



**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

Julija Urbanavičienė

**AUTOMOBILIŲ REMONTO PASLAUGŲ ĮMONIŲ SVARBA
LIETUVOS EKONOMIKAI IR PLĖTROS GALIMYBĖS**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovas Prof. dr. (H/P) Vytautas Snieška

KAUNAS, 2017

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

AUTOMOBILIŲ REMONTO PASLAUGŲ ĮMONIŲ SVARBA
LIETUVOS EKONOMIKAI IR PLĖTROS GALIMYBĖS

Verslo ekonomika (621L17001)

Magistrantas.....

Julija Urbanavičienė, B5241

2017 m. gruodžio 19 d.

Vadovas

Prof. dr. Vytautas Snieška

2017 m. gruodžio d.

Recenzentas

Lekt. dr. Tomas Stravinskas

2017 m.

KAUNAS, 2017



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Julija Urbanavičienė

Verslo ekonomika, M7156O21

Baigiamojo magistro darbo „Automobilių remonto paslaugų įmonių svarba Lietuvos ekonomikai ir plėtros galimybės“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

2017 m. gruodžio 19 d.

Kaunas

Patvirtinu, kad mano **Julijos Urbanavičienės** baigiamasis magistro darbas tema „Automobilių remonto paslaugų įmonių svarba Lietuvos ekonomikai ir plėtros galimybės“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Julija Urbanavičienė. The importance of vehicle maintenance companies for Lithuanian economy and development opportunities. Master's Final Thesis in Business economics/ supervisor lect. Prof. dr. (H/P) Vytautas Snieška. The School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Social Science: 04 S Economics

Key words: vehicle maintenance companies, development opportunities, importance for economy.

Kaunas, 2017. 78 p.

SUMMARY

Relevance of the topic. Because of the high pace of life, the growing needs of people and the constant lack of time, the car becomes the necessary item for almost every person, but the possession of a vehicle does not only benefit the owners. A car, like any other item, is in need of an investment in repair. According to the data of *Lietuvos autoverslininkų asociacija*, 1877514 vehicles were registered in Lithuania in 2007–2016 and 148 635 new passenger cars were registered. The research of the Association reveals that about 31 percent of the vehicles used in Lithuania are 10–15 years old, while older cars account for 45 percent of Lithuania's registered car fleet. With such a fleet structure, the conditions for automobile maintenance business arise naturally. Traditional businesses, such as car repair companies, are always needed, regardless of the economic, social or political situation in the country, and this business sector can be called as a "crisis" business, which is also necessary during economic downturns, as the population in the absence of money for new cars, these companies offer an opportunity to repair an old car at an affordable price.

Object of the research – car maintenance and repair companies

The aim of research – evaluate the contribution of the car maintenance and repair business to the Lithuanian economy and the possibilities of developing this business

Tasks: 1. Investigate the dynamics of economic indicators of car maintenance and repair companies; 2. To reveal the specifics of the quality assessment of the services of car maintenance and repair companies; 3. To reveal the factors influencing the competitiveness of car repair companies; 4. Carry out a PEST analysis of the maintenance and repair companies; 5. To reveal the main problems of the operation and development of car repair companies; 6. To evaluate the possibilities of development of automobile maintenance and repair business units in the course of expert evaluation.

The first part of the paper is dedicated to identify the key issues facing the car repair business. In the second part of the paper theoretical aspects of the development of automobile repair companies, quality assessment, demand and supply, competition and competitiveness, the development of national and foreign economic policy and the creation of a strategy are covered. The purpose of the third part is to reveal the methodology of the research. The fourth part evaluates expert opinions and PEST analysis of automobile repair companies with SWOT analysis elements is carried out. The experts, while

assessing the legal framework for business, favored the most business-friendly legal base is environmental protection base, and the worst legal base is fiscal base. According to experts, the demand for services is most affected by the price of services provided, while the lowest affect is made by the income level of the population. The supply of companies is most influenced by competitors and their prices, the least impact for supply is seen on the availability of external business financing opportunities. According to experts, the most important factors determining competitiveness are the existence of shadow business (negative impact on competitiveness), supplier prices and overall level of the economy of the country. The most important internal factors determining the competitiveness of enterprises are the level of competence of managers and employees, the appropriate choice of raw materials and an appropriate factor in the competitiveness is the proper management of human resources. Experts evaluated the status of their enterprises best in the qualification of the employees and the ratio of the price and quality of the services provided. The companies are least likely to be able to work with public institutions. The experts were also asked about their views on how adjusting state regulation and support measures would increase the opportunities for business development. In the opinion of the experts, the most development opportunities would be increased by the increased control of illegal businesses and the adjustment of the legal framework, adapting the rules according to the size of the company, the operating cycle and the possibilities of the company.

TURINYS

Paveikslų sąrašas	3
Lentelių sąrašas	3
1. Automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugų įmonių įtakos Lietuvos ekonomikai vertinimo problemos	3
1.1. Lietuvos lengvųjų automobilių parko struktūra ir dinamika	3
1.2. Vidinės ir išorinės automobilių remonto įmonių problemos	3
1.3. Automobilių remonto įmonių ekonominė situacija Lietuvos ekonomikos kontekste	3
2. Teoriniai automobilių remonto įmonių naudos ekonomikai bei plėtros galimybių identifikavimo aspektai ..	3
2.1. Automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugų samprata bei reglamentavimas	3
2.2. Remonto ir techninės priežiūros paslaugų kokybės vertinimo sistema	3
2.3. Remonto įmonių paslaugų paklausos ir pasiūlos veiksniai bei jų valdymas	3
2.3.1. Automobilių remonto įmonių paklausos samprata ir ją veikiančių veiksnių identifikavimas	3
2.3.2. Automobilių remonto įmonių pasiūlos samprata ir ją veikiančių veiksnių identifikavimas	3
2.4. Remonto paslaugų įmonių konkurencijos ypatumai	3
2.4.1. Automobilių remonto įmonių konkurencijos ir konkurencingumo samprata.....	3
2.4.2. Automobilių remonto įmonių konkurencingumą lemiantys veiksniai	3
2.5. Šalies vidaus ir tarptautinės ekonominės ir politinės aplinkos įtaka remonto paslaugų įmonėms	3
2.5.1. Lietuvos ekonominės ir politinės aplinkos poveikis automobilių remonto įmonėms	3
2.5.2. Tarptautinės ekonominės ir politinės aplinkos įtaka remonto paslaugų įmonėms	3
2.6. Automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių plėtros strategijų modeliai	3
3. Automobilių remonto įmonių svarbos šalies ekonomikai ir plėtros galimybių tyrimo metodologija	3
3.1. Automobilių remonto įmonių makroekonominių rodiklių prognozavimo metodologija	3
3.2. Automobilių remonto įmonių naudos šalies ekonomikai ir plėtros galimybių ekspertinio vertinimo metodologija.....	3
3.3. Automobilių remonto įmonių SSGG ir PEST analizių metodologija	3
4. Automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių Lietuvoje naudos ekonomikai ir plėtros galimybių tyrimų rezultatai ir diskusija	3
4.1. Automobilių remonto įmonių makroekonominių rodiklių prognozė	3
4.2. Automobilių remonto įmonių plėtros galimybių ekspertinis vertinimas	3
4.3. Lietuvos automobilių remonto įmonių PEST ir SSGG analizių rezultatai	3
Išvados ir rekomendacijos	3
Literatūra	3
PRIEDAI	3

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Naujų ir naudotų automobilių registracija Lietuvoje 2007–2016 metais.....	10
2 pav. Variklinių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių skaičius 2007–2016 m.....	15
3 pav. Automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių darbuotojų dinamika 2006–2015 m.....	16
4 pav. Variklinių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių apyvarta 2007–2016 m.....	17
5 pav. Variklinių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių sukurta pridėtinė vertė gamybos kainomis 2007–2016 m.....	17
6 pav. Konkurencinio pranašumo tvarumas.....	35
7 pav. Įmonės konkurencingumą lemiantys veiksniai.....	36
8 pav. Ekspertų skaičiaus įtaka vertinimo patikimumui.....	50
9 pav. Bendroji informacija apie ekspertus.....	52

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. SSGG analizės sandara ir reikalavimai.....	51
2 lentelė. Automobilių remonto įmonių makroekonominiai rodikliai.....	53
3 lentelė. Automobilių remonto įmonių rodiklių koreliacinės analizės rezultatai.....	53
4 lentelė. Daugialypės regresijos kintamųjų įverčiai.....	54
5 lentelė. Bendras naudos šalies ekonomikai vertinimas.....	56
6 lentelė. Bendras automobilių remonto veiklą reglamentuojančios teisinės bazės vertinimas.....	56
7 lentelė. Bendras automobilių remonto įmonių paklausos veiksnių vertinimas.....	57
8 lentelė. Bendras automobilių remonto įmonių pasiūlos veiksnių vertinimas.....	58
9 lentelė. Bendras išorinių automobilių remonto įmonių konkurencingumą veiksnių vertinimas.....	58
10 lentelė. Bendras vidinių automobilių remonto įmonių konkurencingumą veiksnių vertinimas.....	59
11 lentelė. Bendras automobilių remonto įmonių vadovų nuomonės apie įmonės būklę vertinimas..	60
12 lentelė. Bendras valstybės paramos ir reguliavimo priemonių koregavimo įtakos verslo plėtros galimybių didinimui vertinimas.....	61
13 lentelė. Automobilių remonto įmonių politinės aplinkos matrica.....	63
14 lentelė. Automobilių remonto įmonių ekonominės aplinkos matrica.....	65
15 lentelė. Automobilių remonto įmonių socialinės-kultūrinės aplinkos matrica.....	67
16 lentelė. Automobilių remonto įmonių technologinės aplinkos matrica.....	68

IVADAS

Temos aktualumas. Dėl didelio gyvenimo tempo, augančių žmonių poreikių ir nuolatinės laiko stokos automobilis tampa būtinu daiktu beveik kiekvienam asmeniui, tačiau transporto priemonės turėjimas savininkams neša ne tik naudą. Automobilis, kaip ir bet kuris kitas daiktas, dėvisi, reikalauja investicijų remontui, techninei priežiūrai, atnaujinimui. Lietuvos autoverslininkų asociacijos duomenimis, Lietuvoje 2007–2016 metais įregistruoti 1 877 514 naudoti ir 148 635 nauji lengvieji automobiliai. Asociacijos tyrimas atskleidžia, kad apie 31 procentas Lietuvoje eksploatuojamų automobilių yra 10–15 metų amžiaus, o dar senesni automobiliai sudaro net 45 procentus Lietuvos registruotų lengvųjų automobilių parko. Esant tokiai automobilių parko struktūrai, natūraliai susidaro sąlygos automobilių remonto ir techninės priežiūros verslui gyvuoti. Tradiciniai verslai, tokie kaip automobilių remonto paslaugų įmonės, reikalingi visada, nepaisant to, kokia ekonominė, socialinė ar politinė padėtis yra susiklosčiusi šalyje, be to, ši verslo šaka gali būti vertinama kaip „krizinis“ verslas, gyvuojantis ir per ekonomikos nuosmukius, kadangi gyventojams stokojant pinigų naujiems automobiliams, šios įmonės suteikia galimybę už prieinamą kainą remontuoti seną automobilį. Taip pat svarbu paminėti, jog automobilių remonto įmonių nešamą naudą galima įžvelgti per socialinių problemų sprendimą dėl sukuriamų darbo vietų bei praktikos vietų suteikimo, ekonominė nauda matoma vertinant įtaką šalies makroekonominiams rodikliams. Be to, šios įmonės realizuoja didžiųjų šalies įmonių ar gamintojų produkciją, o kaip smulkiojo verslo atstovės jos yra imlios naujoms technologijoms ir lengviau prisitaiko prie rinkos pokyčių.

Problema. Kaip ir bet kuris kitas verslas, taip ir automobilių techninės priežiūros ir remonto veikla užsiimančios įmonės savo indėliu į bendrą šalies ekonomiką ir kuriamomis darbo vietomis prisideda prie Lietuvos ekonomikos gyvavimo. Šiame versle susiduriama su aukštais darbų saugos reikalavimais, kompetentingų darbuotojų stygiumi, sparčiu technologijų tobulėjimu, didele konkurencija, užsienio valstybių ekonominės politikos priemonėmis, darančiomis neigiamą poveikį automobilių remonto verslui, ekonomikos svyravimo ir kitomis vidinėmis bei išorinėmis verslo aplinkos problemomis. Automobilių remonto ir techninės priežiūros remonto veiklos įtaka šalies ekonominei gerovei yra labai svarbi, tačiau šios verslo šakos įtakos šalies ekonomikai ir plėtros galimybės nėra įvertintos.

Tyrimo objektas – techninės priežiūros ir remonto paslaugas teikiančios įmonės

Tyrimo tikslas – įvertinti automobilių techninę priežiūrą ir remontą užsiimančio verslo indėlį į Lietuvos ekonomiką ir šio verslo plėtros galimybes.

Tyrimo uždaviniai:

1. Ištirti automobilių techninę priežiūrą ir remonto darbus užsiimančių įmonių ekonominių rodiklių dinamiką;

2. Atskleisti automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių paslaugų kokybės vertinimo specifiką;
3. Atskleisti automobilių remonto įmonių konkurencingumą veikiančius veiksnius;
4. Atlikti lengvųjų automobilių techninės priežiūros ir remonto veiklos rūšies PEST analizę;
5. Atskleisti pagrindines automobilių remonto įmonių veiklos ir plėtros problemas;
6. Įvertinti automobilių techninės priežiūros ir remonto verslo vienetų plėtros galimybes atliekant ekspertinį vertinimą.

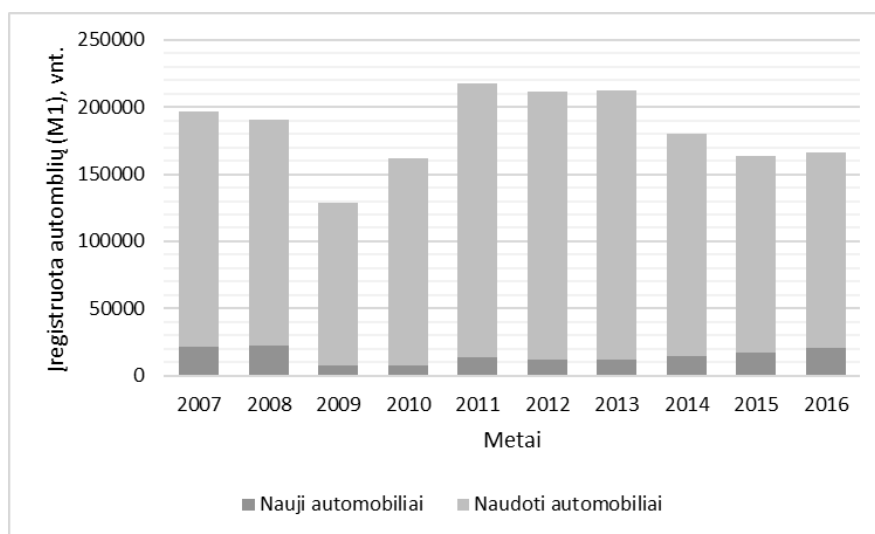
Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė ir apibendrinimas, PESTEL ir SSGG analizės, ekspertinis tyrimas ir jo vertinimas.

1. AUTOMOBILIŲ REMONTO IR TECHNINĖS PRIEŽIŪROS PASLAUGŲ ĮMONIŲ ĮTAKOS LIETUVOS EKONOMIKAI VERTINIMO PROBLEMAS

1.1. Lietuvos lengvųjų automobilių parko struktūra ir dinamika

Lietuvai atkūrus nepriklausomybę ir įsiliejus į laisvosios rinkos valstybių gretas, automobilis, kaip ir daugeliui vakarų šalių piliečių jau seniai laikytas kasdiene ir lengvai prieinama materialine vertybe, tapo neatsiejama daugelio valstybės gyventojų gyvenimo dalimi.

Nuo to laiko, kai gyvenamųjų namų kiemuose būdavo galima išvysti vos kelis automobilius, Lietuvos autoparkas pasikeitė drastiškai ir ši kaita vis dar išlieka nuolatinė, keičiasi ne tik gyventojų disponuojamų automobilių kiekis, bet ir jų techninė specifikacija. Bendrame Lietuvos automobilių parke dominuoja automobiliai, pagaminti Pietų Korėjoje, Japonijoje ir Vakarų Europoje (Nacionalinė darnaus vystymosi strategija, 2011). VĮ Regitra duomenimis, 2017 m. sausio 1 dieną Lietuvoje buvo registruota 1 307 298 vienetų lengvųjų automobilių. Lyginant 2016 ir 2017 metų sausio 1 duomenis, šios rūšies automobilių kiekis paaugo neženkliai, 4 procentais. 1 paveiksle matoma Lietuvoje registruotų naujų ir naudotų automobilių dinamika 2007–2016 metais.



1 pav. Naujų ir naudotų automobilių registracija Lietuvoje 2007–2016 metais (sudaryta pagal VĮ „Regitra“ duomenis)

Analizuojant duomenis matoma, kad Lietuvoje kasmet registruojama vidutiniškai 14 836 nauji ir 167 951 naudoti automobiliai. Mažiausiai automobilių registruota 2009 metais (32 proc. mažiau lyginant su ankstesniu laikotarpiu). Šis kritimas gali būti aiškinamas kaip išibėgėjusios pasaulinės ekonominės krizės padarinys. Daugiausia lengvųjų automobilių registruota 2011 metais. Minimaliais metais lengvųjų automobilių registravimas buvo 25,64 proc. didesnis lyginant su ankstesniu laikotarpiu ir 15,88 proc. didesnis negu tiriamo laikotarpio registruotų automobilių vidurkis. Šis

pakilimas gali būti suprantamas kaip didėjantis vartojimas gerėjant bendrai šalies ekonominei situacijai. Iš viso per laikotarpį registruota 1 828 149 M1 tipo transporto priemonių, iš jų vos 8,1 proc. nauji.

Kalbant apie Lietuvoje eksploatuojamų lengvųjų automobilių amžių matoma, kad kiekvienu tiriamu laikotarpiu vidutiniškai registruota vos 8 procentai naujų automobilių. Daugiausia jų registruota 2008 metais, mažiausiai – 2009 metais. Taip susiklostė, kad 2008 metais Lietuvoje vartojimas buvo pasiekęs aukštumą, gyventojai leido sau investuoti į naujas, brangesnes transporto priemones, tačiau 2009 m., įsibėgėjęs ekonominei krizei, krito beveik visų rūšių vartojimas. Vis dėlto matoma tendencija, kad registruojamų naujų automobilių dalis bendroje registruojamų automobilių sumoje didėja. Tiriamo laikotarpio pradžioje nauji automobiliai sudarė 11 procentų visų tais metais registruotų automobilių, o 2016 metais jie sudarė 12,2 proc. visų registruotų automobilių. VĮ „Regitra“ duomenimis (2016) naujesni nei 5 metai automobiliai sudaro vos 6 procentus viso Lietuvos autoparko, 5-10 metų automobiliai sudaro 18 proc. Lietuvos automobilių parko. Likę 76 procentai automobilių yra 10 metų ar senesni. VĮ „Regitra“ duomenimis, 2017-01-01 vidutinis Lietuvoje eksploatuojamų automobilių amžius buvo 15 metų.

1.2. Vidinės ir išorinės automobilių remonto įmonių problemos

Automobilių remonto ir techninės priežiūros darbų įvairovė yra didžiulė, o skirtingiems darbams atlikti reikalinga skirtinga įranga bei įvairaus profilio darbuotojai, todėl dauguma šios rūšies verslų specializuojasi tik keliose remonto ir techninės priežiūros nišose. Rinkoje galima išskirti specializuotus konkreitiems automobilių gamintojams (firminius) servisus, stambius automobilių servisų tinklus ir smulkius autoservisus.

Beveik kiekviena verslo rūšis yra reglamentuojama įvairių įstatymų ir ribojama įvairiomis priemonėmis. Šie ribojimai nėra skirti verslui žlugdyti, jų paskirtis yra užtikrinti, kad vykdydamas ūkinę veiklą remonto paslaugų teikėjas padarytų kuo mažesnę neigiamą poveikį bendrai verslo aplinkai, būtų apsaugoti vartotojai, darbuotojai, tausojami ir saugomi gamtos išteklių.

Vienas svarbiausių teisės aktų, reglamentuojančių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto veiklą aplinkosauginiu požiūriu yra Aplinkos apsaugos reikalavimų transporto priemonių techninei priežiūrai ir remontui aprašas. Šiame įstatyme numatomi aplinkos apsaugos reikalavimai dirbtuvių įrengimui, darbų metu susidariusių atliekų ir nuotekų tvarkymui bei aplinkos oro apsaugai. Įstatymu turi vadovautis visi asmenys, atliekantys techninės priežiūros, remonto, plovimo ar pakartotinės apdailos veiklas, taip pat įmonės, projektuojančios dirbtuves ir institucijos, kontroliuojančios aplinkos apsaugos reikalavimų vykdymą.

Norint užsiimti automobilių remonto ir techninės priežiūros veikla reikia gauti Taršos integruotos prevencijos ir kontrolės leidimą bei pavojingų atliekų tvarkymo licenciją. Atsižvelgiant į

teikiamų paslaugų pobūdį gali būti keliami papildomi reikalavimai atliekų, išseiktų baterijų ir akumuliatorių, paviršinių nuotekų tvarkymui, taip pat darbuotojams, dirbantiems su ozono sluoksnį ardančių medžiagų turinčia įranga, keliami papildomi kvalifikaciniai reikalavimai (VŠĮ „Versli Lietuva“).

Kita problema, su kuria susiduria automobilių techninės priežiūros ir remonto verslo atstovai yra žmogiškieji ištekliai. Tiriant Lietuvos darbo biržos (toliau LDB) prognozes pastebėta, kad variklinių transporto priemonių mechanikų ir šaltkalvių darbo jėgos pasiūla ir paklausa kito visu tiriamu laikotarpiu, taip pat kito ir situacija atskirose savivaldybėse. Pasak LDB patiektų įsidarbinimo galimybių barometrų ir darbo rinkos prognozių, didelis ar vidutinis šios profesijos atstovų poreikis buvo beveik visu tiriamu laikotarpiu (2009–2017 m.), išskyrus 2011 metus, kuriais įsidarbinimo galimybės buvo vertinamos kaip mažos. Vertinant automobilių mechanikų ir šaltkalvių profesijų atstovų pasiskirstymą Lietuvos savivaldybėse galima teigti, kad 2015–2017 metais daugelyje savivaldybių buvo šių darbininkų perteklius (27 savivaldybėse 2015 metais, 34 savivaldybėse 2016–2017 metais).

Tyrėjai diskutuoja dėl šios srities žmogiškųjų išteklių. Šiuo metu, keičiantis automobilių techniniams parametrams, aplinkos apsaugos reikalavimams, didėjant alternatyviais degalais varomų automobilių populiarumui, darbuotojai turi tobulėti, mokytis ir suprasti kaip prižiūrėti bei remontuoti naujos kartos automobilius.

Garbinčiaus (2012) nuomone, šiuolaikiniai automobiliai yra pagaminti laikantis daugybės saugumo, ekonominių, ekologinių, vartotojų ir konkurencijos reikalavimų, todėl norint juos teisingai techniškai prižiūrėti reikia ne tik išmanyti jų mechaninę dalį, bet ir mokėti naudotis nauja IT įranga – techninės priežiūros, atsarginių detalių bei diagnostikos sistemomis. UAB „Rinkodaros projektai“ teigia, kad daugiau nei 6 proc. naujų automobilių yra varomi alternatyviu kuru, o per pirmuosius septynis 2017 metų mėnesius Lietuvoje registruoti 888 nauji automobiliai, naudojantys ne tradicinius degalus, lyginant su tuo pačiu 2016 metų laikotarpiu, matomas 71 proc. augimas.

Pastaruoju metu eskaluojamos verslininkų ir švietimo sistemos atstovų diskusijos dėl profesinio rengimo mokymų kokybės. Asmenys, norintys tapti automobilių remonto įmonių darbuotojais, yra rengiami šalies profesinėse mokyklose, jie gali rinktis iš 43 šalyje veikiančių profesinių mokyklų, siūlančių šios srities profesinį mokymą. Darbuotojai mechanikos sektoriui yra rengiami pagal skirtingus kvalifikacijos lygius:

- pirmojo lygio kvalifikacija suteikiama darbo rinkos mokymo programą baigusiems asmenims;
- antro lygio kvalifikacija suteikiama asmenims, baigusiems darbo rinkos mokymo ar 1 pakopos profesinio mokymo programą;
- trečio lygio kvalifikacija suteikiama baigusiems 2, 3 ar 4 lygio profesinio mokymo programą;
- ketvirto lygio kvalifikacija suteikiama asmenims, baigusiems aukštesniąsias studijas;

- penkto lygio kvalifikaciją įgyja asmenys, baigę neuniversitetines studijas (Kvalifikacijų ir profesinio mokymo centras).

Nors egzistuoja daugybė profesinio rengimo mokyklų, absolventų parengimas dažnai neatitinka verslo atstovų lūkesčių, netinkamai paruošti darbuotojai negali prisitaikyti darbo rinkoje dėl žinių bei praktinių įgūdžių stokos, o kvalifikuotos darbo jėgos trūkumas neleidžia tinkamai vystytis šalies ekonomikai.

Ši problema pradėta spręsti rengiant profesinio mokymo ir įvaizdžio patrauklumo gerinimo bei profesinio mokymo tobulinimo, atsižvelgiant į darbo rinkos poreikius, programas. Kvalifikacijų ir profesinio mokymo centras 2011–2015 metais vykdė projektą „Profesinio mokymo kokybės išorinis vertinimas“ (Kvalifikacijų ir profesinio mokymo centras). Analizuojant variklinių transporto priemonių, laivų ir orlaivių švietimo posričio programų įgyvendinimo kokybės išorinio vertinimo rezultatus galima teigti, kad darbdaviai atnaujinant profesinio rengimo programas nedalyvauja arba dalyvauja pasyviai, todėl programos atnaujinamos iki galo neatsižvelgiant į darbo rinkos poreikius. Profesinių mokyklų atstovų teigimu, darbdaviai beveik visada yra patenkinti absolventų parengimu, tačiau tik labai maža dalis profesinio mokymo teikėjų pateikė aiškius darbdavių atsiliepimus, didžioji dalis jų buvo perteikta kaip žodinių apklausų ataskaitos, todėl siūloma vykdyti kokybiškas darbdavių pasitenkinimo absolventų kvalifikacija apklausas.

2017 metais parengtoje profesinio mokymo reformoje siūloma ne tik kas penkerius metus kartoti mokymo teikėjų išorinį vertinimą, bet ir labiau įtraukti darbdavius, kaip socialinius profesinio mokymo teikėjų partnerius. Sekant kitų Europos valstybių pavyzdžiu, siekiama įvesti dualinį mokymąsi, kai dalis mokymo proceso vykdomas ne mokykloje, o darbo vietoje, taip užtikrinant darbo įgūdžių įgijimą (Švietimo informacinių technologijų centras).

Aktyvių santykių vystymas tarp mokslo teikėjų ir verslo atstovų yra laikomas būtinu dėl ekonominių, profesinių bei socialinių aspektų (Stăiculescu, Richițeanu-Năstase and Dobrea, 2014). Į mokymo procesą ar studijų programų atnaujinimą įsitraukiant verslo atstovams, yra ruošiami absolventai, kurie baigę studijas jau turi įgiję darbui reikalingų įgūdžių. Autorės analizuoja tyrimą, kuris buvo atliktas Rumunijoje 2012–2013 metais, jame bendradarbiavo Bukarešto ekonomikos universitetas, Rumunijos vadybos konsultacijų asociacija, 21 įmonė bei 150 studentų. Tyrimo metu atskleista, kad per 12 mėnesių tiriamieji, dirbdami įmonėse, įgavo tinkamų darbo įgūdžių ir žinių, todėl daugiau nei pusė jų (77 asmenys) įsidarbino dar nebaigę studijų ir baigiamųjų praktikų.

Dar viena automobilių remonto įmonių problema galima laikyti konkurenciją. Rinkoje veikia daugybė automobilių remonto paslaugų teikėjų ir yra matomas nuolatinis šios verslo šakos augimas, todėl šio verslo atstovams darosi sunku konkuruoti tarpusavyje ir išlaikyti pozicijas rinkoje, neprarandant pajamų ir išlaikant tą pačią arba gerinant teikiamų paslaugų kokybę. Be to, konkurencingumą lemia ir nesąžiningų rinkos dalyvių egzistavimas. Verslininkai, dirbantys pagal

individualios veiklos pažymą, patentą ar iš viso nedeklaruojantys savo veiklos, susiduria su mažesniais kaštais ir išvengia mokesčių mokėjimo prievolės, todėl dažnai jų siūlomos paslaugos yra pigesnės, o vartotojas, rinkdamasis nelegaliai atliekamas paslaugas, praranda teisę skųstis dėl kokybės.

Lietuvos automobilių verslą gana stipriai veikia ir Lietuvos bei užsienio valstybių, ypač ES ir NVS narių taikomos ekonominės politikos priemonės. ES galiojanti ekonominių santykių bazė yra palanki Lietuvai tuo atveju, kai kalbama apie prekybą ir kapitalo judėjimą bloko viduje, tačiau susiduriant su išorės valstybėmis, Lietuva dažnai neturi savarankiškų sprendimų laisvės, o į susiklosčiusias politines ar ekonomines aplinkybes reaguoja vadovaudamasi kitų vakarų šalių siūlymais. Tuo tarpu šiuo metu galiojanti Rusijos ir kitų NVS valstybių ekonominė politika grindžiama embargu ir kitais teisiniais ribojimais. Šalies automobilių remonto verslą ypač palietė 2011–2012 metais įvesti muitai senesniems iš ES įvežamiems automobiliams. Europos parlamento duomenimis, 2015 sausio-birželio mėnesių automobilių eksportas iš ES į Rusiją sumažėjo apie 11 procentų, lyginant su ankstesnių metų tuo pačiu laikotarpiu (Europos Parlamentas, 2016).

Apibendrinant pagrindines problemas, su kuriomis susiduria automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančios įmonės, galima teigti, kad labiausiai jų veiklą riboja teisinis reguliavimas dėl ekologinių, saugos ir sveikatos apsaugos aspektų, taip pat išlieka didelė Lietuvos, ES ir Rusijos politinių-ekonominių priemonių įtaka šios verslo šakos įmonių užimtumui. Verslo barjeru taip pat gali tapti bendro Lietuvos automobilių parko naujinimas, tobulėjant technologijoms, didinant alternatyviu kuru varomų automobilių prieinamumą, remonto dirbtuvėms reikia naujos įrangos, o remonto paslaugų teikėjas turi pasirūpinti savo ir darbuotojų mokymu dirbti su naujomis technologijomis. Be to, didele kliūtimi gali tapti kompetentingų darbuotojų stoka, kurios išvengti siekiama vykdant profesinio mokymo reformą, suteikiant tinkamą mokymosi įrangą ir į švietimo procesus įtraukiant verslo atstovus. Taip pat šį verslą veikia augantis konkurentų skaičius, todėl verslininkai turi rasti būdus neprarasti pozicijų rinkoje, o konkurencinę kovą dar labiau apsunkina nelegaliai dirbančios automobilių remonto dirbtuvės.

1.3. Automobilių remonto įmonių ekonominė situacija Lietuvos ekonomikos kontekste

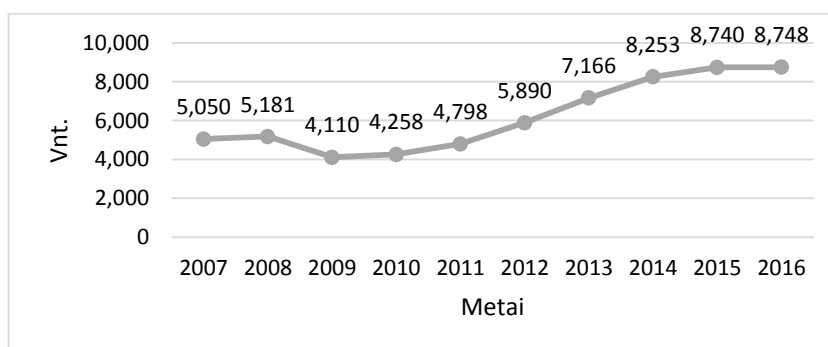
Autoriai pateikia skirtingus rodiklių kompleksus, kuriuos analizuojant galima įvertinti tam tikro verslo vieneto ar šakos veiklos rezultatus bei situaciją šalies ekonomikoje. Žvinklys ir Vabalas (2001) įmonių situacijos vertinimui siūlo naudoti septynias rodiklių posistemas, susidedančias iš rezultatyvumo, ekonomiškumo, našumo, pelningumo, kokybės, darbinio gyvenimo kokybės ir naujovių įdiegimo rodiklių. Tonkūnaitė, Sliesoraitytė ir Dulskis (2008) pagrindiniais rodikliais, parodančiais verslo šakos naudą šalies ekonomikai, įvardija įmonių skaičių, darbuotojų skaičių bei pridėtinę vertę, taip pat mato būtinybę vertinti įmonių pajamų, investicijų ir kitus rodiklius. Dulskis

(2007), nagrinėdamas tam tikrų verslo sričių situaciją šalies ekonomikoje, vertina šiuos verslo rodiklius: veikiančių įmonių skaičių, dirbančiųjų kiekį, sukurtą pridėtinę vertę.

