

KONKURENCINGUMO IŠSAUGOJIMO VEIKSNIAI GLOBALIZACIJOS SĄLYGOMIS

Reda Keršienė

Kauno technologijos universitetas, Lietuva, reda.kersiene@ktu.lt

Anotacija

Prekybos liberalizavimo ir globalizacijos procesai padidino vartotojų lūkesčius ir įmonių konkurenciją. Tam, kad sureaguotų į globalizacijos procesą ir turėtų naudoti iš pasaulinės rinkos galimybių, įmonėms iškyla du iššūkiai: pirma, jos turi transformuotis ir padidinti savo individualų konkurencingumą; antra, pasinaudoti sinergijos efektais, teikiamais kooperatinių santykių su kitomis įmonėmis ir susijusiomis partnerinėmis institucijomis.

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

Straipsnyje tiriama SVV įmonių konkurencingumo išsaugojimo veiksniai, Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo situacija, pagrindinės problemos ir konkurencingumo didinimo galimybės.

Raktiniai žodžiai: Globalizacija, prekybos liberalizavimas, konkurencingumas, konkurencingumo didinimo veiksniai, smulkus ir vidutinis verslas, įmonių aglomeracija.

Ivadas

Smulkaus ir vidutinio verslo vaidmuo šalies ūkyje įgauna vis didesnę svarbą. Pagrindiniai verslo politikos prioritetai tiek ES, tiek nacionaliniu lygmeniu yra: verslumo įgūdžių skatinimas, įmonių galimybių pateikti į rinkas gerinimas, augimo potencialo didinimas, dialogo ir konsultacijų stiprinimas, būtinybė atsižvelgti į SVV interesus bei poreikius, skatinti ne tik naujų įmonių steigimą, bet ir sudaryti kuo palankesnes sąlygas jau esamų sėkmingai veiklai vykdyti. Didėjant konkurencijai rinkoje, verslui tenka ieškoti kitokių, progresyvesnių būdų kaip išlikti rinkoje ir pasiūlyti vartotojui reikalingą produktą ar paslaugą, efektyviai išnaudojant materialinius ir žmogiškuosius išteklius.

Mokslinėje SVV literatūroje teigiama, kad kadangi vadyba mažose įmonėse paprastai yra neformali, konkurencinis pranašumas mažesnėje įmonėje dažniausiai atsiranda atsitiktinai kaip ypatingų įmonė veikiančių aplinkybių pasekmė. Strategijos atsiranda mokymosi proceso ir taktinių sprendimų dėka, kurie nukreipti į svarbių išteklių įsigijimą ir savitų gebėjimų įgijimą, o ne į jų kūrimą formaliame ilgalaikio planavimo procese. Mažų įmonių sėkmė paprastai aiškinama vadybiniais gebėjimais, mokymu ir išsilavinimu bei įmonės lyderių asmenine kvalifikacija.

Kitu labai svarbiu sėkmės veiksniu yra įmonės vieta ir ypač „išoriniai veiksniai“, kurie atsiranda dėl vietinės koncentruotų ir specializuotų smulkių ir vidutinių įmonių geografinės vietovės. Įmonės, veikiančios pramoniniuose rajonuose, turi naudoti iš aglomeracijos poveikio, kuris palankiai veikia bendrą mokymosi procesą, apsikeitimą žiniomis, specializacijos ekonomiją, kadangi kiekviena įmonė numato labai specializuotus uždavinius visame produkto gamybos procese, gaudama naudoti iš vietinio optimalumo. Vietos poveikis svarbus ir dėl galimybės pažinti plačiai paplitusias specializuotas technologijas, vietinės darbo rinkos buvimo, ryšių su vietinėmis organizacijomis ir paslaugų institucijomis. Nacionalinė įmonės vieta gali paveikti gamybos lygį, ne tik dėl platesnio pasklidimo ar vietinės SVV zonos efektyvumo, bet ir dėl gamybos veiksmų, socialinės-politinės ir reguliavimo aplinkos, kultūros buvimo ir kainos. Mažoms įmonėms tai ypač svarbu, kadangi jos labiau susijusios su socialine-ekonominė regiono struktūra.

