reikalinga 18 proc. įmonių. 13 proc. įmonių būtų reikalingas 500-1000 tūkst. litų išorinis finansavimas. Po 20 proc. įmonių yra reikalingas 100-500 tūkst. Lt. finansavimas bei virš 1 mln. litų.

Verslo įmonėms dažnai tenka rizikuoti, todėl į problemas susijusias su papildomo finansavimo paieškomis, žiūri kaip į verslo riziką. Sekančiame klausime įmonių buvo prašoma nurodyti kliūtis su kuriomis dažniausiai susiduriama ieškant finansavimo (žr. 24 pav.).



24 pav. Kliūčių, su kurioms teko susidurti ieškant finansavimo, vertinimas

Blogiausiai verslo įmonės vertina užstato reikalavimo kliūtį (2,7 balo), panašus vertinimas ir finansinių paslaugų neatitikimo poreikiams (2,6 balo). Toliau seka reikalavimai įmonės finansiniai būklei (2,4 balo). Palankiausiai vertinama informaciją apie alternatyvius verslo finansavimo šaltinius (2,7 balo) bei sudėtinga dokumentacija (2,6 balo).

Analizuojant kliūtis, su kuriomis susiduria įmonės ieškodamos finansavimo, pagal įmonės gyvavimo laikotarpį, matyti, kad didžiausią klūtį, mažiau nei metus veikiančioms įmonėms, sudaro sudėtinga dokumentacija (3,0 balo) ir reikalavimai įmonės finansinei būklei (2,5 balo). 5-10 metų veikiančioms įmonėms didelė kliūtis yra reikalavimai įmonės finansinei būklei (2,7 balo), o daugiau nei 10 metų veikiančioms įmonėms – finansinių paslaugų neatitikimas poreikiams (2,36 balo).

Analizuojant pagal įmonių dydį, matyti, kad mažoms įmonėms didelė kliūtis yra sudėtinga dokumentacija (2,8 balo), o vidutinėms įmonėms - užstato reikalavimai (2,3 balo) (žr.13 lent.).

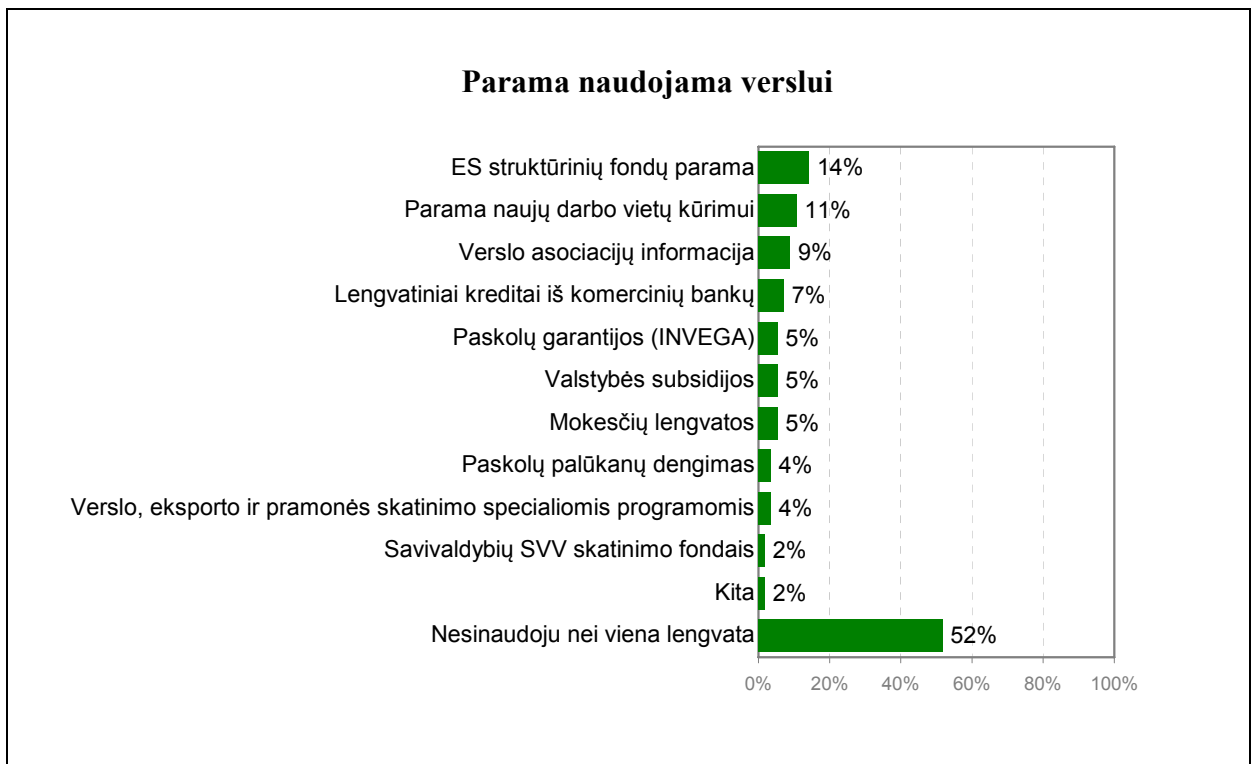
13 lentelė. Kliūčių, su kurioms teko susidurti ieškant finansavimo, vertinimas pagal įmonės veikimo laiką, dydį, tipą

	Informacijos apie alternatyvius verslo finansavimo šaltinius trūkumas	Sudėtinga dokumentacija	Reikalavimai įmonės finansinei būklei	Finansinių paslaugų neatitikimas poreikiams	Užstato reikalavimai
Gyvavimo laikotarpis					
Mažiau nei metus	2,5	3,0	2,5	2,0	2,0
1-5 metus	2,7	2,6	1,7	2,0	1,5
5-10 metų	2,1	2,2	2,7	1,9	1,6
Daugiau nei 10 metų	3,0	2,8	2,4	2,6	2,1
Įmonės dydis					
Labai maža įmonė	2,5	2,3	2,6	2,2	1,4
Maža įmonė	2,7	2,8	2,5	2,3	1,8
Vidutinė įmonė	2,8	2,4	2,2	2,4	2,3
Įmonės tipas					
IĮ	2,8	2,6	2,4	2,3	1,9
UAB	3,3	2,8	2,0	2,3	2,0
Kita	2,0	2,2	2,8	2,3	1,8
Visi apklaustieji	2,7	2,6	2,4	2,3	1,9

Analizė rodo, jog esama nemažai smulkaus ir vidutinio verslo finansavimo trūkumų – ypač nepakankamas pradenčiųjų labai mažų įmonių finansavimas. Taip yra dėl to, kad didelis šių įmonių veiklos rizikingumas bei dideli administravimo kaštai, kuriuos patiria finansų įstaigos teikdamos finansines lėšas mažomis sumomis.

Smulkaus ir vidutinio verslo kreditavimo sunkumai – tai viena iš sričių, kurią turi kruopščiai iširti ir skirti jai daugiau dėmesio valstybės institucijos ir pačios suinteresuotos šalys.

Verslo finansavimas skirstomas į ilgalaikį finansavimą verslo plėtrai ir trumpalaikį finansavimą verslo stabilumui užtikrinti. Smulkios ir vidutinės įmonės gali kreiptis į bankus dėl lengvatinės paskolos suteikimo. Taip pat SVV įmonė, norinti gauti paskolą verslo plėtrai, bet neturinti pakankamo arba bankui patrauklaus užstato, gali kreiptis į banką dėl paskolos su UAB “Investicijų ir verslo garantijos” garantija suteikimo. Smulkaus ir vidutinio verslo įmonės, šiuo metu gali pasidaudoti įvairiais ES fondais verslui skatinti ir konkurencingumui didinti. Lengvatinius kreditus teikia Lietuvoje dirbantys bankai, kuriuose lengvatinių kreditų linijos yra atidarytos iš Europos Sąjungos, Pasaulio banko, Europos rekonstrukcijos ir plėtros fondo, Europos investicijų banko lėšų. Kokia parama verslui naudojasi įmonės, nagrinėjama sekančiame etape (žr. 25 pav.).



25 pav. Respondentų naudojama parama verslui

Didžiausias procentas apklaustųjų įmonių (52 proc.) nurodė, kad nesinaudoja nei viena lengvata. Labiausiai yra naudojamos Europos Sąjungos parama (14 proc.), parama naujų darbo vietų kūrimui (11 proc.) bei verslo asociacijų informacija (9 proc.). Vienodai yra nurodoma (po 5 proc.), kad įmonės naudojasi paskolų garantijomis INVEGA, valstybės subsidijomis, bei mokesčių lengvatomis. Analizės duomenys rodo, kad mažiausiai įmonės naudojasi savivaldybių SVV skatinimo fondais (2 proc.) bei paskolų palūkanų padengimu ir verslo, eksporto skatinimo specialiosiomis programomis (po 4 proc.).

Valstybė turėtų skatinti mikrokreditų SVV įmonėms, nes taip būtų skatinamas verslumas ir ekonominis įmonių vystymasis, kartu sprendžiant užimtumo didinimo problemas.

Apibendrinant pirmos tyrimo dalies duomenis daromos šios išvados:

- Lietuvoje nėra palanki ekonominė, teisinė, politinė, mokestinė aplinka SVV augimui, nes visi valstybės veiksmai respondentų yra vertinami nepalankiai, iš kurių ypač nepalankiai vertinama valdžios vykdomos politikos neefektyvumas.
- Verslininkai daugiausia kliūčių verslo plėtrai ir daugiausia pokyčių laukia mokesčių sistemoje, biurokratiniame ir įstatymų leidybos aparate bei finansavimo teikimo ir grąžinimo sistemoje. Valstybė, siekdama verslumo skatinimo turi stengtis mažinti mokesčių našta, suteikti mokesčių, rinkliavų lengvatų verslo subjektams.
- Finansinių išteklių ribotumas, finansinių paramos priemonių, taikomų pradedantiems ir plėtojantiems smulkų ir vidutinį verslą, stoka. Lietuvos bankų sektorius ir finansų institucijų sistema nepakankamai išplėtotą ir konkurencingą. Komerciniuose bankuose sunku gauti paskolas – taip yra dėl to, kad didelis smulkaus ir vidutinio sektoriaus įmonių veiklos rizikingumas bei santykinai dideli administravimo kaštai, teikiant paskolas mažomis sumomis.
- Šiuo metu yra daug biurokratinių suvaržymų verslui. Veikia daug kontroliuojančių ir tikrinančių valstybės institucijų, kurių taisyklių privalu laikytis ūkio subjektams. Tai verčia smulkias ir vidutines įmones daryti papildomas investicijas, kad būtų užtikrintas šių taisyklių laikymasis, arba sukuriamos prielaidos korupcijai.

Hipotezė: *“Vyriausybė Lietuvoje nėra palanki smulkaus ir vidutinio verslo konkurencinei aplinkai”* patvirtinama, pagal vertinimus, gautus tyrimo metu.

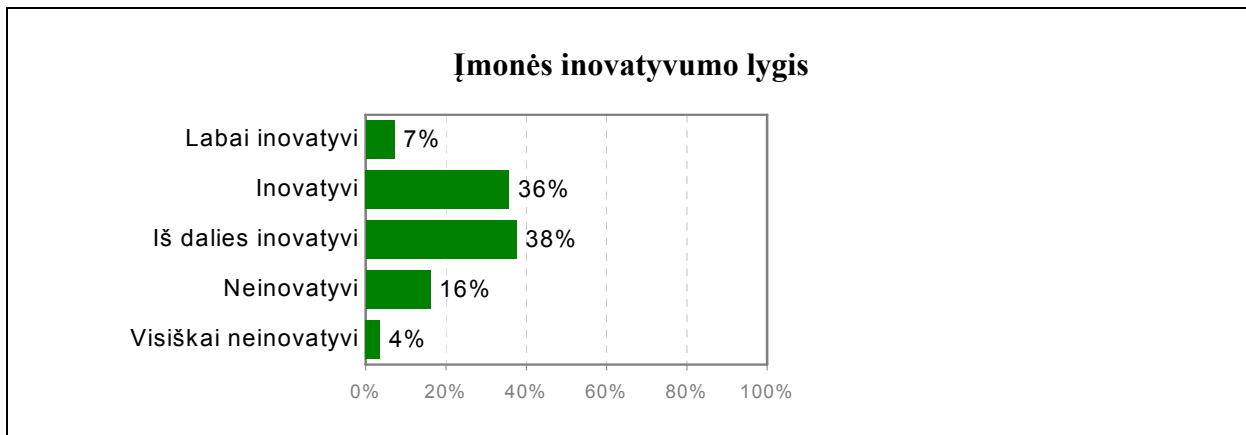
Antroje tyrimo dalyje nagrinėjami klausimai susiję su smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimo priemonėmis: inovacijomis, žmoniškuoju kapitalu bei klasterių įtaka verslui.