Apsvarsčius automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugų įmonių specifiką, situaciją Lietuvos ekonomikoje nuspręsta vertinti per šiuos rodiklius:

- automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančių įmonių skaičiaus dinamika ir dalis visame šalyje veikiančių įmonių skaičiuje 2007–2016 m.;
- dirbančiųjų skaičiaus automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančiose įmonėse dinamika ir dalis bendrame dirbančiųjų skaičiuje 2006–2015 m.;
- automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančių įmonių apyvartos dinamiką ir dalį visų šalies įmonių apyvartoje 2007–2016 m.;
- automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančių įmonių sukurtos pridėtinės vertės dinamiką ir dalį visų šalies verslo vienetų sukurtoje pridėtinėje vertėje 2007–2016 m.

Veikiančių įmonių skaičius kinta kasmet, tai lemia naujų ir likviduotų įmonių dinamika, verslo bei ekonominė aplinka, gyventojų verslumo ir pragyvenimo lygis. 2 paveiksle pavaizduota automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančių įmonių skaičiaus dinamika 2007–2016 m.

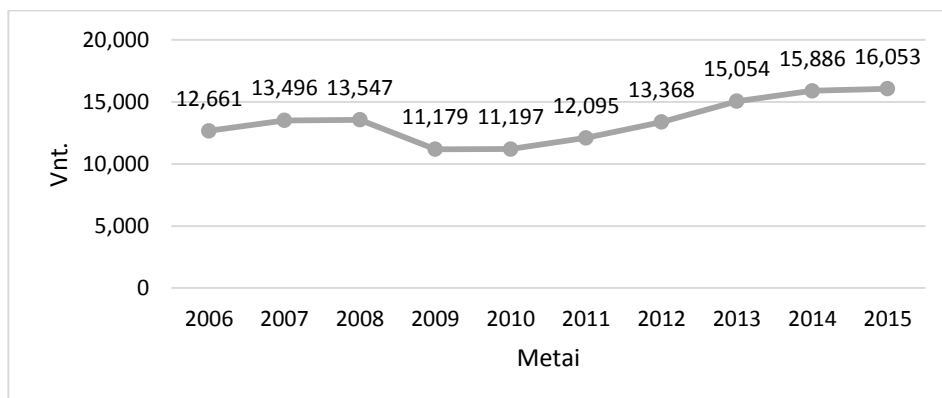


2 pav. Variklinių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių skaičius 2007–2016 m. (sudaryta pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Grafike pavaizduota, kaip kito automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių kiekis. Matoma, kad mažiausias šių įmonių kiekis veikė 2009 metais, lyginant su 2008 metais smukęs beveik 21 procentu, tačiau toks pat smukimas matomas ir bendroje šalies įmonių kaitoje šiuo laikotarpiu. Šis įmonių kiekio sumažėjimas yra pasaulinės ekonominės krizės, kurios metu drastiškai sumažėjo darbo vietų kiekis, vartojimas, krito mėnesinis darbo užmokestis, pasekmė. Šiuo atveju stipriai paveikė ne tik vidaus rinkos vartojimo lėtėjimas, bet ir kitų valstybių ekonominės padėties blogėjimas, nes nemaža dalis automobilių remonto įmonių užsiima automobilių, skirtų reeksportui, remontu. Visu likusiu laikotarpiu matomas įmonių kiekio augimas, rodantis gyvėjančią šalies ekonomiką. Lyginant 2007 ir 2016 metus, automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių kiekis padidėjo 73 procentais, kai, tuo

tarpu, bendras šalyje veikiančių įmonių kiekis per laikotarpį padidėjo tik 41 proc. Visu tiriamu laikotarpiu automobilių techninės priežiūros ir remonto paslaugų įmonės sudarė vidutiniškai 3,5 procento visų šalyje veikiančių įmonių.

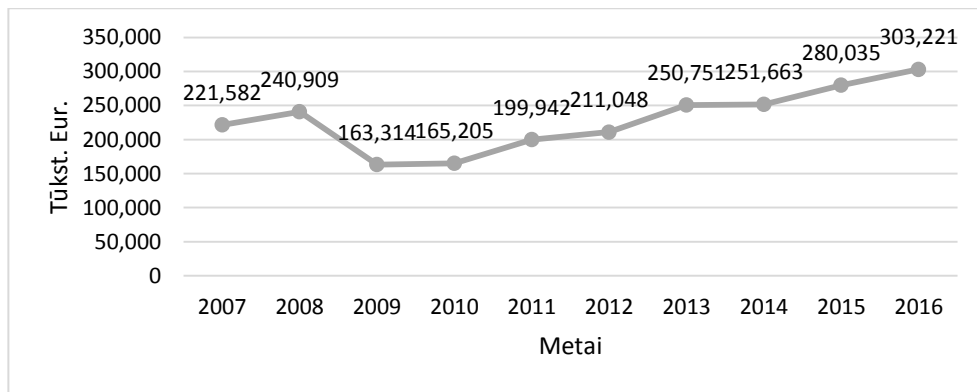
Kalbant apie įmonių situaciją šalies ekonomikoje privalu aptarti jose dirbančių darbuotojų kiekio dinamiką. Verslas, suteikdamas darbo vietas, ne tik gauna galimybę padidinti savo verslo sklandumą bei pajamas, bet ir prisideda prie bendros šalies ekonominės ir socialinės gerovės. Dirbančiųjų kiekis automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonėse pavaizduotas 3 paveiksle.



3 pav. Automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių darbuotojų dinamika 2006–2015 m. (sudaryta pagal sudaryta pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Automobilių techninės priežiūros ir remonto paslaugų įmonės 2006–2015 metais suteikė vidutiniškai 1,43 procento visų šalyje suteiktų darbo vietų, šis požymis parodo, kokia svarbi ši verslo šaka yra šalies ekonomikai. Mažiausias dirbančiųjų kiekis matomas 2009 metais, šis rodiklis koreliuoja su įmonių kiekio rodikliu, kai mažėjant įmonių kiekiui mažėja ir jose dirbančių asmenų skaičius, mažėjimo priežastys nurodytos nagrinėjant veikiančių įmonių kiekį. Nežymus darbuotojų skaičiaus kilimas matomas nuo 2010 metų, sekančiais laikotarpiais kilimas įsibėgėja ir lyginant laikotarpio pradžią bei pabaigą matomas padidėjimas yra lygus 27 procentiniams punkтам, kai, tuo tarpu, bendras šalies dirbančiųjų skaičius augo vos 4 procentais. Vertinant verslo šakos G45 darbuotojų skaičių pagal įmonių darbuotojų skaičių galima teigti, jog didžioji dalis automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių priskiriamos smulkaus ir vidutinio verslo objektams, nes įmonėse, didesnėse nei 250 darbuotojų, dirba apytiksliai vos 2 procentai visų G45 šakos darbuotojų.

Kiekvieno verslo vieneto siekis yra didinti gaunamas pajamas. Įmonių apyvarta priklauso ne tik nuo teikiamų prekių ar paslaugų specifikos, bet ir nuo šalies verslo, konkurencinės aplinkos, pajamų lygio, kainų pokyčių, šiuo atveju svarbi ir bendro šalies autoparko struktūra. Transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių apyvartos dinamika pavaizduota 4 paveiksle.

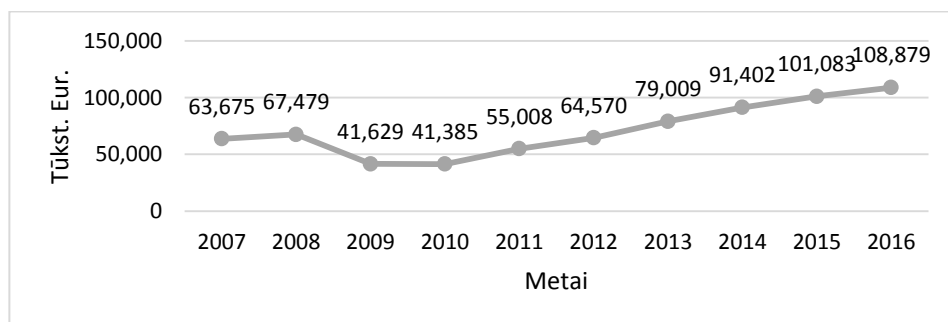


4 pav. Variklinių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių apyvarta 2007–2016 m. (sudaryta pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Pateiktame paveiksle matoma, kad mažiausia apyvarta tiriamoje verslo šakoje buvo 2009 metais, kai, lyginant su ankstesniu laikotarpiu, įmonės pajamų uždirbo 32 procentais mažiau. Šis rodiklis, lyginant laikotarpio pradžią ir pabaigą padidėjo 37 proc., nors veikiančių įmonių kiekis augo 73 procentais, todėl išryškėja tendencija, kad augantis įmonių skaičius nereiškia didesnių verslo šakos pajamų. 2007 metais vidutiniškai vienai veikiančiai šakos įmonei atiteko 4388 tūkst. Eur apyvartos, o 2016 šis rodiklis siekė 3466 tūkst. Eur, parodydamas, kad laikotarpio pabaigoje didėjantis įmonių skaičius nereiškia taip pat sparčiai kylančių verslo pajamų. Vertinant automobilių techninės priežiūros ir remonto paslaugų įmonių apyvartos dalį bendroje šalies įmonių apyvartoje aiškėja, kad šis rodiklis visu tiriamu laikotarpiu vidutiniškai sudarė vos 0,34 procento visų įmonių pajamų.

Dar vienas svarbus rodiklis, apibūdinantis verslo šakos indėlį į bendrą šalies ekonomiką yra pridėtinė vertė. Ekonomikos terminų žodyne apibrėžimas „pridėtinė vertė“ aiškinamas kaip „prekių ir paslaugų vertės padidėjimas kiekvienoje gamybos stadijoje“.

Sukurtą pridėtinę vertę nacionaliniu lygiu parodo BVP. Automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių sukurtos pridėtinės vertės dinamika atskleidžiama 5 paveiksle.



5 pav. Variklinių transporto priemonių techninės priežiūros ir remonto įmonių sukurta pridėtinė vertė gamybos kainomis 2007–2016 m. (sudaryta pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Dėl pasaulinės ekonominės krizės sukeltų pasekmių mažiausiai pridėtinės vertės buvo sukurta 2009 metais. Nuo 2010 metų matomas sukurtos pridėtinės vertės augimas, kuris, laikotarpio pabaigą

lyginant su pradžia, užaugo 71 procentu, tai yra tris karus didesnis augimas nei bendros šalies nefinansinių įmonių sukurtos pridėtinės vertės augimas (26 proc.). 2007–2016 metais šios verslo šakos sukurta pridėtinė vertė sudarė vidutiniškai 0,53 proc. visos šalies nefinansinių įmonių sukurtos pridėtinės vertės.

Apibendrinat aptartų rodiklių dinamiką galima teigti, kad mažiausiai naudos nacionalinei ekonomikai automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonės atnešė 2009 metais. Tai lėmė pasaulinės finansų krizės sukeltos ekonominės ir socialinės priežastys, tačiau nuo 2010–2011 metų matomas rodiklių augimas, visi aptarti rodikliai laikotarpio pabaigoje viršijo laikotarpio pradžios rodiklių reikšmes. Vertinant šios verslo šakos įmonių rodiklių dalį bendrame šalies nefinansinių įmonių kontekste galima teigti, kad automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonės yra svarbios Lietuvos ekonomikai, nes sudaro 3,51 procentų visų Lietuvos nefinansinių įmonių, įdarbina vidutiniškai 1,4 proc. visų šalies dirbančiųjų ir sukuria apie 0,5 proc. visos šalyje nefinansinių įmonių sukurtos pridėtinės vertės.

2. TEORINIAI AUTOMOBILIŲ REMONTO ĮMONIŲ NAUDOS EKONOMIKAI BEI PLĖTROS GALIMYBIŲ IDENTIFIKAVIMO ASPEKTAI

2.1. Automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugų samprata bei reglamentavimas

Ištyrus Lietuvos autoparko struktūrą tampa aišku, kad šalyje dėl senų automobilių paplitimo yra susiklosčiusios palankios sąlygos veikti automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonėms. Pranulis, Pajuodis, Urbonavičius ir Virvilaitė (2008) automobilį vadina mišria preke, turinčia daiktinių ir paslaugos savybių. Šiuo atveju paslauga dažnai yra automobilio remontas. Tam, kad būtų suvienodinta remonto ir techninės priežiūros terminologija ir standartai visoje Europos Sąjungoje, buvo išleistas standartas CEN EN 13306 „Techninės priežiūros terminija“. Šiame standarte techninė priežiūra aiškinama kaip „visos techninės, administracinės ir valdymo priemonės, taikomos per visą objekto gyvavimo ciklą, kuriomis siekiama išsaugoti arba atkurti tokią šio objekto būklę, kad jį būtų galima naudoti pagal paskirtį“ (Europos saugos ir sveikatos darbe agentūra, 2007). Šiame standarte techninė priežiūra pagal savo rūšį skirstoma į:

- korekcinę techninę priežiūrą, kuri apima jau sugedusių sistemų remontą ir yra atliekama nenumatyto įrangos gedimo atveju;
- prevencinę priežiūrą, kuri yra atliekama pagal nustatytus laiko intervalus ar kriterijus, taip siekiant sumažinti gedimo tikimybę, o radus sistemos veiklos sistemos pablogėjimą, imamasi priemonių, kurių netaikant objektas sugestų.

Garbinčius (2012) minėtas techninės priežiūros rūšis patikslina. Autorius korekcinę techninę priežiūrą skirto į atidėtąją techninę priežiūrą, kada objekto remontas atliekamas ne iš karto radus gedimą, o vėliau, atsižvelgiant į techninės priežiūros taisykles. Kitas korekcinės priežiūros porūšis, autoriaus teigimu, yra neatidėliotina techninė priežiūra, kuri yra atliekama nedelsiant siekiant išvengti nepageidaujamų padarinių. Profilaktinę techninę priežiūrą autorius skirto į techninę priežiūrą pagal eksploatacinius parametrus, kuri yra atliekama remiantis eksploatacinių charakteristikų ar parametrų kontrole ir į numatytąją techninę priežiūrą, kuri yra atliekama tam tikrais laiko tarpais ar pagal išdirbio vienetus.

Šukšta (2009), tirdamas Komisijos reglamento (EB) Nr. 1400/2002 įtaką motorinių transporto priemonių distribucijai atskleidė kitokią automobilių remonto paslaugas teikiančių įmonių klasifikaciją, šias organizacijas skirstydamas į nepriklausomus remontininkus ir gamintojų įgaliotus remontininkus.

Lietuvos standarte „Motorinių transporto priemonių ir jų priekabų techninė priežiūra ir remontas. Paslaugoms teikiami reikalavimai“ remontas yra aiškinamas kaip transporto priemonės ar jos dalies techninės būklės atkūrimas (ar pakeitimas), siekiant jos atitikimo gamintojo techniniams reikalavimams. Šiame standarte techninė priežiūra apibrėžiama kaip „techninių, administravimo ir

vadybos veiksmų derinys transporto priemonės ar jos dalies naudojimo ciklo metu, skirtas išlaikyti jų techninę būklę, kad galėtų atlikti numatytą funkciją“.

Dar vienas teisės aktas, reglamentuojantis techninės priežiūros ir remonto paslaugas teikiančioms įmonėms keliamus reikalavimus yra Aplinkosaugos reikalavimai autoservisams. Šioje medžiagoje remontu vadinamas technologinių priemonių ir operacijų kompleksas, skirtas sugedusios transporto priemonės taisymui ir techninių reikalavimų atkūrimui. Remontu taip pat laikomas detalių keitimas, taisymas ir pakartotinė apdaila. Techninės priežiūros apibrėžimas šiame dokumente apima technologines priemones ir operacijas, kurias pasitelkiant palaikomi tinkami transporto priemonės techninės būklės reikalavimai.

Apibendrinant pateiktus techninės priežiūros ir remonto apibrėžimus galima teigti, kad techninė priežiūra yra priežiūra, atliekama tam tikrais laiko intervalais, siekiant išvengti transporto priemonės gedimo. Remontu laikomi taisymo darbai, reikalingi tinkamos techninės būklės atkūrimui.

2.2. Remonto ir techninės priežiūros paslaugų kokybės vertinimo sistema

ISO standartas 8402-86 kokybės terminą apibrėžia kaip „visuma produkcijos ir paslaugų charakteristikų ir savybių, sąlygojančių jos galimybę patenkinti esamus ir numatomus poreikius“ (Eidukaitienė, 2012).

Teikiamų paslaugų ar gaminamų produktų kokybei įmonės turi skirti ypatingą reikšmę ir turėtų būti numatomi jos gerinimo metodai, tokie kaip vykdytojų atsakomybė ar atsiskaitymo už kokybę tvarka. Sūdžius (2002) kokybę sieja su vartotojų poreikių tenkinimu, o suteikta prekė ar paslauga turi būti tinkama vartojimui. Autoriaus nuomone, gera kokybė priklauso ne tik nuo fizinių savybių ar mados, ji taip pat turi apjungti atitinkamus reikalavimus. Šie reikalavimai paaiškinami kaip siūlomo produkto platumas bei kompleksiškumas, nuoširdus ir draugiškas aptarnavimas, vartotojui palanki atmosfera, patikimumas, greitas atlikimas, papildomas aptarnavimas bei aptarnavimas prieš ir po prekės pardavimo ar paslaugos suteikimo.

Lietuvos vartotojų institutas tinkamą automobilių remonto kokybę apibrėžia kaip paslaugą, kurios kokybė nėra blogesnė už teisės aktuose ir paslaugų teikimo sutartyse numatytas savybes. Remonto paslaugos turi atitikti norminius reikalavimus, kokybinius rodiklius, priklausančius nuo paslaugos prigimties ir remonto teikėjo viešai skelbiamų pareiškimų dėl remonto kokybės bei atitikti saugos reikalavimus (Lietuvos vartotojų institutas).

Buiko (2011) atskleidžia, kad automobilių remonto kokybė priklauso nuo dviejų veiksnių grupių:

- detalių ir medžiagų kokybės;
- remonto paslaugų kokybės, skirstomos į technologinį procesą bei žmogiškuosius išteklius.

Autorius taip pat išskiria įtaką kokybei darančius aplinkos tipus. Pirmasis tipas yra techninė aplinka, kurios didžiąją dalį gali įtakoti įmonės vadovo sprendimai, tai yra technologijų, medžiagų,

įrankių ir įrangos bei darbuotojų pasirinkimas. Antrasis aplinkos tipas yra sunkiai ar iš viso nekontroliuojamas verslo objekto vadovų. Šią aplinką sudaro išoriniai veiksniai, tokie kaip kontroliuojančių bei švietimo įstaigų paslaugų kokybė, taip pat automobilių ar jų atsarginių dalių gamintojai. Šiai aplinkai priskiriamas ir dirbtuvių valdymo organizavimas.

Teikiamų paslaugų kokybė apibūdinama kaip laikymasis reikalavimų, kurie yra suprantami kaip kažkas apibrėžto ir nustatyto normatyvais (Langvinienė ir Vengrienė, 2005). Autorės atskleidžia kitų mokslininkų nuomones apie kokybės dimensijas. J. E. Swan ir L. J. Combs (1976) kokybės suvokimą skirsto į instrumentinę kokybę, kurios nauda matoma vertinant paslaugos kokybę fiziškai ir ekspresinę kokybę, kuri yra juntama per psichologinius ar neapčiuopiamus aspektus. Ch. Grönroos (1986) paslaugų kokybę skirsto į dvi klases – techninę kokybę (apčiuopiama paslaugos dalis) ir funkcinę kokybę (kokybės suteikimo būdas). Analizuojant paslaugų kokybės dimensijas galima teigti, kad vartotojas kokybę supranta remdamasis keliais aspektais – svarbios yra ir fizinė, ir paslaugos teikėjo elgsenos kokybė. Autorių minėti du kokybės aspektai – funkcinis ir techninis – jų nuomone turi būti papildyti dar viena kokybės dimensija, vadinama „vartotojo laukiamos kokybės sąvoka“ (Langvinienė ir Vengrienė, 2005). Autorės atskleidžia kokybės aspektus, kurie vartotojams yra svarbiausi: profesionalumas ir įgūdžiai, pažiūros ir elgsena, prieinamumas ir lankstumas, patikimumas, kompensavimas, reputacija ir kreditingumas. Žvelgiant iš vartotojo pusės, matyti, kad svarbi yra ne tik techninė atlikto darbo kokybė, bet ir asmeninis saugumas ir pasitenkinimas.

Teikiamų paslaugų kokybę, klientų ir įmonės pasitenkinimą lemia pagrindinis serviso procesas (Garbinčius, 2012). Automobilių techninės priežiūros veikloje pagrindinio serviso proceso standartą pirmasis pradėjo diegti Volkswagen koncernas, numatydamas oficialiems techninės priežiūros ir remonto atstovams gaires, kaip turi būti teikiamos paslaugos. Standartą sudaro septyni etapai, numatantys techninės priežiūros atlikimą nuo susitarimo dėl priėmimo laiko iki automobilio grąžinimo savininkui ir, svarbiausia, klientų apklausos. Taikant šį standartą didinamas paslaugos gavėjo pasitenkinimas, nes yra sudaromos sąlygos remontą atlikti vartotojui tinkamu metu, apklausos metu išklausoma jo nuomonė. Taip pat užtikrinamas sklandus ir greitas remonto atlikimas, servise automobiliai priimami numatytam laikui, išvengiama bereikalingų išlaidų atsarginių detalių pirkimui ir sandėliavimui.

Kalbant apie vartotojų pasitenkinimą būtina ištirti vartotojų skundus dėl automobilio remonto paslaugų. Lietuvos valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (VVTAT) kasmet sulaukia skundų dėl netinkamai atliktų automobilių remonto ar techninės priežiūros paslaugų. 2014 metais šis skaičius siekė 33 vnt., 2016–44 vnt., tiek pat skundų sulaukta ir 2017 metų pirmąjį pusmetį. Didžioji dalis skundų išnagrinėti ne teismo būdu (2014 m. 9 vnt., 2016 m. 35 vnt., 2017 m. I pusmetį 27 vnt.). Dėl netikslios įstatymų bazės, skundų dėl netinkamų ar nekokybiškų automobilių remonto paslaugų nagrinėjimas susiduria su sunkumais. Pagal LR įstatymus, už techninio aptarnavimo ir remonto

paslaugų kontrolę atsakinga įstaiga yra Valstybinė kelių transporto inspekcija, tačiau perduodant skundų nagrinėjimą šiai įstaigai, dažniausia sulaukiama atsakymo, jog „teisės aktuose yra įtvirtinta tik kontrolės, bet nėra reglamentuojama šių paslaugų kokybės įvertinimo funkcija“ (VVTAT 2016 metų asmenų prašymų ir pasiteiravimų analizės ataskaita).

Langvinienė ir Vengrienė (2005) pateikia Parasuraman (1985) išskirtas pagrindines kokybės spragas, dėl kurių kyla vartotojų nepasitenkinimas suteiktų paslaugų kokybe:

- paslaugų remonto teikėjai neturi pakankamų žinių vartotojo lūkesčių ir skirtumo tarp vartotojo poreikių ir lūkesčių nustatymui;
- standartų suvokimo skirtumas tarp organizacijos vadovo ir vartotojo, suprantant pastarojo lūkesčius ir paslaugų tiekimui įdiegtų kokybės standartų;
- pateikimo ar prisitaikymo spraga, pasireiškianti kaip kai kurių paslaugos teikimo standartų ir tikrojo atlikimo skirtumas;
- vidinės komunikacijos spraga, išryškėjantis organizacijos darbuotojų nuomonės apie paslaugos kokybę vertinimo ir faktiškos kokybės nesutapimą;
- vartotojo supratimo ir faktiškos suteiktos paslaugos suvokimo spraga;
- interpretacijos spraga, pasireiškianti kaip paslaugos teikėjo pažadų ir to, kaip vartotojas juos supranta, skirtumas;
- pačia svarbiausia spraga laikoma paslaugos spraga, kuri aiškinama kaip „vartotojų lūkesčių ir jų suvokimo apie suteiktą paslaugą skirtumas“. Ši spraga indikuoja kaip vartotojas įvertino paslaugą, lyginat su tuo, ko buvo tikėtasi (Langvinienė ir Bengrienė, 2005).

Automobilių remonto įmonių teikiamų paslaugų kokybė yra svarbi tiek vartotojui, tiek bendrai šalies aplinkai. Atsižvelgiant į tai, kad bendras Lietuvos autoparkas kasmet didėja, iškyla būtinybė kelių infrastruktūros gerinimui, taip pat plėtojami su transporto priemonių eksploatacija susiję verslai – automobilių prekyba, remontas, autoservisus aptarnaujančios įmonės (įrangos, atsarginių detalių ir pan.). Bašmakov (2008) tyrė šalyje veikiančių didžiųjų autoservisų tinklų paslaugų kokybės realijas. Autorius pabrėžia, jog norint pagerinti atliekamų darbų kokybę reikia ne tik remonto atlikimo darbams samdyti specialistus, bet ir suprasti žmonių santykius, logistiką, finansus, rinkodarą ir kitus, atrodo nesusijusius, tačiau svarbius aspektus. Automobilių remonto kokybės užtikrinimui autorius pasiūlė įvesti „penkių ratų sistemą“, pagal kurią automobilių remonto įmonės pagal savo patalpų tinkamumą, įrangos kokybę, darbuotojų kvalifikaciją ir papildomus aspektus būtų vertinami balais nuo 1 iki 5, kur 1 yra žemiausias kokybės laipsnis, 5 aukščiausias.

Autorius, reitinguodamas autoservisus paminėjo kai kuriuos aspektus, kurie didintų paslaugos gavėjo pasitenkinimą teikiama paslauga, pavyzdžiui, 5 ratų įvertinimą turintys autoservisai, be kokybiškai atliktų remonto paslaugų, taip pat siūlytų papildomas paslaugas, tokias kaip darbo laikas visą parą, automobilio atgabenimas į servisą savu transportu, poilsio kambariai laukiantiems ir pan.

Bašmakov (2008) nuomone, įdiegus šią automobilių remonto įmonių vertinimo sistemą būtų iki galo įvykdyta automobilių remonto paslaugų kokybės sistema, taip pat klientai, atsižvenddami į pageidaujamą ar sau prieinamą kokybės ir kainos santykį galėtų lengviau pasirinkti remonto paslaugos teikėją.

Papildomų paslaugų svarbą išskiria ir Pajuodis (2005). Autorius, nagrinėdamas prekybos įmonių paslaugų politiką, papildomas paslaugas identifikuoja kaip prekių (šiuo atveju, paslaugų) pirkimo metu, prieš jį ar po vykdomą papildomą veiklą. Mokslininko nuomone, papildomos paslaugos organizacijos veikloje neša naudą dėl pardavimų didinimo esamiems klientams, skatina pakartotiną prekių ar paslaugų pirkimą, padeda pritraukti naujų klientų, palengvina paslaugų teikėjų profiliavimą, gerina organizacijų įvaizdį bei patrauklumą, lengvina konkurencinę kovą ir didina vartotojų pasitenkinimą bei lojalumą.

Pajuodis (2005) papildomų paslaugų teikimą pagal sąsają su teikiama pagrindine paslauga skirsto į:

- tiesiogiai susijusias paslaugas, kurias apima techninės paslaugos, tokios kaip papildomų priemonių suteikimas, pristatymas į ar atsiėmimas iš vartotojui patogios vietos, registracija telefonu, kreditas paslaugoms įsigyti ir pan. Pastarasis vertinamas itin palankiai, kadangi tai yra laikoma viena svarbiausių papildomų paslaugų dėl kliento pririšimo prie paslaugos teikėjo;
- paslaugos, susijusios su pagrindinių paslaugų pirkimu. Ši papildomų paslaugų rūšis suteikia didesnę vartotojo pasitenkinimą paslaugos teikimo metu ir gali apimti tokius aspektus kaip automobilio stovėjimo aikštelė, poilsio kambarys ar daiktų saugojimas;
- savarankiškos paslaugos. Šios gali būti suprantamos kaip patogi remonto dirbtuvių vieta, šalia kurios įsikūrusios kitos klientui patrauklios vietos – maitinimo, kredito ar panašios įstaigos.

Paslaugų kokybę ir teisę jos reikalauti gali užtikrinti tik legaliai dirbančios įmonės. Šioje vietoje būtų teisinga naudoti terminą *legali šešėlinė ekonomika*, reiškiantį prekių ar paslaugų gamybą, sąmoningai ją slepiant nuo valstybės, išvengiant mokesčių ir kitų veiklos reguliavimo formų (Dievaitis, 2013).

Kalbant apie šešėlinę ekonomiką ir kokybės vertinimą išryškėja skirtingos autorių nuomonės. Dievaičio (2013) atliktas tyrimas parodė, kad nelegaliai dirbantys automobilių meistrai siūlo pigias, greitai paslaugas, tačiau jų neįvardija kokybiškomis. Šiuo atveju, nelegaliai dirbantys automobilių verslo atstovai siūlo paslaugas už konkurencingesnę kainą, tačiau neužtikrina kokybės o vartotojas, gaudamas pigesnę paslaugą praranda teisę pareikšti nepasitenkinimą dėl nekokybiškos paslaugos suteikimo.

Nikopour, Habibullah and Schneider (2008) iškėlė kelis požiūrius į šešėlinę ekonomiką. Vienas jų teigia, jog sumažinus šešėlinės ekonomikos mastą, greitėja ekonomikos augimas, dėl kurio didėja viešųjų prekių ir paslaugų kokybė. Tuo tarpu šešėlinės ekonomikos augimas ne tik sukelia ekonomikos

stagnaciją ir viešųjų paslaugų kokybės pablogėjimą, bet ir legaliai dirbančių įmonių produkcijos ar paslaugų apimčių bei kokybės mažėjimą.

Balafoutas, Beck, Kerschbamer & Sutter (2015), nagrinėdami mokesčių vengimo poveikį ekspertų paslaugų rinkose, paremtose kliento ir tiekėjo pasitikėjimu, nustatė, jog bandymas nelegaliai sumažinti veiklos sąnaudas, nesvarbu jis pavykęs ar ne, mažina įmonės efektyvumą, pardavimų apimtį ir neigiamai veikia teikiamų prekių ar paslaugų kokybę. Be to, šitaip formuojasi nelygiavertė konkurencija visoje rinkoje.

Apibendrinant automobilių remonto ir techninės priežiūros kokybės vertinimo aspektus galima teigti, jog dažniausiai automobilių remonto kokybę vertinama ne tik pagal techninius parametrus. Šiuo metu, kai rinkoje veikia daugybė automobilių remonto verslų, klientas pagal savo norus ir galimybes gali pasirinkti autoservisą pagal taikomas kainas, naudojamą įrangą, o dažnas pirmenybę teikia papildomas paslaugas siūlantiems automobilių remonto verslininkams. Be to, vartotojo ir verslininko pasirinkimas pirkti ar teikti paslaugas nedeklaruojant, deklaruojant dalinai ar kitaip vengiant mokesčių ir teisinių reguliavimo priemonių taikymo veikloje, nukenčia ir siūlomos produkcijos kokybė bei atsiranda neigiamas poveikis visai rinkai.

2.3. Remonto įmonių paslaugų paklausos ir pasiūlos veiksniai bei jų valdymas

Įmonių gyvavimas, ekonominiai rezultatai bei plėtros tendencijos priklauso ne tik nuo vadovų, žmogiškųjų išteklių ar technologijos. Šiuo atveju labai svarbi rinka, kurioje įmonė siekia veikti bei paklausos ir pasiūlos veiksniai. *Rinka* vadinama visuma, susidedanti iš prekių ir paslaugų mainų tarp pirkėjų ir pardavėjų, ji padeda tenkinti vartotojų poreikius bei apima tokius svarbius aspektus kaip kainų formavimosi jėgos, pasiūla ir paklausa (Jakutis, Petraškevičius, Stepanovas, Šečkutė ir Zaicev, 2007). Ekonomikos augimo teorijoje teigiama, jog ekonomikos augimas gali būti vertinamas kaip ekonomikos gebėjimas gaminti daugiau prekių ir paslaugų negu praėjusį laikotarpį. Daugelyje makroekonomikos leidinių teigiama, kad paklausos ir pasiūlos įtaka realiajam produktui laikoma pagrindine makroekonominė prielaida (Raisová ir Čurčová 2014).