Smulkiam ir vidutiniam verslui, siekiančiam sėkmingos veiklos, būtina:

- didinti esamų veiklų efektyvumą;
- nustatyti jo potencialą;
- užtikrinti jo ateitį.

Smulki ir vidutinė verslininkystė privalo suvokti savo veiklą taip pat, kaip ir stambi kompanija. Suvokimas būtinas ne tik didinant šiandieninį efektyvumą, bet ir veiklą tolimoje ateityje (Дракев П., 1994).

Smulkus ir vidutinis verslas susiduria su šiomis pagrindinėmis problemomis: gaminamos produkcijos neatitikimas pasauliniams standartams; žemas darbo našumas; mažas produkcijos konkurencingumas (žema,

neatitinkanti kainos, kokybė); apyvartinių lėšų trūkumas; nepakankama darbuotojų kvalifikacija; informacijos trūkumas (Melnikas B., Jakubavičius A., Strazdas R., 2002.)

Mažų įmonių sėkmė priklauso nuo:

- vadybinių gebėjimų, mokymo ir išsilavinimo bei įmonės lyderių asmeninės kvalifikacijos;
- „išorinių veiksnių“, atsirandančių dėl vietinės koncentruotų ir specializuotų smulkių ir vidutinių įmonių geografinės vietovės;
- valdymo praktikos.

Lietuvoje vienu iš svarbiausių sėkmingo verslo veiksnių yra patirtis versle.

Mokslinė problema. Nūdienos ekonominė situacija ir SVV svarba Lietuvai verčia ieškoti naujų jo augimo, gyvybingumo laidavimo ir konkurencingumo išsaugojimo būdų.

Tyrimo objektas. SVV plėtotės veiksniai.

Tyrimo tikslas – išnagrinėti SVV plėtotės veiksnių įtaką įmonių konkurencingumo išsaugojimui.

Tyrimo metodai – mokslinės literatūros analizė ir sintezė, sisteminė statistinių duomenų analizė.

SVV konkurencingumo sėkmės veiksniai: metodologiniai pagrindai

Mokslinėje literatūroje SVV efektyvumas ir sėkminga veikla vertinama jo sugebėjimu augti ir sėkmingai konkuruoti rinkoje. Dažniausiai mažų ir vidutinių įmonių konkurencija pagrįsta orientacija į siaurą sritį ir specializaciją, ne tik produktų, rinkų ir vartotojų, bet ir kainos, kaštų ir gamybinių pajėgumų atžvilgiu. Atskiri tyrimai teigia, kad pagrindiniai SVV konkurenciniai prioritetai yra dizaino ir gamybos kokybė, pristatymo greitis ir patikimumas, lankstumas ir reagavimas į vartotojo poreikius, kai tuo tarpu kaštų vaidmuo yra kur kas mažesnis (Cagliano ir kiti, 2001; Pratten, 1991).

Mokslinėje literatūroje teigiama, kad, kadangi mažų ir vidutinių įmonių valdymas paprastai yra neformalus, konkurencinis pranašumas jose dažnai atsiranda atsitiktinai kaip ypatingų įmonės darbo sąlygų pasekmė (Jennings ir Beaver, 1997). Strategijos kuriamos nepertraukiamo mokymosi ir taktinių sprendimų priėmimo dėl pagrindinių išteklių įsigijimo ir išskirtinių pajėgumų sukūrimo procese, o ne ilgalaikio planavimo procese. Taigi, mažų ir vidutinių įmonių sėkmė paprastai aiškinama vadybiniais įgūdžiais, mokymu ir išsimokslinimu bei įmonės lyderių asmenine kvalifikacija (Jennings ir Beaver, 1997; Vaitkevičius, 2007), o ne apskritai konkrečia valdymo praktika. Tai lemia veiklos praktiką ir darbą SVV įmonėse, kurie yra asmeninių sugebėjimų ir atsitiktinės įvykių sekos išdava, kurią sudėtinga formalizuoti ir tyrinėti.