Inovacijų įtakos verslo konkurencingumui vertinimas

Inovacijos šiandieninėje ekonomikoje laikomos svarbiausiu įmonių konkurencingumo didimo veiksniumi. Stipriai išaugusi konkurencija skatina įmones ieškoti naujų sprendimų, kurie padėtų išsiskirti ir didinti verslo našumą. Taigi, inovacijos ir gali tapti tuo pagrindu, užtikrinančiu konkurencingumą ir verslo augimą. Todėl verslo augimo, pelningumo ir tęstinumo pagrindas yra sugebėjimas pateikti rinkai

naujus produktus ir paslaugas, tuo pat metu mažinant gamybos ir administravimo sąnaudas ir skverbiantis į naujas rinkas.

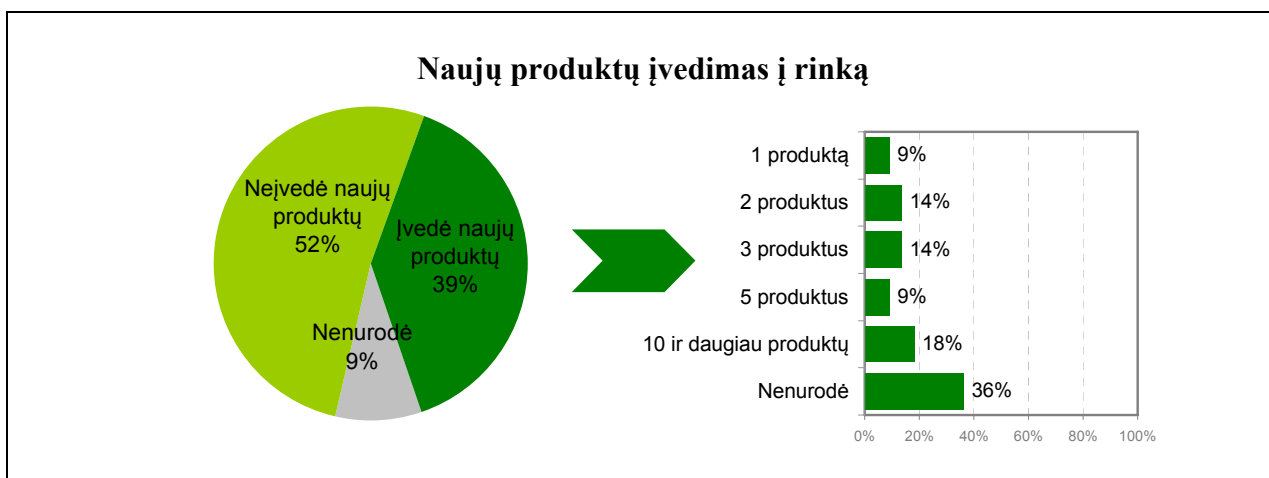
Pirmas tyrimo klausimas buvo susijęs su **inovacijų samprata**. Anketoje buvo klausiama respondentų nuomonės apie jų įmonės inovatyvumo lygį. Į klausimą, ar jūsų įmonė yra inovatyvi, teigiamai atsakė 36 proc. respondentų, kad įmonė iš dalies inovatyvi teigiamai atsakė 38 proc. respondentų. 7 proc. aplaustųjų mano, kad jų įmonė yra labai inovatyvi. Kad įmonė neinovatyvi mano 16 proc. respondentų ir (žr. 26 pav.).



26 pav. Respondentų nuomonė apie įmonės inovatyvumo lygį

Naujų produktų pateikimas rinkai

Inovatyvia įmone šiame tyrime laikoma įmonė, kurios strategija yra orientuota į naujų produktų kūrimą ar esamų tobulinimą. Įmonių buvo klausiama, ar jos per pastaruosius metus į rinką įvedė naujų ar patobulintų produktų, o jei įvedė, tai kiek (žr. 27 pav.).

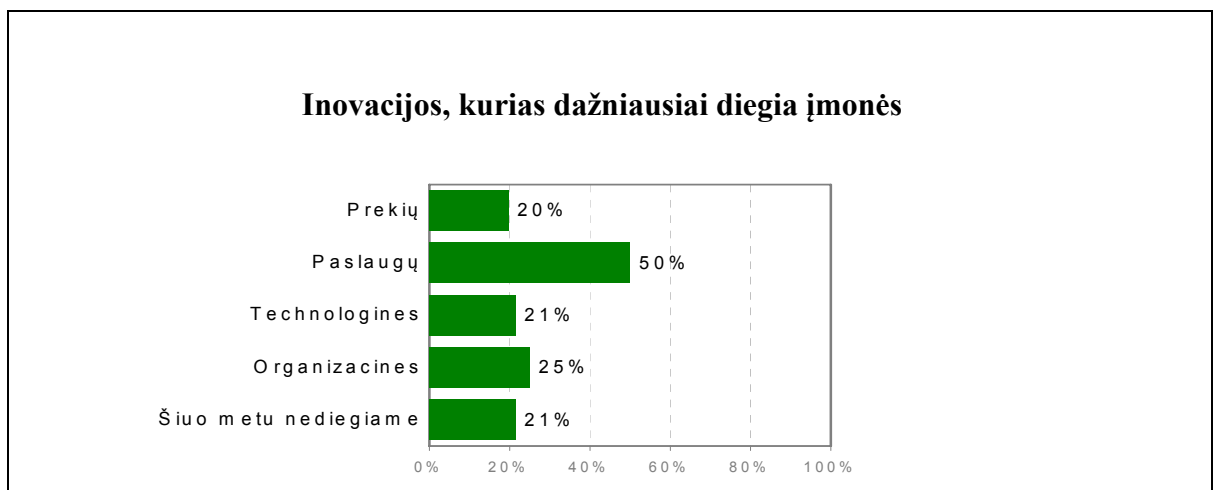


27 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal naujų produktų įvedimą į rinką

Didžiausias procentas respondentų atsakė neigiamai (52 proc.). Teigiamai atsakė 39 proc. įmonių. Iš jų didžioji dalis (18 proc.) įvedė 10 ir daugiau produktų. 14 proc. respondentų teigė, kad įvedė 2-3 naujus produktus, o 1 arba 5 naujus produktus teigia įvedusios 9 proc. įmonių.

Inovacijų taikymas įmonėse

Inovacinė veikla – tai ne tik naujų produktų kūrimas, bet ir naujų technologijų, vadybos, paslaugų inovatyvumo didinimas. Visais laikais inovacijos buvo svarbios, kadangi jos griaua nusistovėjusias normas ir tradicijas. Į klausimą kokias inovacijas dažniausiai diegiate savo įmonėje buvo siekiama išsiaiškinti kokios pagrindinės inovacinės veiklos kryptys yra vykdomos, skatinant vartotojų paklausą (žr. 28 pav.).



28 pav. **Inovacijų rūšys, kurias dažniausiai diegia įmonės**

Remiantis tyrimo duomenimis, pagrindinė inovacinės veiklos kryptis - paslaugų inovacija, kuri sudaro net 50 proc. visų inovacijų. Technologinės (naujas gamybos metodas ar procesas) inovacijos sudaro (21 proc.) inovacijų. Produkto inovacija sudaro 20 proc. Smulkaus ir vidutinio verslo įmonėse populiarios organizacinės (naujas įmonės valdymo organizavimas) inovacijos (25 proc.). Kad šiuo metu nediegia jokių inovacijų norodė 21 proc. įmonių.

Analizuojant pagal įmonių dydį, mažiausiai technologinių inovacijų (14 proc) ir organizacinių inovacijų (0 proc.) įvedė labai mažos įmonės, - greičiausiai tai sąlygojo finansinės galimybės.

Pagal veiklos trukmę, 57 proc. paslaugų inovacijų įdiegė 5-10 metų veikiančios įmonės. 38 proc., 1-5 metus veikiančių įmonių, nurodė, kad šiuo metu jokių inovacijų nediegia.

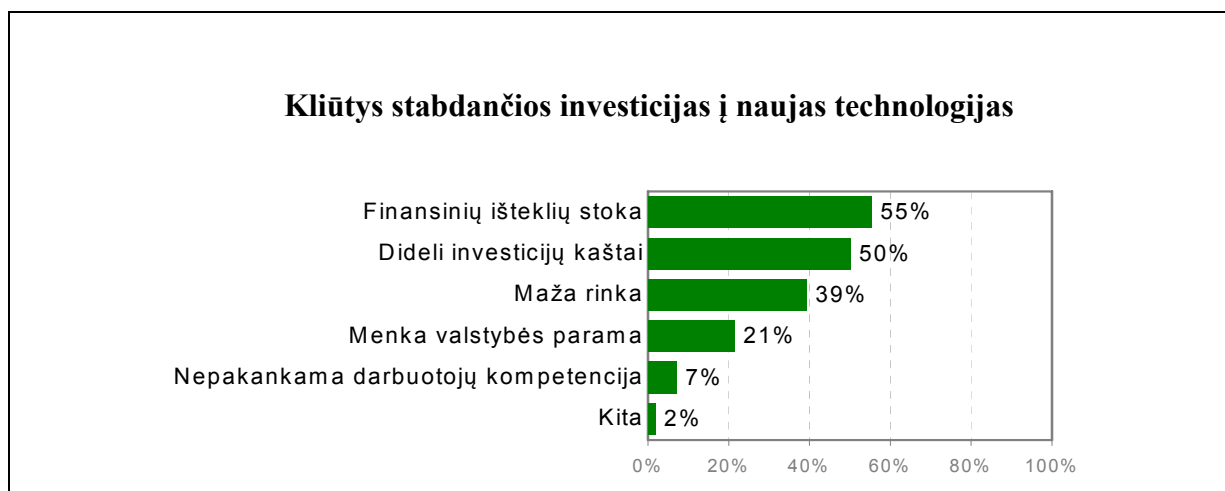
Pagal įmonės tipą individualios įmonės nurodė, kad diegia prekių inovacijas (25 proc.). Uždarosios akcinės bendrovės įdiegė 80 proc. paslaugų ir 60 proc. organizacinių inovacijų (žr. 14 lent.).

14 lentelė. Inovacijų diegimas įmonėse pagal veiklos trukmę, įmonės dydį ir tipą

	Prekių	Paslaugų	Technologinės	Organizacinės	Šiuo metu nediegiama
Gyvavimo laikotarpis					
Mažiau nei metus	0%	50%	50%	0%	0%
1-5 metus	13%	38%	0%	13%	38%
5-10 metų	7%	57%	29%	36%	21%
Daugiau nei 10 metų	29%	48%	23%	26%	19%
Įmonės dydis					
Labai maža įmonė	29%	43%	14%	0%	43%
Maža įmonė	14%	50%	21%	25%	25%
Vidutinė įmonė	25%	50%	25%	35%	10%
Įmonės tipas					
IJ	25%	45%	20%	20%	25%
UAB	0%	80%	40%	60%	0%
Kita	0%	50%	17%	33%	17%
Visi apklaustieji	20%	49%	22%	25%	22%

Apklausoje rezultatai rodo teigiamas tendencijas kuriant konkurencingą ir inovatyvų verslą. Įmonių aktyvumas kuriant naujus produktus yra vidutinis. Į rinką naujų produktų įvedė mažiau nei pusė respondentų.