2.3.1. Automobilių remonto įmonių paklausos samprata ir ją veikiančių veiksnių identifikavimas

Paklausos sąvoka literatūroje aiškinama panašiai. Čičinskas ir Klebanskaja (2003) paklausą įvardija kaip konkrečių prekių ar paslaugų kiekius, kuriuos tuo metu esančiomis įvairiomis kainomis vartotojai nori ir gali įsigyti. Autoriai atskleidžia, jog ekonomistai paklausą laiko kainos ir kiekio atvirkštine priklausomybe ir pabrėžia, kad paklausa nėra lygi norui ar pageidavimui, tai yra tikslus kiekis, kurį norint galima nusipirkti. Makutėnienės (2013) nuomone, paklausa apibrėžiama kaip pirkėjų pasirengimas (įskaitant norą ir finansinį pajėgumą) įsigyti prekes ar paslaugas už konkrečias

kainas ir konkrečioje vietoje. Snieška ir kiti (2010) paklausą įvardija kaip prekių kiekio, kurį vartotojai nori ir gali įsigyti santykį su kaina, mokama už perkamą prekę. Jakutis ir kiti (2007) paklausos sąvoką paaiškina kaip „prekių ir paslaugų kiekio, kurį nori ir gali įsigyti (turi tam pakankamai pinigų) pirkėjai, priklausomybė nuo kainos“. Amadeo (2017) paklausa laiko tai, kiek prekių ir paslaugų yra nuperkami per tam tikrą laikotarpį už esančias kainas. Paklausa susideda iš kliento noro ir galimybės už tai mokėti. Autorė paklausą įvardija kaip pagrindinę ekonomikos varomąją jėgą.

Trumpai apžvelgus įvairių autorių pateikiamus paklausos sąvokos aiškinimus atsiranda būtinybė atskleisti kainos poveikį paslaugai. Kaip paminėta visuose pateiktuose sąvokos apibrėžimuose, paklausa priklauso nuo pirkėjo noro, galimybės ir kainos, už kurią parduodama prekė ar paslauga. Jakutis ir kiti (2007) atskleidžia, kad mažėjant kainai, o kitiems veiksniams išliekant nepakitusiais, paklausa didėja dėl šių priežasčių:

- nesikeičiant vartotojo gaunamų pajamų lygiui, sumažėjusi prekės ar paslaugos kaina padeda ją įsigyti, nes toks noras jau buvo, tačiau nebuvo tam pakankamai lėšų. Atsiradus didesniai pirkėjų kiekiui, nors ir kiekvienas perka tą patį prekių kiekį, bendras paklausos keikis rinkoje auga;
- mažėjančios kainos gali paskatinti vartotojus įsigyti didesnę prekių ar paslaugų kiekį, nei įsigydavo anksčiau už didesnę kainą. Tai sąlygoja vartotojo pasirinkimas pirkti daugiau pigesnės prekės vienetų. Ši sąlyga galioja paklausos augimui dėl padidėjusio vartojimo ar pigesnio prekės pakaitalo pasirinkimo.

Kainos poveikį paklausai paaiškina paklausos dėsnis, kuris tvirtina, jog paklausos kiekį ir kainą sieja atvirkštinė priklausomybė, tai yra kylant prekės ar paslaugos kainai, mažėja paklausos kiekis ir atvirkščiai (Čičinskas ir Klebanskaja, 2003; Jakutis ir kiti, 2007; Makutėnienė, 2013; Snieškair kiti, 2010). Nors kaina yra labai svarbi paklausos kiekio sąlyga, šis reiškinys yra lemiamas ir kitų veiksnių. Jakutis ir kiti (2007) nusako svarbiausius iš jų:

- vartotojų pajamų dydis ir pasiskirstymas, kurio kilimas lemia vartotojų pasirinkimą naudoti daugiau aukštesnės kokybės prekių ir mažiau žemos kokybės prekių ar pakaitalų;
- prekių ar paslaugų substitutų ir pakaitalų kainos. Šių veiksnių poveikis paklausai priklauso nuo to, prekė yra substitutas ar komplektuojanti prekė. Jei viena iš prekių yra substitutas, paklausa didėja tos prekės, kurios kaina nekilo. Jei prekės yra komplementarios, kylant vienos iš jų kainai, mažėja abiejų prekių paklausa;
- mada ir vartotojų skonis;
- populiacija;
- vartotojų nusiteikimas (pesimistinis ar optimistinis). Teigiama, kad vartotojai pesimistai, manydami, jos kaina kils, paklausą didina įsigydami prekes ar paslaugas šiuo metu esančiomis kainomis, tuo tarpu vartotojai optimistai tikisi, kad kaina kris ir to laukia, taip sukeldami to laikotarpio paklausos sumažėjimą.

Autoriai atskleidžia, jog paklausos kiekis gali keistis net liekant tai pačiai kainai, tačiau kintant vienai iš aukščiau paminėtų sąlygų.

Snieška ir kiti (2010) įvardija tuos pačius paklausos veiksnius kaip ir Jakutis ir kiti, pridėdamas rėmimo išlaidas. Autorius teigia, jog didėjančios išlaidos reklamai paklausa didina.

Amadeo (2017), paminėjusi ankščiau aptartus paklausos veiksnius pabrėžia, kad populiacija (potencialių pirkėjų kiekis) veikia tik agreguotą (bendrą) paklausa.

Makutėnienė (2013) paklausos veiksnius siūlo skirstyti į kaininius ir nekaininius. Kaininiams veiksniams galioja paklausos dėsnis, kai didėjant kainai, mažėja paklausa ir atvirkščiai. Nekaininiais veiksniais laikoma pirkėjų skaičius ir jų pajamos, taip pat pomėgiai, prioritetai, mados tendencijos, tradicijos, rinkos dydis, kitų prekių kainos, pirkėjų lūkesčiai ir kt.

Langvinienė ir Vengrienė (2005) kalbėdamos apie paslaugų paklausos kitimą išskiria tris bendrąsias paklausos didėjimo prielaidas:

- ekonominės prielaidos, kurias sudaro gyventojų turto didėjimas, dėl kurio dalį paslaugų vartotojai perka, užuot, kaip ankščiau, suteikę jas patys sau. Taip pat darbo našumo kilimas, kuris padeda plėtoti paslaugų ir kitas verslo šakas, šitaip didinant gyventojų pajamas, o pajamų didėjimas keičia vartojimo apimtį ir struktūrą bei situacija darbo rinkoje, kadangi bedarbių bei dirbančiųjų kiekis ir kvalifikacija veikia paklausa per darbo užmokesčio fondą ir poreikių struktūrą;
- demografinės ir sociologinės prielaidos, kurias sudaro didėjantis gyventojų laisvalaikio kiekis, moterų užimtumo didėjimas paslaugų paklausa veikia įvairiais aspektais, pradedant nuo vaikų priežiūros paslaugų ir viešojo maitinimo poreikio, baigiant automobilio, kaip priemonės kelionei į/iš darbo vietos;
- mokslo ir techninės pažangos prielaidos, tokios kaip augantys ekologiniai apribojimai ir išteklių stoka. Ši prielaida svarbi tiek iš vartotojo, tiek iš verslininko pusės, kadangi organizacijoms keliami nauji reikalavimai, dėl kurių reikia specialistų konsultacijų, tuo tarpu vartotojai susiduria su sunkumais paslaugas sau teikdami patys (šiuo atveju pavyzdžiu gali būti sezoninis padangų keitimas ir utilizavimas, kada gyventojai, pirkdami ir keisdami padangas specializuotose dirbtuvėse, gali nesirūpinti tinkamu naudotų padangų išmetimu), taip pat augantis naujų produktų skaičius yra svarbi tiriamos verslo šakos paklausos prielaida, nes didėjant naujų produktų skaičiui, didėja remonto darbų, specialią įrangą turinčių įmonių paslaugų, naujos produkcijos aptarnavimo bei priežiūros paklausa ir didėjantis produktų sudėtingumas lemia aukštesnės kvalifikacijos darbuotojų poreikio augimą, taip pat sudėtingesnės technologijos remonto vartotojai patys dažniausiai atlikti negali, todėl kyla poreikis plėstis šitokias technologijas prižiūrintiems verslams.

Paklausos kitimą lemia įvairūs veiksniai, tačiau visų produktų ar paslaugų paklausa yra ne vienodai jautri aptartų veiksnių pokyčiams. Šioje vietoje svarbu aptarti paklausos elastingumą, kuris parodo, kiek prekių ar paslaugų paklausa yra jautri pokyčiams rinkoje.

Jakutis ir kiti (2007) elastingumo sąvoką paaiškina per dvi sekcijas. Pirmoji paaiškina, jog norint suvokti elastingumą, jis apibrėžiamas kaip paklausos kiekio pasikeitimo procentas, prekės ar paslaugos kainai pakitus vienu procentu. Antra, matematiškai apskaičiuojant paklausos ar pasiūlos elastingumą, jis išreiškiamas kaip paklausos ar pasiūlos procentinio pasikeitimo ir kainos procentinio pasikeitimo santykis. Vitunskienės (2013) teigimu, paklausos elastingumas demonstruoja pirkėjų reakciją į produkto ar paslaugos kainos kitimą.

Paklausos elastingumas dažniausiai vertinamas kainų atžvilgiu. Paklausos elastingumas kainų atžvilgiu yra apibūdinamas kaip pirkėjų reagavimas į prekės kainos pasikeitimą (Snieska ir kiti, 2010). Vitunskienė (2013) paklausos elastingumą kainos atžvilgiu paaiškina kaip paklausos jautrumą produkto kainos pokyčiams. Čičinskas ir Klebanskaja (2003) elastingumo sąvoką aiškina kaip pasikeitusios kainos įtaką vartotojo perkamam prekės (paslaugos) kiekiui.

Paklausos elastingumas gali būti išreiškiamas penkiais skirtingais apibūdinimais (Jakutis ir kiti, 2007; Snieska ir kiti, 2010; Vazonis, B. ir Janušauskaitė, 2006; Vitunskienė, 2013):

- santykinis paklausos elastingumas, apibūdinantis elastingumą, kada norimo pirkti prekių procentinis kiekis kinta labiau, negu yra procentinis kainos pokytis;
- paklausa yra santykinai neelastingai, kai procentinis produkto kainos kilimas yra didesnis negu procentinis paklausos pokytis;
- vieneto paklausos elastingumas pasireiškia tuomet, kada procentinis kainos pokytis sukelia tokio pat procentinio dydžio paklausos kitimą;
- paklausa yra absoliučiai elastinga tuo atveju, kai net menkiausias kainos kitimas sukelia didžiulį paklausos procentinį pasikeitimą;
- paklausa laikoma absoliučiai neelastinga tuomet, kai produkto paklausa nekinta keičiantis jo kainai.

Mokslininkai paklausos elastingumą ir jo veiksnius tiria per skirtingas prizmes. Jakutis ir kiti (2007) išskiria du pagrindinius paklausos elastingumo veiksnius, kurie, autorių nuomone, yra laikas ir substitucija. Jei egzistuoja daug vartojamos prekės substitutų, vartotojas, kintant jų kainoms, gali rinktis pirkti kitą produktą, nepatirdamas didelio nepatogumo ir šitaip tokių prekių paklausa tampa elastinga, kita vertus, prekių, neturinčių substitutų, paklausa yra neelastinga. Analizuojant pasiūlos elastingumą laiko atžvilgiu, dėmesys atkreipiamas į trumpąjį ir ilgąjį laikotarpius. Trumpuoju laikotarpiu, mažėjant parduodamos produkcijos kainoms, mažėja ir pasiūla, o ilguoju laikotarpiu, prisitaikius prie naujai nusistovėjusių kainų, susidaro naujas pusiausvyros taškas. Autoriai, nagrinėdami paklausos elastingumą veikiančius veiksnius, taip pat pateikia kitas sąlygas. Paklausos elastingumą veikia vartotojo biudžeto, skirto prekės pirkimui, dalis, be to svarbu įvertinti, prekė yra prabangos ar būtinojo vartojimo. Pastarųjų paklausą kainos pokyčiai veikia skirtingai, kadangi

būtinųjų prekių paklausa yra mažiau elastinga, o prabangos prekių atsisakymas vartotojui sukeltų mažesnę nepasitenkinimą.

Čičinskas ir Klebanskaja (2003) bei Snieška ir kiti (2010) pagrindiniais paklausos elastingumo veiksniais laiko ankstesnių autorių aptartus veiksnius, papildydami, kad paklausos elastingumą taip pat veikia išlaidų dalis pajamose. Autoriai pabrėžia, jog vartotojams skiriant didelę dalį pajamų pirkti konkrečiai prekei, šios paklausa yra elastinga, nes kintant pajamų dydžiui, vartotojų apsipirkimo įpročiai kinta greitai.

Vitunskienė (2013), tirdama paklausos elastingumą kainų atžvilgiu, pabrėžia paklausos elastingumo priklausomybę nuo šalies išsivystymo ir gyventojų pajamų dydžio. Autorės teigimu šalyse, kurių išsivystymo lygis yra aukštesnis, būtinojo vartojimo prekių paklausa yra mažiau elastinga, nes jų įsigijimui skiriama mažesnė pajamų dalis, tuo tarpu mažiau išsivysčiusiose šalyje, kuriose gyventojų pajamų dalis, skiriama prekių krepšeliui įsigyti, yra didesnė, net būtinojo vartojimo prekių paklausa yra labiau jautri kainų pokyčiams.

Paklausos elastingumas gali būti vertinamas ne tik per kainos, bet ir per pajamų pokyčio prizmę, nes paklausa mažėja dėl mažėjančių vartotojų pajamų (Jakutis ir kiti, 2007) ir pajamoms didėjant, vartotojai perka tiek pat pabrangusių prekių arba daugiau prekių už tą pačią kainą (Čičinskas ir Klebanskaja, 2003). Literatūroje paklausos elastingumu pajamų atžvilgiu laikomas „prekės procentinio pokyčio ir pajamų procentinio pokyčio santykis“, o galima pajamų pokyčio įtaka paklausos dydžiui gali būti teigiama, neigiama arba nereaguoti visiškai (Snieška ir kiti, 2010). Vitunskienė (2013) šią sąvoką paaiškina kaip paklausos jautrumą vartotojų pajamų pokyčiui. Tiriant paklausos jautrumą pajamų pokyčiams, autoriai pateikia gana skirtingus pokytį lemiančius veiksnius.

Produkcijos kokybė laikoma svarbiu veiksniumi, lemiančiu paklausos jautrumą pajamų kaitai. Literatūroje teigiama, jog žemos kokybės produktų paklausa, augant pajamoms, mažėja, nes vartotojai renkasi pirkti daugiau aukštesnės kokybės prekių. Kitokia situacija matoma tiriant aukštos kokybės prekių paklausą. Aukštos kokybės prekės ekonomikoje laikomos tos prekės, kurių paklausa mažėja krintant pajamoms ir didėja pajamoms augant. Šios kokybės klasės produktų paklausa dažniausiai reaguoja į sąlyginai nedideles pajamas gaunančių, o tam tikro produkto vartojimui skiriančių didelę dalį disponuojamų lėšų, vartotojų pajamų kitimą. Kalbant apie išskirtinės, labai aukštos kokybės prekių paklausos jautrumą pajamų pokyčiams galima išskirti vartotojus, gaunančius aukštas pajamas ir tam tikrai prekei skiriančius mažą dalį savo pajamų. Šiuo atveju, augant pajamoms paklausa didėja ir atvirkščiai (Vitunskienė, 2013).

Jakutis ir kiti (2007) bei Snieška ir kiti (2010), paminėję prekių kokybės svarbą vertinant paklausos jautrumą pajamų kitimui priduria, jog tiriant paklausos elastingumą pajamų atžvilgiu dėmesys atkreipiamas ir į tai, kokios paskirties yra prekė ar paslauga. Kasdienio vartojimo prekių paklausa yra mažiau jautri pajamų kaitai. Šios paskirties prekių paklausa didėja esant žemoms

pajamoms, o pajamoms didėjant paklausa didėja labai nežymiai arba nedidėja iš viso, todėl galima teigti, jog kasdienio vartojimo prekių paklausa nėra jautri pajamų pokyčiams. Kitokia situacija matoma nagrinėjant prabangos ar ilgalaikio vartojimo prekių paklausos jautrumą. Šios paskirties prekių vartojimas auga greitai, tačiau šie poreikiai yra tenkinami tik tada, kai patenkinti būtinieji, todėl galima spręsti, kad šių prekių paklausa yra labai elastinga pajamų atžvilgiu.

Vazonis, V., Vazonis, B. ir Janušauskaitė, G. (2006) atskleidžia paklausos elastingumo ir bendrųjų pajamų ryšį. Autoriai teigia, kad esant elastingai paklausai, bendrosios pajamos auga mažėjant kainoms ir pajamos mažėja kainoms didėjant. Neelastingos paklausos atveju, bendrosios pajamos mažėja tada, kai mažėja kainos ir didėja kainoms augant.

Mokslininkų nuomone, labai svarbu paklausos elastingumą tirti ne tik atsižvelgiant į išskiriamų veiksmų įtaką, bet ir įvertinant, kaip vieno produkto paklausą įtakoja kito produkto (substituto) kainos pokytis. Literatūroje šis terminas yra vadinamas kryžminiu paklausos elastingumu ir yra taikomas prekių pakaitalams. Kryžminis paklausos elastingumas parodo, kiek vienos prekės kainos pokytis paveikia kitos prekės (pakaitalo) paklausą (Vitunskienė, 2013).

Snieska (2010) išskiria kryžminio paklausos elastingumo rezultatų reikšmes. Autoriaus teigimu, egzistuoja teigiamas, neigiamas ir nulinis kryžminis paklausos elastingumas. Teigiamas kryžminis paklausos elastingumas pasireiškia tuomet, kada vienos prekės kainos kaita (didėjimas ar mažėjimas) iššaukia kitos prekės vartojimo kaitą. Neigiamas kryžminis elastingumas matomas tada, kai brangstant vienai prekei, mažėja kartu vartojamų prekių paklausa. Nulinis kryžminės paklausos elastingumo efektas pasireiškia, kai prekės nėra susijusios viena su kita.

Jakutis ir kiti (2007) atskleidžia, kaip paklausą veikia komplementarių prekių ir substitutų kainų pokyčiai. Nurodoma, jog komplektuojančių prekių paklausos jautrumas yra neigiamas, kadangi brangstant vienai prekei, mažėja ir su ja vartojamų produktų paklausa. Kitokia situacija matoma vertinant substitutų kainų pokyčius. Šioje vietoje egzistuoja teigiamas paklausos elastingumas, nes vartotojas gali rinktis, ar pakeisti pabrangusią prekę pigesne ar ne.

Literatūroje taip pat pateikiami siūlymai, kaip galima valdyti paklausą, jos dinamiką veikiant sunkiai valdomoms aplinkybėms, tokioms kaip gyvenimo ar darbo ritmas. Langvinienė ir Vengrienė (2007) pateikia pagrindinius paklausos valdymo būdus. Autorės siūlo paklausą valdyti pagal laiką arba įvedant rezervavimo sistemą. Šio proceso esmė yra paskirti klientui (ar leisti pasirinkti pačiam) paslaugos teikimo laiką, šitai sulyginant pajėgumų panaudojimą ir padidinant vartotojo pasitenkinimą, nes sutaupomas jo laikas laukiant eilės ir aptarnavimas nebūna skubotas. Pavyzdžiu automobilių remonto versle gali būti sezoninis padangų keitimas, kurio metu klientai registruojami į eilę ir jiems nurodomas atvykimo laikas. Kitas nurodomas pasiūlos valdymo metodas yra diferencijuotų kainų politikos taikymas ir rėmimo ir skatinimo priemonių pasitelkimas, kuris gali būti įgyvendinamas kainų tarifus keičiant pagal paslaugos teikimo laiką. Šiuo atveju vėl gali būti

pritaikomas sezoninis padangų keitimo laikotarpis, pavyzdžiui, mažesnes padangų keitimo kainas nustatyti tam tikrą laikotarpį iki Kelių eismo taisyklėse nurodytų terminų. Kainų diferencijavimas padeda ne tik suvaldyti paklausą, bet ir pritraukti naujų klientų. Langvinienės ir Vengrienės (2007) nuomone, paklausą taip pat galima valdyti per komplementarių ar substitucinių prekių ar paslaugų siūlymą. Šis metodas taip pat yra susijęs su klientų laiko taupymu ir pasitenkinimo didinimu. Įmonėms siūloma palengvinti klientų laukimo laiką įrengiant patogų laukimo kambarį, šiuo metu labai patraukli ir vartotojams atrodanti savaime suprantama nemokama prieiga prie interneto ryšio, pakaitinio automobilio suteikimas ir pan.

Apibendrinant pateiktą mokslinės literatūros analizę galima teigti, jog paklausa yra laikomas vartotojų noras ir galimybė įsigyti konkrečią prekę ar paslaugą tuo metu esančiomis kainomis. Paklausos kiekį koreguoja įvairūs veiksniai, tokie kaip prekės (paslaugos) bei jos substitutų kainos, gyventojų pajamų lygis, šiame verslo sektoriuje paklausą ypatingai veikia techninė pažanga ir mechanizmų sudėtingumo didėjimas, nes kai kurių remonto darbų, kuriuos gyventojai galėdavo atlikti patys, dabar be specialios įrangos atlikti neįmanoma. Paklausos dinamiką lemia įvairūs veiksniai, tačiau į visus juos paklausa reaguoja nevienodai jautriai, todėl yra vertinamas paklausos elastingumas. Paklausos elastingumą lemia tokie veiksniai kaip pakaitalų kainos, vartotojų pajamų kitimas, prekės (paslaugos) rūšis. Literatūroje taip pat pateikiami paklausos valdymo metodai, iš kurių aktualiausi automobilių remonto ir techninės priežiūros versle gali būti laiko valdymas, diferencijuotų kainų politikos įgyvendinimas bei papildomų paslaugų teikimas.

2.3.2. Automobilių remonto įmonių pasiūlos samprata ir ją veikiančių veiksnių identifikavimas

Bet kurioje rinkoje, norint patenkinti vartotojų poreikius (paklausą), turi egzistuoti pasiūla. Taip pat kaip ir paklausos sąvoka, pasiūlos apibrėžimą mokslininkai aiškina panašiai. Snieška (2010) pasiūlos sąvoką aiškina kaip ryšį tarp prekės kiekio, kurį verslininkas gali ir nori parduoti ir kainos, už kurią prekę yra parduodama. Makutėnienės (2013) nuomone, pasiūla yra konkrečių produktų skaičius, kurį gamintojas nori pagaminti ir parduoti įvairiomis kainomis tam tikru laiku ir tam tikroje vietoje. Jakutis ir kiti (2007) pasiūlos sąvoką paaiškina kaip „prekių kiekis, kurį pardavėjai nori ir gali parduoti tam tikromis kainomis“. Čičinskas ir Klebanskaja (2003) pasiūlos apibrėžimą paaiškina kaip konkrečios prekės įvairius kiekius, kuriuos gamintojas tuo metu nori ir gali parduoti, vyraujant skirtingoms kainoms. Amadeo (2017) paklausa laiko pagaminamų ir parduodamų prekių ar paslaugų skaičių per tam tikrą laikotarpį.

Analizuojant pateiktus sąvokos apibrėžimus galima teigti, kad pasiūlos dydis taip pat stipriai priklauso nuo kainos, už kurią siekiama prekę ar paslaugą parduoti. Pasiūlos dėsnis teigia, kad didėjant prekės kainai, o kitiems veiksniams liekant nepakitusiais, pasiūlos kiekis didėja, o kainai mažėjant, šis

kiekis krenta (Snieška, 2010). Matoma, kad, skirtingai nuo paklausos dėsnio, čia galioja tiesioginė priklausomybė tarp kainos ir paklausos kiekio. Čičinskoir Klebanskajos (2003) teigimu, pasiūlos dėsnis teigia, jog gamintojas turi kelti gaminių kainas, norėdamas padidinti gamybos apimtį ir nevengti padidėjusių ribinių kaštų.

Jakutis ir kiti (2007) teigia, kad kaina nėra vienintelis veiksnys, lemiantis pasiūlos kiekio dinamiką. Autorių teigimu, kitais pasiūlos veiksniais galima laikyti kitų prekių kainų kitimą, jei šios yra substitutai ar komplektuojančios prekės. Gaminant substitutus, jei jų gamyboje naudojamos tos pačios žaliavos, brangesnės prekės bus gaminama daugiau, todėl nepabrangusios prekės pasiūla mažėja. Gaminant komplektuojančias prekes iš tų pačių žaliavų, padidėjus vienos prekės kainai, daugiau gaminama abiejų prekių, gamybos veiksnių kainų kitimą, esant nekintančioms realizavimo kainoms, gali lemti pasiūlos kiekio didėjimą, jei išteklių pinga ir sumažėjimą ištekliams pabrangus bei technologinę pažangą ir technologijų naudojimą gamyboje, kuris pasiūlą veikia teigiamai, nes naudojant modernias technologijas, mažėja išteklių sąnaudos, dėl ko gaunamas didesnis pelnas.

Snieška ir kiti (2010) išskiria tuos pačius gamybos veiksnius, kaip ir Jakutis ir kiti bei papildo dar dviem veiksniais: dotacijomis ir mokesčių dydžio kaita. Autoriai atskleidžia, kad mokesčių didinimas mažina pasiūlą, o dotacijų suteikimas, dėl atsiradusių papildomų lėšų, didina.

Vazonis V., Vazonis, B. ir Janušauskaitė (2006) priduria dar vieną pasiūlos veiksnį, įvardindami kredito gavimo galimybę. Autorių teigimu, esant palankioms kredito gavimo sąlygoms pasiūla didėja, tuo tarpu blogėjančios sąlygos gauti kreditą paklausą gali paveikti neigiamai.

Skirtingai aplinkos veiksnių įtaka veikia ne tik paklausą, bet ir pasiūlą. Pasiūlos elastingumas kainų pokyčiams paprastai yra apibūdinamas kaip gamintojų reakcija į prekęs kainos pokytį (Vazonis, V., Vazonis, B. ir Janušauskaitė, 2006). Snieška ir kiti (2010) pasiūlos elastingumą paaiškina kaip siūlomo prekių kiekio procentinio pokyčio ir prekės kainos procentinio pokyčio santykį. Vitunskienės (2013) nuomone, pasiūlos elastingumas reiškia prekęs pasiūlos jautrumą kainos pokyčiams.

Snieška ir kiti (2010) atskleidžia galimus pasiūlos elastingumo atvejus. Išskiriamas santykinis pasiūlos elastingumas, pasireiškiantis tuomet, kai kainos procentinis pokytis yra mažesnis už siūlomų prekių kiekio procentinį pokytį. Santykinis pasiūlos neelastingumas matomas tuo atveju, kada siūlomų parduoti prekių procentinis kiekio pokytis yra mažesnis negu procentinis kainos pokytis. Vienetinis pasiūlos elastingumas įžvelgiamas atvejais, kuomet kainos ir siūlomos prekės kiekio pokytis yra vienodas.

Pasiūlos elastingumą lemiantys veiksniai literatūroje aprašomi skirtingai. Jakutis ir kiti (2007) pagrindiniais pasiūlos elastingumą veikiančiais veiksniais vadina substituciją ir laiką. Nors išskiriami tokie pat veiksniai, kaip ir tiriant paklausos elastingumą, čia jų vaidmuo yra kitoks. Kalbant apie pasiūlos elastingumą, substitucija yra svarbi tuo, kad naudojant tą patį produktą (išteklių) kelių rūšių

prekių gamybai, vienos iš gaminamų prekių kainos kilimas sąlygos išteklių perkėlimą jos gamybai, o kitų prekių pasiūla mažės (pasiūla yra elastinga). Esant situacijai, kada tuos pačius išteklius naudoti kelių prekių gamybai yra sunku, išteklių kainų dinamika kitų prekių pasiūlai įtakos neturi (pasiūla yra neelastinga). Autoriai taip pat priduria prekių saugojimo galimybių ir sąnaudų poveikį pasiūlai paaiškindami, kad prekių, kurių naudingo galiojimo laikas trumpas, pasiūlos elastingumas yra labai mažas, tuo tarpu ilgo galiojimo prekių pasiūlos elastingumas yra didesnis, nes prekės, kurių galiojimas yra trumpas, krintant kainai vis tiek turi būti parduotos greičiau ir nėra galimybės šios rūšies prekių sandėliuoti laukiant kainos padidėjimo.

Snieška ir kiti (2010) pateikia tuos pačius pasiūlos elastingumo veiksnius, tačiau labiausiai akcentuoja laiko įtaką. Šioje vietoje, autorių nuomone, svarbu yra laikotarpio trukmė, kuri gali būti momentinė, trumpa ir ilga. Momentiniu laikotarpiu gamintojai nespėja reaguoti į rinkos situacijos pasikeitimus, todėl šiuo laikotarpiu pasiūla yra neelastinga. Trumpuoju laikotarpiu įmonės turi galimybę didinti gamybos mastus, jei geba efektyviau naudoti turimus gamybos įrenginius, todėl pasiūla tampa elastingesnė. Todėl kuo daugiau laiko yra praėję nuo kainos kilimo, tuo lengviau gamintojai reaguoja didindami ar mažindami pasiūlą. Ilguoju laikotarpiu laikomas toks laiko tarpas, kuriuo gamintojai turi galimybę didinti gamybos pajėgumus ir gali pasikeisti rinkos dalyvių kiekis. Šiuo atveju pasiūla tampa kur kas elastingesnė, nes gamintojai turi pakankamai laiko prisitaikyti prie kainų pokyčių.

Čičinskas ir Klebanskaja (2003) priduria ribinių kaštų įtaką pasiūlos elastingumui. Autoriai teigia, jog kainoms keičiantis, lengviau prisitaikyti yra toms įmonėms, kurių ribiniai kaštai gamyboje yra mažesni, kadangi jie kur kas lengviau prisitaiko prie kainos pokyčių ir šiuo atveju pasiūla yra elastingesnė. Tuo tarpu gamintojai, patiriantys didesnius ribinius kaštus, prie kainų pokyčių prisitaiko sunkiau ir jų gaminamos produkcijos elastingumas yra mažiau elastingas.

Literatūroje siūlomi ir pasiūlos valdymo variantai. Tais atvejais, kai paklausos suvaldyti organizacijos negeba, ji valdoma per pasiūlos pritaikymą esamai paklausai. Langvinienė ir Vengrienė (2007) pateikia šiuos pasiūlos valdymo metodus, kuriuos galima pritaikyti ir automobilių remonto įmonėse:

- lankstaus darbo grafiko sudarymas bei dalinis užimtumas yra paplitusi paslaugų sferos paklausos ir pasiūlos derinimo priemonė, kuri pasireiškia per reikalingų darbuotojų skaičiaus nustatymą. Žinant nusistovėjusius paklausos ciklus, vadovai koreguoja tuo metu dirbančių darbuotojų skaičių pagal poreikį, pavyzdžiui, sezoniniams darbams priima papildomų darbuotojų ar labiausiai užimtomis valandomis padidindami tuo metu dirbančių darbuotojų skaičių;
- pasiūlą lengviau valdyti, jei įmonėje pajėgumai yra pertvarkomi lengvai ir profesijos bei darbo funkcijos yra suderintos, darbuotojai apmokyti atlikti gretimas operacijas. Pavyzdžiui įmonėse, kuriose dirbantys autoremontininkai atlieka skirtingas funkcijas, kiekvienas yra parengtas atlikti ir

kitokį darbą (pvz. automobilių kėbulų dažytojas geba atlikti transporto priemonės diagnostiką, pakeisti padangas ar pan.). Šitaip, padidėjus konkrečios paslaugos paklausai, darbuotojai persigrupuoja atlikti tuos darbus, kurių yra daugiausia;

- pajėgumų pasidalijimas ir nuoma gali padėti padidinti automobilių remonto įmonių teikiamų paslaugų spektrą ir pagreitinti jų atlikimo laiką, kadangi kai kurie reikalingi įrengimai yra brangūs ar įmonėje nėra tam tikrus darbus atlikti galinčių darbuotojų. Šioje vietoje pavyzdžiu gali būti papildomos, aukštesnės kvalifikacijos reikalaujančios autoelektriko paslaugos ar automobilių diagnostikos aparatūros nuoma;

Apibendrinant literatūroje pateiktas pasiūlos, jos veiksnių, elastingumo sampratas ir jos valdymo metodus galima teigti, kad automobilių remonto paslaugų pasiūla yra paslaugų kiekis, kurį įmonės nori ir gali suteikti klientams už tam tikras kainas. Šių paslaugų pasiūla yra veikiama daugybės veiksnių, iš kurių svarbiausiais galima išskirti technologinę pažangą, gamybos veiksnių kainą, mokesčių sistemą bei dotacijų ar kreditų gavimo galimybę bei konkurentų skaičių. Norint valdyti pasiūlą ir pritaikyti ją prie esančio paklausos dydžio, automobilių remonto įmonės gali naudoti tokius paklausos valdymo metodus kaip žmogiškųjų išteklių pritaikymas derinant jų darbo grafiką, plečiant gebėjimus apmokant atlikti kitas funkcijas. Taip pat pasiūla gali būti valdoma perkant papildomas paslaugas ar išsinuomojant reikalingą, tačiau brangią, įrangą.

2.4. Remonto paslaugų įmonių konkurencijos ypatumai

Analizuojant automobilių remonto įmonių paklausos ir pasiūlos ypatumus padaryta išvada, jog šioje verslo nišoje esančios įmonės egzistuoja laisvosios konkurencijos rinkoje, kurioje nei pasiūlos, nei paklausos teikėjai neturi galimybės kiekvienas atskirai keisti nusistovėjusių rinkos normų. Taip pat, net egzistuojant ilgalaikiams ir konstruktyviems santykiams tarp pirkėjo ir pardavėjo, šie santykiai nėra apsaugoti nuo kitų rinkos dalyvių įsitraukimo. Šiuo atveju, norint sėkmingai vykdyti ir plėtoti veiklą, įmonės turi būti konkurencingos.