Panašiai kitos SVV įmonių ypatybės, nuo kurių priklauso sėkminga jų veikla, yra supaprastintos organizacinės struktūros, mažesnis sudėtingumas, lengvesni ryšiai dėl neformalių santykių, didesnio lankstumo darbo jėgos naudojime.

Kitu labai svarbiu sėkmės veiksniu yra įmonės vieta ir ypač „išorė“, atsirandanti dėl koncentruotų ir specializuotų įmonių vietos. Šias SVV įmonių sėkmės ypatybes pirmasis išnagrinėjo Piore ir Sabel (1984). Vėliau dauguma mokslinių tyrimų apie industrinius rajonus buvo skirta atvirų ir dinamiškų SVV įmonių vietinių sistemų sukeliama kolektyvinio mokymosi analizei (Ratti ir kiti, 1997; Rabellotti, 1997; Damaskopoulou ir kiti, 2008). Dažniausiai, įmonės, įsikūrę pramoniniuose regionuose, turi naudos iš aglomeracijos poveikio, kuris palankiai veikia bendro mokymosi procesą, žinių mainus, specializacijos ekonomiją, kadangi kiekviena įmonė sprendžia labai specializuotas užduotis visame produkto gamybos procese, gaudama naudos iš vietos optimalumo. Vietos poveikis taip pat labai svarbus, nes yra susijęs su plačiai paplitusiomis žiniomis apie specializuotas technologijas, vietinės darbo rinkos buvimu, ryšiais su vietinėmis organizacijomis ir aptarnavimo institucijomis.

Nacionalinė įmonės vieta gali turėti įtakos gamybos lygiui ne tik dėl platesnio išsisklaidymo ar SVV įmonių vietinio regiono efektyvumo, bet ir dėl gamybos veiksnių (darbo, kapitalo, technologijos) buvimo ir kaštų, socialinės-politinės ir kontrolės aplinkos, kultūros. Mažoms ir vidutinėms įmonėms tai ypatingai svarbu, nes jos daug stipriau yra susijusios su socialine-ekonominė regiono, kuriame įsikūrę, struktūra. Kaip nacionalinis kontekstas veikia įmones, kaip verslo aplinkos elementą, plačiai išnagrinėjo M. Porteris (1990), o kai kurie SVV įmonių tyrimai akcentavo smulkaus verslo tarptautinius skirtumus (Shane ir Kotveried, 1995).

Valdymo praktika yra trečiasis smulkių ir vidutinių įmonių pranašumo šaltinis, nors jis mažiausiai išplėtotas mokslinėje literatūroje. Kai kurie SVV įmonių tyrimai atkreipė dėmesį į praktikos ir požiūrių, išplėtotų stambių įmonių kontekste (Tiksliai laiku; Visuotinės kokybės vadyba; Pažangios gamybos technologijos), perėmimą. Tačiau šiuose tyrimuose neparodytas tikslus ir aiškus ryšys tarp perimtos

praktikos ir pasiekto rezultato. Be to, juose buvo akcentuojami veiksniai, galintys palengvinti ar sukludyti šios praktikos perėmimui. Remiantis didelių įmonių pagrindiniais požūriais ir speciniais metodais, buvo nustatytos kai kurios SVV įmonių charakteristikos – lankstumas, nesudėtingas sprendimų priėmimo procesas, žemas darbo jėgos specializacijos lygis, mažas prekių partijos dydis ir trumpas gamybos laikotarpis. Tačiau smulkios ir vidutinės įmonės turi mažiau galimybių įdiegti naują valdymo ryšių su tiekėjais ir vartotojais praktiką.

Kadangi SVV įmonės tradiciškai yra orientuotos į vartotojų poreikių tenkinimą, savininkas-vadovas gali tapti lyderiu, įgyvendinant kokybės kultūrą, o tarpasmeniniai ryšiai yra paprastesni ir mažiau formalūs, kurie supaprastina visuotinės kokybės kūrimą. Antra vertus, jei savininkas-vadovas nelaiko visuotinės kokybės vadybos svarbia, smulki įmonė gali stokoti išteklų ir mokymosi įgūdžių (Haksever, 1996).