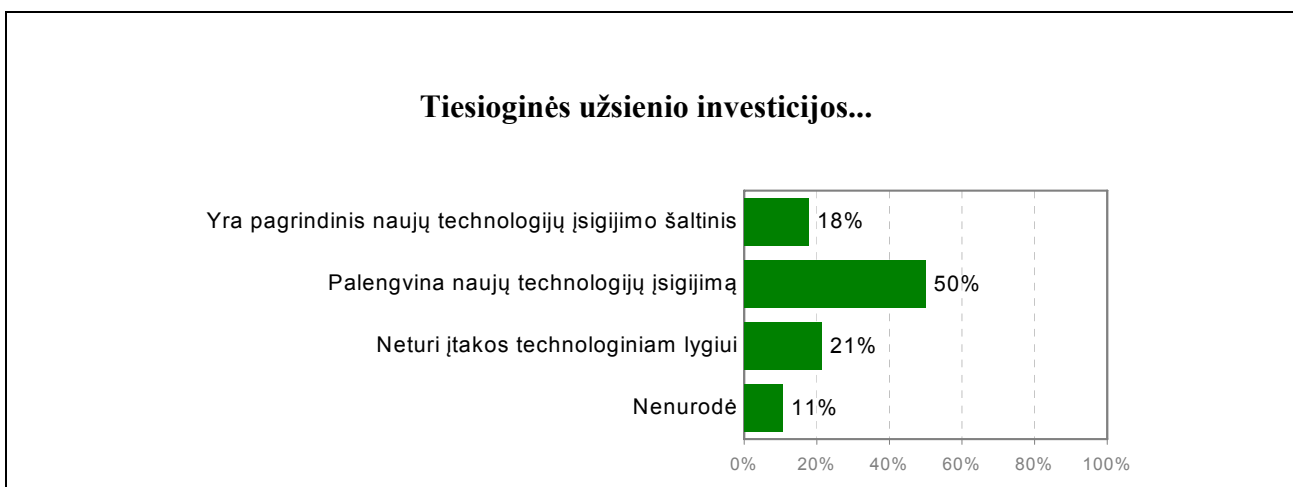
Inovacijos, tobulesnės technologijos tampa viena iš pagrindinių sąlygų, didinant įmonių konkurencingumą ir prisitaikant prie aplinkos pokyčių, todėl respondentų buvo prašoma nurodyti priežastis, dėl kurių investavimas į naujas technologijas yra nepakankamas (žr. 29 pav.).



29 pav. Kliūtys investavimui į naujas technologijas

Kaip svarbiausias kliūtis, stabdančias investavimo procesą į naujų technologijų įsigijimą, respondentai nurodė finansinių išteklių stoką (55 proc.) ir per didelius investicijų kaštus (50 proc.). Technologijų naujoves įmonėse trikdo ir maža rinka (39 proc.), kurioje smulkaus ir vidutinio verslo subjektai veikia. Nepakankama darbuotojų kompetencija mažiausiai kliudo investicijoms į naujas technologijas, šią nuomonę pagrindė tik 7 proc. tyrime dalyvavusių respondentų.

Technologinių inovacijų taikymas įmonėse yra vienas iš sėkmės veiksnių. Tai suteikia įmonėms ne tik pranašumo prieš konkurentus, bet ir užtikrina ilgalaikį įmonės gyvavimą rinkoje. Tačiau, pagrindinė kliūtis plėtojant inovacijas, yra finansinių išteklių stoka. Konkurencingumas gali būti didinamas ir tiesioginių užsienio investicijų pagalba. Šios investicijos yra įmonės kapitalo formavimo šaltinis, jų dėka pasiekama spartesnė technologinė pažanga. Respondentų buvo prašoma nurodyti, kokią įtaką tiesioginės užsienio investicijos turi naujų technologijų įsigijimui (žr. 30 pav.).

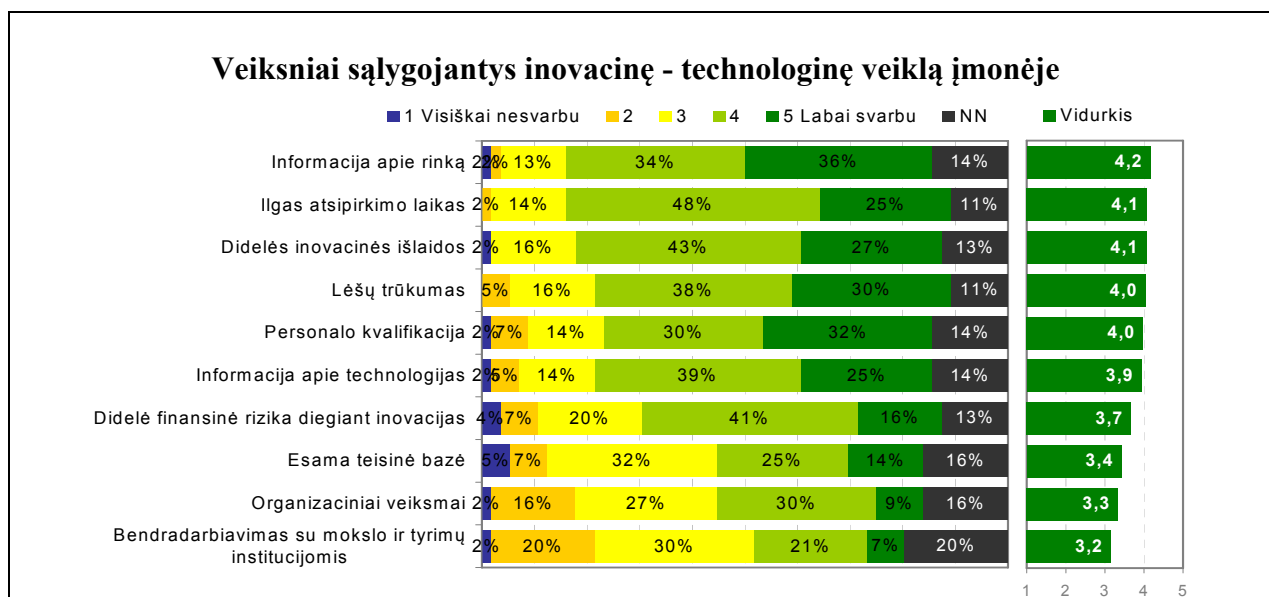


30 pav. Tiesioginių užsienio investicijų įtaka naujų technologijų įsigijimui

50 proc. įmonių teigė, kad tiesioginės užsienio investicijos palengvina naujų technologijų įsigijimą. 18 proc. respondentų mano, kad tai yra pagrindinis naujų technologijų įsigijimo šaltinis, o 21 proc. respondentų pasisako, kad šios investicijos neturi įtakos technologiniam lygiui.

Veiksniai sąlygojantys inovacinę - technologinę veiklą įmonėje

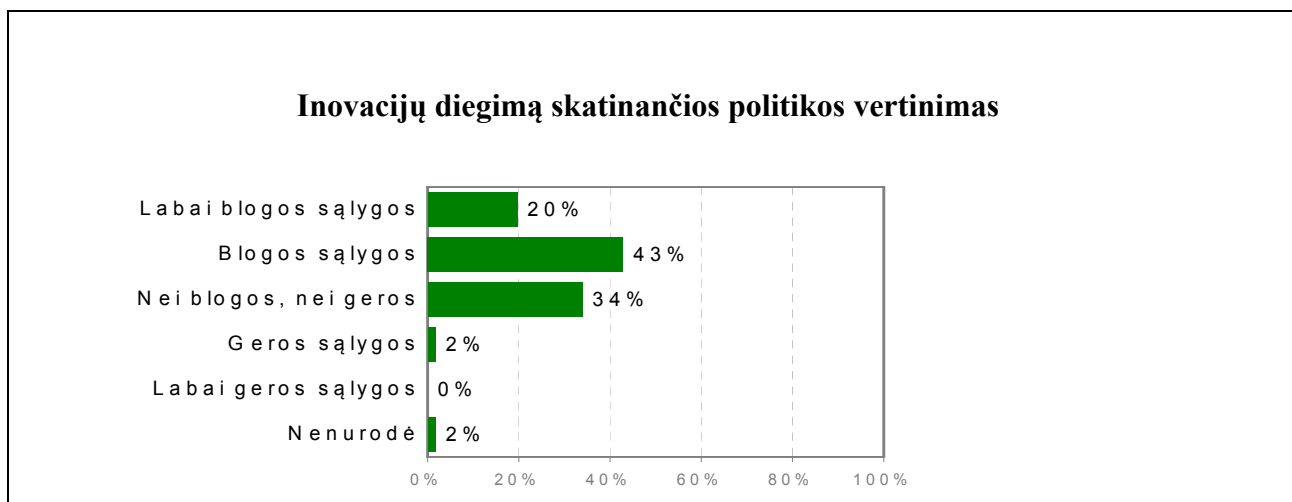
Kaip pagrindinį veiksni, sąlygojantį inovacinę-technologinę veiklą įmonėje, respondentai išskyrė informaciją apie rinką (4,2 balo). Vienodai buvo įvertinti (po 4,1 balo) ilgas atsipirkimo laikas ir didelės inovacinės išlaidos (žr.31 pav.).



31 pav. Veiksnių sąlygojančių inovacinę-technologinę veiklą įmonėje vertinimas

Inovacinę-technologinę veiklą taipogi sąlygoja lėšų trūkumas (4,0 balo), personalo kvalifikacija (4,0 balo) bei informacija apie technologijas (3,9 balo). Respondentų manymu, mažiausiai technologijų diegimą sąlygoja bendradarbiavimas su mokslo ir tyrimų institucijomis (3,2 balo) ir organizaciniai veiksmai (3,3 balo).

Konkurencingumą galima didinti įvairiais būdais, tame tarpe - aktyvinant inovacinę veiklą, remiant taikomojo pobūdžio, įmonėms aktualius mokslinio tyrimo darbus. Inovacinės veiklos palaikymas turėtų pasireikšti valstybės lygmeniu, t.y. nuo valstybėje vykdomos inovacijų diegimą įmonėse skatinančios politikos. Respondentų buvo prašoma įvertinti valstybės vykdomą politiką skatinant inovacijų diegimą (žr. 32 pav.).



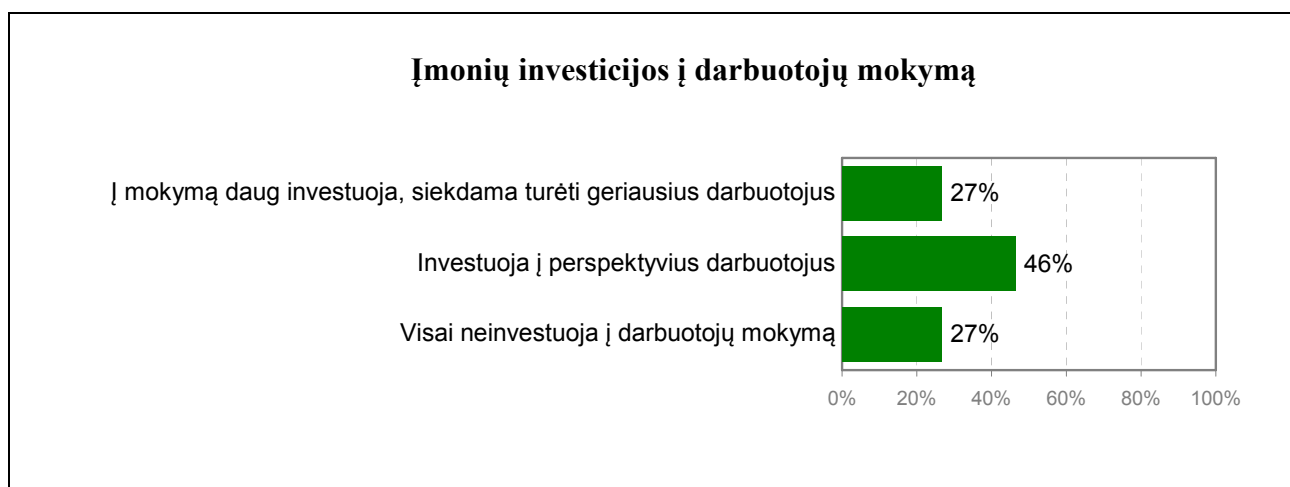
32 pav. Inovacijų diegimą skatinančios politikos vertinimas

Didžiausia dalis (43 proc) respondentų mano, kad inovacijų diegimą skatinanti politika sudaro blogas sąlygas inovacijų diegimui. Kad nei blogos, nei geros sąlygos inovacijoms nurodo (34 proc.) respondentų ir, kad sąlygos labai blogos – 20 proc. respondentų. Pati mažiausia tyrime dalyvavusių įmonių dalis (2 proc.) nurodė, kad sąlygos inovacijų diegimui yra geros.

Išanalizavus tyrimo duomenis daroma išvada, kad pagrindinės kliūtys inovacijų diegimui yra: aukšta inovacinės veiklos kaina, finansavimo šaltinių nepakankamumas, ilgas inovacijų atsipirkimo laikas ir lėšų šaltinių stoka.