2.4.1. Automobilių remonto įmonių konkurencijos ir konkurencingumo samprata

Konkurencijos sąvoka literatūroje pateikiama įvairiai. Ekonomikos terminų žodyne konkurencija yra apibūdinama kaip padėtis rinkoje, kada monopolinių kainų negali taikyti nei vienas rinkos dalyvis, nes į konkrečią rinką yra lengva įeiti naujiems pardavėjams arba pardavėjų jau esama daugiau nei vienas. Jakutis ir kiti (2007) konkurenciją apibūdina kaip rinkos situaciją, kai yra daug pirkėjų ir pardavėjų.

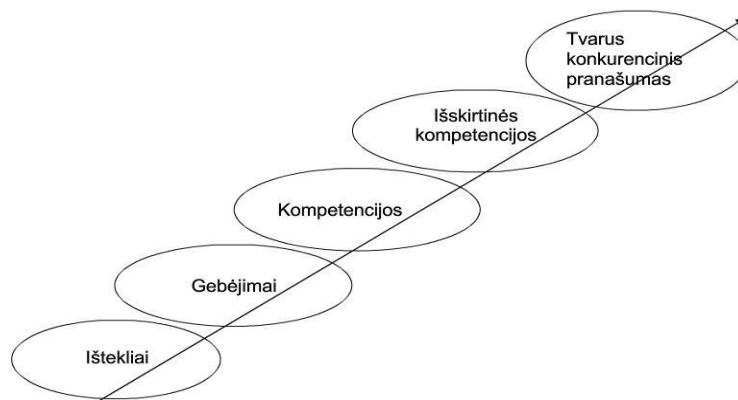
Laisvosios ekonomikos rinkose egzistuoja daug panašias paslaugas teikiančių ūkio objektų, vadinamų konkurentais. Konkurentais laikomi rinkos dalyviai, vartotojams siūlantys tuos pačius

poreikius tenkinančias prekes ar paslaugas. Konkurentai gali būti tiesioginiai ir netiesioginiai. Tiesioginiai konkurentai yra tokias pat prekes ar paslaugas, už panašią kainą ir tiems patiems vartotojams siūlančios įmonės. Netiesioginiais konkurentais laikomos įmonės, siūlančios kitas prekes ar paslaugas, kurios gali patenkinti tą patį vartotojo poreikį. (Bruneckienė, Gižienė, Guzavičius, Jasinskas, Simanavičienė, Palekienė, 2013). Kalbant apie automobilio remonto paslaugas teikiančias įmones pagrindiniai tiesioginiai konkurentai yra kitos automobilių remonto įmonės, o netiesioginiais konkurentais galima laikyti naujų ar dėvėtų automobilių pardavėjus bei atsarginių detalių pardavėjus, jeigu gedimas gali būti lengvai pataisomas paties vartotojo.

Įmonės, norėdamos pirmauti konkurencinėje kovoje, turi būti konkurencingos. Konkurencingumas literatūroje apibūdinamas įvairiai. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (EBPO) konkurencingumu vadina įmonių, verslo šakų, regionų bei valstybių gebėjimą sukurti pakankamai aukštą gamybos veiksmų pajamų ir užimtumo lygį rinkose. Tiriant įvairią literatūrą konkurencingumo sąvoką apibrėžti sudėtinga dėl jos daugialypiškumo. Melniko (2002) nuomone, konkurencingumas yra įmonių gebėjimas turėti geresnius veiklos rezultatus nei konkurentai. Berdell (2002) nuomone, ekonominis konkurencingumas turi būti formuojamas tokiais aspektais kaip gebėjimas parduoti, pritraukti, pritaikyti (prie rinkos pokyčių bei technologinės pažangos) ir uždirbti. Dragon-Sanchez, Sanchez-Martin (2005) įmonės konkurencingumą paaiškina kaip jos gebėjimą didinti turimą rinkos dalį, suteikiant rinkos poreikius atitinkančias prekes ar paslaugas. Pasak Žitkaus ir Mickevičienės (2013) konkurencingumas yra vienas pagrindinių įmonės veikimo tikslų, apibūdinantis jos ekonominį pasisekimą, kurį apima turimos rinkos dalies dydis ir augančios pajamos bei pelnas. Rinkauskaitė (2007) įmonių konkurencingumą makroekonominiu požiūriu vadina įmonių gebėjimą tuo metu esančiomis rinkos sąlygomis prekes ar paslaugas parduoti ar gaminti tokiais kainomis bei vartotoją labiau tenkinančiomis charakteristikomis negu konkurentų siūlomos prekės ar paslaugos. Konkurencinga įmonė tai pasiekia pasinaudodama realiomis, potencialiomis ir turimomis galimybėmis.

Tiriant mokslinę literatūrą konkurencingumo tema išryškėja dar viena svarbi sąvoka – konkurencinis pranašumas. Liučvaitienės ir Paleckio (2011) teigimu, konkurencinis pranašumas yra įmonės gebėjimas ilguoju laikotarpiu veiksmingai generuoti didesnę negu konkurentų kuriama vertę ir tuo pačiu gauti aukštesnę pelningumą negu yra verslo šakos vidutinis. Autoriai pateikia M. Porterio nuomonę, kad konkurencinis pranašumas gali būti didinamas diferencijuojant produktus ar juos parduodant už žemesnę nei rinkos kainą ir šitaip didinant savo pelną rinkoje. Kotler, Armstrong, Wong & Saunders (2003) konkurencinio pranašumo sąvoką paaiškina kaip įmonės sugebėjimą vartotojams teikti žemesnės kokybės ir kainos arba aukštesnės kokybės ir kainos prekes bei paslaugas, negu kiti šakoje veikiantys verslo vienetai.

Konkurencinio pranašumo sąvoką plačiau aprašyta Svetiko ir Aramavičiūtės (2012). Autoriai konkurencinį pranašumą papildo tvarumo sąvoka atskleisdami, jog konkurencinio pranašumo tvarumas priklauso nuo to, kiek laiko įmonė sugeba jį turėti. Anot autorių, konkurencinio pranašumo tvarumas pasiekiamas tinkamai valdant keturis įmonės aspektus (6 pav.).



6 pav. Konkurencinio pranašumo tvarumas (Svetikas, Arimavičiūtė, 2012)

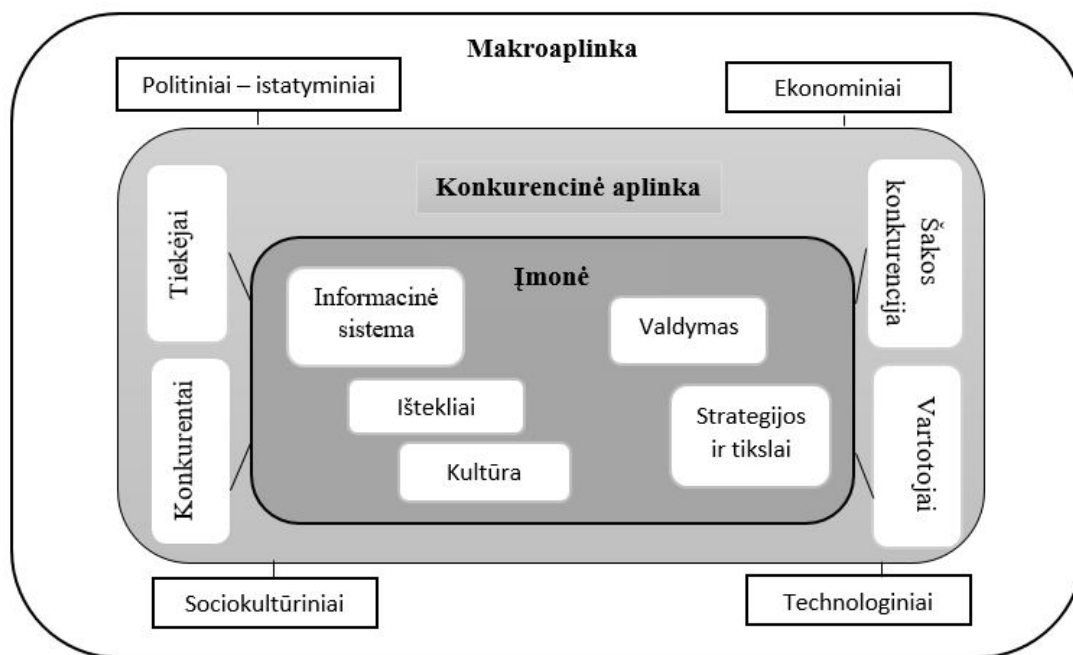
Autoriai atskleidžia, jog konkurencinis pranašumas gali būti pasiekiamas taikant vieną iš strategijų. Kaip vieną iš jų autoriai išskiria sąnaudų lyderystės strategiją, kuri gali būti pritaikoma masinėse rinkose. Remiantis šia strategija, sąnaudos yra nuolat mažinamos atsižvelgiant į turimą patirtį, mažinant išlaidas tyrimams, aptarnavimui, rėmimui ir kitoms pridėtinių išlaidų dalims. Sumažinus sąnaudas, organizacija gauna didesnę nei konkurentų pelną ir prekes ar paslaugas gali pasiūlyti žemesne kaina. Antra pateikiama strategija yra diferenciacijos strategija. Ši strategija orientuota į plačią masinę rinką, o ją taikydamos firmos siekia aptarnauti didesnę dalį vartotojų, tiekdami jiems unikalias paslaugas. Šių įmonių vartotojai sutinka mokėti didesnę kainą už tą pačią paslaugą, nes ji yra pritaikyti būtent tam konkrečiam rinkos segmentui. Tyrimų duomenimis, šios strategijos taikymas įmonei padeda konkurencinį pranašumą didinti sukuriant papildomus barjerus kitoms firmoms, kurios nori įeiti į rinką, tačiau rinkos dalis dažniausiai lengviau didinama taikant sąnaudų lyderystės strategiją. Trečioji siūloma strategija yra nišos strategija, kuri gali remtis sąnaudų lyderystės nišoje arba diferenciacijos nišoje strategijomis. Nišos strategijos esmė yra rinkai siūlyti specialiai jai sukurtą produktą.

Apibendrinant pateiktus autorių apibrėžimus galima teigti, kad konkurencija yra laikomas kelių verslo objektų (konkurentų), veikiančių vienoje rinkoje, varžymasis. Konkurentais galima laikyti tiek paralelias prekes ar paslaugas teikiančias įmones, tiek įmones, kurių produkcija gali patenkinti tuos pačius vartotojų poreikius. Konkurenciniu įmonės pranašumu laikomas jos gebėjimas užimti aukštesnes pozicijas rinkoje, įgyti aukštesnę negu vidutinis šakos pelningumą ir patenkinti vartotojų poreikius uždirbant daugiau negu konkurentai. Kalbant apie konkurencinį pranašumą, įmonių dėmesys turi būti skiriamas jo tvarumui, tuomet pozicijos rinkoje nėra užleidžiamos kitiems dalyviams.

2.4.2. Automobilių remonto įmonių konkurencingumą lemiantys veiksniai

Įmonės, siekdamos tapti konkurencingomis, susiduria su įvairiais veiksniais, lemiančiais konkurencingumo didėjimą ar mažėjimą. Liučvaitienė ir Paleckis (2011), išnagrinėję Pitel ir Lindroos (1999), Porter (1990), Trabold (1995), Heis (1992), Schumpeter (1965) pateiktus konkurencingumą formuojančius veiksnius teigia, jog verslo vienetų konkurencingumą veikia trys veiksmų grupės. Pirmoji yra bendrųjų veiksmų grupė, kurią lemia ekonominė, geopolitinė, demografinė, ekologinė ir teisinė šalies padėtis, valstybės socialinė ir ekonominė politika. Rinkos ekonomikos pagrindinių charakteristikų grupę sudaro šalyje esanti mokesčių sistema, valstybės parama, rinkos dydis, vartotojų mokumas, regionų skirtumai ir produktų kainos. Veiklos infrastruktūros veiksmų grupę apima moksliniai tyrimai, nuosavybės forma, gamybinių struktūrų ir infrastruktūros pertvarkymas, ūkio vieneto finansinė padėtis bei turimų darbuotojų kvalifikacija.

Marčinskas ir Diskienė (2001) teigia, kad visus įmonės konkurencingumą lemiančius veiksnius galima suskirstyti į dvi grupes. Pirmąją grupę yra laikomi makroaplinkos (išorės) veiksniai, su kuriais organizacija susiduria konkurencinėje kovoje, antrąją grupę įvardijami vidinės aplinkos veiksniai, apimantys įmonės vidaus aplinkos veiksnius, kurie gali būti pilnai ar iš dalies kontroliuojami pačios organizacijos (7 paveikslas).



7 pav. Įmonės konkurencingumą lemiantys veiksniai (Marčinskas, Diskienė, 2001)

Iš sudarytos schemos matoma, jog makroaplinka veikia visą rinką, šitaip konkurencinę kovą padarydama lygesne. Politiniais veiksniais gali būti laikoma politinė situacija, o įstatyminius veiksnius sudaro teisinė bazė, reglamentuojanti ekonominius santykius. Šioje vietoje, kalbant apie Lietuvoje veikiančias automobilių remonto ir techninės priežiūros įmones, vertinti galima dvišaliai. Ekonominis

nestabilumas bei nuosmukiai neigiamai atsiliepia įmonių konkurencingumui, tačiau galiojanti teisinė bazė negali būti visada vertinama neigiamai, nors ir turi defektų, todėl verslo atstovų neigiamo požiūrio ir dažno nenoro veiklą vykdyti laikantis nurodytų taisyklių, kenčia sąžiningi rinkos dalyviai.

Ekonominiai veiksniai apima ekonominio ciklo stadiją, produktyvumą, rinkos struktūrą, dydį ir plėtrą, gyventojų pajamų lygio ir užimtumo dinamiką, infliacijos tempus bei palūkanų normą. Kaip žinia, šalies ekonominė būklė keičiasi, susidurdama su nuosmukiais ir pakilimais.

Socialinius – kultūrinius (sociokultūrinius) veiksnius sudaro demografinė kaita, gyvenimo būdo kaita, visuotinės vertybės, vartotojų aktyvumas. Pritaikant šio veiksnio poveikį automobilio remonto įmonių konkurencingumui vėl galima išskirti ekonomiškai aktyvių gyventojų emigraciją. Kultūriniai veiksniai šiuo atveju nėra aktualūs.

Technologiniai veiksniai apima bendrą regiono technologinį išsivystymą, galimybę diegti naujas technologijas ir žmogiškųjų išteklių, gebančių su šiomis technologijomis dirbti, buvimas. Technologija šioje vietoje svarbi tuo, kad, nors ji gali būti prieinama kiekvienam rinkos dalyviui, nuo firmos ekonominės būklės ir organizacijos vadovų sprendimų ją įsigyti, jas naudojančios įmonės turi konkurencinį pranašumą.

Kalbant apie vidinės aplinkos veiksnius teigiama, jog pastarieji turi ypatingą reikšmę įmonės efektyvumui ir konkurencinei sėkmei. Tinkama įmonės strategija ir tikslai turėtų būti orientuoti į pokyčius, inovacijų diegimą, efektyvios strategijos taikymą bei orientaciją į konkurencinių pranašumų įgijimą. Įmonių vadovai turi planuoti savo verslą kaip ilgalaikį procesą, o ne gyventi šia diena, nes kokybiška plėtros strategija gali būti sukurta tik mąstant racionaliai ir turint tikslią viziją. Stiprus strateginis planavimas padeda atrasti būdus, kurie padeda efektyviau panaudoti išteklius, rasti išskirtinius gaminius ar paslaugas, kurie didintų organizacijos konkurencinį pranašumą, be to, išlieka didelė inovacijų diegimo įtaka įmonių veiklos rezultatams, kadangi šitaip ne tik mažinami gamybos kaštai, bet tampama labiau patraukliais vartotojams.

Veiklos efektyvumas, nuo kurio priklauso ir įmonės konkurencingumas yra lemiamas tinkamo išteklių naudojimo. Kalbant apie įmonės išteklių visumą būtina pastebėti, kad vieną jos dalių, tai yra žmogiškuosius išteklius, stipriai lemia išorės aplinka, nuo kurios priklauso darbuotojų išsilavinimas ir pritaikymas darbo rinkai, taip pat darbo jėgos emigracija, sukelta žemo ekonominio lygio. Prastas žmogiškųjų išteklių vertinimas nepadeda įmonei įgauti konkurencinio pranašumo, tačiau tinkamas finansų ir materialių išteklių valdymas konkurencingumą gali padidinti.

Organizacijos kultūra yra siektinas bruožas kiekvienai įmonei. Teigiama, kad įmonės kultūra yra glaudžiai susijusi su darbuotojų lojalumu, nuo kurio priklauso veiklos efektyvumas, išteklių bei darbo kokybė.

Vykdamt ūkinę veiklą, kiekvienos įmonės vadovai turi nuolat priimti sprendimus, kurie artimoje ar tolimoje ateityje paveiks jų veiklos rezultatus, kryptį ir sėkmę. Tam, kad sprendimai būtų priimti

kuo teisingiau, įmonės vadovas privalo gebėti teisingai valdyti išteklius. Valdymo funkcija apima keturis svarbius aspektus, kurie visi turi būti taikomi organizacijos aplinkoje, persipinti ir būti prižiūrimi bei peržiūrimi. Tinkamas veiklos valdymas susideda iš planavimo, organizavimo, kontrolės bei analizės. Šie valdymo etapai turėtų būti taikomi visoms bendrovės sudedamosioms dalims (darbuotojams, materialiams ištekliams, verslo partneriams/tiekėjams ir kt.), šitaip pasiekiant efektyvų ir racionalų įmonės veikimą. Valdymo veiksnys taip pat apjungia valdymo būdus, organizacines struktūras. Dalis šalies įmonių tinkamą valdymo būdą stengiasi perimti iš vakarų valstybių įmonių pavyzdžių, tačiau dažnai daroma klaida yra netinkamas valdymo sistemos adaptavimas pagal mūsų šalies organizacijų parametrus. Labai svarbu, jog įmonės valdymo struktūros palankiai žiūrėtų ne tik į inovacijų diegimą, bet ir naujų valdymo būdų pasirinkimą (Marčinskas ir Diekienė, 2001).

Apibendrinant analizuotų autorių pateikiamus įmonių konkurencingumo veiksnius ir juos agreguojant automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių konkurencingumo didinimui galima teigti, jog šios verslo rūšies įmonių gebėjimą konkuruoti lemia vidinės ir išorinės jėgos. Pagrindinėmis išorinėmis jėgomis galima įvardyti:

- bendrą šalies ekonomikos lygį, nuo kurio priklauso vartotojų pajamų lygis, darbuotojų užimtumo lygis bei jo dinamika, esamos rinkos dydis ir plėtros galimybės, kreditų, valstybės paramos gavimo galimybės, ekonominio ciklo fazė, taip pat regionų skirtumas, kadangi nuo to, kuriame šalies regione vykdoma veikla, skiriasi sukurta infrastruktūra, paslaugų, prekių bei žmogiškųjų išteklių kainos;
- politiniai–įstatyminiai veiksniai šios verslo rūšims nustato ūkinės veiklos ekonominį ir teisinį reglamentavimą, mokesčių sistemą. Dėl praeities patyrimo, nenoro dirbti sąžiningai ar kitų subjektyvių priežasčių verslininkai dažnai įstatyminę bazę vertina skeptiškai, o mokesčių sistemos reikalavimus stengiamasi apeiti, vykdant pilnai ar dalinai šešėlinę veiklą, šitaip mažindami bendrą šalies ekonomiką ir trikdydami konkurenciją;
- sociokultūriniais veiksniais šiuo atveju galima įvardyti bendrą šalies gyventojų ir įmonių požiūrį į įmonių veiklos skaidrumo ir sąžiningumo būtinybę. Be to, šis veiksnys svarbus dėl blogos ekonominės bei socialinės šalies situacijos, nes ekonomiškai aktyvūs gyventojai, kurie yra tiek vartotojai, tiek darbo jėga, emigruoja;
- technologinis šalies išsivystymas, nuo kurio priklauso naujų technologijų prieinamumas, gebėjimas jas įsigyti, bei žmogiškųjų išteklių parengimas su šiomis technologijomis dirbti;

Pagrindiniais vidiniais veiksniais, kuriuos bent iš dalies gali valdyti įmonės vadovybė, galima laikyti:

- valdymo struktūrų gebėjimus, kompetencijas bei požiūrį. Šioje vietoje susipina įmonių vadovų kompetencija ieškoti, parinkti ir pritaikyti naujas technologijas ar teikimo būdus įmonės veikloje, taip pat pažymėtina vadovų drąsa ir palankus požiūris į pokyčius. Be to, valdymo forma svarbi

organizacijos kultūrai, kuri yra viena iš darbuotojų lojalumo sąlygų. Vadovų siekis dirbti skaidriai, užtikrinti darbuotojams teisingą socialinę apsaugą ir darbo sąlygas suteikia įmonei galimybę siekti tvaraus konkurencinio pranašumo;

- efektyvus išteklių valdymas šiuo atveju taipogi siejasi tiek su išoriniais veiksniais, pavyzdžiui, žaliavų kainomis, tiek su vidiniais, tokiais kaip žmogiškųjų išteklių valdymas, teisingas jų kiekio parinkimas ir kompetencijų įvertinimas, taip pat žaliavų pasirinkimas ir įsigijimas už kainas, kurios leistų mažinti paslaugų teikimo sąnaudas, nebloginant paslaugų kokybės;
- finansinė padėtis svarbi tuo, jog norint plėsti ar modernizuoti veiklą reikalingos lėšos. Vertinant tai, kad dažnai naujos įrangos pirkimas reikalauja didelių investicijų, esmine problema gali tapti žemas įmonės kreditingumas, dėl kurio veiklos modernizavimas gali tapti neįgyvendinamu siekiu.

Vertinant automobilių remonto įmonių konkurencingumą lemiančius veiksnius matoma, kad šioje veikloje konkurencingumą veikia visų elementų sintezė, kurioje tiek vidinių, tiek išorinių veiksnių poveikis susilieja bendroje šalies socialinėje, kultūrinėje, ekonominėje ir politinėje būsenoje.

2.5. Šalies vidaus ir tarptautinės ekonominės ir politinės aplinkos įtaka remonto paslaugų įmonėms

Snieška ir Čiburienė (2011) atskleidžia, jog bemaž kiekvienos valstybės ekonominės politikos tikslai yra kainų pastovumas, visiškas užimtumas, ekonomikos plėtrai palankios palūkanų normos bei valstybės biudžeto būseną, veiksmingos ekonomikos plėtra ir mokėjimų balanso pusiausvyra. Kiekvienas verslo subjektas yra veikiamas šalies, kurioje yra vykdoma veikla ir užsienio valstybių politinių bei ekonominių veiksnių, todėl būtina iširti teorinius šios problemos aspektus ir išskirti jų teigiamą bei neigiamą poveikį tiriamos verslo šakos įmonėms.

2.5.1. Lietuvos ekonominės ir politinės aplinkos poveikis automobilių remonto įmonėms

Ekonominė politika suprantama kaip politinių ir ekonominių veiksnių sankirta ir ši sąvoka vartojama norint apibūdinti santykius tarp verslo vieneto ir valstybės valdžios (Russet, Starr & Kinsella, 2012). Kaip minėta anksčiau, didžioji dalis automobilių remonto įmonių priskiriama smulkaus ir vidutinio (SVV) verslo objektams, kurie ne tik nacionaliniu, bet ir globaliu požiūriu yra laikomi vienu iš ekonomikos variklių. Norėdamos vykdyti veiklą Lietuvoje, visos įmonės susiduria su teisiniu – ekonominiu reglamentavimu, kuris, anot Banio, Rudmintaičio ir Grybėno (2006) yra viena iš penkių SVV plėtros problemų. Nepaisant to, dalis verslo objektų turi galimybę pretenduoti į materialią ar nematerialią valstybės teikiamą paramą.

Literatūroje valstybės reguliavimo formos įvardijamos skirtingai. Lietuvos laisvosios rinkos institutas teigia, kad valstybinis įmonių reguliavimas gali būti skirstomas į tris metodus:

- teisinį reguliavimą, kurį sudaro įstatymai ir kiti teisės aktai, nustatantys sąlygas ir taisykles ūkio objektams;
- administracinį reguliavimą, kuris turėtų užtikrinti numatytų įstatymų bei taisyklių laikymąsi ir nuobaudų už pažeidimus skyrimą. Šioje vietoje išvelgiamos administracinio reguliavimo problemos, tokios kaip kontroliuojančių institucijų gausa, reguliavimo funkcijų dubliavimasis, dėl kurio sudaromos sąlygos korupcijai, didinami valdymo kaštai bei mažinama valdžios atsakomybė. Taip pat susiduriama su nereguluota institucijų teisine baze, siaurinamos įmonių teisės, dėl to didinami įmonių kaštai ir rizika;
- ūkinės veiklos reguliavimas pasireiškia per valstybinių institucijų veiklą toje pačioje rinkoje, kurioje yra ir privatūs ūkio subjektai. Dėl šio reiškinio veikiama visa rinka, bloginami santykiai taip privataus ir valstybinio sektorių. Toks reiškinys vertinamas neigiamai, kadangi tokiu atveju valstybė tampa ne tik įstatymų ir taisyklių kūrėja, bet ir tos pačios rinkos (kurioje ji turi interesų) dalyve.

Simanavičienės (2002) teigimu, valstybės verslo reguliavimas gali būti tiesioginis ir netiesioginis. Autorės nuomone, tiesioginį reguliavimą sudaro administraciniai ir ekonominiai metodai, kuriuos sudaro teisės aktų bei normatyvų priėmimas, valstybinio turto valdymas, sankcijų priėmimas, privilegijų suteikimas, aplinkos apsaugos normų nustatymas ir kt. Netiesioginį reguliavimą, autorės nuomone, sudaro ekonominiai metodai, įvardijant muitų, mokesčių, socialinės, tarptautinio poveikio priemonių politiką, taip pat įstatymais numatytų prekių ar paslaugų kainų reguliavimą. Abi reguliavimo formos galų gale susieja į valstybės biudžeto sudarymą, antimonopolinės politikos kūrimą, mokesčių politikos formavimą, minimalaus darbo užmokesčio dydžio nustatymą bei konkurencijos apsaugą.

Kaip matoma, minėti autoriai, išskirdami valstybės reguliavimo formas, visi pamini reguliuojančių teisės aktų, mokestinės bazės, konkurencijos kontrolės svarbą. Pasaulio bankas (2014) atskleidžia, kaip valstybės reguliavimas veikia visuose įmonės gyvavimo cikluose. Įsikuriant įmonei, valstybinis reguliavimas veikia per įmonės įkūrimo nuostatas ir žmoniškųjų išteklių įdarbinimą. Veiklos vykdymo vietos paruošimo etape susiduriama su leidimų bei komunikacijų gavimo ir registravimo aspektais. Siekiant gauti finansavimą valstybės vaidmuo pasireiškia kreditų gavimo sąlygų ir investuotojų apsaugos priemonėmis, o verslui susidūrus su sunkumais valstybės vaidmuo yra svarbus dėl sutarčių vykdymo ir nemokumo nustatymo klausimų. Be išvardytų aspektų, įmonės su valstybiniu reguliavimu susiduria kasdieninėje veikloje mokėdamos nustatytus mokesčius ir vykdydamos prekybą šalyje ar už jos ribų (Pasaulio bankas, 2014).

Lietuvoje SVV politikos formavimui yra įkurtas Pramonės ir prekybos departamento smulkiojo ir vidutinio verslo politikos skyrius, atliekantis tokias funkcijas kaip verslumo skatinimas, SVV plėtros iniciatyvų įgyvendinimas, užtikrina viešųjų paslaugų prieinamumą verslui, rūpinasi valstybės paramos

skyrimu SVV objektams, rengia integracijos į ES šalis projektus, verslo sąlygų gerinimui bendradarbiauja su verslo asociacijomis ir atlieka kitus veiksmus, gerinančius šalyje veikiančių SVV objektų būklę. Atsižvelgiant į šalies ir įmonių ekonominę situaciją galima išskirti ūkio subjektams teikiamą finansinę padėtį.

Lietuvos valdžios organai, šaliai įstojus į ES, privalėjo peržiūrėti paramos verslui nuostatas, nes didelė dalis jų yra ribojama Europos komisijos (EK) reglamentais. Žinoma, Lietuvai nėra draudžiama skelbti apie paramą ir ją teikti vietiniam verslui, tačiau yra apriboti remtinų veiklų sektoriai. Petraškevičiaus (2007) teigimu, mažos ir vidutinės įmonės gali būti remtinės visuose veiklos sektoriuose, išskyrus tuos atvejus, kai veikla susijusi su EK sutartyje numatytą gaminių gamyba ar pardavimu, susijusi su eksporto veikla ir veikla, kurioje vietoje importuotų prekių naudojamos vietinės.

Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme numatytos valstybės paramos SVV formas. Įstatyme teigiama, jog SVV subjektams teikiamą paramą sudaro rinkliavų bei mokesčių lengvatos, finansinės paramos priemonės, SVV subjektams teikiamos administracinės paslaugos bei viešųjų paslaugų teikimas SVV subjektams verslo centruose, inkubatoriuose, mokslo ir technologijų parkuose bei kituose ūkio objektuose, kurių steigimo dokumentuose nurodytas šių paslaugų teikimas.

Valstybės parama SVV subjektams skiriama pagal Vyriausybės, apskričių bei savivaldybių SVV plėtros programas. Adamonienė ir Trifonova (2007) atskleidžia įstatyme numatytų formų panaudojimo galimybes. Rinkliavų ir mokesčių lengvatos skiriamos tuo atveju, jei tai yra numatyta įstatymais. Valstybės finansinę paramą SVV įmonėms sudaro dalinis ar pilnas palūkanų kompensavimas, lengvatinių kreditų teikimas ir kreditų draudimas, garantijų, steigimo, tyrimų mokesčių įmokų, sertifikavimo išlaidų bei panašių išlaidų atlyginimas, be to, yra sudaryta galimybė gauti subsidijas už naujų darbo vietų kūrimą. Nefinansinę paramą sudaro darbuotojų ir verslų savininkų konsultavimas, persikvalifikavimo ar kvalifikacijos kėlimo paslaugų lengvatinis suteikimas bei kiti Vyriausybės, apskričių ar savivaldybių valdžios numatyti paramos būdai.

Sambasiva Rao & Noorisanab (2015) valstybės paramą verslui skirsto į nefinansinę ir finansinę paramą. Anot autorių, institucinis organizavimas yra pagrindinis SVV įmonių plėtros ir sėkmės veiksnys, todėl joms valstybė per įvairias valstybines organizacijas teikia įvairių tipų nefinansinę pagalbą, kurios dėka verslininkai gauna pagalbą verslą pradėdant, veikimo metu susidūrus su problemomis ir gerinant verslo valdymo efektyvumą. Nefinansinė parama galima vadinti teisinės bazės suderinimą ir pritaikymą, prieigos prie rinkos ir viešųjų pirkimų informacijos gerinimą, verslui palankios infrastruktūros kūrimą, mokymų verslumo ir valdymo srityse bei kompetencijų didinimo programų organizavimą, darbo santykių ir aplinkos gerinimą, prieigos prie reikalingų technologijų lengvinimą.

Autorių teigimu valstybinė finansinė parama verslui pasireiškia per finansinių institucijų steigimą nacionaliniu ir regioniniu, šitaip aprūpindama verslą finansiniais ištekliais. Taip pat finansinė parama susideda iš valstybės skiriamų subsidijų, tiesioginių ir netiesioginių, importo ir eksporto mokesčių, paskolų palūkanų mažinimo, kredito gavimo galimybių didinimo.

Sūdžiaus (2001) teigimu, valstybės parama pagal rėmimo šaltinį gali būti skirstoma į:

- valstybinių organų paramą, pasireiškiančią per biudžeto skirstymo politiką, kuri turi būti palanki SVV objektams, nacionalinę plėtros strategiją, kurioje numatomas ir SVV plėtros gairės, taip pat garantuojamas vietos savivaldos ir nacionalinės strategijos priemonių suderinamumas;
- regioninę paramą, kurios tikslas yra skatinti silpniau struktūriškai ir ekonomiškai išsivysčiusių regionų augimą. Šios programos skirstomos normalaus ir ypatingo skatinimo rajonus pagal jų nedarbo lygio, patrauklumo, energijos suvartojimo gyventojų pajamų ir kitus rodiklius;
- vietos savivaldos paramą, turinčią sudaryti tinkamas sąlygas SVV plėtrai. Literatūroje teigiama, jos įstatymais nėra numatyta priemonė savivaldybėms remti SVV objektus, tačiau savivaldybės yra linkusios tai daryti, nes šitaip yra didinamas bendras regiono patrauklumas ir gaunamos pajamos.

Owusu–Ansah, Cudjoe & Poku (2017), tirdami nefinansinės paramos įtaką SVV objektų plėtrai konstatavo nefinansinės paramos veiksnius, gerinančius SVV aplinką. Autoriai pagrindiniais įvardijo darbuotojų apmokymą, konsultacijas verslo ir verslininkystės klausimais, pagalbą rinkodaros klausimais, valdymo ir administravimo bei finansinę ir buhalterinę paramą.