Tyrimai, analizuojantys informacinės technologijos ir pažangių gamybos technologijų pritaikymą SVV įmonėse, akcentuoja pranašumus, kuriuos jos gali sukurti mažose įmonėse, t.y. konkurencingumo didinimą, lankstumo didinimą ir kaštų mažinimą (Meridith, 1987; Kriščiūnas ir Greblikaitė, 2007), pagerinti finansinių rezultatų pagerinimą. Tačiau kai kuriose kitose studijose pažymima, kad šių naujų technologijų efektyviam įgyvendinimui kliūdo finansinių išteklų trūkumas, techninių ir vadybos sugebėjimų trūkumas, mažas gamybos mastas, konkurencinės strategijos nesutapimas su naujomis technologijomis. Dėl to visai neaišku, ar šios naujos technologijos yra panacėja ar nelaimė mažoms įmonėms (Schroeder ir kiti, 1989).

Įmonės konkurencinio pranašumo koncepcijos

Mažų ir vidutinių įmonių gausa – „sveikos“ ekonomikos požymis. Lietuvoje, kaip ir Europos Sąjungoje, jos sudaro daugiau kaip 99 proc. visų šalyje veikiančių įmonių ir ši procentinė dalis išlieka stabili – 99,4 proc. Gausiausia pagal darbuotojų skaičių grupė – mikroįmonės, turinčios iki 9 darbuotojų, tačiau šios grupės įmonių lyginamoji dalis mažėjo nuo 80,3 proc. 2001 m. iki 75,5 proc. 2006 m. Tuo tarpu didėjo mažų (10-49 darbuotojų) procentinė dalis – nuo 3,7 proc. 2001 m. iki 4,5 proc. 2006 m. Labai mažoms, mažoms ir vidutinėms įmonėms tenka svarbiausias vaidmuo įgyvendinant Lisabonos strategijoje numatytus tikslus, skatinančius naujovių diegimą, partnerystės, konkurencingumo ir užimtumo plėtrą. Lietuvoje didelę įtaką ekonomikos plėtrai daro ne tik SVV įmonės, bet ir individualia veikla užsiimančios fiziniai asmenys. Tūkstančiui Lietuvos gyventojų 2008 m. sausio 1 d. teko 19 veikiančių SVV įmonių, o viename kvadratiname Lietuvos ploto kilometre jų veikė 0,97. Kartu su fiziniais asmenimis, užsiimančiais individualia veikla, SVV įmonių dalis buvo kur kas didesnė – 53 procentai.

SVV situacija Lietuvoje vertinama pagal šių įmonių galimybę įdarbinti žmones. Nors SVV įmonės Lietuvoje sudaro daugiau negu 99 proc. visų įmonių, tačiau jose dirba tik šiek tiek daugiau negu 70 proc. dirbančiųjų. Nors mikroįmonės 2007 m. pradžioje bendrame įmonių skaičiuje sudarė 75,5 proc., jose dirbo 22,5 proc. darbuotojų. Įmonėse, turinčiose nuo 50 iki 249 darbuotojų, dirbo 40,5 proc. darbuotojų, tačiau šių įmonių lyginamoji dalis bendrame įmonių skaičiuje sudarė tik 4,5 proc.

Veikiančios SVV įmonės šalies apskrityse yra pasiskirsčiusios labai netolygiai. Tose apskrityse, kurių centrai yra didieji šalies miestai, sukoncentruota didžioji veikiančių įmonių dalis. 2007 m. pradžioje Vilniaus apskrityje veikiančios įmonės sudarė 35,4 proc. visų veikiančių įmonių. Kitas trečdalis įmonių veikė Kauno – 20,8 proc. ir Klaipėdos – 12,7 proc. apskrityse. Kitose septyniose apskrityse esančios SVV įmonės sudarė mažiau negu trečdalį visų įmonių.