Žmogiškojo kapitalo vertinimas

Inovacijų plėtra, naujų technologijų sklaida ir įsisavinimas priklauso nuo žmogiškųjų išteklių kvalifikacijos. Aukštos kvalifikacijos darbo jėga, į rinkos poreikius orientuota švietimo, mokslo ir tyrimų politika sukuria tinkamas sąlygas augti konkurencingumui. Vienas iš labai svarbių šiuolaikinės ekonomikos bruožų yra darbuotojų mokymas ir rengimas pačiose įmonėse. Šiame tyrimo etape įmonių buvo klausama, ar įmonės investuoja į darbuotojų mokymą (žr. 33 pav.).



33 pav. **Įmonių investicijų į darbuotojų mokymą vertinimas**

Tyrimo rezultatai rodo, kad daugiausiai yra investuojama į perspektyvius darbuotojus (46 proc.). 27 proc. įmonių teigė, kad į mokymą daug investuoja siekdama turėti geriausius darbuotojus ir toks pats procentas respondentų norodė, kad visai neinvestuoja į darbuotojų mokymą.

Analizuojant pagal veiklos trukmę, 38 proc. įmonių, veikiančių, 1-5 metus, linkusios investuoti į mokymą daug siekiant turėti geriausius darbuotojus, o 52 proc. įmonių, veikiančių daugiau nei 10 metų, atsakė, kad investuoja į perspektyvius darbuotojus.

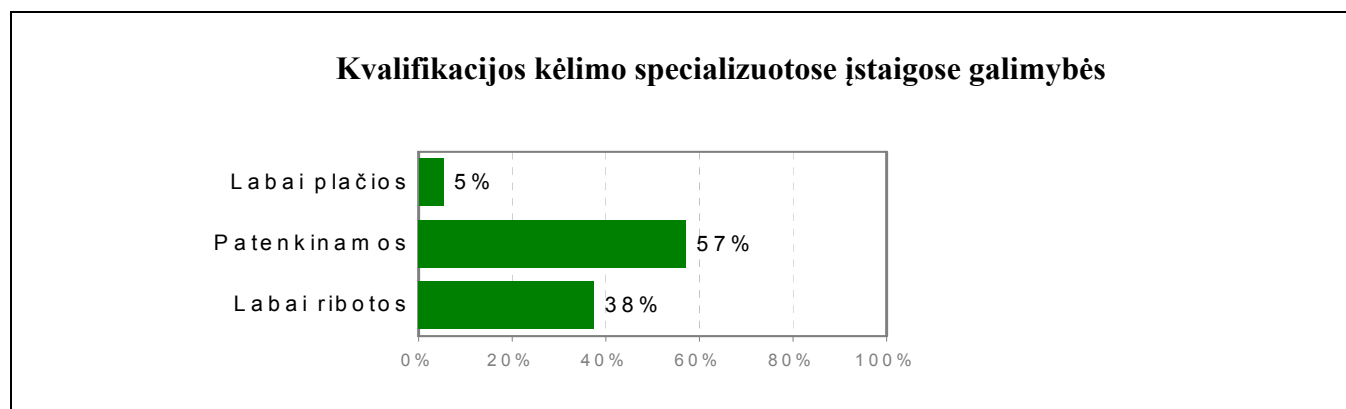
Pagal įmonių dydį, 32 proc. mažų įmonių investuoja daug, siekdamas turėti geriausius darbuotojus, 43 proc. labai mažų įmonių – visai neinvestuoja į darbuotojų mokymą. Vadinasi, didesnės įmonės investuoja daugiau į darbuotojų mokymus – greičiausiai tai sąlygoja didesnės finansinės galimybės (žr. 10 lent.).

Pagal įmonės tipą, individualios įmonės (32 proc.), visai neinvestuoja į darbuotojų mokymą ir net 60 proc. uždarytų akcinių bendrovių nurodo, kad investuoja į perspektyvius darbuotojus (žr. 15 lent.).

15 lentelė. Investicijos į darbuotojų mokymą pagal įmonių veikimo laiką, dydį, tipą

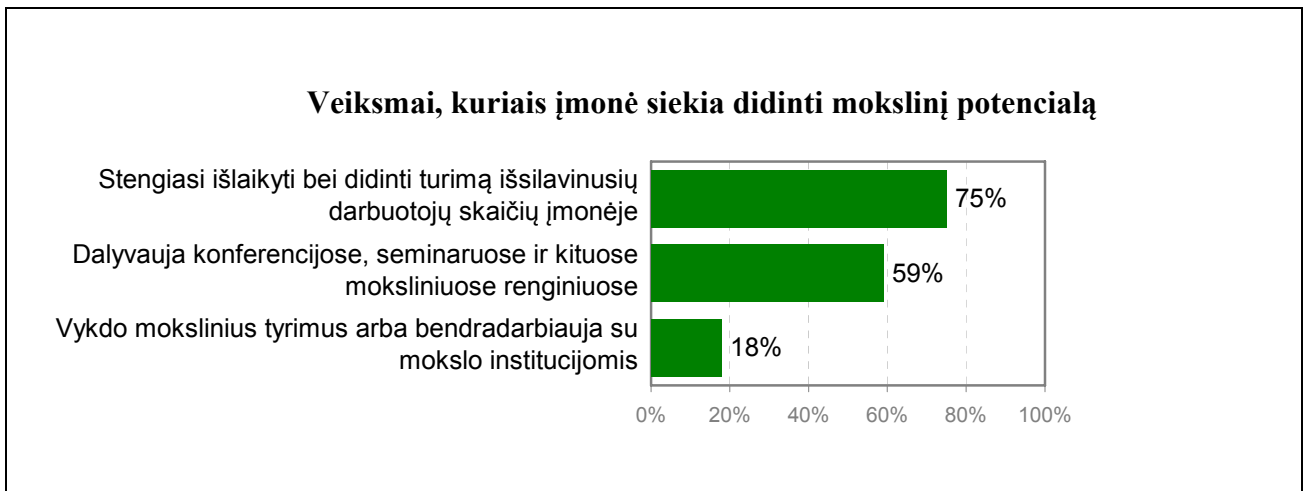
	Į mokymą daug investuoja, siekdamas turėti geriausius darbuotojus	Investuoja į perspektyvius darbuotojus	Visai neinvestuoja į darbuotojų mokymą
Gyvavimo laikotarpis			
Mažiau nei metus	0%	50%	50%
1-5 metų	38%	25%	38%
5-10 metų	29%	50%	21%
Daugiau nei 10 metų	23%	52%	26%
Įmonės dydis			
Labai maža įmonė	0%	57%	43%
Maža įmonė	32%	39%	29%
Vidutinė įmonė	25%	55%	20%
Įmonės tipas			
IĮ	20%	48%	32%
UAB	40%	60%	0%
Kita	50%	33%	17%
Visi apklaustieji	27%	46%	27%

Kvalifikuota darbo jėga yra vienas esminių inovatyvių įmonių požymių. Aukšta darbuotojų kvalifikacija, jos kėlimas leidžia įmonėms naudoti aukštesnes technologijas. Į klausimą, kokios yra darbuotojų kvalifikacijos kėlimo specializuotose įstaigose galimybės, 57 proc. įmonių teigė, kad galimybės yra patenkinamos, 38 proc. teigė, kad ribotos ir tik 5 proc. apklaustųjų įmonių mano, kad galimybės yra labai plačios (žr. 34 pav.).



34 pav. Įmonių darbuotojų kvalifikacijos kėlimo specializuotose įstaigose galimybių vertinimas

Žmogiškieji ištekliai kuria vertę organizacijai. Yra nemažai priemonių darbuotojų kompetencijos didinimui. Anketoje buvo klausiama įmonių atstovų kokiais veiksmais įmonė siekia didinti mokslinį potencialą (žr. 35 pav.).

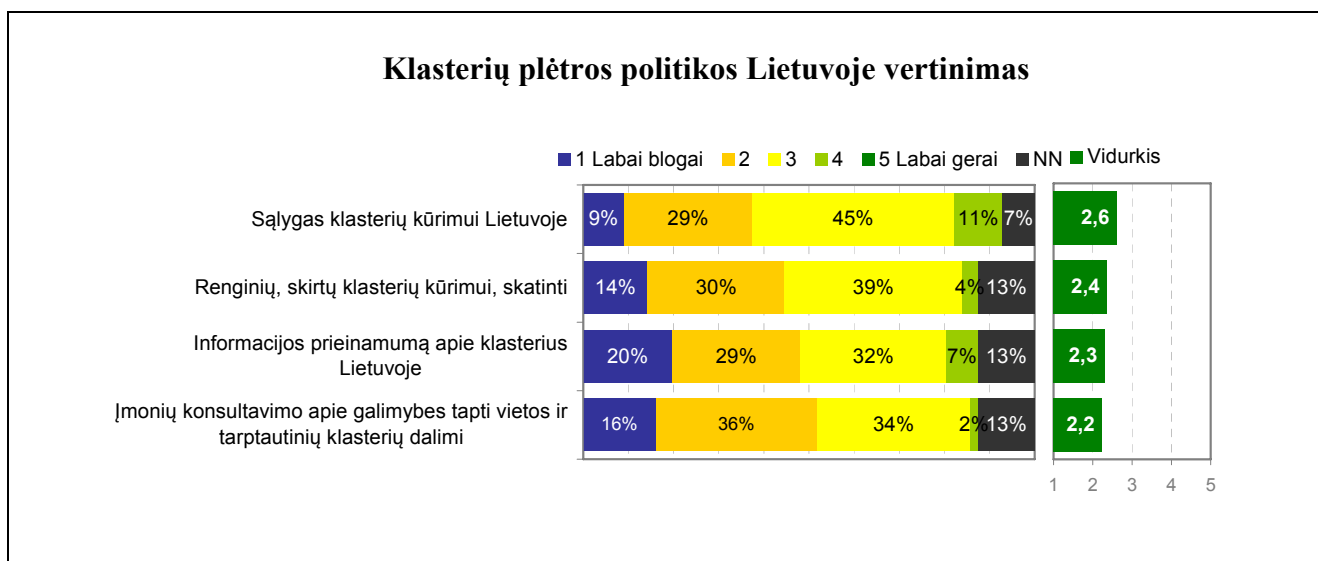


35 pav. Veiksmai, kuriais įmonė siekia didinti mokslinį potencialą

Remiantis didžiosios respondentų dalies nuomone, daugiausia įmonės stengiasi išlaikyti bei didinti turimą išsilavinusių darbuotojų skaičių (75 proc). Kad yra dalyvavama įvairiose konferencijose, seminaruose, moksliniuose renginiuose paminėjo 59 proc. respondentų. Kaip viena iš mokslinio potencialo didinimo priemonių – mokslinių tyrimų vykdymas – sudaro gana mažą smulkaus ir vidutinio verslo įmonėse dalį, vadinasi pastarieji verslo subjektai nemato didelės perspektyvos bendradarbiavime su mokslo institucijomis (18 proc.).

Klasteriai

Svarbi priemonė inovacijoms stiprinti yra klasterių veiklos plėtojimas. Klasteryje veikiančiai įmonei yra kur kas lengviau ir pigiau gauti specializuotą informaciją apie rinkas, technologijas, išteklius ir kitus verslui svarbius aspektus. Dėl įmonių bei organizacijų specializacijos, aktyvių novacinių procesų klasteris tampa patrauklia vieta kauptis aukščiausios kompetencijos specialistams. Dabartinėmis rinkos sąlygomis sėkmingiausiai veikia tos įmonės, kurios su kitomis įmonėmis ar institucijomis suformuoja grupes - klasterius ir plėtoja tarpusavio bendradarbiavimu grindžiamą veiklą, siekiant bendro visos grupės ekonominio augimo, kur svarbų vaidmenį turi ir valstybės vaidmens išryškėjimas. Įmonių buvo prašoma įvertinti klasterių politiką Lietuvoje (žr. 36 pav.).