Apibendrinant tirtą literatūrą valstybės reguliavimo ir paramos klausimais galima teigti, jog įmonės susiduria su valstybiniu reguliavimu visose įmonės veikimo stadijose, pradedant kūrimu, baigiant likvidavimu. Autoriai akcentavo teisinės bazės nesuderinamumą, biurokratinio mechanizmo ir teisės aktų perteklių, taip pat mokestinės bazės platumą ir nepritaikymą pagal verslo galimybes. Vis dėlto, autoriai pamini susidariusį neigiamą didelės dalies verslininkų nusistatymą prieš Vyriausybės taikomas reguliavimo formas ir atkreipia dėmesį į tai, jog valstybė ne tik reguliuoja verslo veiklą, bet ir užsiima jos rėmimu. Logiškiausia valstybės teikiamą paramą pagal pobūdį būtų galima skirstyti į finansinę ir nefinansinę. Finansinės paramos priemonėmis vadinamos mokesčių mažinimo, dalinis ar pilnas paskolų ir palūkanų kompensavimas, naujų darbo vietų subsidijavimas ir kitos finansinės priemonės. Nefinansinė parama pasireiškia per infrastruktūros pritaikymą verslui, verslininkų ir jų darbuotojų konsultavimą bei švietimą, darbo jėgos mokymą pagal rinkos poreikius, teisinės bazės suderinimą tarp atsakingų institucijų bei verslo, laisvos prieigos prie viešųjų pirkimų sudarymą ir kitas priemones. Valstybinė parama verslo subjektams vykdoma per nacionalinio, regioninio ir savivaldos valdžios organus.

2.5.2. Tarptautinės ekonominės ir politinės aplinkos įtaka remonto paslaugų įmonėms

Jau išsiaiškinta, kad ekonomine politika vadinama ekonomikos ir politikos sankirta ir yra skirta apibūdinti valstybės valdžios ir įmonių santykius. Kalbant apie tarptautinę ekonominę politiką dėmesys skiriamas globaliam politiniam ir ekonominiam elgesiui, taip pat tarptautinių valstybinių ir nevalstybinių dalyvių santykių rezultatus (Russet, Starr & Kinsella, 2012). Pilinkienė (2009) apie ekonominę tarptautinę ekonominę politiką teigia, jog ją vykdo viena valstybė kitos valstybės atžvilgiu, pasitelkdama tarptautinės prekybos, tarptautinio kapitalo judėjimo ir tarptautinių investicinių santykių instrumentus. Autorės teigimu, tarptautinės ekonominės politikos formavimąsi lemia vidaus (noras gauti geresnį rezultatą patiriant mažesnes sąnaudas bei šalies ūkio modernizavimo laipsnio didinimas ir jo gebėjimas prisitaikyti) ir išorės (kitų šalių konkurencinė padėtis, kitų šalių tarptautinės prekybos subalansuotumas) veiksniai.

Tiriant užsienio valstybių ekonominės politikos įtaką Lietuvos verslui svarbiausia apžvelgti dviejų rinkų, tai yra ES ir Nepriklausomų valstybių sandraugos (NVS), taikomą užsienio ekonominę politiką. Lietuva, daugybę metų praleidusi Sovietų Sąjungos sudėtyje, ilgus metus po nepriklausomybės atgavimo Rusiją ir kitas buvusias SSRS nares galėjo laikyti vienomis iš pagrindinių užsienio prekybos partnerių ir, nors ekonominiai santykiai tarp ES ir NVS valstybių yra naudingi abiem pusėms, dėl pastaraisiais metais susiklosčiusių politinių aplinkybių, užsienio prekybą su Rusija pradėta riboti tiek Lietuvos, kaip ES narės, tiek iš Rusijos iniciatyva. Tai pagrindžia Keohne ir Nye (1989) teigimą, jog tarptautinėje sistemoje valstybės pareigūnai savo šalies ekonominių prioritetų siekia veikdami racionaliai, tačiau atsižvelgia į kitose šalyje susiklosčiusių aplinkybių pokytį ir tarptautinių institucijų sprendimus (Hix, 2006).

ES ekonominėje politikoje akcentuojama, kad pagrindinis jos tikslas yra kurti žiniomis grįstą ir konkurencingą pasaulio ekonomiką (Petraškevičius, 2007). ES ekonominė politika vertinama kaip dvilypė sistema, susidedanti iš išorinės ir vidaus ekonominės politikos (Hix, 2006). Tiriant ES vidaus ekonomikos politikos klausimus išskiriamas visapusiškos ir integruotos bendrosios rinkos kūrimas, laisvas prekių, gyventojų (darbo jėgos), kapitalo ir kitų išteklių judėjimas, muitų mokesčių panaikinimas ES viduje, konkurencingos reglamentavimo aplinkos, kuri leistų užimtumo ir verslumo didinimą, kūrimas (Dancourt ir Maciejawski, 2017). Maciejawski (2017) atskleidžia keturių pagrindinių ES laisvių sampratą ir tikslus.

Pirmąją iš keturių ES deklaruojamų vidaus laisvių yra laisvas prekių judėjimas. Įteisinus šią laisvę buvo panaikinti muitai bei kiekybiniai prekių ar paslaugų ribojimai, pradėti taikyti tarpusavio pripažinimo principai, skatinamos standartizavimo procedūros bei suderinti valstybių barių teisės aktai.

Laisvas darbuotojų judėjimas taip pat priskiriamas ES vidaus laisvėms. Ši laisvė suteikia teisę darbuotojams pagal savo galimybes pasirinkti, kurioje valstybėje jie pageidauja dirbti ir gyventi. Ši

laisvė teisiškai įpareigoja iš kitų šalių atvykusius darbuotojus vertinti kaip lygiaverčius valstybės narės piliečius, tačiau kai kurios narės vis dar taikomos apribojimus naujų valstybių narių piliečiams. Šios laisvės tikslas yra panaikinti bet kokią valstybių narių darbuotojų diskriminaciją darbo užmokesčio, įdarbinimo bei kitų darbo sąlygų klausimais (Maciejawski, 2017).

Dar viena ES vidaus laisve laikoma įsteigimo ir paslaugų teikimo laisvė. Ši laisvė pasireiškia per teisinę lygybę tarp valstybių narių piliečių galimybę kurti verslą kitoje šalyje tokiomis pat sąlygomis, kokias turi tos šalies gyventojai. Šitaip siekiama užtikrinti laisvą verslo ir specialistų judėjimą ES ribose. Pagrindiniai šios laisvės principai yra galimybė ekonominę veiklą vykdyti kitoje šalyje ir/arba laikinai tiekti savo prekes ar paslaugas kitoje valstybėje, verslą paliekant kilmės šalyje (Maciejawski, 2017). Ši laisvė glaudžiai siejasi su abipusiu diplomų ir įgytos kvalifikacijos pripažinimu.

Naujausia laisve laikoma ir plačiausiai taikoma laisvo kapitalo judėjimo laisvė. Šia laisve siekiama, kad būtų panaikinti visi kapitalo judėjimo apribojimai tarp valstybių narių ir trečiųjų valstybių, išimtis taikant tik įvertinus tam tikras susiklosčiusias aplinkybes. Efektyvus kapitalo investavimas spartina ekonomikos augimą (Rakić, 2017).

Lietuva, kaip ES narė, gauna finansinę ir nefinansinę paramą ne tik iš valstybės bet ir iš kitų fondų. LR Finansų ministerijos teigimu, ES struktūrinę paramą verslui sudaro palūkanų kompensavimas, negrąžintina parama projektams, paskolos (pvz. mažieji kreditai), paskolų garantijos ir rizikos kapitalas

ES struktūrinės paramos verslo atžvilgiu tikslai yra regioninio konkurencingumo ir užimtumo didinimas bei bendradarbiavimo tarp ES narių ir kitų šalių vystymas. ES struktūriniai fondai skiria įvairių finansinę paramą gamybai, darbo vietų išsaugojimui, technologijų plėtrai, SVV konsultavimui, rinkų ir moksliniams tyrimams) (LR Finansų ministerija). Lietuvos verslininkai, pasinaudodami galimybe gauti paramą, sulygina savo pajėgumus, technologijas ir kitus gamybos veiksnius su kitų, labiau išsivysčiusių šalių verslo objektais, šitaip didindami ne tik savo, kaip verslo vieneto konkurencingumą, bet ir bendrą regiono konkurencingumą ir ekonominį patrauklumą bei šalies ekonominę būklę.

Nagrinėjant NVS šalių ekonominę politiką ir jos poveikį Lietuvos verslui galima išskirti du laikotarpius: santykiai iki 2014 metų (Krymo krizės pradžia) ir vėliau. Vertinant NVS šalių ekonominę politiką iki 2014 metų, ją buvo galima vadinti ganėtinai konstruktyvia, NVS šalių vadovai akcentuodavo bendradarbiavimo su ES poreikį ir svarbą abiem blokams. Nepaisant to, automobilių eksporto į šias valstybes ribojimai pradėti matyti 2011 metais, kai Rusija, Baltarusija ir Kazachstanas pradėjo protekcionistinę muitų politika, kuri pasireiškė per muitų mokesčių įvedimą už senesnius nei 5 metų automobilius ar draudimą įvežti senesnius nei 2001 metų ES pagamintus automobilius (Briuškova, 2013).

Po 2014 metais įvykusios Krymo krizės, kurios metu buvo okupuota dalis Ukrainos, Europos sąjunga paskelbė sankcijas Rusijai, kuri, atsakydama tuo pačiu, ženkliai sumažino importo iš ES narių dydį, pasitelkdama embargą ir kitas ekonomines-politines priemones bei ribojimus. Pasak Acoleyen (2015) Rusijos paskelbtas prekių embargas buvo taikomas beveik visoms importuojamų produktų grupėms. Be to, 2010 metais pradėjusi kurtis Eurazijos sąjunga, sudaryta iš Rusijos, Baltarusijos ir Kazachstano, siekdama didinti tarpusavio prekybą, padidino daugelio įvežamų produktų muitų tarifus, jie taip pat pradėti taikyti ir įvežamiems naudotiems automobiliams (Vilpišauskas, 2013).

Aptarus užsienio valstybių ekonominę politiką galima teigti, jog būvimas ES nare Lietuvos įmonėms atnešą naudą dėl dvejopų priežasčių. Pirma, bent teisiškai užtikrinamos Lietuvos įmonių, kaip lygiaverčių ES rinkos narių teisės ir galimybės, antra, vietinis verslas turi galimybę naudotis ES siūloma finansine parama, kuri padeda plėtoti šalies ūkį, įmonės už skirtas lėšas atnaujiną gamybą, vadovai ir darbuotojai naudojami teikiamomis konsultacijomis ir mokymais bei kitomis teikiamomis privilegijomis. Dėmesį nukreipiant į Rytų kaimynių taikomą ekonominę politiką, ryškiausia problema, kalbant apie automobilių remonto ir techninės priežiūros verslą, yra Rusijos, Baltarusijos ir Kazachstano taikoma muitų ir draudimų politika, kuri skatina šalių tarpusavio prekybą, tuo pačiu sukeldama automobilių remonto paslaugų paklausos mažėjimą Lietuvoje.

2.6. Automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių plėtros strategijų modeliai

Vertinant nuolatinį Lietuvos automobilių parko augimą galima daryti prielaidą, jog didėjančią automobilių remonto paklausą patenkinti bus vis sunkiau, todėl įmonių vadovai privalo apsvarstyti plėtros galimybes. Mokslinėje literatūroje pateikiami įvairūs įmonių plėtros modeliai, o jų gausa atskleidžia, kokia svarbi verslo, šalies ir pasaulio ekonomikos problema yra tinkamos strategijos bei plėtros modelių pasirinkimas, pritaikymas ir įgyvendinimas.

Literatūroje sąvoką *strategija* aiškinama įvairiai. Vasiliauskas (2004) strategiją paaiškina kaip visumą sprendimų, reikalingų apibrėžti nusakyti įmonės svarbiausius ateities tikslus ir jų siekimo metodus bei priemones. Valentinavičius (2009), apibendrinamas strategijos sąvoką teigia, jog tai yra išmatuotos, ilgalaikės įmonės plėtros gairės ir nustatyto laikotarpio veiksmų ir priemonių planas, kurių dėka įmonė pasiekia išsikeltų tikslų ir yra grindžiama organizacijos veiklos sritimi, forma, ištekliais bei pozicija visoje rinkoje.

Langvinienė ir Vengrienė (2005), kalbėdamos apie paslaugų įmonių plėtros priežastis aptaria keturias plėtros modelių grupes:

- augimo modelis, kuris remiasi vartojimo paklausos dinamika. Šio modelio kūrėjai A. Fisher ir C. Clark teigia, jog paslaugų augimas yra nulemtas tretinės veiklos būtinybės atsiradimu, kuris lemia ekonomikos augimą. Ekonomikos augimas, savo ruožtu, didina gyventojų pajamas ir patenkinę

būtinuosius poreikius (maistas, gyvenamoji vieta ir pan.) gyventojai pradeda vartoti aukštesnio rango poreikius patenkinančias prekes ar paslaugas. Visa tai sukelia ne pirmo būtinumo prekių (paslaugų) paklausos didėjimą ir tai iššaukia įmonių plėtrą. Šis modelis glaudžiai susijęs su vartotojų pajamų dinamika, nes augimas, šios teorijos teigimu, yra galimas tik augant pajamoms ir didėjant vartojimui;

- kaštų ligos modeliai paremti našumo ir efektyvumo didinimu. Dėmesys koncentruojamas į savitarnos paslaugų atsiradimą, todėl šio tyrimo problematikai modelis netaikomas;
- tarpinės paklausos modeliai, kuriuose iškeliamos teorijos, jog paslaugų sfera yra gamybos įmonių perspektyva (kaštų ligos modelis teigia, jog tai yra namų ūkių perspektyva), taip pat akcentuojama, kad šiuolaikinės ekonomikos vystymasis yra orientuotas į gamybos diferencijavimą ir didėjančią sudėtingumą bei pasireiškia per augančią produktų įvairovę, prisitaikant prie įvairių vartotojų segmentų poreikių;
- kempinės modelis, paremtas pasiūlos vyravimu. Šis modelis taikytinas tuo atveju, kai tiriamas darbo jėgos persigrupavimas vykstant ekonomikos svyravimams ir sunkiai gali būti pritaikytas tiriamos problemos sprendimui, nes, vertinant ekonomikos svyravimų poveikį tiriamos verslo šakos ekonominių rodiklių dinamikai matoma, kad šis verslas, smunkant ekonomikai, plėtros galimybių neturi arba jos yra ribotos.

Kaip matoma, strategijos pasirinkimas yra įtakojamas įvairių veiksnių, todėl renkantis tinkamą strategijos modelį reikia atsižvelgti į vidines ir išorines aplinkybes. Valentinavičius (2009) išskiria šias keturias strategijos modelių grupes:

- adaptacinis modelis, kurio esmė yra nustatyti išorės veiksniai, galinčius daryti įtaką įmonės veiklai ir įvertinti metodus, kaip sparčiau įmonės veiklą priderinti prie aplinkos dinamikos;
- portfelio modelis, paremtas ne išorinės ar konkurencinės aplinkos įtakos sumažinimu, bet padedantis atsakyti įmonės išteklių skirstymo klausimus;
- organizacijos strategijos išlikimo modelis, kurio tikslas yra įvertinti aplinkos tendencijų poveikį rinkos įmonėms. Šis modelis padeda suvokti, kokie aplinkos veiksniai lemia verslo vieneto žlugimą ar išlikimą rinkoje;
- konkurencijos strategijos modelis, paremtas konkurencinių pranašumų didinimu. Šis modelis taip pat vadinamas penkių konkurencinių jėgų modeliu, kadangi jį taikant atsižvelgiama į penkias jėgas: naujų konkurentų atėjimo į rinką grėsmę, vartotojų poveikį įmonės veiklai, tiekėjų poveikį įmonės veiklai, prekių iš paslaugų pakaitalų poveikis bei konkurencija tarp rinkos dalyvių.

Vasiliauskas (2004) išskiria du strateginių sprendimų priėmimo modelių kompleksus ir teigia, jog įmonės strateginius sprendimus priima atsižvelgdamos į ištekliams paremtą strateginį planavimą ir rinka paremtą strateginį planavimą.

Autoriaus nuomone, ištekliais paremtų strateginių sprendimų esmė yra išplėtoti įmonės išteklių potencialą tiek, kad būtų galima maksimaliai panaudoti rinkos galimybes bei minimizuoti kylančių grėsmių pavojų. Ši strategija gali būti akcentuota į žmogiškųjų, finansinių, operacinių, kokybės, technologijų, išlaidų optimizavimo ar bazinių kompetencijų išteklių tobulinimą ir pritaikymą pagal rinkos poveikius, atsižvelgiant į išorinius veiksnius, įmonės galimybes bei rinkos poreikius. Teigiama, kad ši strategija sukuria didesnes plėtros galimybes negu rinka pagrįsti strateginiai modeliai.

Vasiliausko (2004) teigimu, rinka paremtos strategijos kūrimo poreikis atsiranda tuo atveju, kai rinkoje susidaro galimybės bei apribojimai ir ši strateginių sprendimų alternatyva papildo ištekliais paremtus strateginius sprendimus. Rinka paremti strateginiai sprendimai gali būti orientuoti į produktų portfelio ar/ir konkurencijos strategijos išstobulinimą.

Cohan (2012) pateikia keturias aiškias, atrodytų lengvai įgyvendinamas verslo plėtros strategijas, padedančias pagerinti įmonės poziciją konkurencinėje kovoje. Pirmoji strategija taikytina tuo atveju, kai įmone sugeba sukurti didesnę vertę vartotojui, šiuo atveju siūloma kelti produkto ar paslaugos kainą. Antra strategija grindžiama tos pačios kokybės prekės ar paslaugos suteikimu už mažesnę, nei konkurentų kainą. Siekiant įgyvendinti šią strategiją, egzistuoja dvi būtinos sąlygos, t.y. efektyvi kaštų struktūra ir įmonės galėjimas patirti nuostolius trumpuoju laikotarpiu. Trečioji įvardijama strategija siejasi su vartojimo supaprastinimu. Šiuo atveju siūloma kurti paprastesnius produktus, kuriuos vartotojams būtų lengva naudoti ir dėl to pastarieji rinktųsi būtent konkrečios įmonės siūlomą paslaugą ar prekę. Ketvirtoji strategija apima klientų laiko taupymą. Šios strategijos esmė yra padėti vartotojui greičiau atlikti darbus.

Apibendrinant pateiktas įmonių strategijos kūrimo alternatyvas galima teigti, kad, norint pritaikyti plėtros strategiją, automobilių techninės priežiūros ir remonto įmonių vadovams vertėtų įvertinti ne pavienes sąlygas, darančias įtaką verslo vieneto veiklos rezultatams, o jų visumą, įvertinant tiek vidines įmonės galimybes, randant veiklos spragas, tobulintinus darbo proceso aspektus, tiek ir išorinių veiksnių taką ir įvertinti jų dinamikos poveikį įmonei ateityje.

3. AUTOMOBILIŲ REMONTO ĮMONIŲ SVARBOS ŠALIES EKONOMIKAI IR PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMO METODOLOGIJA

3.1. Automobilių remonto įmonių makroekonominių rodiklių prognozavimo metodologija

Skaitmeninių duomenų prognozavimas yra laikomas kiekybiniu tyrimu. Literatūroje kiekybinis tyrimas apibūdinamas kaip struktūrizuotas tyrimas, kuriame taikomi matematiniai analizės metodai (Tonkūnaitė-Thiemann, 2012). Pritaikant kiekybinių duomenų tyrimo metodus gaunamos labiau reprezentatyvios prognozės, kadangi jie yra orientuoti į požymių, kuriuos galima išmatuoti ir išreikšti skaičiais, nustatymą (Žukauskienė, 2008).

Kiekybiškai įvertinti automobilių remonto įmonių makroekonominių rodiklių prognozėms pasirinkta naudoti tiesinės regresijos ir koreliacinės analizės metodus.

Koreliacine analize vadinamas statistikos tyrimo metodas, parodantis požymių ryšio stiprumą (Kasiulevičius ir Denapienė, 2008). Atlikus koreliacinę analizę gaunamas rezultatas išreiškiamas koeficientu r , kurio reikšmė yra tarp -1 ir 1 . Jei reikšmė yra 0 ar daugiau, ryšys tarp rodiklių yra teigiamas, kai reikšmė yra 0 ar mažiau, ryšys vadinamas neigiamu. Koreliacijos koeficiento reikšmės vertinimas yra:

- jei koeficientas yra skalėje $[0,00-0,19]$, tarpusavio ryšys laikomas labai silpnu;
- jei koeficientas yra skalėje $[0,20-0,39]$, tarpusavio ryšys laikomas silpnu;
- jei koeficientas yra skalėje $[0,40-0,69]$, tarpusavio ryšys traktuojamas kaip vidutinis;
- jei koeficientas yra skalėje $[0,70-0,89]$, tarpusavio ryšį galima laikyti stipriu;
- jei koeficientas yra skalėje $[0,90-1]$, tarpusavio ryšys yra labai stiprus.

Darbe koreliacinė analizė atliekama naudojant Microsoft Excel programos funkciją CORREL. Analizės atlikimo eiga:

1. duomenys, kurių ryšį norima nustatyti, įkeliami į Excel programą;
2. pasirenkama funkcija CORREL;
3. pasirenkami reikšmių langelių diapazonai;
4. apibendrinami gauti rezultatai.

Kasiulevičiaus ir Denapienės (2008) teigimu, regresinė analizė nustato statistinio ryšio pobūdį ir apibūdina priklausomo kintamojo vidutinių reikšmių priklausomybę nuo nepriklausomų kintamųjų reikšmių. Priklausomybė aprašoma matematine formule ir tuo pačiu prognozuoja kintamojo reikšmes. Egzistuoja kelios regresijos rūšys: tiesinė ir logistinė. Darbe bus taikomas tiesinės daugiamatės regresijos modelis.

Atlikus tiesinės regresijos analizę gaunami šie koeficientai:

- koreliacijos koeficientas, kurio galimų rezultatų reikšmės apibūdintos aprašant koreliacijos analizę;

- determinacijos koeficientas, parodantis kurios vieno požymio kaitos dalys gali būti paaiškinamos kitų požymių reikšmių kaita. Šio koeficiento reikšmės pasiskirsto tarp 0 ir 1. Kuo rezultatas didesnis (arčiau vieneto), tuo modelis tinkamesnis duomenims.

Pagal atliktos regresinės analizės rezultatus sudaroma daugiamatės regresijos lygtis:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots b_nx_n$$

Y - priklausomas kintamasis (nagrinėjamas rodiklis);

a – priklausomo kintamojo įvertis;

x - nepriklausomas kintamasis (sąlygojantys rodikliai);

b – taškiniai koeficientų įverčiai.

Sudarius lygtį galima atlikti prognozę, kaip, keičiantis sąlygojantiems rodikliams, pasikeis priklausomas kintamasis.

Regresinė analizė atliekama naudojant Microsoft Excel programos duomenų analizės funkciją Regression. Sudaromas daugiamatės regresijos modelis yra skirtas įmonių sukurtos įmonių skaičiaus prognozavimui, nes šis rodiklis geriausiai atspindės verslo šakos plėtrą. Daugiamatės regresinės analizės atlikimo etapai:

1. duomenys, kuriuos norima įtraukti į analizę, įkeliami į Excel programą;
2. pasirenkama funkcija *Data analysis*;
3. pasirenkama funkcija *Regression*;
4. pasirenkami ekonominiai rodikliai;
5. aprašomos koreliacijos bei determinacijos koeficientų reikšmės, sudaroma daugiamatės regresijos lygtis ir apibendrinami gauti rezultatai.

3.2. Automobilių remonto įmonių naudos šalies ekonomikai ir plėtros galimybių ekspertinio vertinimo metodologija

Pasitelkiant kokybinius tyrimus, siekiama gauti informacijos apie organizacijos problemas, vėliau generuojant hipotezes ir nusistatant kintamuosius tolesniems tyrimams (Dikčius, 2003). Autorius identifikuoja šiuos kokybinio tyrimo bruožus:

- Tikslas – išsiaiškinti, kaip srities ekspertai suvokia esmines priežastis ir motyvus;
- Imtis – mažas nereprezentatyvių atvejų skaičius,
- Duomenų rinkimas dažniausiai nėra struktūrizuotas;
- Duomenų analizę nėra statistinė;
- Rezultatai – pirminio supratimo apie reiškinį išvystymas.

Kokybiniai tyriai skirstomi į tiesioginius ir netiesioginius (Dikčius, 2003). Ekspertinis vertinimas yra taikomas tada, kai objektyvius skaičiavimus ar empirinius tyrimus pritaikyti yra labai sunku. Vis dėlto šis tyrimo metodas turi savų trūkumų, tokių kaip subjektyvumo pavojus, kada klausinėtojas

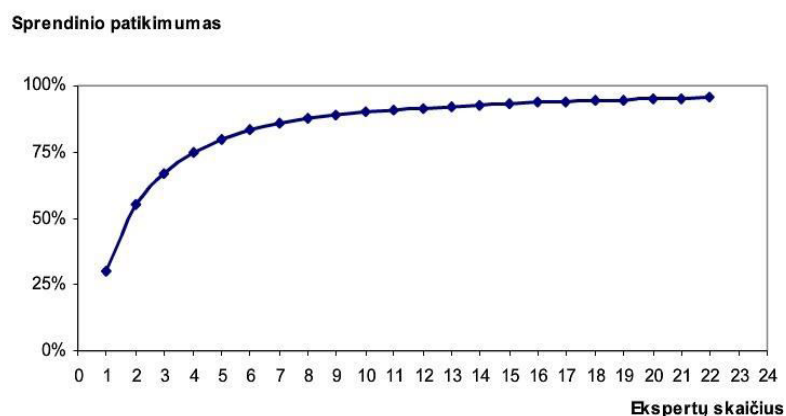
netinkamai interpretuoja respondento nuomonę, taip pat šio tyrimo statistinis patikimumas yra žemas dėl mažo imties dydžio.

Moksliniuose šaltiniuose ekspertinis tyrimas yra suprantamas kaip „apibendrinta ekspertų grupės nuomonė, kuriai gauti taikomos specialistų – ekspertų žinios, patirtis ir intuicija“ (Rudzkienė, Augustinaitis, 2009). Ši tyrimo rūšis yra tinkama atliekamam tyrimui, nes:

- Ekspertai yra sukaupę pakankamai žinių ir patirties, kad vadovautųsi intuicija;
- Specialistų nuomonė dažniausiai atitinka tikrąjį problemos sprendinį;
- Ekspertinis tyrimas yra tinkamas tuo atveju, kaip turima mažai informacijos, siekiant prognozuoti.

Šiame tyrime dalyvauja Lietuvoje veikiančių automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių vadovai ir specialistai, turintys didesnę nei 3 metų darbo patirtį tiriamos verslo šakos įmonių vadovų ar specialistų pareigose. Tyrimas atlikimo forma yra standartizuota apklausa, atsakymus ekspertas pasirenka iš pateiktų variantų.

Rudzkienės, Augustinaičio (2009) teigimu, tinkamas ekspertų keikis yra nustatomas remiantis klasikiniuose testų teorijose apibrėžta metodologija, kurioje teigiama, jog ryšys tarp agreguotų sprendimų patikimumo ir ekspertų kiekio yra greitai slopstantis netiesinis (8 pav.).



8 pav. Ekspertų skaičiaus įtaka vertinimo patikimumui (šaltinis: Rudzkienė, Augustinaitis, 2009)

Ekspertinio tyrimo klausimynas sudarytas atlikus mokslinės literatūros analizę, siekiant suformuluoti teisingus klausimus ekspertams. Anketą sudarė 11 klausimų blokų. Trys pirmieji klausimai yra socio-demografiniai, skirti nustatyti bendrą informaciją apie respondentą. Buvo klausiama jų lyties, išsilavinimo ir darbinės patirties metais. Likę 8 klausimų blokai orientuoti į vidinius ir išorinius veiksnius, lemiančius automobilių remonto įmonių dabartinės situacijos ir plėtros galimybių bei problemų vertinimą. Visi klausimai uždari, ekspertai atsakymus rinktis galėjo skalėje nuo 1 iki 5. Pateikti uždarus klausimus nuspręsta dėl patogumo respondentui bei interpretacijos išvengimo, kadangi pateikiant atvirus klausimus dažnai susiduriama su neišsamiais atsakymais, taip

pat tokius duomenis yra sunku koduoti ir gali atsirasti atsakymų iškraipymas (Svetikas, 2008). Atsakymų vertinimui rasti duomenis charakterizuojantys rodikliai: vidurkis, mediana, moda.

Sudaryto klausimyno patikimumas patvirtintas atlikus patikimumo analizę pagal Cronbach'ų alfa koeficientą, reiškiantį klausimyno vidinį suderinamumą. Šis koeficientas turėtų būti ribose 0-1. Literatūroje teigiama, kad anketa yra laikoma patikima, kai Cronbach'ų alfa yra didesnė nei 0,60, tačiau moksliniams tyrimams rekomenduojama naudoti anketas, kurių Chronbach alfa koeficientas yra aukštesnis negu 0,70, kadangi tokios anketos klausimai laikomi suderintais (Pakalniškienė, 2012). Automobilių remonto įmonių svarbos Lietuvos ekonomikai ir plėtros galimybių klausimyno Chronbacho $\alpha=0,84$, reiškianti, kad klausimynas yra sudarytas tinkamai.

Apklausoje dalyvavo 11 automobilių remonto įmonių vadovų – ekspertų, turinčių aukštąjį išsilavinimą ir ne mažesnę nei 3 metų darbo patirtį. Dalyvavusių ekspertų kiekį galima vertinti gerai, nes pagal 6 paveiksle pavaizduotą ekspertų skaičiaus įtakos sprendimų patikimumui kreivę matoma, jog toks ekspertų skaičius laikomas patikimu. Visas klausimynas pateikiamas 1 priede.

3.3. Automobilių remonto įmonių SSGG ir PEST analizių metodologija

Pastaruoju metu strateginės vadybos moksluose yra susidariusi nuomonė, kad kiekvienai įmonei, siekiančiai ilgalaikių tikslų, SSGG analizė yra būtina priemonė. Šią analizę pagal poreikius galima papildyti kitomis strategijomis – jeigu dėmesys labiau akcentuojamas poreikiams, pildoma PEST (politinė, ekonominė, socialinė, technologinė) analizė, norint įvertinti produktyvumą atliekama JIT (*Just In Time*), o siekiant įvertinti kokybę pasitelkiama TQM (visuotinės kokybės vadybos) analizė (Tacila, L. Profesinio konsultavimo metodai ir technikos II, 2008).

Atliekamo atvejo tyrimui pasirinktos SSGG ir PEST analizės. SSGG analizė atliekama įvertinant organizacijos pranašumus, trūkumus, galimybes bei grėsmes. Atliekant šią analizę yra visapusiškai įvertinama organizacijos veikla, išryškinant jos silpnybes ir stiprybes. Pranašumai ir trūkumai dažniausiai atspindi organizacijos vidinę, o galimybės ir grėsmės – išorinę aplinką (Girdzijauskas ir Jefimovas, 2006). SSGG analizės sandara ir reikalavimai pateikiami 1 lentelėje.

1 lentelė. SSGG analizės sandara ir reikalavimai (Profesinio konsultavimo metodai ir technikos II)

Stiprybės	Silpnybės
Pažymimi organizacijos privalumai ir aspektai, darantys organizaciją išskirtine, galingesne lyginant su konkurentais. Nurodomos ištekliais ir galimybėmis pagrįstos bazinės kompetencijos.	Išryškinami organizacijos trūkumai, silpnieji aspektai, lyginant su konkurentais.
Galimybės	Grėsmės

Numanomų, dėl išorinės makroaplinkos ir rinkos segmentų suformuotų veiksmų, atsiradimas ir panaudojimas.	Dėl išorinės aplinkos susidarantys apribojimai bei neigiami aspektai, nekontroliuojami organizacijos. Grėsmės siejamos su konkurencija ir galimybėmis.
--	--

Kaip papildoma priemonė, išplečianti SSGG analizę, pasirinkta PEST analizė. Šiuo atveju, vertinant visos verslo šakos ateities perspektyvas, svarbu plačiau aptarti esamą aplinką. Dzikevičius (2013) atskleidžia PEST analizės tikslą, kuris, autoriaus nuomone, yra pagrįsti organizacijos tikslų perspektyvumą ir atskleisti aplinkos keliamus reikalavimus. PEST analizėje atliekami šių aplinkos segmentų tyrimai:

- politinė ir teisinė aplinka, apimanti valstybės reguliavimo lygį, įtaką darančius teisės aktus, nuosavybės teisę, ES ir Lietuvos suteikiamą paramą, galimus teisinius barjerus;
- ekonominė aplinka, apimanti BVP, gyventojų ir darbo jėgos dinamika, gyventojų pajamų lygio kaitą, investicijas bei pramonės vystymąsi;
- technologinę aplinką, kurią apibūdina žinių ir technologinių pokyčių pritaikymo organizacijų strategijų įgyvendinime bei šių pokyčių poveikį;
- socialinę ir kultūrinę aplinką, kurią atspindi visuomenės poveikį organizacijų sprendimams ir įgyvendinimui. Ši aplinka apibūdinama demografiniais rodikliais, kurie leidžia prognozuoti vartotojų skaičių, ir jų pasirinkimą (Dzikevičius, 2013).