Vystantis rinkos ekonomikai, įmonių vadovai, vadybininkai ir kiti įmonių darbuotojai įgyja vis daugiau patirties įvairiose verslo srityse. Tačiau vienoms įmonėms sėkmingai plėtojant verslą ir augant, kitos, susidūrusios su sunkumais ir vystymosi kliūtimis, nemato aiškių savo ateities perspektyvų ir dažnai nutraukia savo veiklą. Įregistruotų ir išregistruotų SVV įmonių statistiniai duomenys rodo, kad 2000 – 2006 metais vidutiniškai per metus buvo įregistruojamos 6681 įmonės ir išregistruojamos – 7520 įmonių, t.y. 800 daugiau negu įregistruojama.

Bendrasis vidaus produktas yra vienas iš svarbiausių rodiklių, kuriuo remiamasi vertinant šalies ar atskiuro ūkio sektoriaus ekonominės veiklos efektyvumą. SVV įmonių sukurta pridėtinė vertė sudarė 64 proc. 2007 m. pradžioje.

SVV įmonių konkurencingumą atspindi įvairūs rodikliai, tačiau vieni iš svarbiausių – užsienio prekyba. Šių įmonių užsienio prekybos (eksporto ir importo) lyginamoji dalis ypač padidėjo 2003 – 2004 metais. Tai rodo išaugusią jų svarbą visai šalies ekonomikai. Tačiau gerokai mažesnė eksporto, palyginus su importu, lyginamoji dalis rodo, kad jų galimybės eksportuoti dar yra mažesnės negu didelių įmonių. Tik 8 procentai Europos Sąjungos smulkaus verslo įmonių eksportuoja, tik 12 proc. įmonių įsigyja gamybos

išteklius užsienyje ir 5 proc. iš jų gauna pajamas iš partnerystės su užsienio įmonėmis (Analysis of competitiveness, 2007). Šių įmonių užsienio prekybos rodiklių analizė parodė, kad didžiajai daliai Lietuvos SVV įmonių kol kas pakanka vietinės rinkos savo produkcijai realizuoti, todėl jų užsienio prekybos balansas yra neigiamas. Šių įmonių užsienio prekybos deficitas yra didesnis už šalies ūkio užsienio prekybos deficitą. Nuolat auganti jų dalis žymiai padidėjusi 2003 metais (iki 59 proc. viso importo) vėlesniais metais išlieka tokio pat lygio, tik nežymiai padidėja ar sumažėja. Eksporto dalis nagrinėjamu laikotarpiu tolygiai didėjo: 2003 metais ji padidėjo net du kartus, nors per 2003 – 2006 metus išaugo tik 7 proc. punktais. Beveik 80 proc. mikroįmonių importo ir eksporto sudaro prekyba transporto priemonėmis ir kitomis prekėmis. Beveik keturis penktadalius mažų įmonių veiklos sudaro šis importas ir du trečdalius eksportas. Augant darbuotojų skaičiui, mažėja šių ekonominių veiklų svarba prekių importe ir eksporte. Taigi mikroįmonių ir mažų įmonių tarptautinės veiklos pagrindą sudaro prekyba kitų įmonių pagaminta produkcija.

Atlikta SVV įmonių veiklos analizė rodo, kad jų įtaka Lietuvos ekonomikai auga. Didėjantis darbuotojų skaičius, auganti pridėtinė vertė sukuria teigiamas prielaidas galimybėms ateityje. Neigiama yra tai, kad didelę pajamų dalį šios įmonės gauna iš veiklos vietinėje rinkoje, o užsienio prekyba pagrįsta kitų įmonių pagamintos produkcijos importu ar eksportu. Augant Lietuvos ekonomikai tai nėra labai pavojinga, nes vietinė rinka auga ir suteikia didesnes teigiamas galimybes mažoms ir vidutinėms įmonėms, nors vidaus rinka nėra labai didelė.

SVV reikšmė ir indėlis į šalies ūkį kasmet didėja, tačiau šiame verslo sektoriuje vis dar lieka nemažai problemų. Keičiantis ekonominėms sąlygoms, keičiasi ir verslininkų įvardijami trukdžiai verslo plėtrai. Jei 2001 m. verslo subjektai dažniausia nurodydavo, kad verslo plėtrai labiausia trukdo maža perkamoji galia, dideli mokesčiai ir apyvartinių lėšų trūkumas, 2005 m. – dideli mokesčiai ir didelė konkurencija, tai 2007 m. – viena svarbiausių įvardijamų problemų – kvalifikuotų darbuotojų trūkumas.