36 pav. Klasterių plėtros politikos Lietuvoje vertinimas

Remiantis respondentų nuomone prasčiausiai vertinamas įmonių konsultavimas apie galimybes tapti vietos ir tarptautinių klasterių dalimi (2,2 balo). Informacijos prieinamumas apie klasterius ir jų kūrimąsi (2,3 balo), kadangi, remiantis respondentų nuomone, Lietuvoje yra per mažai organizuojama renginių, skirtų klasterių kūrimui skatinti (2,4 balo). Tai galėtų būti šakinės verslo konferencijos, atskirų regionų verslo ir mokslo įstaigų galimybių pristatymai. Sąlygos klasterių kūrimui Lietuvoje respondentai vertina (-0,19 balo). Vadinasi trūksta informacijos, žmonės nesuvokia, kas tai per sąvoka ir kokia jos reikšmė. Lyginant su Europos Sąjungos šalimis, tai rodo žymų atsilikimą smulkaus ir vidutinio verslo sektoriuje Lietuvoje.

Apibendrinant antros tyrimo dalies duomenis daromos šios išvados:

- Jaučiamas smulkaus ir vidutinio verslo įmonių stygius inovacijų diegime, tyrimų ir plėtros srityse. Dėl šių priežasčių, smulkios ir vidutinės įmonės ateityje, keičiantis technologijoms, valdymo metodams, gali tapti nekonkurencingomis ir nelygiavertėmis rinkos dalyvėmis.
- Dabartinėmis sąlygomis Lietuvoje SVV prioritetai skiriami ne specialistų kiekybei, bet jų žinių kokybei, todėl labai svarbu užtikrinti profesinės veiklos ir darbuotojų ugdymo sistemų sąveiką. SVV darbo rezultatai priklauso dalykinės kvalifikacijos ir nuo bendrųjų kvalifikacijų (veiklos gebėjimų, asmeninių gebėjimų ir socialinių gebėjimų). Kvalifikuota darbo jėga yra vienas esminių inovatyvių įmonių požymių.
- Klasteriai yra ypač svarbūs, nes veikia konkurenciją trimis būdais: didina į jį einančių firmų ir veiklų darbo našumą; didina inovacijų poreikį ir jų diegimą. Klasteriuose veikiančioms įmonėms

yra kur kas lengviau ir pigiau gauti specializuotą informaciją apie rinkas, technologijas, išteklius ir kitus verslui svarbius aspektus. Be to, klasterio įmonės lengviau pajėgia konkuruoti tarptautinėse rinkose.

Todėl, pagal vertinimus gautus tyrimo metu, galima teigti, kad būtinos šios inovatyvios priemonės skatinančios smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimą:

- mokslinių tyrimų rezultatų, technologijų ir inovacijų kūrimas bei diegimas versle, įvairių verslo inovacinių programų įgyvendinimas.
- aukštos kvalifikacijos darbo jėga, aukštos kvalifikacijos paslaugos.
- įmonių jungimasis į klasterius ir jų tinklus.

Hipotezė: “*Verslo konkurencingumo plėtrai Lietuvoje reikalingos inovatyvios priemonės*” - **patvirtinama.**

IŠVADOS IR SIŪLYMAI

IŠVADOS

Smulkus ir vidutinis verslas (SVV) yra šalies varomoji jėga, kuri veikia nacionalinį ekonomikos gyvybingumą ir konkurencingumą, taip pat yra svarbus socialinio stabilumo garantas. SVV tenka svarbiausias vaidmuo įgyvendinant Lisabonos strategijoje numatytus tislus, skatinančius naujovių diegimą, partnerystės, konkurencingumo ir užimtumo plėtrą.

1. Atlikus smulkaus ir vidutinio verslo Lietuvoje analizę galima padaryti šias apibendrinančias išvadas:

- Smulkus ir vidutinis verslas – dinamiškai augantis sektorius, kurį nuolatos papildo naujai besikuriančios įmonės. Tai svarbiausias darbdavys, turintis didžiulę reikšmę darbo jėgos rinkai bei savotiškas mechanizmas daugumai potencialių verslininkų savarankiškai įsilieti į ekonominį savo šalies gyvenimą ir tapti reikšmingesniu sau ir visuomenei, tuo būdu spendžiant vieną svarbiausių globalinių problemų – mažinant nedarbą.
- Remiantis smulkaus ir vidutinio verslo ekonominiais rezultatais, galime teigti, kad šis segmentas yra neatsiejama ir reikšminga šalies ekonomikos dalis. SVV įmonės sudaro 99,4 proc. visų šalyje veikiančių įmonių, jų eksporto dalis kiekvienais metais tolygiai didėja ir 2008 m. sudarė 47,6 procento viso šalies eksporto, o SVV įmonių bendrosios pridėtinės vertės sukuriama dalis yra didesnė nei 60 procentų visoje šalyje sukurtos pridėtinės vertės. Vadinasi bendras smulkiam ir vidutiniam verslui priklausančių ūkio subjektų paplitimas, įtaka darbo rinkai, sukuriamų nacionalinių produktų dalis, parodo svarbų šio segmento vaidmenį kuriant šalies gerovę, įtakoja nacionalinių ekonomikų plėtrą bei dalyvaujant globaliniuose ekonominiuose procesuose.

2. Išnagrinėjus konkurencingumo teorijų sampratą, konkurencingumo lygius, vertinimo metodologijas daromos išvados:

- Konkurencingumas – tai savotiškos gamybos bei prekybos įmonių ar paslaugų teikėjų varžybos dėl vartotojų palankumo, lojalumo. Konkurencija yra būtinas šiuolaikinės ekonomikos atributas, skatinantis inovacijų diegimą bei kokybės gerėjimą. Konkurencingumas turėtų būti suprantamas kaip nuolatinis visuomenės gebėjimas numatyti savo ekonominę aplinką, prisitaikyti prie jos bei daryti jai įtaką.
- Remiantis konkurencingumo sąvokos vystymosi teorija bei konkurencingumo samprata pagal lygius, pavyzdžiui, tokius kaip šalies, ūkio, įmonės ar darbuotojo, pastebima, kad

konkurencingumo sąvoka apima platų veiksmų spektrą, pradedant ekonomine, baigiant socialine prasme, taigi įvairūs autoriai konkurencingumą apibūdina skirtingai, tačiau juos sieja vienas bendras požiūris, kad konkurencingumo dėka yra palaikomas aukštas šalies ar tos šalies įmonių išsivystymo lygis.

- Yra daug konkurencingumo matavimo ir vertinimo metodologijų. Konkurencingumo vertinimo kriterijus yra didžiausias diskusijų objektas, vedantis prie išvados, jog kiekvienas ekonomistas konkurencingumą skaičiuoja skirtingai ir gauna skirtingus rezultatus bei skirtingas konkurencingumo sąvokas, tačiau visas idėjas apibendrina Pasaulio Ekonomikos Forumo tyrimuose naudojamas apibrėžimas, kad konkurencingumas – tai ekonomikos sugebėjimas pasiekti ir išlaikyti aukštus ekonomikos augimo tempus.

3. Apžvelgus mažų ir vidutinių įmonių skatinimo kryptis ir konkurencinius įmonių pranašumus daromos šios išvados:

- Galima teigti, kad SVV įmonės negali vienodomis sąlygomis konkuruoti su stambiais įmonėmis, todėl pagrindiniai verslo plėtros prioritetai tiek Europos Sąjungos, tiek nacionaliniu lygmeniu – visokeriopai remti SVV, skatinti ne tik naujų įmonių steigimą, bet ir sudaryti kuo palankesnes sąlygas jau veikiančioms. Siekiant skatinti SVV įmonių plėtrą ir jų gyvybingumą įgyvendinamos naujos finansinės paramos formos, daug dėmesio skiriama viešųjų paslaugų verslo kokybei užtikrinti.
- Aštrėjant konkurencijai, smulkaus verslo gebėjimas išlikti tampa vis aktualesnis, kadangi smulkaus verslo atstovams tenka ne tik konkuruoti su kitomis toje pačioje rinkoje veikiančiomis smulkiomis įmonėmis, bet ir su stambiaus verslo atstovais. Siekiant gerinti socialinę ekonominę būklę, smulkiam ir vidutiniam verslui efektyvu plėtoti tokius konkurencinius pranašumus kaip: lankstumas, greitumas, dinamiškumas.

4. Smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinime didelis vaidmuo tenka verslo aplinkos kokybei, kur svarbią reikšmę turi tokie elementai kaip: vyriausybės vaidmuo, politinė, teisinė aplinka, mokesčiai, verslo finansavimas. Smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimą skatina tokios priemonės: mokslinių tyrimų rezultatų diegimas versle, įvairių verslo inovacinių programų įgyvendinimas, aukštos kvalifikacijos darbo jėga bei įmonių jungimasis į klasterius.

5. Smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo tyrimas buvo atliekamas vykdant anketinę respondentų apklausą, remiantis sekančiais aspektais: vyriausybės vaidmuo, mokesčiai, verslo finansavimas, inovacijos, žmogiškasis kapitalas, klasteriai.

- Vertinant išorinę verslo aplinką, kaip labiausiai trikdančios smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumą, yra įvardijamos šios priežastys: politinė aplinka, eksporto skatinimo sąlygos, nemokūs ir vėluojantys mokėti klientai, biurokratizmas ir korupcija valdžioje. Palankiausiai yra vertinama verslo infrastruktūra bei žmoniškieji ištekliai.
- Yra išskiriamas dar vienas verslo konkurencingumą stabdantis veiksnys – mokesčiai. Mokesčių įstatymų kaita, mokesčių įvairovė, jų dydis stabdo įmonių plėtros bei konkurencingumo galimybes, sujaukia verslo įmonių savininkų planus bei atbaido užsienio investuotojus.
- Viena iš didžiausių smulkaus ir vidutinio verslo plėtros kliūčių Lietuvoje – finansinė parama verslo subjektams. Šiuo metu galimybė gauti lėšų smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms yra suvaržyta. Vienos iš pagrindinių kliūčių, su kuriomis susiduria verslo įmonės ieškant finansavimo, yra įvardijamos užstato reikalavimas ir finansinių paslaugų neatitikimas poreikiams. Didelis mažų ir vidutinių įmonių veiklos rizikingumas bei santykinai dideli administravimo kaštai, neretai apsunkina šių įmonių finansavimo galimybes.
- Inovacijos šiandieninėje ekonomikoje laikomos svarbiausiu įmonių konkurencingumo plėtros veiksnium. Smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms būdinga tai, kad inovacinė veikla pasireiškia tik nedaugelyje sričių. Labiausiai populiarios yra paslaugų inovacijos, o nepopuliarios – prekių. Įmonių ryšiai bei bendradarbiavimas su mokslo ir tyrimų institucijomis yra vertinami nepalankiai. Verslininkai nepakankamai investuoja į naujų technologijų įsigijimą dėl per mažo inovacijų finansavimo, didelių išlaidų, ekonominės naujovių diegimo rizikos bei ilgo inovacijų atsipirkimo laiko. Lietuvoje iki šiol per mažai dėmesio inovaciniams procesams skatinti skiriama valstybiniu lygiu. Aiškiai nepakankamas mokslo ir inovacijų diegimo verslo sferoje valstybinis finansavimas, nesuformuota valstybės inovacinė politika, nesukurta nacionalinė inovacijų sistema.
- Smulkaus ir vidutinio verslo sėkmė priklauso nuo vadybinių gebėjimų, mokymo ir išsilavinimo, kvalifikacijos. Žmoniškųjų išteklių potencialas leidžia plėtoti žiniomis pagrįstas veiklas, tačiau trūksta priemonių ir instrumentų šio inovacinio potencialo tobulinimui. Menkos galimybės kelti kvalifikaciją specializuotose įstaigose įmonių vadovams ir darbuotojams, taip pat per mažai dėmesio darbuotojų kompetencijos ir kvalifikacijos didinimui skiria smulkios įmonės. Pagrindinė mokslinio potencialo didinimo priemonė smulkaus ir vidutinio verslo įmonėse – pastangos išlaikyti bei didinti turimą

išsilavinusių darbuotojų skaičių įmonėje. Kaip viena iš mokslinio potencialo didinimo priemonių – mokslinių tyrimų vykdymas – sudaro labai mažą smulkaus ir vidutinio verslo įmonių dalį.

- Mažų ir vidutinių įmonių konkurencingumą ir plėtrą itin skatina įmonių klasteriai, nes tai nauja įmonių ilgalaikio bendradarbiavimo forma, leidžianti išlaikyti ir stiprinti konkurencingumą tiek vidaus, tiek tarptautinėse rinkose. Tačiau remiantis tyrimo duomenimis išaiškėjo, kad visi veiksmai susiję su klasterių kūrimu, informacijos prieinamumu apie klasterius bei konsultavimo apie galimybes tapti klasterių dalimi vertinami nepalankiai.