Atsižvelgiant į SSGG ir PEST analizės reikšmę tiriant darbo problemą, nuspręsta atlikti abiejų, tiek vidaus, tiek išorės veiksmų įvertinimą. Darbe bus atliekama jungtinė PEST ir SSGG analizė, adaptuota Marketline verslo informacijos centro (2015) pavyzdžiu. Analizėje bus tiriama automobilių remonto įmonių vidinė ir išorinė aplinka, išskiriant verslo stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes atsižvelgiant į politinę, ekonominę, socialinę bei technologinę aplinką.

4. AUTOMOBILIŲ REMONTO IR TECHNINĖS PRIEŽIŪROS ĮMONIŲ LIETUVOJE NAUDOS EKONOMIKAI IR PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMŲ REZULTATAI IR DISKUSIJA

4.1. Automobilių remonto įmonių makroekonominė rodiklių prognozė

Problematikos dalyje vertinant automobilių remonto įmonių naudą šalies ekonomikai buvo pateikta praėjusių dešimties metų statistinių rodiklių dinamikos analizė. Aptarti rodikliai: įmonių skaičius 2007–2016 m., dirbančiųjų įmonėse skaičius 2006–2015 m. (šis rodiklis pervadinamas „praėjusiais metais dirbusiųjų skaičius“), įmonių sukurta pridėtinė vertė gamybos kainomis, tūkst. Eur. 2007–2016 m., įmonių apyvarta, tūkst. Eur. 2007–2016 m. Duomenys pateikiami 2 lentelėje.

2 lentelė. Automobilių remonto įmonių makroekonominiai rodikliai (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Metai	Įmonių apyvarta, tūkst. Eur.	Pridėtinė vertė, tūkst. Eur.	Praėjusių metų dirbančiųjų skaičius, vnt.	Įmonių skaičius, vnt.
2007	60208430	13463374	976263	160166
2008	67748144	13328585	1029214	162423
2009	47276207	9194342	1030958	128968
2010	52832782	9756441	870826	131849
2011	63462412	11883259	825513	148468
2012	69358383	12570557	859470	167116
2013	73296105	13020173	896051	182505
2014	74947670	15139961	934277	209534
2015	76065509	16373312	981585	224623
2016	76182683	16935243	1011633	225565

Pirmiausia buvo atlikta koreliacinė analizė. Įmonių apyvartos, sukurtos pridėtinės vertės, dirbančiųjų skaičiaus ir įmonių skaičiaus skaitiniams duomenims pagal tyrimo metodologijoje nurodytus žingsnius apskaičiuoti koreliacijos koeficientai r , gauti rezultatai pateikti 3 lentelėje.

3 lentelė. Automobilių remonto įmonių rodiklių koreliacinės analizės rezultatai

	Įmonių apyvarta, tūkst. Eur.	Pridėtinė vertė, tūkst. Eur.	Praėjusių metų dirbančiųjų skaičius, vnt.	Įmonių skaičius, vnt.
Įmonių apyvarta, tūkst. Eur.	1	0,895583329	-0,007669606	0,902191053
Sukurta pridėtinė vertė, tūkst. Eur.	0,895583329	1	0,287711194	0,959284471
Praėjusių metų dirbančiųjų skaičius, vnt.	0,007669606	0,287711194	1	0,24893959
Įmonių skaičius, vnt.	0,902191053	0,959284471	0,24893959	1

Kaip matoma iš pateiktų rezultatų, įmonių apyvartos dydis stipriausiu teigiamu koreliaciniu ryšiu yra susijęs su įmonių skaičiumi, gautas koreliacijos koeficientas $r=0,902$. Tai reiškia, kad įmonių

skaičiaus augimas įtakoja įmonių apyvartos augimą. Šiek tiek silpnėsnis, tačiau reikšmingas teigiamas ryšys matomas tarp įmonių apyvartos ir sukurtos pridėtinės vertės, koreliacijos koeficientas $r=0,896$. Tai reiškia, kad vieno iš šių rodiklių kaita tokia pat kryptimi paveiks ir kitą rodiklį. Mažiausią įtaką įmonių apyvartos kaitai daro darbuotojų skaičiaus kaita. Gautas rezultatas yra $-0,001$, ryšys tarp šių rodiklių yra neigiamas ir tai reiškia, jog, pagal šiuos skaičiavimus, augantis darbuotojų skaičius neigiamai veikia bendrą įmonių apyvartą.

Sukurtos pridėtinės vertės rodiklis stipriausiu koreliaciniu ryšiu yra susijęs su įmonių skaičiaus rodikliu, koreliacijos koeficientas r yra lygus $0,96$. Ryšys yra tiesioginis ir labai stiprus. Taip pat matomas stiprus tiesioginis ryšys tarp sukurtos pridėtinės vertės ir įmonių apyvartos. Įmonių sukurtos pridėtinės vertės rodiklis silpnu tiesioginiu ryšiu susijęs su darbuotojų skaičiaus kaita. Daroma išvada, jog bet kurio iš šių rodiklių kilimas padarytų mažesnę ar didesnę įtaką tokia pat linkme įmonių sukurtos pridėtinės vertės dydžiui.

Dirbančiųjų skaičius silpnu tiesioginiu ryšiu susijęs su įmonių skaičiaus rodikliu, koreliacijos koeficientas r yra lygus $0,25$. Galima spręsti, kad įmonių skaičiaus augimas silpnai įtakotų dirbančiųjų kiekio augimą.

Sudarant daugiamatės regresijos modelį priklausomu kintamuoju pasirinktas įmonių skaičius, o nepriklausomais kintamaisiais tapo sukurta pridėtinė vertė, įmonių apyvarta bei dirbančiųjų skaičius. Atlikus daugiamatės regresijos analizę gauti bendri determinacijos ir koreliaciniai koeficientai, taip pat sudaryta daugiamatės regresijos lygtis.

Bendras koreliacijos koeficientas yra $0,965027$. Ryšys tarp priklausomo kintamojo ir nepriklausomų kintamųjų yra teigiamas ir labai stiprus, nes beveik siekia vienetą. Tai reiškia, kad didėjant įmonių skaičiui, didėja ir įmonių apyvarta, dirbančiųjų skaičius ir sukurtos pridėtinės vertės kiekis ir atvirkščiai.

Bendras determinacijos koeficientas yra lygus $0,931276$. Koeficientas yra aukštas, arti vieneto, todėl galima teigti, kad įmonių skaičius apie 93 procentus yra priklausomas nuo nepriklausomų kintamųjų: įmonių apyvartos, dirbančiųjų skaičiaus ir sukurtos pridėtinės vertės.

Daugialypės regresijos lygtis sudaroma pagal gautus duomenis (4 lentelė):

4 lentelė. Daugialypės regresijos kintamųjų įverčiai

	<i>Coefficients</i>
Intercept	-44153,17486
Įmonių apyvarta, tūkst. Eur.	0,001025261
Pridėtinė vertė, tūkst. Eur.	0,009576562
Praėjusių metų dirbančiųjų skaičius, vnt.	0,025888729

Pagal turimus duomenis sudaroma daugialypės regresijos lygtis:

$$Y = -44163,17486 + 0,001025261 * x_1 + 0,009576562 * x_2 + 0,02588872 * x_3$$

Lygtyje: x_1 -įmonių apyvarta, x_2 -pridėtinė vertė, x_3 -dirbančiųjų skaičius. Sudarius daugiamatės regresijos lygtį galima skaičiuoti tikėtiną įmonių skaičiaus prognozę ateinantiems metams.

Atlikus koreliacinę ir daugiamatę analizę galima teigti, kad pagal šiuos modelius vertinant kintamųjų įtaką vieni kitiems, mažiausiai įtakos įmonių plėtrai turi dirbančiųjų skaičius, kadangi su visais likusiais kintamaisiais dirbančiųjų skaičius turi tik silpną ryšį. Vertinant naudą šalies ekonomikai, kuri yra išreiškiama sukurtos pridėtinės vertės dydžiu, didžiausią įtaką šio rodiklio kitimui daro šalyje esančių įmonių skaičius ir šių įmonių apyvarta. Atlikus daugiamatę regresinę analizę išsiaiškinta, kad įmonių skaičiaus augimas yra apie 90 proc. priklausomas nuo likusių rodiklių kaitos bei visi rodikliai yra siejami stipraus tiesioginio ryšio, reiškiančio, kad vienam rodikliui kintant, likę kis ta pačia kryptimi.

4.2. Automobilių remonto įmonių plėtros galimybių ekspertinis vertinimas

Šio tyrimo tikslą pasiekti sunku vertinant tik kiekybinius rodiklius, nes jie neatspindi tikrųjų verslo šakos atstovų nuomonės ir lūkesčių. Tam, kad būtų tiksliau įvertinta automobilių remonto įmonių situacija šalies ekonomikoje ir jų plėtros galimybės, atliktas ekspertinė apklausa, toliau aptariami gauti rezultatai.

Bendroji informacija apie ekspertą

Pirmieji trys anketos klausimai buvo skirti informacijos apie ekspertą gavimui. Pirmajame klausime teirautasi eksperto lyties, antrajame jo išsilavinimo, trečiajame darbinės patirties metais. Gauti rezultatai pavaizduoti 9 paveiksle.



9 pav. Bendroji informacija apie ekspertus

Kaip matoma pateiktame paveiksle, didžioji dalis ekspertų yra vyrai, jie sudarė 91 proc. respondentų, likusius 9 procentus sudaro viena tyrime dalyvavusi moteris.

Pozityviai vertintinas ekspertų išsilavinimas ir turima profesinė patirtis. Didžioji dalis ekspertų yra įgiję bakalauro išsilavinimą (8 apklaustieji) arba aukštesnį negu bakalauro išsilavinimą (3 apklaustieji) ir šioje verslo sferoje dirba ilgiau negu 10 metų (8 apklaustieji). Įgytas aukštasis išsilavinimas parodo, kad didžioji dalis ekspertų turi pakankamą kiekį teorinių žinių kaip valdyti ir plėtoti verslą bei suprasti verslo augimą skatinančias ir stabdančias aplinkybes, o didelis darbo stažas

suteikia praktines žinias - patirties privalumus, kadangi vadovai strateginius sprendimus gali priimti vadovaudamiesi praėjusių laikotarpių patirtimi, apsvarstydami ne tik ką pasiekti pavyko ar nepavyko, bet ir įvertindami sėkmės ar nesėkmės priežastis, šitaip sumažindami neigiamų pasekmių riziką ateityje.

Naudos Lietuvos ekonomikai vertinimas

Ketvirtasis klausimas skirtas įvertinti ekspertų nuomonę apie automobilių remonto įmonių nešamą naudą šalies ekonomikai, bendras nuomonės vertinimas pateikiamas 5 lentelėje.

5 lentelė. Bendras naudos šalies ekonomikai vertinimas

Eil. Nr.	Atsakymas	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Didėjantis verslo inovatyvumas ir technologijų plėtra	3,09	3,00	3
2.	Dalyvavimas eksporto veikloje	2,18	2,00	2
3.	Dalyvavimas importo veikloje	3,18	3,00	3
4.	Didžiųjų įmonių produkcijos realizavimas	2,82	3,00	3
5.	Darbo vietų suteikimas	3,73	4,00	3
6.	Daroma įtaka makroekonominiams rodikliams	3,18	3,00	4

Šiame klausimų bloke buvo prašoma pateikti savo nuomonę, kokią naudą automobilių remonto įmonės neša šalies ekonomikai per didėjančio verslo inovatyvumo, dalyvavimo eksporto ir importo veikloje, didžiųjų įmonių produkcijos realizavimo, darbo vietų suteikimo ir daromos įtakos šalies makroekonominiams rodikliams dimensijas. Ekspertų nuomone, didžiausia nauda teikiama suteikiant darbo vietas, bendras atsakymų vidurkis yra lygus 3,73. Bendra ekspertų nuomone įmonės neša panašią, šiek tiek didesnę nei vidutinę, naudą darant įtaką šalies makroekonominiams rodikliams ir dalyvaujant importo veikloje. Be to, bendras ekspertų nuomonės vertinimas atskleidė, kad įmonių indėlis į šalies verslo inovatyvumo didėjimą ir technologijų plėtą yra vidutinis. Bendras ekspertų vertinimas atskleidė, kad automobilių remonto įmonių nešama nauda dalyvaujant eksporto veikloje ir realizuojant didžiųjų įmonių produkciją yra mažesnė negu vidutinė, atsakymų vidurkiai yra lygūs 2,18 eksporto veiklai ir 2,82 didžiųjų įmonių produkcijos realizavimo vertinimui.

Vidinių ir išorinių veiksnių, lemiančių automobilių remonto įmonių veiklos bei plėtros problemas, vertinimas

Vertinant automobilių remonto įmonių išorės faktorius, veikiančius jų veiklą, pirmiausia klausta apie šalyje galiojančios teisinės bazės pritaikymą verslui. Bendras nuomonės vertinimas pateikiamas 6 lentelėje.

6 lentelė. Bendras automobilių remonto veiklą reglamentuojančios teisinės bazės vertinimas

Eil. Nr.	Teisinės bazės rūšis	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Kokybės užtikrinimo	3,18	3,00	3

2.	Sveikatos apsaugos	3,18	3,00	3
3.	Darbo santykių reguliavimo	3,55	4,00	4
4.	Darbų saugos	3,82	4,00	4
5.	Mokestinė bazė	2,00	2,00	1 ^a
6.	Aplinkosaugos	3,00	3,00	2 ^a

*x^a- egzistuoja kelios modos vertės, rodoma mažiausia.

Kaip matoma, palankiausiai ekspertai vertina darbų saugą reglamentuojantį teisės aktų rinkinį. Dažniausiai rinkosi atsakymą „4 (beveik tinkama verslo vystymui)“, o bendras atsakymų vidurkis yra 3,82. Taip pat palankiai vertinama darbo santykius reglamentuojanti teisinė bazė, bendras atsakymų vidurkis siekia 3,55, didžioji dalis ekspertų pasirinko vertinimą „4 (beveik tinkama verslo vystymui)“. Šiek tiek geriau negu vidutiniškai vertinamos kokybės užtikrinimą ir sveikatos apsaugą reglamentuojančios teisinės bazės, jų bendras vertinimas siekia po 3,18, o aplinkos apsaugos klausimus reguliuojantys teisės aktai vertinami vidutiniškai. Prasčiausiai vertinama mokestinė bazė, daugiau negu trečdalis ekspertų (4 apklaustieji) teigia, jog mokestinė bazė yra visiškai nepritaikyta verslo vystymui, o bendras atsakymų vidurkis yra 2.

Sekantis klausimų blokas buvo orientuotas į automobilių remonto įmonių paklausos veiksnių vertinimą. Bendras ekspertų vertinimas pateikiamas 7 lentelėje.

7 lentelė. Bendras automobilių remonto įmonių paklausos veiksnių vertinimas

Eil. Nr.	Veiksnys	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Dėl techninės pažangos sumažėjusios vartotojų galimybės remontą atlikti savarankiškai	3,73	4,00	4
2.	Teikiamų paslaugų kaina	4,00	4,00	4 ^a
3.	Gyventojų pajamų lygis	3,64	4	3 ^a
4.	Konkurentų taikomos kainos	3,73	4,00	4

*x^a- egzistuoja kelios modos vertės, rodoma mažiausia.

Kaip matoma, visi pateikti paklausos veiksniai automobilių remonto įmones veikia stipriau negu vidutiniškai. Bendra ekspertų nuomonė rodo, kad iš pateiktų veiksnių didžiausią įtaką daro teikiamų paslaugų kaina, bendras atsakymų vidurkis yra lygus 4. Vertinant kiekvieno eksperto atsakymus matoma, jog 8 iš 11 respondentų mano, jog jų paslaugų kaina stipriau negu vidutiniškai arba reikšmingai veikia pirkėjų pasirinkimą atlikti automobilių remontą įmonėse. Šiek tiek mažesnę įtaką daro konkurentų taikomos kainos (7 ekspertų nuomone, paklausa veikiama stipriau negu vidutiniškai arba reikšmingai) ir dėl techninės pažangos sumažėjusios vartotojų galimybės remontą atlikti savarankiškai (8 ekspertų nuomone, paklausa veikiama stipriau negu vidutiniškai arba reikšmingai). Abiejų veiksnių įtaka vidutiniai įvertinta po 3,73. Gyventojų pajamų lygis taipogi stipriau nei vidutiniškai veikia įmonių paklausą. Šio veiksnio atsakymų vidurkis yra lygus 3,64, 8 respondentai teigia, kad paklausa gyventojų pajamų lygio yra veikiama vidutiniškai arba stipriau negu vidutiniškai.

Kitas ekspertams pateiktas klausimas skirtas automobilių remonto įmonių paslaugų pasiūlos veiksnių vertinimui, bendras ekspertų vertinimas pateikiamas 8 lentelėje.

8 lentelė. Bendras automobilių remonto įmonių pasiūlos veiksnių vertinimas

Eil. Nr.	Veiksny	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Šalyje galiojanti mokesčių ir teisinė sistema	3,18	3,00	3
2.	Verslo finansavimo galimybės	3,09	3,00	4
3.	Technologijų išsivystymo lygis	3,45	3,00	3
4.	Konkurentų kiekis	3,82	4,00	4
5.	Konkurentų taikomos kainos	3,64	4,00	4

Vertinant bendrą ekspertų nuomonę matoma, kad labiausiai automobilių remonto įmonių veiklą veikia šakoje esantis konkurentų kiekis. Atsakymų vidurkis lygus 3,82, 3 respondentai teigia, kad konkurentų kiekis įmonių pasiūlą veikia reikšmingai, 4 respondentai mano, kad pasiūla veikiama daugiau negu vidutiniškai. Taip pat svarbiu veiksmu laikomos konkurentų taikomos kainos, atsakymų vidurkis yra 3,64, daugiausia apklaustųjų pasirinko atsakymą „4 (veikia stipriau nei vidutiniškai)“. Be to, stipriau nei vidutiniškai įmonės yra veikiamos technologijų išsivystymo lygio (bendras vidurkis 3,45), šalyje galiojančios mokesčių ir teisinės sistemos (bendras vidurkis 3,18). Ekspertų nuomone, mažiausiai iš pateiktų veiksnių įmonių pasiūlą veikia verslo finansavimo galimybės, nors bendras atsakymų vidurkis yra šiek tiek aukštesnis už vidutinį.

Toliau nuspręsta pasiteirauti ekspertų nuomonės apie įtaką įmonių konkurencingumui darančius išorinius veiksnius, bendras nuomonės vertinimas pateikiamas 9 lentelėje.

9 lentelė. Bendras išorinių automobilių remonto įmonių konkurencingumą veiksnių vertinimas

Eil. Nr.	Veiksny	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Taikomos kitų šalių ekonominės politikos priemonės	2,82	3,00	2 ^a
2.	Taikomos ES ekonominės politikos ir rėmimo priemonės	2,18	2,00	3
3.	Taikomos Lietuvos ekonominės politikos reguliavimo ir rėmimo priemonės	2,73	3,00	3
4.	Šalyje rengiamų darbuotojų kvalifikacijos kokybė	3,36	4,00	4
5.	Bendras šalies technologinis išsivystymas	3,00	3,00	3
6.	Neskaidraus verslo egzistavimas	4,55	5,00	5
7.	Gyventojų emigracija	3,27	3,00	3
8.	Politiniai-įstatyminiai veiksniai	2,91	3,00	3
9.	Tiekėjų produkcijos kainos	3,73	4,00	4
10	Bendras šalies ekonomikos lygis	3,64	4,00	3 ^a

*x^a - egzistuoja kelios modos vertės, rodoma mažiausia.

Kaip matoma, 6 iš 10 pateiktų veiksnių daro didesnę negu vidutinę įtaką įmonių konkurencingumui. Didžiausią neigiamą įtaką įmonių konkurencingumui daro neskaidraus verslo egzistavimas. Šio veiksnio bendras vertinimas yra didžiausias (Vidurkis 4,55, mediana 5,00, moda 5). Toks rezultatas nekelia nuostabos, kadangi nelegaliai dirbančios įmonės išvengia mokesčių naštos, taip pat neskiria finansinių išteklių tinkamos darbo aplinkos, darbų saugos ir kitų sąlygų sudarymui, todėl

paslaugas gali siūlyti už mažesnę kainą. Net 7 ekspertai teigia, kad tokio verslo egzistavimas jų įmonių konkurencingumą veikia reikšmingai, 3 respondentų nuomone daroma įtaka yra didesnė negu vidutinė. Kitas svarbus veiksnys yra iš tiekėjų perkamos produkcijos kainos, bendras atsakymų vidurkis yra 3,73, didžioji dalis ekspertų pasirinko atsakymą „4 (veikia stipriau nei vidutiniškai)“, trijų apklaustųjų nuomone, tiekėjų produkcijos kaina įmonių konkurencingumą veikia reikšmingai. Taip pat stipriau negu vidutiniškai įmonių konkurencingumą veikia bendras šalies ekonomikos lygis (vidurkis 3,64, mediana 4,00), šalyje rengiamų darbuotojų kvalifikacija (vidurkis 3,36, mediana 4,00) ir gyventojų emigracija (vidurkis 3,27, mediana 3,00). Vidutiniškai automobilių remonto įmonių konkurencingumą veikia bendras šalies technologinis išsivystymas (vidurkis 3,00), o kiti veiksniai laikomi nereikšmingais. Respondentų nuomone, politiniai-įstatyminiai veiksniai konkurencingumą įtakoja mažiau negu vidutiniškai (bendras atsakymų vidurkis 2,91). Dar mažesnę įtaką daro kitų šalių taikomos ekonominės politikos priemonės (bendras atsakymų vidurkis 2,82). Šį veiksnį, kaip darantį reikšmingą įtaką įmonių konkurencingumui įvardijo tik vienas ekspertas. Ekspertų nuomone, mažiausią įtaką įmonių konkurencingumui daro ES taikomos ekonominės politikos ir rėmimo priemonės (bendras atsakymų vidurkis 2,18, mediana 2,00).

Sekančiu klausimu buvo siekiama atskleisti ekspertų nuomonę apie vidinius veiksnius, įtakančius įmonių konkurencingumą. Ekspertų nuomonių bendras vertinimas pateiktas 10 lentelėje.

10 lentelė. Bendras vidinių automobilių remonto įmonių konkurencingumą veiksnių vertinimas

Eil. Nr.	Veiksnys	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Reagavimas į konkurentų elgseną	3,73	4,00	4
2.	Įmonės finansinė padėtis ir kreditingumas	3,55	3,00	3
3.	Tinkamas žaliavų pasirinkimas pagal kainą, kokybę bei kitas charakteristikas	4,27	4,00	5
4.	Tinkamas žmogiškųjų išteklių valdymas	4,18	4,00	5
5.	Vadovų ir darbuotojų kompetencijos lygis	4,55	5,00	5

Ekspertams buvo pateikti 5 vidiniai veiksniai, darantys poveikį įmonių konkurencingumui ir, bendra apklaustųjų nuomone, visų jų įtaka yra didesnė negu vidutinė. Mažiausiai įtaką darančiu veiksniu laikoma įmonės finansinė padėtis ir kreditingumas (vidurkis 3,55, mediana 3,00). Stipresnę įtaką daro įmonių reagavimas į konkurentų elgseną (vidurkis 3,73). Daugiau negu pusė (6 apklaustieji) respondentų teigia, kad reagavimas į konkurentų elgesio pasikeitimus veikia įmonės konkurencingumą. Statistiškai reikšmingais veiksniais laikomas tinkamas išteklių valdymas. 5 respondentų nuomone, tinkamas darbuotojų valdymas daro reikšmingą įtaką konkurencingumui (bendras atsakymų vidurkis 4,18, mediana 4,00), tiek pat respondentų pasisako, kad tinkamas žaliavų pasirinkimas taipogi įtakoja įmonės konkurencingumą (bendras atsakymų vidurkis 4,27, mediana 4,00). Svarbiausiu vidiniu įmonių konkurencingumo veiksniu, ekspertų nuomone, yra vadovų ir

darbuotojų kompetencijos lygis. Net 10 iš 11 ekspertų mano, kad vadovų ir darbuotojų kompetencija įmonės konkurencingumą veikia reikšmingiau negu vidutiniškai arba reikšmingai.

Užduodant sekantį klausimą orientuotasi į įmonių būklės vertinimą. Bendras atsakymų vertinimas pateiktas 11 lentelėje.

11 lentelė. Bendras automobilių remonto įmonių vadovų nuomonės apie įmonės būklę vertinimas

Eil. Nr.	Teiginys	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Gebėjimas prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos poreikių	3,64	4,00	4
2.	Teikiamų paslaugų platumas	3,55	4,00	4
3.	Investicijų į įrenginius dydis ir galimybės	3,27	3,00	3
4.	Galimybės bendradarbiauti su valstybės institucijomis sprendžiant iškilusias problemas ar kilus kitiems klausimams	2,82	3,00	3
5.	Verslo finansavimo galimybės (vidines ir/ar išorines)	3,18	3,00	3
6.	Inovatyvumas, naujų technologijų pritaikymas ir naudojimas	3,36	3,00	3
7.	Teikiamų paslaugų kainos ir kokybės santykis	4,09	4,00	4
8.	Aptarnavimo ir paslaugų kokybė	4,00	4,00	4
9.	Darbo jėgos kaina, lyginant su kitais veiklos sektoriais	3,82	4,00	4
10	Darbuotojų kvalifikacija	4,09	4,00	4

Kaip matoma iš pateiktų duomenų, prasčiausiai įmonių vadovai vertina savo įmonės galimybes bendradarbiauti su valstybinėmis institucijomis, sprendžiant iškilusias klausimus (bendras atsakymų vidurkis 2,82, mediana 3,00). Šių galimybių geriau negu vidutiniškai nevertina nei vienas ekspertas, 6 pasisako, kad vertina vidutiniškai, likę 5 apklaustieji teigia, kad galimybės bendradarbiauti su valstybinėmis institucijomis yra žemesnės nei vidutinės. Ekspertai kiek geriau vertina verslo finansavimo galimybes (bendras atsakymų vidurkis 3,18, mediana 3,00), investicijų į įrenginius dydį (bendras atsakymų vidurkis 3,27). Verslo inovatyvumą ir technologijų naujumą vadovai vertina skirtingai. Tik vienas ekspertas teigia, kad jo įmonėje naudojamos technologijos yra labai geros ir nieko tobulinti nereikia, 3 ekspertų nuomone technologijos gali būti vertinamos geriau negu vidutiniškai. Vis dėlto, didžioji dalis ekspertų (6 apklaustieji) teigia, kad turimos technologijos gali būti vertinamos tik vidutiniškai. Geriau negu vidutiniškai įmonių vadovai vertina aptarnavimo ir paslaugų kokybę (vidurkis 4,00), teikiamų paslaugų kainos ir kokybės santykį (vidurkis 4,09) ir darbuotojų kvalifikaciją (4,09).

Paskutiniuju klausimu buvo siekiama išsiaiškinti ekspertų nuomonę, kurių valstybės paramos ir reguliavimo priemonių koregavimas padidintų verslo plėtros galimybes. Bendras ekspertų atsakymų vertinimas matomas 12 lentelėje.

12 lentelė. Bendras valstybės paramos ir reguliavimo priemonių koregavimo įtakos verslo plėtros galimybių didinimui vertinimas

Eil. Nr.	Priemonė	Vidurkis	Mediana	Moda
1.	Didesnė nelegaliai dirbančio verslo kontrolė	4,45	5,00	5
2.	Lengvesnių sąlygų įeiti į rinką sudarymas	3,00	3,00	3
3.	Ruošiamų darbuotojų mokymo metodų tobulinimas	3,64	4,00	4
4.	Teisinės bazės koregavimas, pritaikant taisykles pagal veiklos pobūdį, organizacijos dydį, veiklos ciklą bei galimybes	4,00	4,00	4
5.	Lengviau prieinama finansinė parama verslui	3,91	4,00	5
6.	Vadovų švietimas verslo įkūrimo ir valdymo klausimais	3,45	4,00	4

Kaip matoma iš pateiktų rezultatų, didesnė nelegaliai ar iš dalies nelegaliai dirbančio verslo kontrolė laikoma tinkamiausia valstybės reguliavimo ir paramos priemone, galinčia padidinti automobilių remonto įmonių plėtros galimybes. Bendras ekspertų vertinimo vidurkis 4,45, net 7 apklaustieji teigia, kad šio verslo kontrolė verslo plėtros galimybes padidintų reikšmingai. Ekspertų teigimu, įmonių plėtros galimybes taip pat padidintų teisinės bazės koregavimas, reguliavimą pritaikant pagal įmonės dydį, veiklos pobūdį, ciklą bei esamas galimybes. Bendras atsakymų vidurkis yra 4,00, didžioji dalis respondentų (8 apklaustieji) mano, kad toks teisinės bazės koregavimas plėtros galimybes padidintų arba padidintų reikšmingai. Taip pat išryškėja, kad įmonių plėtros galimybių didinimui reikšmingą teigiamą poveikį padarytų finansinės paramos gavimo procedūrų supaprastinimas (bendras atsakymų vidurkis 3,91), vadovų švietimas verslo įkūrimo ir valdymo klausimais (vidurkis 3,45) bei ruošiamų darbuotojų mokymo metodų tobulinimas (vidurkis 3,64). Vidutinę naudą suteiktų tik lengvesnių sąlygų įeiti į rinką sudarymas.

Apibendrinant ekspertų nuomones galima teigti, kad viena didžiausių automobilių remonto įmonių problemų yra nelegaliai ar iš dalies nelegaliai dirbančio verslo egzistavimas, neigiamai veikiantis tiek įmonių konkurencingumą, tiek ir plėtros galimybes. Ekspertų nuomone, didžiausia nauda šalies ekonomikai yra nešama per darbo vietų suteikimą. Lietuvoje egzistuojanti darbo santykių reglamentuojanti teisinė bazė vertinama geriausiai, o mokesstinės bazės kokybė vertinama labai prastai. Įmonių paklausą labiausiai veikia teikiamų paslaugų kaina, o pasiūlą konkurentų kiekis. Taip pat išsiaiškinta, kad svarbiausias veiksnys, lemiantis įmonių konkurencingumą yra vadovų ir darbuotojų kompetencija.

4.3. Lietuvos automobilių remonto įmonių PEST ir SSGG analizių rezultatai

Teorinėje darbo dalyje buvo identifikuoti automobilių remonto įmonių paklausos bei pasiūlos veiksniai, nustatyta kokybės svarba ir su ja susijusios problemos, be to, įvertinti konkurencingumą veikiantys faktoriai ir galimos šalies ir užsienio valstybių ekonominės politikos reguliavimo ar

paramos priemonės. Atsižvelgiant į Lietuvoje veikiančių automobilių remonto ir techninės priežiūros įmonių veiklos specifiką, veiklos perspektyvas lemiančius veiksnius ir išanalizavus ekspertų pateiktas nuomones sudaryta šių įmonių jungtinė PEST ir SSGG analizė, išskiriant įmonių stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, įtakotas šalies politinės, ekonominės, socialinės ir technologinės aplinkos.