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

SVV įmonių įtaka Lietuvos ekonomikai auga. Didėjantis darbuotojų skaičius, auganti pridėtinė vertė sukuria teigiamas prielaidas vertinant SVV įmonių galimybes ateityje. 2007 m. Statistikos departamento tyrimas pateikė gana optimistines SVV pokyčių prognozes. Daugiau kaip 90 proc. tyrime dalyvavusių verslininkų 2008 m. tikėjosi pagrindinių ūkinės finansinės veiklos rodiklių stabilumo ar net padidėjimo.

Lietuvos SVV konkurencingumo išsaugojimo veiksnių analizė

Lietuvoje vienas iš svarbiausių sėkmingo verslo veiksnių yra patirtis versle (Smulkių ir vidutinių įmonių verslo sąlygos, 2008; Pundzienė ir kiti, 2007). Žymiai lengviau sekasi valdyti verslą verslininkams, ne tik jau turėjusiems patirties šioje srityje, bet ir baigusiems specialius verslo administravimo mokslus. Atlikto „SVV įmonių verslo sėkmės veiksniai“ tyrimo duomenimis patyrusių verslininkų dalis 2008 metais sudarė 61,6 proc. (2007 m. – 62,9 proc.; 2006 m. – 66,9 proc.).

Praktika rodo, kad verslo sėkmės garantas yra veiklos pobūdis, verslininko asmens savybės, finansinės galimybės bei išorinė aplinka – socialinis, ekonominis, teisinis klimatas. Įmonės vadovo, savininko asmenybė verslo plėtros procese ypatingai svarbus veiksnys. Išsilaikyti penkerius metus rinkoje didelės konkurencijos sąlygomis, aktyviai dalyvauti verslo plėtroje, taikant naujus valdymo metodus ir diegiant naujus gamybos procesus gali tik stiprios asmenybės, turinčios verslininko gabumų bei stiprių verslo motyvų. Dėl verslininko nesugebėjimo vadovauti, mažos ir vidutinės įmonės žlunga. 2008 metais didžioji dalis sėkmingų verslininkų ankstesnėje profesinėje veikloje buvo įgiję vadybinių įgūdžių, t.y. buvę darbuotojai (ne įmonės vadovai) – 62,2 proc., o 23,9 proc. verslininkų turėjo net tiesioginės patirties versle – buvo kitų įmonių vadovai. Likusią dalį sudarė buvę studentai (4,5 proc.), oficialūs bedarbiai (3,4 proc.), bei asmenys nedalyvavę darbo rinkoje ir neturėję mokamo darbo (6,0 proc.). Prieš pradėdami verslą, savo iniciatyva mokėsi tik 41,3 proc. verslininkų.

Verslo sėkmė didžiąja dalimi priklauso, ne tik nuo patirties, įgytos buvusiose darbovietėse, bet ir nuo jo išsilavinimo. 2008 metais daugiau nei 60 proc. verslininkų turėjo aukštesniąjį ar aukštąjį išsilavinimą. Tačiau pastebimas tendencingas šios dalies sumažėjimas, žemesnį išsilavinimą turinčių verslininkų sąskaita: turinčių tik pradinį, pagrindinį išsilavinimą dalis padidėjo nuo 1,2 proc. 2006 m. iki 1,7 proc. 2008 m., tuo tarpu turinčių aukštesnįjį ar aukštąjį išsilavinimą dalis sumažėjo nuo 67,4 proc. 2006 m. iki 63,7 proc. 2008

m. Verslininkų, turinčių tik pradinį, pagrindinį ir vidurinį išsilavinimą, verslo sėkmei didesnės reikšmės, matyt, turėjo verslininko asmens savybės, nes net neturėdami aukštojo išsilavinimo ir, kai kurie jų anksčiau buvo bedarbiais, įsteigė nuosavą verslą ir gana sėkmingai vadovauja. Jų dalis tarp sėkmingų verslininkų buvo labai nedidelė, tačiau jų gebėjimas gerai orientuotis įvairiose situacijose, intuicija, imlumas informacijai, komunikabilumas ir didelis atkaklumas buvo jų verslo sėkmės garantas.