SIŪLYMAI

- Sukurti stabilią ir palankią makroekonominę ir teisinę aplinką skatinančią investuoti į smulkaus ir vidutinio verslo plėtrą. Sumažinti kontroliuojančių institucijų skaičių. Iš šių institucijų sulaukti ne baudų ir persekiojimo, o prevencijos ir pagalbos.
- Atleisti nuo dalies mokesčių tam tikram laikotarpiui smulkias ir ypač labai mažas įmones, kol jos išvystys veiklą iki tokio lygio, kada bus pajėgios susimokėti visus mokesčius ir toliau sėkmingai plėtoti verslą.
- Valstybė turėtų skatinti geresnę verslo finansavimo sistemą nurodant mikrofinansavimą, nes sudarius labai mažoms įmonėms sąlygas prieiti prie finansavimo šaltinių, būtų skatinamas verslumas ir ekonominis labai mažų įmonių vystymasis.
- Skatinti inovacijų, naujų technologijų diegimą bei informacinių technologijų naudojimą; remti investicijas į kapitalui imlias ir aukštos kokybės produktus gaminančias įmones, bei į įmones, gaminančias produktus su didesniu pridėtinės vertės kiekiu; sukurti tinkamus ryšius tarp universitetų ir privataus sektoriaus.
- Plėtoti verslo specialistų rengimą; skatinti įmonių investicijas į darbuotojų kvalifikacijos kėlimą; ekonominėmis ir kitokiomis priemonėmis skatinti įmonių vadovų bei specialistų kompetencijos tobulinimą; teikti verslo informacijos, mokymo ir konsultavimo paslaugas smulkaus ir vidutinio verslo subjektams
- Palengvinti įėjimą į tarptautines rinkas, sudaryti sąlygas smulkioms ir vidutinėms įmonėms jungtis į klasterius; įkurti daugiau institucijų, teikiančių konsultavimo ir mokymo paslaugas smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms bei potencialiems verslininkams klasterizacijos proceso formavimo ir stiprinimo klausimais.

LITERATŪRA

1. **Anuškevičiūtė I.** Lietuva Europos Sąjungoje – konkurencingumo aspektas.// TILTAI, 2004, 3 (28)
2. **Aukštųjų technologijų plėtros programa.**
www3.lrs.lt/cgi-bin/preps2?Condition1=224096&Condition2= [žiūrėta 2009 07 11]
3. **Balčiūnas N.** Lietuvos ūkio konkurencingumas. – Konferenciniai pranešimai. – Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2001. – 58 p. – ISBN: 9986-19-444-X.
4. **Banyte, J. and Salickaite R.** (2008). 'Successful diffusion and adoption of innovation as a means to increase competitiveness of enterprises', Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics(1), pp. 48-56.
5. **Bartkus, E., Piktytis R.** Įmonių organizavimas ir rizika: smulkaus verslo organizavimas: mokomoji knyga. – Kaunas: Technologija, 2007. – ISBN: 978-9955-25-221-4
6. **Baršauskas, P.** Smulkaus ir vidutinio verslo politika Europos Sąjungoje ir Lietuvoje. - Kaunas : Technologija, 2003. - 132 p. - ISBN 9955-09-300-5
7. **Blanke ir kt.** The growth competitiveness index: analyzing key underpinnings of sustained economic growth//Global Competitiveness Report, 2004. time.dufe.edu.cn/article/martin/3.pdf [žiūrėta 2009 01 12]
8. **Butautas D.** Ar būti smulkiam ir vidutiniam verslui Lietuvoje?// Verslo banga. 2008 10 03
9. **Cornelius ir kt.** The growth competitiveness index: Recent economic developments and the prospects for a sustained recovery//Global Competitiveness Report 2003, 2003.
www.weforum.org/pdf/gcr/GCR_2002_2003/GCR_GCI.pdf [žiūrėta 2008 08 24]
10. **Časas R.** Konkurencinio pranašumo šaltiniai šiuolaikinėse verslo teorijose // Ekonomika. 2000, Nr. 52
11. **Čepas A.** Administracinė našta verslui, verslo teisinio reglamentavimo supaprastinamo galimybės. <http://www.teise.org/docs/publications/nastaverslui.pdf> [žiūrėta 2009 07 27]
12. **Darulis R., Masalskis K.** Smulkus verslas Lietuvoje: būklė, problemos, perspektyvos. Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, 1998, Nr.6.
13. **Dyer J. H., Singh H.** The Relational View: Cooperative strategy and sources of international competitive advantage//Academy of management review, 1998,Nr. 4, p. 23

14. **Doing Business 2008.** (Verslas 2008). Pasaulio banko grupės ataskaita. http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/investicijos/verslo%20aplinkos%20vertinimas/doing%20business.php [žiūrėta 2008 04 05]
15. **Europos Bendrijos konkurencijos taisyklės 2005** – Vilnius: Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, p. 6.
16. **Europos Komisijos rekomendacijos dėl mažų ir vidutinių įmonių apibrėžimo 96/280/EB ir 2003/361/EB.** Prieiga per internetą: <http://www.europa.eu.int> [žiūrėta 2009 06 30]
17. **Europos Parlamento ir Tarybos sprendimas Nr. 1639/2006/EB** 2006 m. spalio 24 d. dėl Konkurencingumo ir inovacijų bendrosios programos įsteigimo (2007–2013 m.) <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=OJ:L2006:310:0015:00400:ltPDF> [žiūrėta 2009 08 04]
18. **Europos smulkiojo verslo aktas.** europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference...0... – [žiūrėta 2009 10 01]
17. **Europos mažųjų įmonių chartija.** http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/charter/docs/charter_lt.pdf [žiūrėta 2009 10 06]
18. **Garuckas, R. Jatuliavičienė, G.** Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros problemos ir perspektyvos Lietuvos regionuose, 2005 www.vtvk.lt/index.php?p=402&l=lt&n=835 [žiūrėta 2009-06-15]
19. **Gineitienė Z.** Verslo kūrimas ir valdymas: vadovėlis. -Vilnius: Rosma, 2005. – 327 p. - ISBN 9986-00-444-6
20. **Gineitienė Z., Girdenis J.** Mažų, vidutinių ir didelių įmonių vieta inovacinėje veikloje. VDU Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. 2004. - Nr. 30, 81 p. -ISSN 1392-1142
21. **Glaveckaitė Ž.** Nacionalinės Lisabonos strategijos įgyvendinimo programa 2008-2010 m. makroekonominė dalis, 2008 www.ukmin.lt/lisabona/UserFiles/File/Makro%20dalis_2008%2007%2016.ppt[žiūrėta 2009 08]
22. **Held D., McGrew A., Goldblatt D., Perraton J.** 2002. Globaliniai pokyčiai: politika, ekonomika ir kultūra. - Vilnius: Margi raštai, 2002. - 540, [1] p. -ISBN 9986-09-242-6
23. **Hill E. W., Brennan J. F.** A Methodology for Identifying the Drivers of Industrial Clusters: The Foundation of Regional Competitive Advantage. - Economic Development Quarterly, Feb 2000.
23. **Inovacijų versle programa (2003-2006).** http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=215398 [žiūrėta 2009 08 27]

23. **Investicijų skatinimo 2008–2013 metų programa.** www.lepa.lt/lt/InvesticijuSkatinimo2008-2013MetuPrograma.html [žiūrėta 2008 03 04]
24. **Jasnavičius R.** Efektyviai smulkiojo ir vidutinio verslo veiklai Lietuvoje taikomu šakninių apribojimų nustatymas ir jų įveikimo strategija, 2007
25. **Jasnavičius, R.** (2006). Žmogiškųjų išteklių reikšmė Lietuvos ekonomikos plėtrai. Tarptautinės mokslinės konferencijos „Lietuvos ekonomikos konkurencingumas globalioje ekonomikoje: iššūkiai, pavojai, galimybės. Slovėnijos ir Lietuvos praktiniai pavyzdžiai“ pranešimų medžiaga. Prieiga per internetą: <http://www.klasteriai.lt/?ii=362> Žiūrėta [2008 09 18]
26. **Jucevičius, R.** Lietuvos ekonomikos augimo ir konkurencingumo šaltinių (veiksnių) kompleksinė studija, 2006. www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/Kompleksine%20studija-2006_03_09-galutine.doc [žiūrėta 2009-05-14]
27. **Jucevičius R.** Klasterių vadovas. V., 2009, p. 4
28. **Kardelis K.** Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai (2-asis patais. Ir papild. Leid.) – Kaunas: Technologija, 2002. – 398 p. – ISBN 978-5-94938-049-9
29. **Keršienė R.** Konkurencingumo išsaugojimo veiksniai globalizacijos sąlygomis. Ekonomika ir vadyba, 2009
30. **Klimašauskienė D.** Konkurencijos samprata ekonomikos teorijoje. Ekonomika. Mokslo darbai. 2007. Nr. 79. p. 109-123
31. **Kolyta, S.** Lietuvos verslo konkurencingumas: kuriuo keliu pasukti?// Euroverslo naujienos. 2003 m. balandis. Nr. 26.
32. **Korsakienė R.** Konkurencinis pranašumas: dviejų požiūrių sintezė // Verslas: teorija ir praktika. 2004, V tomas, Nr. 2, p. 52-57.
33. **Kučinskienė M., Garuckas R., Jatuliavičienė G.** Lietuvos smulkiausio ir vidutinio verslo konkurencingumo analizė Europos Sąjungos kontekste.//Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai: 2007.42
34. **Kvainauskaitė, V., Snieška, V.** Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas: monografija. Kaunas: Technologija. 2003.
35. **Lakis V.** Smulkių ir vidutinių įmonių išlikimo problemos. Ekonomika, 2004,65. ISSN 1392–1258
36. **Lietuvos Bendrasis programavimo dokumentas 2000-2006.** www.smm.lt/es_parama/docs/2004-preliminarus_BPD_02.pdf [žiūrėta 2009 07 05]

37. **Lietuvos ekonomikos augimo ir konkurencingumo šaltinių (veiksnių). kompleksinė studija.** [http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/Kompleksine studija-20...](http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/Kompleksine%20studija-20...) -[žiūrėta 2009 08 19]
38. **Lietuvos mokslo ir technologijų baltoji knyga.** www.smm.lt/smt/docs/eksp_stud/bk.pdf [žiūrėta 2009-05-09]
39. **Lietuvos informacinės visuomenės plėtros strategija.**
http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=257174 [žiūrėta 2009 04 09]
40. **Lietuvos Respublikos investicijų įstatymas.** Žin., 1999, Nr. 66-2127
http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=245493 [žiūrėta 2009 08 12]
41. **Lietuvos Respublikos įmonių įstatymas.**
http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=216119 [žiūrėta 2009-02-28]
42. **Lietuvos Respublikos smulkaus ir vidutinio verslo įstatymas.** www3.lrs.lt/cgi-bin/preps2?Condition1=238716&Condition2= [žiūrėta 2009 01 17]
43. **Lietuvos Respublikos smulkaus ir vidutinio verslo plėtros įstatymas.**
http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=238716 [žiūrėta 2009 01 17]
44. **Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2006 m. gegužės 22 d. įsakymas Nr. 4-182 „Dėl Mikrokreditų teikimo ir administravimo taisyklių patvirtinimo“** // Valstybės žinios, 2006, Nr. 60-2165
45. **Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1998 m. sausio 8 d. nutarimas Nr. 15 „Dėl Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros programos nuostatų ir jų įgyvendinimo priemonių“** // Valstybės žinios, 1998, Nr. 5-90
46. **Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2006 m. gegužės 22 d. įsakymas Nr. 4-182 „Dėl Mikrokreditų teikimo ir administravimo taisyklių patvirtinimo“** // Valstybės žinios, 2006, Nr. 60-2165
47. **Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. birželio 12 d. nutarimas Nr. 853 „Dėl Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikės strategijos“** // Valstybės žinios, 2002, Nr. 60-2424
48. **Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikė strategija.**
http://www.ukmin.lt/lt/strategija/ilgalaike_ukio.php [žiūrėta 2009 08 06]
49. **Lisabonos strategija 2000.** <http://www.ukmin.lt/lisabona/> [žiūrėta 2009 08 15]
50. **Lukaševičius, K. Verslas ir mokesčiai : monografija. - Kaunas: Technologija, 1999. - 156, [1] p. - ISBN 9986-13-698-9**