Politinė aplinka

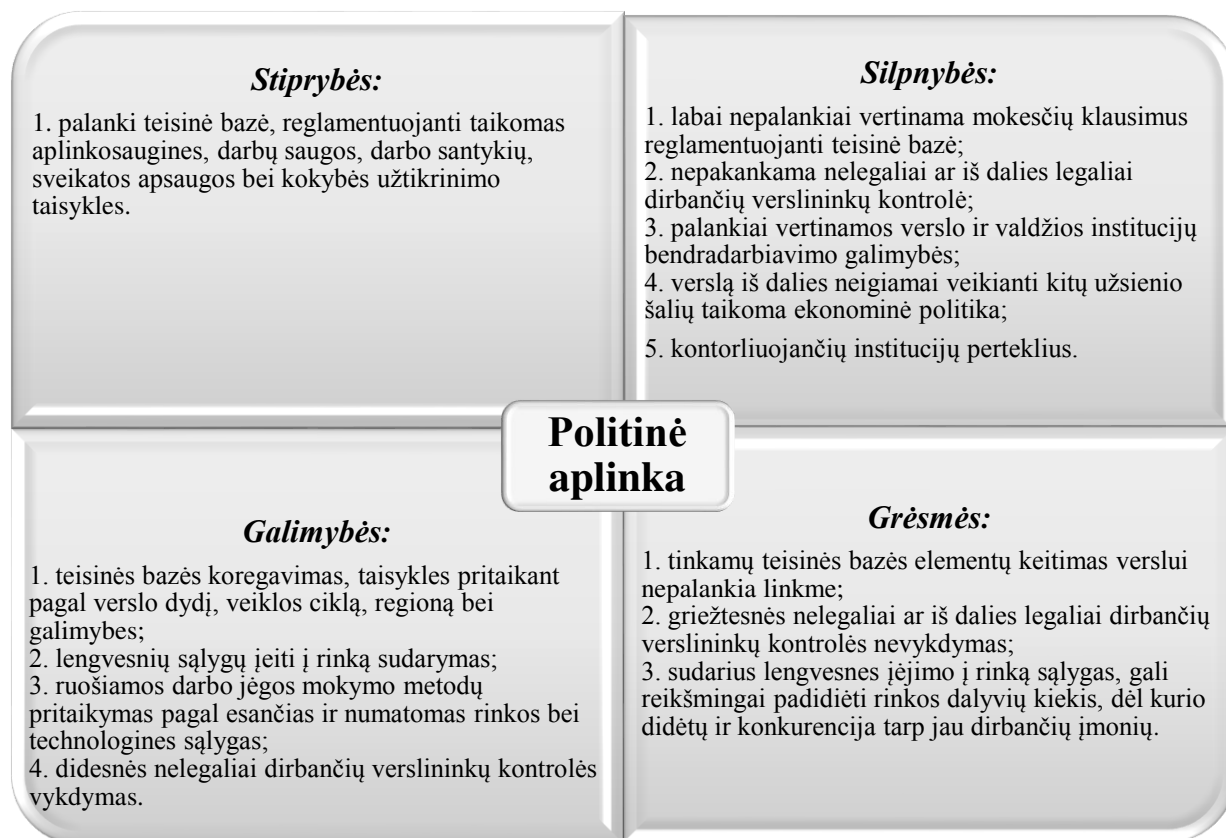
Lietuvai nuo nepriklausomybės atkūrimo būdingas politinis nestabilumas, kiekvienų rinkimų metu išrenkamos vis kitos partijos. Dėl šios priežasties šalies valdžios požiūris bei prioritetai nuolat keičiasi, o strateginiai planai dažnai lieka neįvykdyti arba įvykdyti ne iki galo. 2016 metais pirmą kartą rinkimus laimėjusi Lietuvos valstiečių ir žaliųjų sąjunga rinkiminėje kampanijoje išsikėlė ambicingus tikslus, tačiau juos vykdyti trukdo visuomenės pasipriešinimas, nesutarimas tarp koalicijos partnerių bei vyriausybės ir Seimo komunikacijos spragos. Pasaulio banko duomenimis, politinio stabilumo Lietuvoje reitingas 2016 yra 71,4 proc. Rodiklis yra aukštesnis negu kitų Baltijos šalių (Latvija 59,5%, Estija 68.6%), tačiau, lyginant su kitų, labiau išsivysčiusių ir ekonomiškai stabilesnių vakarų ir šiaurės valstybių politinio stabilumo indeksais (Vokietija 71%, Norvegija 91,4%, Švedija 82.4%, Austrija 72,9%) galima teigti, kad Lietuvos politinis nestabilumas gali daryti stiprų poveikį įmonių veiklai.

Lietuvos vykdoma užsienio politika yra priklausoma ne tik nuo valstybės valdžios institucijų, bet ir nuo ES bei NATO rekomenduojamų politikos gairių. Lietuva 2004 metais tapo ES ir NATO nare. Būvimas šiose organizacijose iš dalies suteikia saugumo garantą tiek valstybės saugumo, tiek ekonominiu požiūriu, tačiau įpareigoja laikytis bendros užsienio politikos, kuri šiuo metu, dėl susiklosčiusių politinių aplinkybių, yra dalinai nukreipta prieš buvusią vieną svarbiausių Lietuvos tarptautinės prekybos partnerių – Rusiją. Automobilių remonto įmonių veiklos rezultatus Rusijos vykdoma protekcionistinė politika paveikė neigiamai, kadangi automobilių importas į šią valstybę, o vėliau į jos partneres Baltarusiją ir Kazachstaną, buvo pradėtas riboti tarifinėmis ir netarifinėmis priemonėmis.

Dėl nestabilios politinės aplinkos yra sunku įgyvendinti užsibrėžtus strateginius tikslus ir valstybės, ir įmonių mastu, kadangi nestabilumas neleidžia tinkamai prognozuoti aplinkos pasikeitimų.

Politinė aplinka įmonėms reikšminga dėl įvairių priežasčių. Verslas politinėje aplinkoje dažniausiai susiduria su žaliavų ar prekių importo, pagamintų prekių eksporto klausimais, taip pat svarbi valstybės ir kitų valstybių taikoma politika dėl ekonominio bendradarbiavimo, investicijų, sąlygų pradėti ar plėtoti verslą kitoje šalyje būvimas. Tiriant Lietuvos automobilių remonto įmonių išorinės aplinkos ir išteklių būklę iš politinės perspektyvos sudaryta politinės aplinkos stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių matrica. 13 lentelėje pateikiamas politinės aplinkos stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių apibendrinimas.

13 lentelė. Automobilių remonto įmonių politinės aplinkos matrica (sudaryta autorės)



Didžiosios dalies ekspertų nuomone, Lietuvoje galiojanti teisinė bazė, reglamentuojanti aplinkosaugos, darbų saugos, darbo santykių, sveikatos apsaugos bei kokybės užtikrinimo taisykles yra pilnai, didesne dalimi ar vidutiniškai pritaikyta verslo gyvavimui ir vystymui, tačiau ekspertai labai nepalankiai vertina verslo mokesčių dydį ir taikomas taisykles. Tokį neigiamą požiūrį galima vertinti iš dviejų pusių, pirmiausia išskiriant ne visiems verslo subjektams įmanomus mokėti mokesčių tarifus, antra, dėl verslo šakoje egzistuojančių nelegaliai ar iš dalies legaliai dirbančių verslų, vengiančių mokėti tokio paties dydžio mokesčius ar laikytis tokių pačių teisinio reglamentavimo taisyklių, rinkoje vyksta nelygiavertė konkurencinė kova, nes nelegaliai dirbantis verslas, išvengdamas mokesčių ir išlaidų verslo pritaikymui pagal įstatymus, paslaugas gali teikti už mažesnę kainą.

Dar viena opi politinė problema yra kontroliuojančių institucijų perteklius ir institucijų teisės aktų nesutapimas. Vienas iš pastebėtų nesutapimų yra vartotojų teisių apsaugos klausimai. Lietuvoje remonto paslaugų kokybės priežiūrą vykdyti pavesta Valstybinei kelių transporto inspekcijai, tačiau, kilus vartotojo ir remonto įmonės ginčui, atsakinga inspekcija yra linkusi teigti, jog teisės aktuose yra numatyta ne kokybės vertinimo, o kontrolės funkcija.

Kalbant apie užsienio politiką, Lietuvos automobilių remonto įmonių vadovai nėra linkę naudotis ES skiriama parama ar suteikiamomis laisvėmis. Nors laisvas prekių judėjimas palengvina verslo veiklą dėl importo muitų nebuvimo, tik labai maža dalis šios srities verslininkų yra linkusi pasinaudoti laisvo steigimo ar paslaugų teikimo laisve. Šalies ekonominiai-politiniai santykiai su

kitomis šalimis (šiuo atveju ypač išskiriant Rusiją, Baltarusiją ir Kazachstaną) ir jų taikomi ekonominės politikos ribojimai, dalies ekspertų nuomone, automobilių remonto verslą veikia neigiamai. Nors Lietuva, kaip ES ir NATO narė, politinius-ekonominius santykius vysto pagal nurodytų organizacijų rekomendacijas, verslui turėtų būti sudarytos sąlygos ar pateiktos rekomendacijos, kaip verslui būtų galima išvengti neigiamų šių, dažniausiai sunkiai valdomų procesų, pasekmių.

Dėl šių priežasčių valstybės prioritetais, siekiant verslo plėtros galimybių sudarymo, turi tapti mokesčių sistemos koregavimas, griežtinama nelegaliai ar iš dalies nelegaliai dirbančių verslininkų kontrolė, vykdomas verslo vadovų švietimas verslo klausimais. Svarbiausia, kad politinėje aplinkoje nebūtų bloginamos sąlygos, kurios šiuo metu yra vertinamos gerai, o sąlygos, kurias ekspertai vertina vidutiniškai ar neigiamai turi būti pritaikomos verslo vykdymui ir plėtojimui.

Ekonominė aplinka

Tiriant ekonominę įmonių aplinką svarbu aptarti pagrindinius šalies ekonominę būklę nusakančius rodiklius–BVP, infliacijos, palūkanų normų dinamiką bei gamybos veiksnius.

Lietuvos banko duomenimis, 2017 metais numatomas 3,3 proc., 2018 metais 2,8 proc. BVP augimas. Vertinant parėjusių laikotarpių BVP kaitą, realusis BVP kilo 1,6 proc. 2015 metais ir 2,6 proc. 2016 metais (Lietuvos pramonininkų konfederacija). Lietuvos Nacionalinėje darnaus vystymosi strategijoje numatyta, jog kasmetinis vidutiniškas 5–6 procentų BVP augimas leistų Lietuvai iki 2020 metų pasiekti senųjų ES valstybių ekonominio išsivystymo lygį, fiksuotą 2020 metais. Kaip matoma, BVP augimo tempai yra lėtesni.

Tarptautinio valiutos fondo kasmetinio tyrimo, kuriuo bandoma atskleisti problematiškiausius verslo aplinkos elementus rezultatai parodė, kad 1,4 procento verslo vadovų mano, jog infliacija neigiamai veikia verslo aplinką. Lietuvoje prognozuojamas infliacijos augimas 2017 metais yra 3,2 proc. 2018 metais didės dar 2,2 proc. (Lietuvos bankas). Automobilių remonto įmonės, veikiamos infliacijos tempų augimo patiria didesnius kaštus, dėl kurių gali būti matomas kainų augimas.

Gamybos veiksniai yra veikiami bendros šalies ekonominės padėties. Šiuo atveju svarbus materialių išteklių kainų augimas ir darbo jėgos kainų augimas. Vidutinės darbo sąnaudos 2016 metais, lyginant su 2008 metais, užaugo 28 proc., o įmonių išlaidos atsargoms ir paslaugoms pirkti augo ne taip ženkliai ir lyginant 2008 ir 2016 metus padidėjo 4 procentais. Darbo užmokesčio sąnaudų didėjimą taip pat įtakojo minimalaus mėnesinio užmokesčio kilimas.

Palūkanų norma ne finansų bendrovių paskoloms per pastaruosius metus (nuo 2016 m. spalio iki 2017 m. spalio) užaugo 0,86 proc. ir paskutiniuoju tiriamu laikotarpiu siekė 2,7 proc. Palūkanų norma svarbi įmonėms, kadangi nuo jos priklauso organizacijų sprendimai skolintis lėšas verslo vystymui.

Kiekvienai įmonei ypatingai svarbi yra šalies ekonominė aplinka, jos padėtis bei prognozės. 14 lentelėje sudaryta automobilių remonto įmonių ekonominės aplinkos stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių matrica.

14 lentelė. Automobilių remonto įmonių ekonominės aplinkos matrica (sudaryta autorės)



Kaip matyta tiriant Lietuvos automobilių parko struktūrą, šalyje esančių automobilių vidutinis amžius yra 15 metų, todėl natūraliai susidaro sąlygos remonto verslui gyvuoti. Tokį vidutinį automobilių amžių lemia šalies ekonominis išsivystymas, be to, svarbus faktas yra tai, jog Lietuva yra gana jauna valstybė, į laisvos rinkos ekonomiką įsiliejusi palyginti neseniai. Statistinių duomenų tyrimo metu taip pat pastebėta, kad ekonominės padėties kitimas daro mažesnę neigiamą įtaką įmonių rezultatams, lyginant su kitomis verslo šakomis, tačiau pastebėta ir tendencija, jog didėjant šakoje veikiančių įmonių kiekiui, mažėja kiekvienai įmonei tenkanti pajamų dalis, todėl galima spręsti, kad šakoje veikia per daug tas pačias paslaugas teikiančių dalyvių.

Dar viena sąlyga, lemianti remonto įmonių sėkmę yra tai, kad šias įmones galima vadinti „kriziniu“ verslu. Šiuo atveju, ekonomikos nuosmūkiai ir žemas gyventojų pajamų lygis yra viena iš sąlygų, leidžiančių šiam verslui gyvuoti, todėl labai svarbu, kad įmonių vadovai greitai reaguotų į ekonomikos pokyčius ir sektų šalies automobilių parko struktūros dinamiką ir spėtų laiku prisitaikyti prie rinkos pokyčių. Pabrėžtina, kad ekonomikos stagnacijos atveju verslininkai turi įgyti konkurencinius pranašumus, taikyti paklausos valdymo metodus, teikiamų paslaugų kainas ir rūšį pritaikyti prie pablogėjusių rinkos sąlygų. Ekonomikos kilimo atveju įmonių savininkai turi skirti

papildomas investicijas veiklos plėtimui ir taikyti pasiūlos valdymo metodus. Jaunėjant bendro šalies automobilių parko amžiui, reikalingos investicijos į įrangą ir darbuotojų ruošimą atlikti naujesnės technologijos automobilių remontą.

Taip pat išskiriama valstybės ir ES parama. Ekspertų nuomone, verslo plėtrai padėtų ir lengvesnis finansinės paramos prieinamumas, ir nefinansinės paramos priemonių, tokių kaip vadovų švietimas verslo įkūrimo ir valdymo klausimais bei didesnio dėmesio ruošiamų darbuotojų mokymo metodų naujinimui ir pritaikymui darbo rinkai, suteikimas.

Socialinė-kultūrinė aplinka

Socialinė-kultūrinė aplinka įmonėms svarbi dėl demografinio, ekologinio, išsilavinimo bei sveikatos apsaugos aspektų.

Lietuvos demografinę padėtį veikia dvi jėgos, tai yra gyventojų skaičiaus kaita dėl gimstamumo ir mirtingumo dinamikos bei dėl gyventojų emigracijos. Lietuvos statistikos departamento duomenimis 2016 m. lyginant su 2006 m., gyventojų skaičius sumažėjo 401 277 žmonėmis, iš jų daugiau nei pusė (225 293 vnt. arba 56 proc.) yra darbingo amžiaus gyventojai. Departamento duomenimis, per 2014–2016 emigravusių asmenų skaičius siekia beveik 323 tūkst. žmonių.

Lietuvoje, kaip ir visame pasaulyje vis daugiau dėmesio skiriama sveikatos apsaugos sistemų tobulinimui. Leidinyje „Šalies sveikatos profilis 2017“ apibendrinti sveikatos apsaugos sistemos pokyčiai, įvykę per pastaruosius metus. Teigiama, kad sveikatos priežiūros išlaidos, tenkančios vienam gyventojui, yra 1406 Eur. Išlaidas sveikatos apsaugai vertinant kaip BVP dalį matomas augimas, kadangi 2005 metais buvo skiriama 5,6 proc. nuo BVP, o 2016 metais skirta 6,5 proc. Neigiamai galima vertinti faktą, kad beveik trečdalis sveikatos apsaugos išlaidų yra padengiamos savomis lėšomis, taip pat vienas iš sveikatos apsaugos sistemos prioritetų lieka išlaidų vaistams mažinimas.

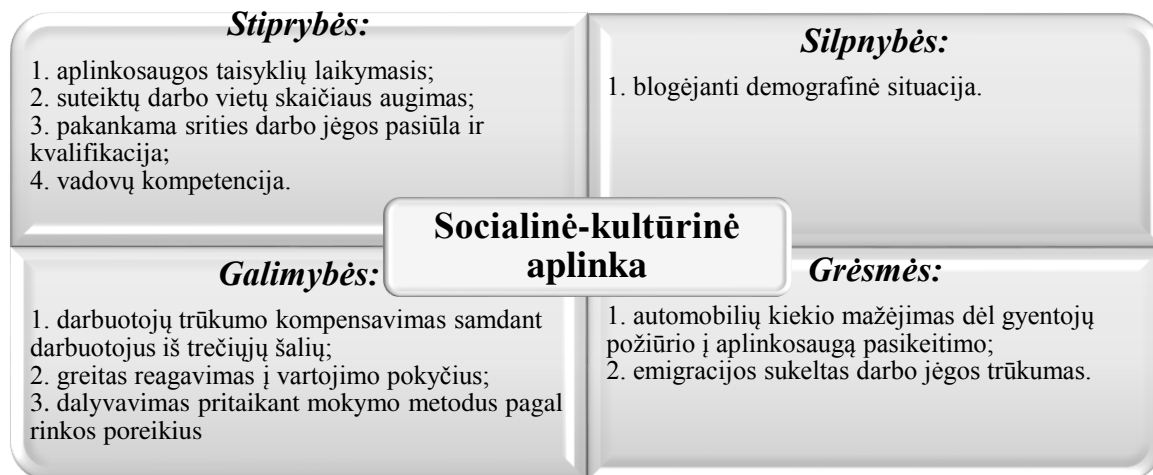
Automobilių remonto verslas yra neatsiejamas nuo ekologinių aspektų vien dėl savo kilmės. Įmonėse naudojamos žaliavos daro neigiamą poveikį aplinkai, tačiau siekiant jį sumažinti taikomos valstybės reguliavimo formos aplinkosauginiu požiūriu, reglamentuojamas atliekų tvarkymas, mokami mokesčiai už taršą. Šioje vietoje svarbą įgauna ir gyventojų požiūris į ekologiją, įmones galintis paveikti dvejopai. Pirma, sąmoningi gyventojai renkasi paslaugų teikėjus, kurie užtikrina mažesnę žalą aplinkai, antra, vartotojai, siekiantys apsaugoti aplinką, pagal galimybes renkasi automobilio neturėti (mažėja įmonių paslaugų paklausa) ar įsigyti automobilį varomą alternatyviu kuru, šiuo atveju įmonėms reikalingos papildomos investicijos į įrangą, skirtą dirbti su pažangesnėmis technologijomis ir darbuotojų kvalifikacijos kėlimą.

Lietuvos darbo biržos teigimu (2017), 49 procentai darbdavių susiduria su kvalifikuotos darbo jėgos stygiumi. Pozityviai vertinamas profesinio išsilavinimo siekiančių asmenų kiekio kilimas, kadangi 2016 m., lyginant su 2007 m., asmenų įgijusių profesinį išsilavinimą skaičius užaugo 30 procentų. Darbo jėgos išsilavinimas yra svarbi problema, kadangi Pasaulio banko atlikto tyrimo

duomenimis, 9 procentai apklaustų įmonių vadovų neadekvačiai parengtą darbo jėgą laiko vienu problematiškiausių verslo aplinkos elementų.

Automobilių remonto įmonių socialiniai-kultūrinei aplinkai apibendrinti sudaryta stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių matrica (15 lentelė).

15 lentelė. Automobilių remonto įmonių socialinės-kultūrinės aplinkos matrica (sudaryta autorės)



Vienas svarbiausių socialinės-kultūrinės aplinkos aspektų yra darbo vietų suteikimas. Kaip matyta iš statistinių duomenų tyrimo, suteiktų darbo vietų skaičius auga kasmet, o vertinant ekspertų nuomonę, darbdaviai yra patenkinti turimos darbo jėgos kvalifikacija. Nepaisant to, kad darbdaviai turimų darbuotojų kvalifikaciją vertina gerai, profesinio rengimo įstaigose ruošiamų darbuotojų mokymo metodų tobulinimą laiko vienu iš aspektų, kurie galėtų pagerinti įmonių plėtros galimybes. Darbo jėgos trūkumą, sukeltą emigracijos, įmonių vadovai gali užpildyti samdydami darbuotojus iš trečiųjų šalių, tačiau klausimas, ar tai būtų socialiai atsakinga atsižvelgiant į tai, kad Lietuvoje darbingų asmenų, neturinčių darbo vietos 2016 metais skaičius siekė 116,2 tūkst. Dėl šios priežasties valstybės valdžios ir įmonių vadovų prioritetu sprendžiant darbuotojų trūkumo klausimus turi tapti darbo jėgos kvalifikacijos pritaikymas darbo rinkai.

Kitas svarbus sociokultūrinis veiksnys yra gyventojų požiūrio į aplinkos apsaugą ir poveikio aplinkai pasikeitimas. Nacionalinėje darnaus vystymosi strategijoje nurodytas valstybės siekis sukurti teisingas ir ekonomines sąlygas, lemsiančias mažiau teršiančią aplinką transporto vystymą. Didėjantis gyventojų sąmoningumas dėl automobilių daromos žalos aplinkai gali paveikti automobilių remonto įmones dvejopai. Gyventojai gali rinktis atsisakyti visų arba dalies šeimos automobilių, taip pat galimas automobilių keitimas į mažiau aplinką teršiančias transporto priemones. Pastarasis vartotojų pasirinkimas remonto įmones priverstų tobulinti turimą įrangą, įsigyti naujus įrenginius, pritaikytus naujų technologijų remontui ir investuoti į darbuotojų apmokymus. Įmonėms, sugebančioms greitai reaguoti į vartotojų poreikių pasikeitimus, tai gali tapti plėtros galimybe, tačiau šiai sąlygai įvykdyti labai svarbi tiek aukšta vadovų kompetencija, tiek įmonės finansinės galimybės.

Technologinė aplinka

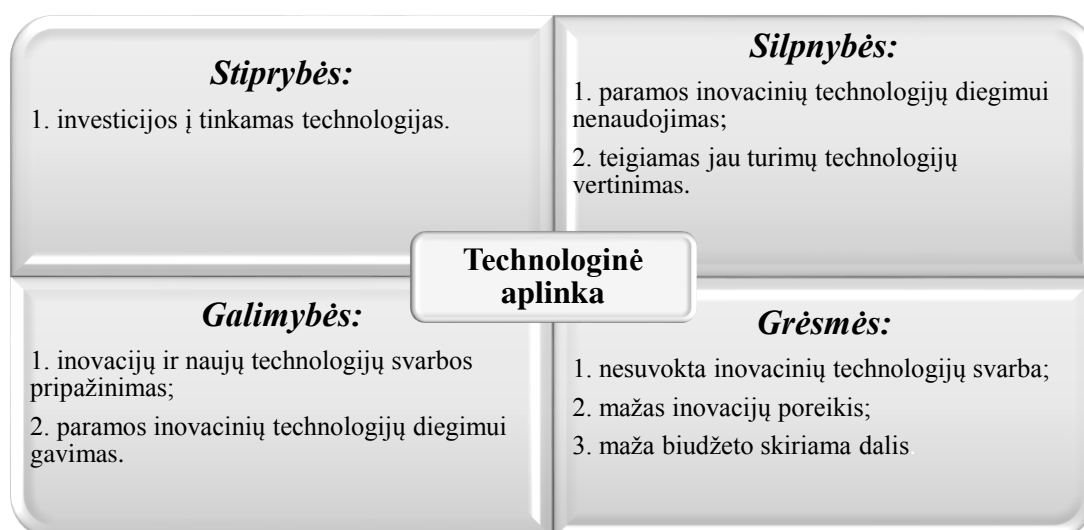
Šiais laikais technologijų ir inovacijų taikymas tapo neatsiejama tiek valstybės, tiek verslo sėkmės dalimi. Technologinių inovacijų plėtojimas yra viena svarbiausių Lietuvos Nacionalinės darnaus vystymosi strategijos gairių. Tiriant technologinę aplinką svarbu aptarti valstybės taikomą inovacijų politiką, investicijas į jas bei technologinių pokyčių pritaikymą.

Įmonių apsisprendimas diegti inovacines technologijas labai priklauso nuo valstybės vykdomos politikos šiuo klausimu. Statistikos departamento duomenimis, 2008–2010 metais pagrindiniai veiksniai, trukdę įmonėms diegti inovacijas savo veikloje buvo lėšų trūkumas (28,7 proc. įmonių), per aukšta inovacijos kaina (29,6 proc. įmonių), poreikio nebūvimas, nes tenkino anksčiau diegtos inovacijos (20,8 proc. įmonių) arba inovacijų paklausos nebūvimas (16,5 proc. įmonių). Taip pat įmonės susidūrė su sunkumais ieškant partnerių inovacinei veiklai, randant kvalifikuotą personalą, be to, nebuvo juntamas vartotojų poreikis inovacinės prekės ar paslaugoms.

Lėšų trūkumo problemas įmonės gali spręsti pretenduodamos gauti paramą technologinių inovacijų diegimui. 2008 metais pradėta taikyti pelno mokesčio lengvata inovacijas diegiančios įmonės, be to, inovacijas diegiančios įmonės turi teisę pretenduoti į valstybės arba ES teikiamą paramą. Statistikos departamento duomenimis įmonių, gavusių savivaldybių paramą inovacinei veiklai nuo 2006–2008 m. laikotarpio iki 2012–2014 metų laikotarpio skaičius auga. Pirmuoju minėtu laikotarpiu paramą gavo 1,9 proc. įmonių, o antruoju jau 2,7 proc. Valstybės teikiama parama atitinkamais laikotarpiais pasinaudojo 5,8 ir 10,4 proc. įmonių, o ES paramą gavo 8,2 ir 9,5 proc. įmonių. Kaip matoma, labiausiai išaugo įmonių, pasinaudojusių valstybės parama kiekis. Vertinant ES struktūrinių lėšų paramą, vien dėl paramos priemonės „Inovaciniai čekiai“ gavimo tinkamas paraiškas pateikusios 245 įmonės gavo didesnę nei 754 tūkst. Eur. paramą.

Siekiant įvertinti Lietuvoje veikiančių automobilių remonto įmonių padėtį šalies technologinėje aplinkoje sudaryta silpnųjų, stipriųjų, galimybių bei grėsmių matrica (16 lentelė).

16 lentelė. Automobilių remonto įmonių technologinės aplinkos matrica (sudaryta autorės)



Kaip matyta ekspertų apklausos vertinimo metu, didžioji dalis įmonių vadovų yra patenkinti turimomis technologijomis. Kadangi visų įmonių valdomas technologijas įvertinti kompleksiskai yra sunku, tai galima laikyti veiklos sektoriaus atstovų stiprybe ir silpnybe vienu metu. Įmonėms, kurios investuoja į technologijas ir domisi jų tobulėjimu, tai tampa stiprybe, nes prisidedama prie poveikio aplinkai mažinimo, technologijų naudojimas sumažina kaštus, be to, šitaip galima įgyti konkurencinį pranašumą, tokių pačių ar panašių technologijų naudojimas suteikia galimybes teikti kokybiškesnes paslaugas negu teikia konkurentai. Teigiamas turimų technologijų vertinimas tampa tų įmonių silpnybe, kurių turimų technologijų kokybė yra pervertinama dėl pačių vadovų subjektyvaus požiūrio ir inovacinių technologijų svarbos bei naudos nesupratimo.

Didžiulė verslo šakos silpnybė yra paramos inovacinių projektų diegimui nenaudojimas arba mažas naudojimas. Statistikos departamento tyrimų, kurie aprėpia 2006–2008, 2008–2010, 2010–2012 ir 2012–2014 metų laikotarpius, duomenimis, verslo šakos, į kurią įeina ir transporto priemonių remonto įmonės, paramos pasisavinimas buvo žemas. Savivaldybių teikiama parama 2006–2008 metų laikotarpiu pasinaudojo vos 0,9 proc. įmonių, 2010–2012 metais įmonių dalis išaugo iki 2,6 procentų, tačiau 2008–2010 ir 2012–2014 metų laikotarpiais šia parama nebuvo pasinaudota iš viso. Valstybės biudžeto teikiamos paramos įsisavinimas taip pat yra buvo vangus. Parama buvo pasisavinta visais tiriamais laikotarpiais, ja pasinaudojo atitinkamai 0,3%, 2,3%, 7,4%, 1,7% įmonių. Naudojimasis ES teikiamomis paramos priemonėmis gerai vertinamas gali būti tik 2008–2010 laikotarpiu, kai G sektijos įmonės sudarė 25,6 procento iš visų paramą gavusių įmonių. Tačiau kitais laikotarpiais paramos įsisavinimas taip pat vangus, nuo 1 proc. 2006–2008 metų laikotarpiu iki 6,7 proc. 2010–2012 metų laikotarpiu. Teigiamai vertinamas gali būti įmonių naudojimasis ES paramos programos lėšomis, skirtomis moksliniams tyrimams ir eksperimentinei veiklai. Nors pirmaisiais dviem laikotarpiais šios verslo sektijos įmonės parama nesinaudojo iš viso, paskutiniaisiais dviem laikotarpiais maža dalis įmonių ja pasinaudojo.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Bendro Lietuvos automobilių parko struktūra ir amžius sudaro natūralias sąlygas automobilių remonto įmonių veikimui ir gyvavimui. Įmonių gebėjimas prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos sąlygų atskleidžia jų dinamiškumą. Automobilių remonto įmonių apyvartos, skaičiaus, sukurtos pridėtinės vertės, įdarbintos darbo jėgos ir kiti makroekonominiai rodikliai yra nuolat kintantys, veikiami politikų, socialinių, technologinių nei ekonominių procesų kaitos;
2. Įvertinus ekonominės krizės pasekmes veikiant makroekonominius automobilių remonto įmonių rodiklius daroma išvada, kad ekonomikos nuosmukis šias įmones paveikė mažiau negu matomas vidutinis poveikis kitų verslo šakų įmonių makroekonomikos rodikliams. Taip pat pastebėta neigiamą tendencija, jog didėjant automobilių remonto įmonių skaičiui, apyvartos dalis, tenkanti vienai įmonei, yra mažesnė;
3. Pagrindinėmis problemomis, su kuriomis susiduria automobilių remonto ir techninės priežiūros paslaugas teikiančios įmonės, galima įvardinti teisinį ir mokestinį reguliavimą, Lietuvos ir Rusijos politinių-ekonominių priemonių taikymo įtaką. Verslo barjeru taip pat gali tapti bendro Lietuvos automobilių parko naujinimas, dėl kurio tinkamo remonto atlikimui yra reikalingos papildomos investicijos į naujas technologijas bei darbuotojų tobulinimą. Taip pat matoma kompetentingų darbuotojų stokos grėsmė, šis trūkumas gali būti sukeltas darbo jėgos emigracijos ir netinkamo mokymo metodų koregavimo, nepritaikant jų pagal dabartinius ir numatomus rinkos pokyčius;
4. Atliekant mokslinės literatūros analizę buvo aptarti remonto įmonių sampratos, kokybės vertinimo, paklausos ir pasiūlos, konkurencijos ir konkurencingumo, šalies ir užsienio ekonominės politikos bei strategijos kūrimo teoriniai aspektai. Padaryta išvada, jog automobilių remonto įmonės yra įmonės, atliekančios techninę priežiūrą tam tikrais laiko intervalais, norint išvengti automobilio gedimo arba atliekančios remontą, kuriuo atkuriamą tinkama transporto priemonės techninė būklė. Nustatyta, kad automobilių remonto kokybė yra vertinama ne tik pagal techninius parametrus, bet ir pagal suteiktą pasitenkinimą vartotojui, kuris yra lemiamas sumokėtos kainos, aptarnavimo kokybės bei kultūros ir kitų aspektų. Teoriškai įmonių paklausą veikia prekės (paslaugos) bei jos substitutų kainos, gyventojų pajamų lygis, techninė pažangos ir mechanizmų sudėtingumo didėjimo. Paklausos valdymui gali būti naudojami metodai, tokie kaip laiko valdymas, diferencijuotų kainų taikymas ar papildomų paslaugų teikimas. Šių įmonių pasiūlą gali veikti technologinė pažanga, galiojanti mokesčių sistema, įmonės finansinė padėtis, gamybos veiksmų kaina bei konkurentų skaičius. Įmonių paslaugų pasiūlos valdymui rekomenduojama pagal darbų apimtį pritaikyti žmogiškųjų išteklių kiekį, paslaugų pirkimą, paruošiant darbuotojus atlikti platesnį darbų spektrą ar kitus pasiūlos valdymo metodus.
5. Išanalizavus mokslinę literatūrą įmonių konkurencingumo klausimu galima teigti, kad konkurencingumą lemia vidiniai ir išoriniai veiksniai. Svarbiausiais išoriniais veiksniais galima

laikyti šalies ekonomikos lygį, politinius–įstatyminius veiksnius, sociokultūrinius veiksnius, tokius kaip gyventojų emigracija ar požiūris į nelegalų ar iš dalies nelegalų verslą ir šalies technologinį išsivystymą, nuo kurio priklauso inovacijų prieinamumas, galimybės jas diegti ir darbuotojų parengimas. Pagrindiniais vidiniais konkurenciją įtakojančiais veiksniais laikomi valdymo struktūrų gebėjimai, kompetencija bei lankstus požiūris, efektyvus išteklių valdymas, padedantis sumažinti paslaugų teikimo savikainą neprarandant norimos paslaugų kokybės bei įmonės finansinę padėtį ir kreditingumą. Nustatyta, kad automobilių remonto veikloje įmonių konkurencingumą įtakoja vidinių ir išorinių veiksnių sintezė, todėl siekiant sėkmingai konkuruoti rinkoje svarbu atsižvelgti tiek į vidinius, tiek į išorinius veiksnius.