Viena iš svarbiausių verslo stabilumo priežasčių yra ta, kad daugeliui verslininkų, jų verslas buvo vienintelis pragyvenimo šaltinis (2006 m. – 71,1 proc.; 2008 m. – 72,9 proc.). Nemaža dalis (2006 m. – 28,9 proc.; 2007 m. – 35 proc. ir 2008 m. – 27,1 proc.) verslininkų sugebėjo suderinti vadovavimą savo verslui su papildomu darbu kitoje įmonėje ar įstaigoje.

Nuolat kintant verslo aplinkai, įmonės, norėdamos išsilaikyti ir tęsti veiklą, turi būti lanksčios, dinamiškos ir atviros. Tik adekvati reakcija į aplinkos pokyčius, šių pokyčių numatymas gali užtikrinti įmonės gyvavimo tęstinumą. Tai ypač aktualu dabartiniu metu, kai prekių ir paslaugų pasiūla yra pakankamai didelė, o vartotojų keliami reikalavimai jų kokybei vis didesni. Todėl verslo augimo, pelningumo ir tęstinumo pagrindas yra sugebėjimas pateikti rinkai naujus produktus ir paslaugas, tuo pat metu mažinant gamybos ir administravimo sąnaudas ir skverbiantis į naujas rinkas. Taigi inovacijų taikymas įmonėse tampa vienu iš sėkmę lemiančių veiksnių. Inovacijų taikymas suteikia įmonėms ne tik pranašumo prieš konkurentus, bet ir užtikrina ilgalaikį įmonės gyvavimą rinkoje. Inovacinė veikla SVV įmonėse dažniausiai būna orientuota į galimybių paiešką ir panaudojimą. Inovacinėje veikloje 2008 metais dalyvavo daugiau negu 40 proc. įmonių. Šių įmonių vadovų nuomone, sėkmę jų verslui užtikrino naujų gaminių gamyba (59,8 proc.), kokybiškesnių paslaugų teikimas, įdiegus naujas technologijas bei pritaikius naujus vadybos ir rinkodaros metodus.

Informacinių technologijų (IT) diegimas ir taikymas versle ypač svarbus, nes turi tiesioginės įtakos įmonės konkurencingumui, didina įmonės produktyvumą, padeda spręsti administravimo problemas, skatina plėsti produktų ar paslaugų įvairovę bei gerinti jų kokybę. Be to, IT diegimas leidžia keisti savo tradicines organizacines struktūras, daro verslo procesus operatyvesnius bei susietus su vartotojų poreikiais. 2008 metais IT buvo įdiegusios net 88,6 proc. SVV įmonių, savo interneto svetainę ar puslapį turėjo 48,9 proc., teikti elektronines paslaugas galėjo 31 proc. įmonių.

Išvados

Įmonės, norėdamos išlikti konkurencingos globalioje rinkoje, turi sugebėti atlaikyti didėjančią konkurencijos spaudimą, atsirandantį dėl prekių ir paslaugų rinkų liberalizavimo; sugebėti patenkinti vis griežtėjančias veiklos sąlygas; sugebėti pasinaudoti politiką sukuriamomis sąlygomis verslui.

SVV įmonių sėkmė priklauso nuo vadybinių gebėjimų, mokymo ir išsilavinimo bei įmonės lyderių asmeninės kvalifikacijos; įmonės vietos ir ypač „išorinių veiksnių“ ir valdymo praktikos.

Lietuvoje vienas iš svarbiausių sėkmingo verslo veiksnių yra patirtis versle.