51. **Mažylis, L.** Paramos smulkiąjam ir vidutiniam verslui administravimo Lietuvoje europinis kontekstas// Viešoji politika ir administravimas- Kaunas: VDU, 2006, Nr. 16, p. 37-45, - ISSN 1648-2603
52. **Marčinskas A. Diskienė D.** Įmonės konkurencingumą lemiantys veiksniai // Ekonomika. 2001, Nr. 55-56
53. **Mačerinskienė I., Ivaškevičiūtė L. ir kt.** Smulkaus ir vidutinio verslo išorinio finansavimo šaltiniai. Socialiniai mokslai Nr. 2 (34), 2002
54. **Melnikas, B.** Žinių ekonomika: kūrimo perspektyvos Europos Sąjungos plėtros sąlygomis, ekonomika // Ekonomika. Mokslo darbai. 2000, Nr. 46, p. 63-75), ISSN 1392-1258
55. **Nacionalinė Lisabonos strategijos įgyvendinimo programa.**
http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=266311&p_query=Nacionalin%C4%97%20Lisabonos%20strategijos%20%C4%AFgyvendinimo%20programa [žiūrėta 2008-09-12]
53. **Naujokienė R.** Žemės ūkio investicijų projektavimo ir jų efektyvumo įvertinimo metodiniai ir metodologiniai aspektai. – Kaunas: Akademija, 1997. – 29 p.
54. **Pačėsa, N., Pukas, V.** Smulkaus ir vidutinio verslo plėtra- pagrindinis regioninės politikos instrumentas// Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai- Kaunas: VDU, 2002. Nr.24, p.101-109
55. **Petraškevičius, V.** Konkurencijos politika Europos Sąjungoje, – Vilnius: Technika, 2007, – 20-21 p.- ISBN: 978-9955-28-204-4
56. **Porter, M. E.** Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York. Ekon., 1993. – 374 p.
57. **Porter M. E.** The Competitive Advantage of Nations. New York, 1990.
58. **Porter, M. E.** M. Porter deimantas vietinei rinkai (šalies pranašumų įvertinimui)
http://www.12manage.com/methods_porter_diamond_model.html [žiūrėta 2009-07-05]
59. **Porter, M. E.** The competitive advantage of nations: with a new introduction. - Basingstoke: Macmillan, 1998. - XXXI, 855 p. - (Macmillan business). - ISBN 0-333-73642-7
60. **Reiljan, J. ir kt.** Key issues in defining and analysing the competitiveness of a country. Tartu: Tartu University Press , 2000, p. 24. - ISSN 1406-5967.
<http://infutik.mtk.ut.ee/www/kodu/RePEc/mtk/febpdf/febawb1.pdf> [žiūrėta 2009-09-01]
61. **Samuelson, P. A., William, D. N.** Macroeconomics : A version of economics - 13. ed. - New York a. o. : McGraw-Hill Book Co., 1989. - XXXI, 573 p. - ISBN 0-07-054877-3
62. **Samoška M.** Verslo sąlygų palankumo vertinimo problema. Mokslas – Lietuvos ateitis. Verslas XXI amžiuje. 2009, 1 tomas, Nr. 3

63. **Stripeikis, O., Žukauskas, P.** Smulkaus ir vidutinio verslo aplinka Lietuvos ir ES rinkose // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai- Kaunas, VDU, Nr. 31, p.2004, 209-227.
64. **Stanikūnas R.** Konkurencijos politika: teorija ir praktika. Monografija. V., 2009
65. **Sūdžius, V.** Smulkaus ir vidutinio verslo administravimas ir valdymas. Vilnius: Kronta, 2001 p.287.
66. **Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros iki 2008 metų strateginių krypčių aprašas.** <http://www.ukmin.lt/lt/svv/doc/Strateginiu%20krypciu%20iki%202008%20metu%20ataskaita%20uz%202005%20m.doc> [žiūrėta 2009 08 01]
67. **Smulkaus ir vidutinio verslo samprata.** <http://www.ukmin.lt/lt/svv/> [žiūrėta 2009-09-29]
68. **Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės.** Smulkių ir vidutinių įmonių verslo sąlygos. – Vilnius : Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2007. – ISSN: 1822
69. **Šajeva S., Jucevičius R.** Žinių valdymo įgyvendinimo smulkiose ir vidutinėse įmonėse iššūkiai. Socialiniai mokslai Nr. 4 (54), 2006
70. **Šontaitė M., Bakanauskas M.** Veiksnių, įtakojančių vartotojų išlaikymą, tyrimas.//Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai: 2007.41
71. **Štreimikienė D., Dapkus R., Šivickas G.** Paramos smulkiam ir vidutiniam verslui efektyvumo vertinimas. Ekonomika, 2007, 80, psl. 19
72. **Tidikis R.** Socialinių mokslinių tyrimų metodologija: vadovėlis. – Vilnius: MRU leidybos centras, 2003. – 626 p. – ISBN 9955-563-26-5
73. **Tarptautinių žodžių žodynas.** Vyriausioji enciklopedijų redakcija, 1985
74. **Valentukevičius S.** Pramonės konkurencingumas ir ekonominė plėtra// Ekonomika ir vadyba- 2000. Aktualijos ir metodologija: tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga. K.: Technologija, 2000
73. **Vėsaitė B.** Smulkus verslas - gelbėjimosi ratas skurstantiesiems. Prieiga per internetą: <http://www.lygus.lt/ITC/verslas.php?id=11>[žiūrėta 2009 10 05]
74. **Zakarevičius, P.** Vadyba. genezė, dabartis, tendencijos monografija Ekonomikos transformavimasis ET. Kaunas VDU I-kla, 2002.
75. **Žukauskas R. S.** Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros strateginės kryptys. Viešoji politika ir administravimas, 2002, Nr.1, p. 72

Kisielienė V. Smulkaus ir vidutinio verslo Lietuvoje konkurencingumo tyrimas / verslo nuosavybės ekonomikos magistro baigiamasis darbas. Vadovas prof. habil. dr. A. V. Rutkauskas. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Ekonomikos ir finansų valdymo fakultetas, 2009. – 88 p.

ANOTACIJA

Smulkaus ir vidutinio verslo svarba visame pasaulyje didėja. Europoje smulkios ir vidutinės įmonės yra vienas iš pagrindinių blokų skatinančių naujovių kūrimą, vadinasi tuo pačiu metu didina atskirų šalių ir visos Europos konkurencingumą.

Magistro baigiamajame darbe, remiantis smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo tyrimu, yra išskiriamos konkrečios išorinės kliūtys trukdančios smulkaus ir vidutinio verslo plėtrai ir konkurencingumui, o taip pat yra išskiriamos inovatyvios priemonės, reikalingos verslo konkurencingumo didinimui Lietuvoje. Pirmoje dalyje aprašoma smulkaus ir vidutinio verslo samprata ir rūšys, reikšmė šalies ekonomikai. Antroje darbo dalyje teoriniu aspektu yra nagrinėjama konkurencingumo samprata, lygiai, vertinimo metodologijos. Trečioje dalyje aptariamos smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimo kryptys ir konkurenciniai įmonių pranašumai. Ketvirtoje dalyje aprašomi smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimui turintys įtakos veiksniai. Penktoje darbo dalyje aprašoma tyrimo metodologija. Šeštoje - analizuojami tyrimo metu gauti duomenys. Pabaigoje pateikiamos išvados ir siūlymai.

Pagrindiniai žodžiai: smulkus ir vidutinis verslas, konkurencingumas, konkurencingumo veiksniai, inovacijos, žmogiškasis kapitalas, klasteriai konkurencingumo didinime.

Kisielienė V. Research of competitiveness of small and medium business in Lithuania / Master's of economics of business ownership graduating work. Research adviser - prof. dr. A. V. Rutkauskas. – Vilnius: University of Mykolas Romeris, faculty of economics and finance management, 2009. – 88 p.

ANNOTATION

The importance of small and medium business is increasing all over the world. Small and medium companies are one of the main blocks in Europe which stimulates innovations. It means that at the same time all Europe's and separate countries' competitiveness is increasing.

Referred to small and medium business research in the Master's graduating work exact outside obstacles which disturb small and medium business development and competitiveness are emphasized. Also innovative means needed for business competitiveness increasing in Lithuania are emphasized. Small and medium business definition, its kinds, and meaning for state economics are described in the first part of the work. In the second part of the work there is theoretical research of competitiveness definition, levels, and its valuation methodology. Ways of competitiveness stimulation and competitive companies advantages are discussed in the third part. In the fourth part of the work there are described factors which have influence on small and medium business competitiveness increasing. Fifth part describes methodology of the research. In the sixth part of the work received data are analyzed. There is conclusion and suggestions in the end of the work.

Basic words: small and medium business, competitiveness, factors of competitiveness, innovations, human recourse, clusters in competitiveness increasing.

Kisielienė V. Smulkaus ir vidutinio verslo Lietuvoje konkurencingumo tyrimas / verslo nuosavybės ekonomikos magistro baigiamasis darbas. Vadovas prof. habil. dr. A. V. Rutkauskas. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Ekonomikos ir finansų valdymo fakultetas, 2009. – 88 p.

SANTRAUKA

Smulkus ir vidutinis verslas – dinamiškai augantis sektorius, kurį nuolatos papildo naujai besikuriančios ir į rinką įeinančios įmonės. Šio sektoriaus plėtra daugiausia lemia rinkos ekonomikos konkurencingumą. Būtent šis sektorius greičiausiai pajunta rinkos pokyčius, prisitaiko prie jų, užpildo tuščias rinkos nišas, sudaro konkurenciją didelėms įmonėms.

Konkurencija, konkurencingumas, konkuravimas rinkos ekonomikos moksluose traktuojami kaip vienareikšmės sąvokos. Ji iš esmės yra traktuojama kaip kova tarp vienos atitinkamos sferos subjektų, užsiimančių vienoda veikla. Norint tapti konkurencingomis, įmonėms reikia pasitelkti vieną iš strategijos elementų – konkurencingumo analizę, kurios dėka būtų galima išsiaiškinti pagrindines konkurencingumo didinimo savo sektoriuje priemones. Konkurencingumą skatina mokslinių tyrimų rezultatų diegimas versle, įvairių verslo inovacijų programų įgyvendinimas, aukštos kvalifikacijos darbo jėga bei įmonių klasteriai ir jų tinklai. Išskyla problema – įmonėms, kurios neturi išskirtinių konkurencinių pranašumų, konkurencingumo didinimo veiksniai yra riboti, nes Lietuvoje nėra palankios verslo sąlygos konkurencingumo didinimui. Darbo hipotezės: H1 – Vyriausybinių politikos priemonių Lietuvoje nėra palanki smulkaus ir vidutinio verslo konkurencinei aplinkai. H2 – Verslo konkurencingumo plėtrai Lietuvoje reikalingos inovatyvios priemonės. Darbo objektas – smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumas. Darbo tikslas – išanalizuoti smulkaus ir vidutinio verslo įmonių konkurencinę aplinką bei išnagrinėti konkurencingumo didinimo galimybes ir priemones. Uždaviniai: apibrėžti smulkaus ir vidutinio verslo vaidmenį ekonomikoje; pateikti verslo konkurencingumo sampratą bei konkurencingumo vertinimo teorinius aspektus; apibrėžti mažų ir vidutinių įmonių konkurencingumo skatinimo kryptis bei išskirti pagrindinius konkurencinius įmonių pranašumus; išnagrinėti smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo didinimą įtakojančius veiksniai; pagal pasirinktą ir aprašytą tyrimo metodologiją atlikti smulkaus ir vidutinio verslo konkurencingumo tyrimą ir pateikti siūlymus konkurencingumo didinimui. Tyrimo metodai - mokslinės literatūros analizė, teisinių dokumentų analizė, statistinių duomenų analizė, sociologinio tyrimo (anketinės apklausos) duomenų analizė.

Atlikus smulkus ir vidutinio verslo konkurencingumo tyrimą, išnagrinėjus konkurencinę verslo aplinką, konkurencingumo didinimo priemones, galima teigti, jog tyrimas rodo, kad Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo įmonių požiūris į konkurencingumo didinimą yra pakankamai kvalifikuotas, tačiau reikalinga palanki politinė, teisinė, ekonominė, mokestinė aplinka bei papildomos inovatyvios priemonės konkurencingumo plėtrai.