6. Automobilių remonto įmonės susiduria su šalies ir kitų valstybių ekonominės politikos reguliavimo ir paramos formų įtaka, kadangi įmonės su jais susiduria visuose veiklos cikluose. Tiriant Lietuvoje taikomą teisinį reguliavimą atskleista, kad įmonės susiduria su teisinės bazės nesuderinamumu ir biurokratinio mechanizmo atstovų pertekliumi, tačiau įmonės susiduria ne tik su reguliavimo, bet ir su paramos priemonių taikymu. Parama gali būti finansinė (mokesčių mažinimas, lengvatinės paskolos, darbo vietų subsidijavimas ir pan.) ir nefinansinė (infrastruktūros kūrimas, verslininkų ir darbuotojų švietimas, laisvos prieigos prie viešųjų pirkimų sudarymas ir pan.). Ši parama gali būti vykdoma per valstybines, regionines ar savivaldybių valdžios struktūras. Kalbant apie užsienio šalių politiką pagrindiniais subjektais laikomos ES ir NVS valstybės. Atskleistos pagrindinės ES teikiamos laisvės: laisvo kapitalo judėjimo, laisvo prekių judėjimo, laisvo darbuotojų judėjimo ir įsteigimo ir paslaugų teikimo laisvė.
7. Atliktame ekspertų nuomonių tyrime dalyvavo 11 automobilių remonto įmonių vadovų, turinčių aukštąjį bakalauro arba aukštesnį išsilavinimą ir verslo šakoje dirbantys ilgiau negu tris metus. Tyrimas atskleidė, kad automobilių remonto įmonės šalies ekonomikai didžiausią teigiamą įtaką suteikia per darbo vietų kūrimą. Vertindami verslą reglamentuojančią teisinę bazę palankiausiai įvertino darbo santykius reglamentuojančią bazę, o prasčiausiai mokesstinę bazę. Bendra ekspertų nuomone, įmonių paklausą labiausiai veikia teikiamų paslaugų kaina, o mažiausią poveikį daro gyventojų pajamų lygis. Įmonių pasiūla labiausiai veikiama konkurentų ir jų taikomų kainų, mažiausią įtaką pasiūlai daro išorinio verslo finansavimo galimybių būvimas. Bendra ekspertų nuomone, svarbiausi išoriniai konkurencingumą lemiantys veiksniai yra neskaidraus verslo egzistavimas (neigiamas poveikis konkurencingumui), tiekėjų produkcijos kainos ir bendras šalies ekonomikos lygis. Svarbiausiais vidiniais veiksniais, lemiančiais įmonių konkurencingumą, įvardijami vadovų ir darbuotojų kompetencijos lygis, tinkamas žaliavų pasirinkimas pagal kainą, kokybę ir kitas charakteristikas, taip pat svarbus konkurencingumo veiksnys yra tinkamas žmogiškųjų išteklių valdymas. Ekspertai, vertindami savo įmonių būklę geriausiai įvertino turimų darbuotojų kvalifikaciją ir teikiamų paslaugų kainos ir kokybės santykį. Blogiausiai vertinamos

įmonių galimybės bendradarbiauti su valstybinėmis institucijomis. Ekspertų taip pat buvo klausama jų nuomonės, kaip valstybės reguliavimo ir paramos priemonių koregavimas padidintų įmonių plėtros galimybes. Bendra ekspertų nuomone labiausiai plėtros galimybes padidintų didesnė nelegaliai dirbančio verslo kontrolė ir teisinės bazės koregavimas, taisykles pritaikant pagal įmonės dydį, veiklos ciklą, pobūdį ir įmonės galimybes.

8. Sudaryta PEST analizė, papildyta SSGG analizės elementais atskleidė, kad politinėje aplinkoje įmonių stiprybės yra palankiai vertinama teisinė bazė reglamentuojanti aplinkosaugos, darbo santykių, kokybės bei sveikatos apsaugos klausimus. Silpnybėmis laikoma labai nepalankiai vertinama mokesčių teisinė bazė, nelegalaus verslo kontrolė, neigiamą įtaką daranti kai kurių šalių ekonominė politika ir kontroliuojančių institucijų perteklius. Galimybėmis laikomas teisinės bazės koregavimas, lengvesnių sąlygų įeiti į rinką sudarymas, ruošiamos darbo jėgos mokymo metodu tobulinimas, didesnė nelegaliai dirbančių verslininkų kontrolė. Grėsmėmis taptų šiuo metu tinkamų teisinės bazės elementų koregavimas įmonėms nepalankia linkme, paramos teimo sumažinimas arba panaikinimas, nelegalaus verslo kontrolės nedidininimas. Ekonominėje aplinkoje išskirtos įmonių šios įmonių stiprybės: „kriazinio verslo“ etiketė, bendro šalies autoparko būklė, mažesnis negu šalies vidutinis reagavimas į ekonomikos blogėjimą, galimos vidinės ir išorinės verslo finansavimo galimybės. Silpnybėmis išskirtas didelis įmonių skaičius, mažėjanti įmonei tenkanti apyvartos dalis, augant įmonių skaičiui. Pagrindinėmis galimybėmis laikomas apyvartos didinimas mažinant įmonių skaičių. Tap pat svarbu, kad naujėjant automobilių parkui, verslui būtų suteikta finansinė ir nefinansinė parama technologijų atnaujinimui. Grėsmėmis išskirtas greitas ekonomikos kilimas, dėl kurio įmonės gali nespėti pritaikyti išteklių pasikeitusioms rinkos sąlygoms, nepamatuotas darbo užmokesčio augimas ir greitas ekonomikos smukimas, sumažinantis gyventojų pajamas ir investicijų galimybes. Socialinėje aplinkoje įmonių stiprybe laikomas suteikiamų darbo vietų augimas, vadovų kompetencija ir teigiamai vertinama darbo jėgos kokybė, silpnybe įvardijama blogėjanti demografinė padėtis. Technologinėje aplinkoje išskiriant įmonių stiprybes ir silpnybes susidurta su turimos technologijos vertinimo problema. Vengiant objektyvios nuomonės pateikimo apie valdomos įmonės technologijų kokybę, šis veiksnys laikomas ir stiprybe, ir silpnybe. Stiprybe jis taikomas tuomet, kai turimos technologijos išties yra kokybiškos ir tinkamos, silpnybe tampa tuo atveju, kai technologijos vertinamos gerai tik dėl vadovo objektyvaus požiūrio. Silpnybe taip pat išskiriamas valstybės ir ES paramos nenaudojimas arba menkas naudojimas diegiant technologines inovacijas. Galimybėmis laikoma inovacijų svarbos pripažinimas ir paramos siekimas, grėsmėmis nesuvokta technologinių inovacijų svarba verslui, mažas inovacijų poreikis ir maža inovacijoms skiriama biudžeto dalis.

LITERATŪRA

Adamonienė, R., & Trifonova, J. (2007). Valstybės parama smulkiam ir vidutiniam verslui Lietuvoje: bendras ir praktinis aspektai. *Management of Organizations: Systematic Research* (7–17). [žiūrėta 2017-11-02]. Prieiga per internetą <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/get/LT-LDB-0001:J.04~2007~1367163367841/DS.002.0.01.ARTIC>;

Aleksandr Izgorodin (2016) *Lietuvos ekonomikos apžvalga*. Lietuvos pramonininkų federacija [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą http://www.lpk.lt/wp-content/uploads/2016/12/Lietuvos_ekonomikos_apzvalga_LPK_20161207.pdf;

Balafoutas, L., Beck, A., Kerschbamer, R., & Sutter, M. (2015). The hidden costs of tax evasion.: Collaborative tax evasion inmarketsforexpertservices. *Journal of PublicEconomics*, 14-25. [žiūrėta 2017-10-15]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0047272715001176>;

Banys, R., Rudminaitis, V. ir Grybėnas, V. (2006). Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros kliūtys Lietuvoje. *Mokslinė praktinė konferencija "Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros perspektyvos integracijos į Europos Sąjungą kontekste"*. Kaunas. [žiūrėta 2017-09-30]. Prieiga per internetą http://www.elibrary.lt/resursai/Mokslai/Kolegijos/Kolpingo_kolegija/konferencija2006/03.pdf;

Bašmakov, V. (2008). Šalies lengvųjų automobilių servisų paslaugų kokybės vertinimo sistema. *Mechanika, medžiagų inžinerija, pramonės inžinerija ir vadyba*. (157–165). [žiūrėta 2017-10-01]. Prieiga per internetą http://leidykla.vgtu.lt/conferences/JMK_MMIPIV_2008/PDF/22_Basmakov_Salies.pdf ;

Berdell, J. (2002). *International trade and economic growth in open economies: the classical dynamics of Hume, Smith, Ricardo and Malthus*. Edward Elgar Publishing. [žiūrėta 2017-10-01]. Prieiga per internetą https://books.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=qEtT7q0W8t8C&oi=fnd&pg=PR6&dq=Berdell,+J.+International+Trade+and+Economic+Growth+in+Open+Economies.+Cheltenham:+Edward+Elgar+Publishing+Limited,+2002.&ots=ZKB2-agA7r&sig=UTp3f3LppQY_6_lqq5zOoC9yW0g&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false;

Briuškova, O. (2013). *Lietuvos ir Rusijos ekonominiai santykiai: raida ir perspektyvos*. Doctoral dissertation, Mykolas Romeris University. [žiūrėta 2017-10-15]. Prieiga per internetą <https://vb.mruni.eu/object/elaba:1991983/>;

Buiko, J. (2011). *Eismo įvykiuose apgadintų automobilių remonto kokybės tyrimas*. Doctoral dissertation, Vilnius Gediminas Technical University. [žiūrėta 2017-09-28]. Prieiga per internetą <https://vb.vgtu.lt/object/elaba:2043808/>;

Cohan, P. (2012). 4 Smart Growth Strategies. *Verslo edukacijos portalas INC*. [žiūrėta 2017-11-05]. Prieiga per internetą <https://www.inc.com/peter-cohan/4-growth-strategies-for-start-ups.html>;

Cudjoe, G. A., & Kofi, P. (2017). The Effect of Non-Financial Support Services on Small and Medium Enterprises (SMEs) Development in a Developing Economy. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. (20–30). [žiūrėta 2017-11-16]. Prieiga per internetą http://www.ijbhtnet.com/journals/Vol_7_No_1_March_2017/3.pdf;

Čičinskas, J. ir Klebanskaja, N. (2003). *Ekonomika ir verslas. Vadovėlis. Vinius: Lietuvos Junior Achievement*;

Dievaitis, P. (2013). *Kauno automobilių turgaus prekyautojų kasdienybė: balansavimas tarp formalių ir neformalių taisyklių*. Doctoral dissertation, Vytautas Magnus University. [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą <https://vb.vdu.lt/object/elaba:2024677/>;

Dikčius, V. (2003). *Marketingo tyrimai: teorija ir praktika*. Vilnius: Vilniaus vadybos kolegija;

Dikčius, V. ir kt. (2007). Lietuvos mažų ir vidutinių įmonių būklė ir plėtros tendencijos. *Lietuvos ekonomika Europoje ir globalioje erdvėje: straipsnių rinkinys*. 267-279 psl. Vilnius: Ekonominių tyrimų centras;

Doing Business (2014). Understanding regulations for small and medium-size enterprises. *The World Bank—2013*. [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2014>;

Dzikevičius, A. (2013). *Verslo vertinimas Europos ekonominėje erdvėje ir kapitalo pritraukimas verslo plėtrai užsienio rinkose..* [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą http://paramaverslui.eu/wp-content/uploads/2015/04/1_dalis_AD.pdf ;

Eidukaitienė, V. (2012). *Kokybės vadyba. Mokymo(si) rinkinys*. Marijampolė: Piko valanda. [žiūrėta 2017-11-04]. Prieiga per internetą http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/ESFproduktai/2012_Kokybes_vadyba.pdf;

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (1996) *Industrial competitiveness*, Paris: OECD;

Europos Parlamentas (2016). *At a Glance. EU-Russiatrade*. [žiūrėta 2017-09-30]. Prieiga per internetą [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2016/573931/EPRS_ATA\(2016\)573931_EN.pdf?utm_campaign=engagor&utm_content=engagor_Mzg2MjgxNw%3D%3D&utm_medium=social&utm_source=twitter](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2016/573931/EPRS_ATA(2016)573931_EN.pdf?utm_campaign=engagor&utm_content=engagor_Mzg2MjgxNw%3D%3D&utm_medium=social&utm_source=twitter);

Europos saugos ir sveikatos darbe agentūra (2007). *Techninė priežiūra ir DSS: bendra statistika*. [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą <https://osha.europa.eu/lt/tools-and-publications/publications/factsheets/90>;

Girdzijauskas, S. Ir Jefimovas, B. (2006). *Įmonės veiklos ekonominė analizė: metodinė priemonė*. [žiūrėta 2017-09-20]. Prieiga per internetą:

http://www.knf.vu.lt/dokumentai/filai/katedru/finansu/Girdzijauskas_Jefimovas_Ekonomine_analize.pdf;

Hix, S. (2006). *Europos Sąjungos politinė sistema*. Vilnius: Eugrimas. [žiūrėta 2017-10-20].
Prieiga per internetą <https://books.google.lt/books?id=bwrW8UNjezYC&printsec=frontcover&hl=lt#v=onepage&q&f=false>;

Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A., Šečkutė, L., Zaicev, S. (2007). *Ekonomikos teorija*. Vilnius: Eugrimas;

Kasiulevičius, V. ir Denapienė, G. (2008). *Statistikos taikymas mokslinių tyrimų analizėje*. Gerontologija, 9(3), 176-180. [žiūrėta 2017-11-28]. Prieiga per internetą http://www.gerontologija.lt/files/edit_files/File/pdf/2008/nr_3/2008_176_180.pdf;

Kinsella, D., Russett, B., & Starr, H. (2012). *Worldpolitics: The menu for choice*. Cengage Learning;

Kotler, Ph., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, W. (2003). Rinkodaros principai. Kaunas: Poligrafija ir informatika;

Langvinienė, N. ir Vengrienė, B. (2005). *Paslaugų teorija ir praktika: vadovėlis*. Kaunas: Technologija;

Lietuvos bankas (2017). Statistika ir prognozės: BVP, infliacija, palūkanų normos. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą: <http://www.lb.lt/>;

Lietuvos darbo birža. *Darbo rinkos prognozė* (2010). [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą <https://www.ldb.lt/TDB/Marijampole/Apie/Naujienos/UserDisplayForm.aspx?ID=116>;

Lietuvos darbo birža. *Darbo rinkos prognozė* (2016). [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą https://www.ldb.lt/TDB/Telsiai/Apie/Documents/prognoze_2016.pdf;

Lietuvos darbo birža. *Darbo rinkos prognozė* (2017). [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą: <http://www.ldb.lt/Informacija/DarboRinka/Documents/Prognoze2017.pdf>;

Lietuvos statistikos departamentas (2017). Nefinansinių įmonių rodikliai: pridėtinė vertė gamybos kainomis, apyvarta, įmonių skaičius, dirbančiųjų skaičius. [žiūrėta 2017-09-20]. Prieiga per internetą <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>;

Liučvaitienė, A. ir Paleckis, K. (2011). Šiuolaikinio verslo konkurencingumo formavimo ir vertinimo teoriniai modeliai ir jų taikymo galimybės. *Contemporary issues in business, management and education*. (195-210). [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą http://leidykla.vgtu.lt/conferences/CIBME_2011/pdf/2011-liucvaitiene_peleckis-siuolaikiniu.pdf;

Maciejawski, M. (2017). Laisvas prekių judėjimas. *Europos parlamentas*. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/lt/displayFtu.html?ftuId=FTU_3.1.2.html;

Maciejawski, M., Dancourt, L. (2017) Vidaus rinka. Bendrieji principai. *Europos parlamentas*. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/lt/displayFtu.html?ftuId=FTU_3.1.1.html;

Maciejawski, M., Pengelly, K. (2017). Įsisteigimo laisvė ir laisvė teikti paslaugas. *Europos parlamentas*. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/lt/displayFtu.html?ftuId=FTU_3.1.4.html;

Makutėnienė, D. (2013). Ekonomikos teorijos pagrindai pratybų aprašas. [žiūrėta 2017-10-05]. Prieiga per internetą http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:84-paPXC-JUJ:scholar.google.com/+makut%C4%97nien%C4%97+2013+ekonomikos+teorijos+pagrindai+pratyb%C5%B3+apra%C5%A1as&hl=lt&as_sdt=0,5;

Market Line Business Information Centre (2015). *Countryprofileseries. Sweden. In-depth PESTLE insights*;

Nikopour, H., Shah Habibullah, M., & Schneider, F. (2008). The shadow economy Kuznets's curve panel data analysis. *Munich Personal RePEc Archive* [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/12956/> ;

Pajuodis, A. (2005). *Prekybos marketingas*. Vilnius: Eugrimas;

Pakalniškienė, V. (2012). *Tyrimo ir įvertinimo priemonių patikimumo ir validumo nustatymas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla. [žiūrėta 2017-11-28]. Prieiga per internetą https://www.vu.lt/site_files/LD/Tyrimo_ir_%C4%AFvertinimo_priemoni%C5%B3_patikimumo_ir_validumo_nustatymas.pdf;

Pasaulio bankas (2017). Pasauliniai valdžios indikatoriai. Politinio stabilumo indeksas. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=worldwide-governance-indicators>;

Petraškevičius, V. (2007). *Konkurencijos politika Europos Sąjungoje. Mokomoji knyga*. Vilnius: Technika;

Pilinkienė, V. (2009). *Tarptautiniai ekonominiai santykiai*. Kaunas: Technologija;

Pranulis, V., Pajuodis, A., Urbonavičius, S. ir Virvilaitė, R. (2008). *Marketingas*. Vilnius: Garnelis. 603 p. ISBN 978-9955-883-04-3;

Raisová, M., & Ďurčová, J. (2014). Economic growth-supply and demand perspective. *Procedia Economics and Finance*, 184-191 psl. [žiūrėta 2017-10-08]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567114004766>;

Rakić, D. (2017). Laisvas kapitalo judėjimas. *Europos parlamentas*. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/lt/displayFtu.html?ftuId=FTU_3.1.6.html;

Rinkauskaitė, K. (2007). Įmonės konkurencingumas ir jo didinimo veiksniai. *Jaunasis mokslininkas* 2007, 41-44. [žiūrėta 2017-10-25]. Prieiga per internetą https://www.google.com/search?q=%C4%AFmon%C4%97s+konkurencingumo+veiksniai&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&dcr=0&ei=5LIOWvOeBMuv8we35aOoDA;

Rudzkiene, V. ir Augustinaitis, A. (2009). *Lietuvos e. valdžios gairės: ateities įžvalgų tyrimas*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas. [žiūrėta 2017-11-02]. Prieiga per internetą <http://ebooks.mruni.eu/pdfreader/lietuvos-evaldios-gairs-ateities-valg-tyrimas25169> ;

Sambasiva Rao, K., & Noorinasab, A. (2015). Financial and Non-Financial Institutions in Promoting Entrepreneurship in MSMes. *International Journal of Engineering Technology and Management*. [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą https://www.academia.edu/19753227/Financial_and_Non-Financial_Institutions_in_Promoting_Entrepreneurship_in_MSMEs;

Schmidt-Drüner, M. (2017). Laisvas darbuotojų judėjimas. *Europos parlamentas*. [žiūrėta 2017-11-20]. Prieiga per internetą http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/lt/displayFtu.html?ftuId=FTU_3.1.3.html;

Simanavičienė, Ž. (2002). Valstybinis verslo reguliavimas. *Kaunas: Technologija*;

Simanavičienė, Ž., Jasinskas, E., Bruneckienė, J., Gižienė, V., Guzavičius, A. ir Palekienė, O. (2013). *Inžinerinių sprendimų ekonomika: situacijų analizė*. Kaunas: Technologija. [žiūrėta 2017-10-27]. Prieiga per internetą <https://www.ebooks.ktu.lt/eb/1292/inzineriniu-sprendimu-ekonomika-situaciju-analize/>;

Snieška, V., & Čiburienė, J. (2011). Makroekonomika: vadovėlis ekonominių specialybių studentams. *Kaunas: Technologija*. [žiūrėta 2017-10-28]. Prieiga per internetą <https://www.ebooks.ktu.lt/eb/89/makroekonomika-vadovelis-ekonominiu-specialybiu-studentams/> ;

Snieška, V., Ambrasienė, I., Bernatonytė, D., Dapkus, M., Juozapavičienė, A., Markauskienė, A., Navickas, V., Pukelienė, V. Slavinskienė, A., Starkienė, G. ir Urbonas, J. (2010). *Mikroekonomika*. Kaunas: Technologija;

Sūdžius, V. (2001). *Smulkaus ir vidutinio verslo administravimas ir valdymas*. Vilnius: Kronta;

Sūdžius, V. (2002). *Pardavimų valdymas: principai ir praktika*. Vilnius: Pačiolis;

Svetikas, K. Ž. (2008). *Socialinių ir rinkos tyrimų metodai. Klausimyno konstravimo ypatumai*. [žiūrėta 2017-11-28]. Prieiga per internetą <http://svetikas.home.mruni.eu/wp-content/uploads/2008/11/4-tema3klausimyno-konstravimo-ypatumai.pdf>;

Svetikas, K. Ž. ir Arimavičiūtė, M. (2012). *Strateginis valdymas*. Mykolo Romerio Universitetas. [žiūrėta 2017-11-05]. Prieiga per internetą <http://ebooks.mruni.eu/pdfreader/strateginis-valdymas>;

Šukšta, A. (2009). *2002 m. liepos 31 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 1400/2002 įtaka motorinių transporto priemonių distribucijai*. Doctoral dissertation. Vytautas Magnus University.

[žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fNWx8aUtv8J:talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:1877447/datastreams/ATTACHMENT_1877455/content+&cd=2&hl=lt&ct=clnk&gl=lt&client=firefox-b-ab;

Švietimo mainų paramos fondas. (2008). *Profesinio konsultavimo metodai ir technikos II*. [žiūrėta 2017-09-30]. Prieiga per internetą <http://www.euroguidance.lt/karjeros-planavimas/dirbu-karjeros-konsultavimo-srityje/metodine-medziaga/leidiniai/euroguidance-leidiniai/metodiniai-leidiniai/profesinio-konsultavimo-metodai-ir-technikos-ii;>

Tonkūnaitė-Thiemann, A. (2012) *Vartotojų pasitenkinimo indekso matavimo metodika: tyrimų metodų įvairovė, pagrindinės metodinės rekomendacijos, vartotojų pasitenkinimo matavimo indekso klausimų sudarymo principai ir pavyzdžiai, tyrimo organizavimo ypatumai*. Vilnius: Ekonominės konsultacijos ir tyrimai;

Valentinavičius, S. (2009). Verslo strategijos formavimo įmonėje teoriniai aspektai. *Business: Theory&Practice*, 10(2). [žiūrėta 2017-10-27]. Prieiga per internetą <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=ed2bc25b-edf6-4da7-87de-4424a3808dcb%40sessionmgr120;>

Van Acoleyen, M. (2015). *The Impact of Sanctions on Trade: An Application to the European-Russian Case*. [žiūrėta 2017-11-04]. Prieiga per internetą [https://works.bepress.com/researchin-internationaltrade/16/;](https://works.bepress.com/researchin-internationaltrade/16/)

Vasiliauskas, A. (2004). *Strateginis valdymas*. Kaunas: Technologija (p. 383). ISBN 9955-09-594-6;

Vazonis, V., Vaznomis, B., Janušauskaitė, G. (2006). *Mikroekonomikos studijų vadovas*. Lietuvos žemės ūkio universitetas. Akademija. [žiūrėta 2017-10-15]. Prieiga per internetą [ftp://ekokat.lzuu.lt/vvazonis/mikroekonomikos_studiju_vadovas%202007.pdf;](ftp://ekokat.lzuu.lt/vvazonis/mikroekonomikos_studiju_vadovas%202007.pdf)

Vilpišauskas, R. (2013). Eurazijos sąjunga ar Europos sąjunga? Dilema rytų partnerystės šalims. *Politologija*, 70(2), 64-96. [žiūrėta 2017-11-05]. Prieiga per internetą <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=273320;>

Vitunskienė, V. (2013). *Žemės ūkio ekonomika*. Akademija. [žiūrėta 2017-10-18]. Prieiga per internetą http://dspace.lzuu.lt/bitstream/1/2577/3/Z_u_ekonomika_mokomoji_knyga_A5.pdf ;

VšĮ Versli Lietuva. *Autoservisas*. [žiūrėta 2017-09-24]. Prieiga per internetą [http://leidimai.verslilietuva.lt/lt/atmintines/autoservisas/5/;](http://leidimai.verslilietuva.lt/lt/atmintines/autoservisas/5/)

Žvinklys, J. ir Vabalas, E. (2001). *Įmonės ekonomika*. Mokymo knyga. Vilnius: Vilniaus vadybos kolegija;

PRIEDAI

1 PRIEDAS. AUTOMOBILIŲ REMONTO ĮMONIŲ SVARBOS LIETUVOS EKONOMIKAI IR PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMAS

Gerbiamas eksperte,

Esu Kauno technologijos universiteto Ekonomikos ir verslo fakulteto Verslo ekonomikos magistro studijų programos studentė Julija Urbanavičienė. Mano baigiamojo darbo tema "Automobilių remonto įmonių svarba Lietuvos ekonomikai ir plėtros galimybės". Kviečiu Jus dalyvauti ekspertinėje apklausoje, kurios rezultatai man padės įvertinti Lietuvos automobilių remonto įmonių plėtros galimybes ir problemas.

Tyrimo tikslas - įvertinti automobilių technine priežiūra ir remontu veiklą vykdančio verslo indėlį į Lietuvos ekonomiką ir šio verslo plėtros galimybes.

Klausimynas anoniminis. Apklausos duomenys bus analizuojami apibendrintai, todėl konfidencialumas garantuojamas.

Iš anksto dėkoju už Jūsų atsakymus ir sugaištą laiką.

1. Jūsų lytis:

- vyras
- moteris

2. Jūsų išsilavinimas:

- profesinio ugdymo
- aukštasis (bakalauro, profesinio bakalauro)
- aukštasis (magistro, daktaro laipsnis)

3. Jūsų darbinė patirtis metais:

- iki 3 metų
- nuo 3 iki 10 metų
- 10 metų ir daugiau

4. Kokią, Jūsų nuomone, naudą Lietuvos ekonomikai teikia automobilių remonto įmonės? (1 – labai mažą; 2 – mažesnę negu vidutinę; 3 – vidutinę; 4 – didesnę negu vidutinę; 5 – labai didelę).

Eil. Nr.	Naudos Lietuvos ekonomikai vertinimas	Balai				
		1	2	3	4	5
1.	Daroma įtaka makroekonominiams rodikliams	1	2	3	4	5
2.	Darbo vietų suteikimo	1	2	3	4	5
3.	Didžiųjų įmonių produkcijos realizavimo	1	2	3	4	5
4.	Dalyvavimo importo veikloje	1	2	3	4	5
5.	Dalyvavimo eksporto veikloje	1	2	3	4	5
6.	Didėjančio verslo inovatyvumo ir technologijų plėtros	1	2	3	4	5

5. Kaip vertinate Lietuvoje veikiančių automobilių remonto įmonių veiklą reglamentuojančią teisinę bazę šiais klausimais: (1 – visiškai nepritaikyta verslo vystymui; 2 – nepritaikyta verslo vystymui; 3 – verslo vystymui pritaikyta vidutiniškai; 4 – beveik pritaikyta verslo vystymui; 5 – pilnai pritaikyta verslo vystymui):

Eil. Nr.	Teisinės bazės vertinimas	Balai				
		1	2	3	4	5
1.	Aplinkosauginiu požiūriu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
2.	Mokestiniu požiūriu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
3.	Darbų saugos požiūriu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.	Darbo santykių reguliavimo požiūriu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
5.	Sveikatos apsaugos požiūriu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
6.	Kokybės užtikrinimo požiūriu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

6. Kaip, Jūsų nuomone, automobilių remonto įmonių paklausą veikia šie veiksniai? (1 – neveikia; 2 – veikia mažiau negu vidutiniškai; 3 – vidutiniškai; 4 – veikia stipriau negu vidutiniškai; 5 – veikia reikšmingai)

Eil. Nr.	Paklausos veiksnių vertinimas	Balai				
		1	2	3	4	5
1.	Konkurentų taikomos kainos	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
2.	Gyventojų pajamų lygis	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
3.	Teikiamų paslaugų kaina	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.	Dėl techninės pažangos sumažėjusios vartotojų galimybės	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

7. Kaip, Jūsų nuomone, automobilių remonto įmonių paslaugų pasiūlą veikia šie veiksniai? (1 – neveikia; 2 – veikia mažiau negu vidutiniškai; 3 – vidutiniškai; 4 – veikia stipriau negu vidutiniškai; 5 – veikia reikšmingai)

Eil. Nr.	Pasiūlos veiksnių vertinimas	Balai				
		1	2	3	4	5
1.	Konkurentų taikomos kainos	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
2.	Konkurentų kiekis	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
3.	Technologijų išsivystymo lygis	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.	Verslo finansavimo galimybės (dotacijų bei kreditų)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
5.	Šalyje galiojanti mokesčių ir teisinė sistema	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

8. Kaip manote, kaip šie išoriniai veiksniai lemia Jūsų įmonės konkurencingumą? (1 – neveikia; 2 – veikia mažiau negu vidutiniškai; 3 – vidutiniškai; 4 – veikia stipriau negu vidutiniškai; 5 – veikia reikšmingai)

Eil. Nr.	Išorinių konkurencingumo veiksnių vertinimas	Balai				
1.	Bendras šalies ekonomikos lygis	1□	2□	3□	4□	5□
2.	Tiekėjų produkcijos kainos	1□	2□	3□	4□	5□
3.	Politiniai-įstatyminiai veiksniai	1□	2□	3□	4□	5□
4.	Gyventojų emigracija	1□	2□	3□	4□	5□
5.	Neskaidraus verslo egzistavimas	1□	2□	3□	4□	5□
6.	Bendras šalies technologinis išsivystymas	1□	2□	3□	4□	5□
7.	Šalyje rengiamų darbuotojų kvalifikacijos kokybė	1□	2□	3□	4□	5□
8.	Taikomos Lietuvos ekonominės politikos reguliavimo ir rėmimo priemonės	1□	2□	3□	4□	5□
9.	Taikomos ES ekonominės politikos ir rėmimo priemonės	1□	2□	3□	4□	5□
10.	Taikomos kitų šalių ekonominės politikos priemonės	1□	2□	3□	4□	5□

9. Kaip manote, kaip šie vidiniai veiksniai lemia Jūsų įmonės konkurencingumą? (1 – neveikia; 2 – veikia mažiau negu vidutiniškai; 3 – vidutiniškai; 4 – veikia stipriau negu vidutiniškai; 5 – veikia reikšmingai)

Eil. Nr.	Vidinių konkurencingumo veiksnių vertinimas	Balai				
1.	Vadovų ir darbuotojų kompetencijos lygis	1□	2□	3□	4□	5□
2.	Tinkamas žmogiškųjų išteklių valdymas	1□	2□	3□	4□	5□
3.	Tinkamas žaliavų pasirinkimas pagal kainą, kokybę bei kitas charakteristikas	1□	2□	3□	4□	5□
4.	Įmonės finansinė padėtis ir kreditingumas	1□	2□	3□	4□	5□
5.	Reagavimas į konkurentų elgseną	1□	2□	3□	4□	5□

10. Kaip vertinate savo atstovaujamos įmonės: (1 – labai blogai; 2 – blogiau negu vidutiniškai; 3 – vidutiniškai; 4 – geriau negu vidutiniškai; 5 – labai gerai)

Eil. Nr.	Įmonės būklės vertinimas	Balai				
1.	Darbuotojų kvalifikaciją	1□	2□	3□	4□	5□
2.	Darbo jėgos kainą, lyginant su kitais veiklos sektoriais	1□	2□	3□	4□	5□
3.	Aptarnavimo ir paslaugų kokybę	1□	2□	3□	4□	5□
4.	Teikiamų paslaugų kainos ir kokybės santykį	1□	2□	3□	4□	5□
5.	Inovatyvumą, naujų technologijų pritaikymą ir naudojimą	1□	2□	3□	4□	5□
6.	Verslo finansavimo galimybes (vidines ir/ar išorines)	1□	2□	3□	4□	5□
7.	Galimybes bendradarbiauti su valstybės institucijomis sprendžiant iškilusias problemas ar kilus kitiems klausimams	1□	2□	3□	4□	5□
8.	Investicijų į įrenginius dydį ir galimybes	1□	2□	3□	4□	5□

9.	Teikiamų paslaugų platumą	1□	2□	3□	4□	5□
10.	Gebėjimą prisitaikyti prie besikeičiančių rinkos poreikių	1□	2□	3□	4□	5□

11. Kaip, Jūsų nuomone, šių valstybės paramos ir reguliavimo priemonių koregavimas padidintų įmonių plėtros galimybes? (1 – nepadidintų; 2 – padidintų nereikšmingai; 3 – vidutiniškai; 4 – padidintų; 5 – padidintų reikšmingai)

Eil. Nr.	Reguliavimo priemonių koregavimo vertinimas	Balai				
		1□	2□	3□	4□	5□
1.	Vadovų švietimas verslo įkūrimo ir valdymo klausimais	1□	2□	3□	4□	5□
2.	Lengviau prieinama finansinė parama verslui	1□	2□	3□	4□	5□
3.	Teisinės bazės koregavimas, pritaikant taisykles pagal veiklos pobūdį, organizacijos dydį, veiklos ciklą ir galimybes	1□	2□	3□	4□	5□
4.	Ruošiamų darbuotojų mokymo metodų tobulinimas	1□	2□	3□	4□	5□
5.	Lengvesnių sąlygų įeiti į rinką sudarymas	1□	2□	3□	4□	5□
6.	Didesnė nelegaliai ar iš dalies legaliai dirbančių verslininkų kontrolė	1□	2□	3□	4□	5□

AČIŪ UŽ JŪSŲ NUOMONĘ IR SUGAIŠTĄ LAIKĄ