Literatūra

1. Analysis of competitiveness. The observatory of European SMEs, 2007. [žiūrėta 2009-02-25]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory_en.htm>
2. Cagliano, R., Blackmon, K. and Voss, Ch. (2001), "Small firms under Microscope: international differences in production / operations management practices and performance", *Integrated Manufacturing Systems*, Vol. 12 No. 7.
3. Damaskopoulos, T., R. Gatautis and E. Vitkauskaitė (2008). 'Extended and dynamic clustering of SMEs', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(1), pp. 11-21.
4. Дракер, П. (1994), Управление, направленное на результаты. Пер. с англ. М.: Технологическая школа бизнеса.
5. Jennings, P., Beaver, G. (1997), "The performance and competitive advantage of small firms: a management perspective", *International Small Business Journal*, Vol. 15 No.2.
6. Krisciunas, K. and J. Greblikaite, (2007). 'Entrepreneurship in Sustainable Development: SMEs Innovativeness in Lithuania', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(4), pp. 20-26.
7. Melnikas B., Jakubavičius A., Strazdas R. (2002), *Innovations. Business, management, consultation*, V.: Lithuania innovation center.
8. Meredith, J. (1987), "The strategic advantage of new manufacturing technology for small firms", *Strategic Management Journal*, Vol. 3.

9. Porter, M. (1990), "The competitive Advantage of Nations", The Free Press, New York, NY.
10. Piore, M. J. and Sabel, C. F. (1984), "The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity" Basic Books, New York, NY.
11. Pratten, C. (1991), "The Competitiveness of Small Firms", Cambridge University Press, Cambridge.
12. Pundziene, A., Alonderiene, R. and S. Buoziute. (2007), 'Managers' Change Communication Competence Links with the Success of the Organisational Change', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(4), pp. 61-69.
13. Rabellotti, R. (1997), "External Economies and Cooperation in Industrial Districts: A Comparison of Italy and Mexico", Macmillan, London.
14. Ratti, R., Bramanti, A. and Gordon, R. (1997), "The Dynamics of Innovative Regions: the GREMI Approach", Aldershot.
15. Schroeder, D. M., Gopinath, C. and Congden, S. W. (1989), "New technology and small manufacturer: panacea or plague?", *Journal of Small Business Management*, July.
16. Shane, S. and Kolvereid, L. (1995), "National environment, strategy and new venture performance: a three country study", *Journal of Small Business Management*, April.
17. Smulkių ir vidutinių įmonių verslo sąlygos (2008), Lietuvos Statistikos departamentas, Vilnius.
18. Vaitkevičius, S. (2007). 'Application of Strategic Management Tools in Lithuania: Managers' Knowledge and Experience', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(4), pp.70-77.

THE FACTORS OF COMPETITIVENESS SUSTAINABILITY UNDER CIRCUMSTANCES OF GLOBALIZATION

Reda Kersiene

Summary

Over the last decade trade liberalization and globalization processes have significantly increased customer expectations and competition between enterprises. In order to respond to the globalization process and benefit from global market opportunities, enterprises face two main challenges: to transform themselves and increase their individual competitiveness and to take synergy effects created by firms' agglomeration. Numerous studies demonstrate the direct link between globalization and increased SMEs performance. Pro-active globalization reinforces growth, enhances competitiveness and supports the long term sustainability of companies. Yet European SMEs still depend largely on the domestic market despite the opportunities and threats brought by globalization and most importantly, by the enlarged single market. This situation directly curtails SMEs possibilities for greater growth and job creation and reduces a firm's competitive position as globalization fosters firm competitiveness.

In general, small firms compete based on a narrow focus and specialization, not only with regard to products, markets and customers, but also on price, cost and manufacturing capability. The major competitive priorities for SMES are the quality of design and production, delivery speed and dependability, flexibility and responsiveness to customer requirements, whilst cost is less critical. Because management in these firms is typically informal, competitive advantage often arises accidentally. Strategies emerge through incremental learning processes and tactical decisions. The competitiveness sustainability of small firms is generally attributed to the managerial skills, training and education and the personal background. A second important success factor is the location of the company and in particular the "externalities" that could come from a local area of concentrated and specialized SMEs. Firms located industrial districts benefit from agglomeration effects. A third source of competitive advantage is managerial practice.

The main aim of this paper is to investigate the factors of firm's competitiveness sustainability under the circumstances of globalization and trade liberalization.

Keywords: Globalization, trade liberalization, competitiveness, the competitive advantage, small and medium business, agglomeration of firms.