Kisielienė V. Research of competitiveness of small and medium business in Lithuania / Master's of economics of business ownership graduating work. Research adviser - prof. dr. A. V. Rutkauskas. – Vilnius: University of Mykolas Romeris, faculty of economics and finance management, 2009. – 88 p.

SUMMARY

Small and medium business is a dynamically growing sector which is always fullfilled with new companie. The development of the sector is settled by competitivenss of the market economics. Exactly this sector feels the chages in the market the fastest, adapts to them, fulfills empty niches in the market, and compete with big companies.

Competition, competitiveness, and competing are defined as the same thing in the science of market economics. It is defined as a fight among subjects of the same activity. If a company wants to be competetive it has to request one of the strategy elements – analyses of competitiveness with the help of which it woud be possible to find out the main means of competitiveness increasing in their field. Competitiveness is caused by involving scientific researches results into business, different business innvoation programmes realization, high qualification work force, and clusters of companies and their chains. Companies which don't have exceptional competitiveness advantages face problems because there are not favourable business conditions to increase competitiveness in Lithuania. Hypothesys: H1 – Governement policy in Lithuania is not favourable to small and medium business competition. H2 – Development of business competitiveness needs innovative means. Work object – competitiveness of small and medium business. Work aim – to analyze competitiveness of small and medium business and investigate possibilities and means of small and medium business competitiveness increasing. Tasks: to define role of small and medium business in economics; to present theoretical aspects of business competitiveness and its valuation; to define stimulation ways of competitiveness of small and medium companies and to emphasize main advantages of competitive companies; to analyze factors which make influence on small and medium business competitiveness increasing; according to chosen and described reasearch methodology to make research of small and medium business competitiveness and present suggestions on how to increase competitiveness. Methods of research – analyses of scientific literature, analyses of documents of legislation, analyses of statistical data, analyses of data of socio;ogical research (questionaries).

After making research on competitiveness of small and medium business, after examination of competitive business environment and means of competitiveness increasing we can claim that the

research shows the attitude of small and medium business companies in Lithuania is quite qualified, but there is need of favourable political, legislative, economical, and duty environment and innovative means for development of competitiveness.

PRIEDAS

ANKETA

Vykdomas Smulkaus ir vidutinio verslo Lietuvoje konkurencingumo tyrimas. Duomenys bus pateikiami tik sugrupuoti. Konkrečios įmonės būklė tyrimų rezultatuose neatsispindės. Duomenys apie konkrečią įmonę viešai nebus skelbiami ir publikuojami.

Atsakymų skalėje Jums tinkamą atsakymo variantą langelyje pažymėkite arba nurodykite klausime prašomą reikšmę.

D1. Įmonė, kurios savininkas esate ar kurioje dirbate, veikia:

Mažiau nei metus	
1-3 metus	
3-5 metus	
5-10 metų	
Daugiau nei 10 metų	

D2. Jūsų įmonė...

Labai maža įmonė (mažiau nei 10 darbuotojų)	
Maža įmonė (10-49 darbuotojai)	
Vidutinė įmonė (50-249 darbuotojai)	

D3. Koks yra Jūsų verslo įmonės tipas?

Verslo liudijimas	
Individuali įmonė	
UAB	
Ūkinė bendrija (TŪB ir kt.)	
Akcinė bendrovė (AB)	
Kita	

IŠORINĖS VERSLO APLINKOS VERTINIMAS

1. Įvertinkite išorinę verslo įmonės aplinką:

	Visai netinkama verslo plėtrai	Netinkama verslo plėtrai	Iš dalies tinkama	Tinkama verslo plėtrai	Labai tinkama verslo plėtrai
Politinė aplinka					
Teisinė aplinka					
Ekonominė aplinka					
Investicinis klimatas					
Mokesčių administravimas					
Žmogiškieji ištekliai					
Materialiniai ištekliai					
Finansiniai ištekliai					
Verslo infrastruktūra					
Vartotojų perkamoji galia					
Eksporto už ES ribų sąlygos					
Eksporto skatinimo sąlygos					

2. Įvertinkite Lietuvos mokesčių sistemos trūkumus:

	Visai netrukdo verslui	Netrukdo verslui	Iš dalies trukdo verslui	Trukdo verslui	Labai trukdo verslui
Mokesčių dydis					
Mokesčių įvairovė					
Sudėtingas mokesčių įstatymų interpretavimas					
Mokesčių įstatymų kaita					
Įstatymų prieštaravimai					
Mokesčių išaiškinimų kokybė					
Nevienodos apmokestinimo sąlygos skirtingiems įmonių tipams (UAB, AB, IĮ...)					
Mokesčių inspekcijos patikrinimų dažnumas					

3. Ar Jūsų įmonė eksportuoja prekes ir paslaugas?

Eksportuoja (nurodykite, kokią dalį eksportas sudaro nuo apyvartos %)	
Neeksportuoja	

4. Kaip pakito per paskutiniuosius metus Jūsų įmonės veiklos rezultatai?

	Sumažėjo	Nepakito	Padidėjo
Apyvarta			
Pelnas			
Investicijos			
Eksporto apimtys			
Investicijos į naujų produktų ir technologijų kūrimą ir tyrimus			
Užimama rinkos dalis			

5. Kokie yra numatomi apyvartos pokyčiai per ateinančius metus?

Apyvarta sumažės	
Apyvarta nesikeis	
Apyvarta padidės	

6. Kas trukdo Jūsų verslui?

Nuolat kintantys įstatymai	
Pradinio kapitalo stoka	
Dideli mokesčiai	
Apyvartinių lėšų stoka	
Nelygios konkurencijos sąlygos	
Institucijų, teikiančių paramą verslui, trūkumas	
Verslo informacijos stoka	
Biurokratizmas	
Korupcija valdžios institucijose	
Kvalifikuotų specialistų stoka	
Sudėtingos kreditavimo sąlygos	
Pasenusios technologijos	
Patalpų trūkumas	
Nemokūs ir vėluojantys mokėti klientai	
Mažas pelningumas	
Kita	

7. Kokie veiksniai yra pagrindiniai Jūsų įmonės konkurencingumo šaltiniai?

Stiprios pozicijos rinkoje	
Ryšiai su verslo partneriais	
Rinkos poreikių išmanymas	
Pakankami finansiniai resursai	
Novatoriški rinkos metodai	
Novatoriški įmonės valdymo metodai	
Didelis darbo našumas	
Nedideli gamybos kaštai	
Įdiegtos naujos technologijos gamyboje	
Nauji, patobulinti produktai arba paslaugos	
Produkcijos atitikimas standartams	
Aukšta produkcijos arba paslaugų kokybė	
Kvalifikuoti darbuotojai	
Pigi darbo jėga	
Pigios žaliavos	
Kita	

VERSLO FINANSAVIMO VERTINIMAS

8. Kokios lėšos buvo panaudotos Jūsų verslui pradėti?

Asmeninės	
Banko kreditas	
Valstybės parama	
ES struktūrinių fondų parama	
Kita	

9. Jūsų nuomone, bankai įmonėmis...

Pasitiki	
Iš dalies pasitiki	
Nepasitiki	

10. Kokio dydžio sumos šiuo metu Jums reikėtų išorinio finansavimo plėtrai?

Iki 100 tūkst. Lt	
100 – 500 tūkst. Lt	
500 – 1000 tūkst. Lt	
Virš 1 mln. Lt	
Kredito nereikia / nereikės	

11. Įvertinkite kliūtis, su kuriomis tenka susidurti ieškant finansavimo:

	Labai didelė kliūtis	Didelė kliūtis	Vidutinė kliūtis	Nėra kliūtis	Visiškai nėra kliūtis
Informacijos apie alternatyvius verslo finansavimo šaltinius trūkumas					
Reikalavimai įmonės finansinei būklei					
Sudėtinga dokumentacija					
Užstato reikalavimai					
Finansinių paslaugų neatitikimas poreikiams					

12. Kokia parama verslui naudojātės?

Paskolų garantijos (INVEGA)	
Paskolų palūkanų dengimas	
Lengvatiniai kreditai iš komercinių bankų	
Parama iš savivaldybių SVV paramos fondų	
Verslo inkubatorių paslaugos	
SVV plėtros agentūros informacija	
Verslo asociacijų informacija	
Valstybės subsidijos	
Savivaldybių SVV skatinimo fondais	
ES struktūrinių fondų parama	
Mokesčių lengvatos	
Verslo, eksporto ir pramonės skatinimo specialiomis programomis	
Parama naujų darbo vietų kūrimui	
Kita	
Nesinaudoju nei viena lengvata	

INOVACIJOS**13. Kaip manote, ar Jūsų įmonė yra inovatyvi?**

Labai inovatyvi	
Inovatyvi	
Iš dalies inovatyvi	
Neinovatyvi	
Visiškai neinovatyvi	

14. Kokias inovacijas dažniausiai diegiate savo įmonėje?

Prekių	
Paslaugų	
Technologines	
Organizacines	
Jokių nediegiame	

15. Ar įmonė per pastaruosius metus įvedė į rinką naujų ar patobulintų produktų?

Taip (nurodykite, kiek)	
Ne	

16. Kas labiausiai stabdo investicijas į naujas technologijas?

Menka valstybės parama	
Finansinių išteklių stoka	
Dideli investicijų kaštai	
Maža rinka	
Nepakankama darbuotojų kompetencija	
Kita	

17. Tiesioginės užsienio investicijos...

Neturi įtakos technologiniam lygiui	
Palengvina naujų technologijų įsigijimą	
Yra pagrindinis naujų technologijų įsigijimo šaltinis	

18. Įvertinkite veiksnius, sąlygojančius inovacinę-technologinę veiklą Jūsų įmonėje?

	Visiškai nesvarbu	Nesvarbu	Iš dalies	Svarbu	Labai svarbu
Didelė finansinė rizika diegiant inovacijas					
Didelės inovacinės išlaidos					
Ilgas atsipirkimo laikas					
Lėšų trūkumas					
Esama teisinė bazė					
Organizaciniai veiksmai					
Personalo kvalifikacija					
Informacija apie technologijas					
Informacija apie rinką					
Bendradarbiavimas su mokslo ir tyrimų institucijomis					

19. Kaip vertinate valstybės inovacijų diegimą įmonėse skatinančią politiką?

Labai blogos sąlygos	Blogos sąlygos	Nei blogos, nei geros	Geros sąlygos	Labai geros sąlygos

ŽMOGIŠKASIS KAPITALAS

20. Jūsų Įmonė...

Visai neinvestuoja į darbuotojų mokymą	
Investuoja į perspektyvius darbuotojus	
Į mokymą daug investuoja, siekdama turėti geriausius darbuotojus	

21. Įmonių darbuotojų kvalifikacijos kėlimo specializuotose įstaigose galimybės yra...

Labai ribotos	
Patenkinamos	
Labai plačios	

22. Ar Jūsų įmonė siekia didinti mokslinį potencialą šiais veiksmais:

	Taip	Ne
Stengiasi išlaikyti bei didinti turimą išsilavinusių darbuotojų skaičių įmonėje		
Vykdo mokslinius tyrimus arba bendradarbiauja su mokslo institucijomis		
Dalyvauja konferencijose, seminaruose ir kituose moksliniuose renginiuose		

23. Kaip vertinate valstybės kuriamą aplinką žinių visuomenės skatinimui?

	Labai blogos sąlygos	Blogos sąlygos	Iš dalies	Geros sąlygos	Labai geros sąlygos
Kurti visiems prieinamą tęstinę švietimo sistemą, sudarant galimybes mokytis visą gyvenimą					
Garantuoti Lietuvos gyventojams įgyti žinių, įgūdžių, kvalifikaciją					
Plėtoti ryšių ir informacinių technologijomis grindžiamą verslą					

KLASTERIAI**24. Kaip vertinate klasterių plėtros politiką Lietuvoje?**

Klasteriai – tam tikroje geografinėje teritorijoje sukonzentruotos, tarpusavyje sąveikaujančios, vykdančios bendrą veiklą ir savo specifine veikla papildančios viena kitą kompanijos ir institucijos.

	Labai blogai	Blogai	Patenkinamai	Gerai	Labai gerai
Sąlygas klasterių kūrimui Lietuvoje					
Renginių, skirtų klasterių kūrimui, skatinti					
Informacijos prieinamumą apie klasterius Lietuvoje					
Įmonių konsultavimo apie galimybes tapti vietos ir tarptautinių klasterių dalimi					

Nuoširdžiai dėkojame už atsakymus ir atsiprašome už sugaištą laiką.

