



VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
TRANSPORTO INŽINERIJOS FAKULTETAS
TRANSPORTO VADYBOS KATEDRA

Laima Ragažinskaitė

**AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO
ŠALIS TYRIMAS**

RESEARCH ON AGRICULTURAL PRODUCTION EXPORT

Baigiamasis magistro darbas

Transporto inžinerinės ekonomikos ir vadybos studijų programa, valstybinis kodas 621N18001
Tarptautinių vežimų organizavimo specializacija
Verslo studijų kryptis

Vilnius, 2014



VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
TRANSPORTO INŽINERIJOS FAKULTETAS
TRANSPORTO VADYBOS KATEDRA

TVIRTINU

Katedros vedėjas

[Signature]
(Parašas)

Doc. dr. Darius Bazaras

(Vardas, pavardė)

2013 12 12
(Data)

Laima Ragažinskaitė

AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO
ŠALIS TYRIMAS

RESEARCH ON AGRICULTURAL PRODUCTION EXPORT

Baigiamasis magistro darbas

Transporto inžinerinės ekonomikos ir vadybos studijų programa, valstybinis kodas 621N18001
Tarptautinių vežimų organizavimo specializacija
Verslo studijų kryptis

Vadovas

prof. dr. Nijolė Batarlienė

(Moksl. laipsnis / pedag. vardas, vardas, pavardė)

[Signature] 2013-12-12
(Parašas) (Data)

Lietuvių kalbos konsultantas

lekt. Angelika Petrėtienė

(Moksl. laipsnis / pedag. vardas, vardas, pavardė)

[Signature] 2013-12-03
(Parašas) (Data)

Vilnius, 2014

Vilniaus Gedimino technikos universitetas
Transporto inžinerijos fakultetas
Transporto vadybos katedra

ISBN ISSN
Egz. sk.
Data-.....-.....

Antrosios pakopos studijų **Transporto inžinerinės ekonomikos ir vadybos** programos baigiamasis darbas
Pavadinimas **Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienio šalis tyrimas**
Autorius **Laima Ragažinskaitė**
Vadovas **doc. dr. Nijolė Batarlienė**

Kalba: lietuvių

Anotacija

Baigiamajame magistro darbe nagrinėjami augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis ypatumai. Taip pat analizuojama eksporto reikšmė šalies ekonomikai, Lietuvos eksporto plėtros strategija, teisinė bazė, perspektyvos, eksporto skatinimas Lietuvoje. Pateikiama klasterizacijos samprata ir pritaikomumas eksportuojant augalininkystės ūkio produkciją į kitas šalis.

Įvertinus augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis statistinius duomenis, atlikus Lietuvos ūkininkų, kurie užaugintą augalininkystės ūkio produkciją išveža į kitas šalis, apklausą ir įvertinus gautus tyrimo rezultatus, pateikiamas augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis proceso tobulinimo modelis bei išvados ir siūlymai dėl užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais plėtros tobulinimo gairių ir perspektyvų.

Darbą sudaro 2 pagrindinės dalys, įvadas, išvados ir siūlymai, literatūros sąrašas.

Darbo apimtis – 68 p. teksto be priedų, 16 iliustr., 5 lent., 55 bibliografiniai šaltiniai.

Atskirai pridedami darbo priedai.

Prasminiai žodžiai: Augalininkystės ūkio produkcija, eksportas, eksporto plėtra, eksporto skatinimas, grūdų sektorius, klasterizacija.

Vilnius Gediminas Technical University
Faculty of Transport Engineering
Department of Transport Management

ISBN _____ ISSN _____
Copies No.
Date-.....-.....

Master Degree Studies **Transport Engineering Economics and Management** study programme Final Work

Title **Research on Agricultural Production Export**
Author **Laima Ragažinskaitė**
Academic supervisor **Assoc Prof Dr Nijolė Batarlienė**

Thesis language:
Lithuanian

Annotation

Master thesis dealt with features of agricultural production export to other countries. It also analyzes the export value for the country's economy, the Lithuanian export development strategy, the legal base, prospects and the export promotion in Lithuania. It is submitted the clustering concept and application of agricultural production export to other countries.

After assessment of modern agricultural production export to other countries statistics, was made a survey of the Lithuanian farmers who export agricultural production to other countries, and was made the evaluation of survey results. It was introduced the model of agricultural production export to other countries and it's process improving, the conclusions and suggestions, guidelines and prospects for foreign trade agricultural improvement.

Structure: introduction, 2 main chapters, conclusions and suggestions, references.

Thesis consist of: 68 p. text without appendixes, 16 pictures, 5 tables, 55 bibliographical entries.

Appendixes included.

Keywords: Crop agriculture, export, export development, export promotion, grain sector, clustering.

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
TRANSPORTO INŽINERIJOS FAKULTETAS
TRANSPORTO VADYBOS KATEDRA

Verslo studijų kryptis

Transporto inžinerinės ekonomikos ir vadybos studijų programa,

valstybinis kodas 621N18001

Tarptautinių vežimų organizavimo specializacija

TVIRTINU

Katedros vedėjas



(Parašas)

doc. dr. Darius Bazaras

(Vardas, pavardė)

2012-11-22

(Data)

**BAIGIAMOJO MAGISTRO DARBO
UŽDUOTIS**

.....Nr.

Vilnius

Studentui (ei) **Laimai Ragažinskaitei**

(Vardas, pavardė)

Baigiamojo darbo tema: **Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienio šalis tyrimas**

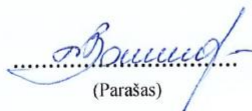
patvirtinta 2013 m. sausio 31 d. dekanato potvarkiu Nr. 65ti

Baigiamojo darbo užbaigimo terminas 2013 m. gruodžio 13d.

BAIGIAMOJO DARBO UŽDUOTIS:

Analitinėje-metodinėje dalyje, remiantis mokslinės-metodinės literatūros šaltinių analize bei atlikus esamos situacijos analizę, suformuluoti mokslinę problemą. Tiriamojoje darbo dalyje pateikti mokslinės problemos sprendimo būdus, atlikti darbo objekto mokslinį tyrimą, joje vizualiai pateikti gautus rezultatus, iškeltų mokslinių prielaidų patvirtinimą arba paneigimą. Suprojektuoti darbo mokslinį produktą – galimą naują veiklos organizavimo modelį, pagrindžiant jo naujumą ir aktualumą. Suformuluoti išvadas ir siūlymus.

Vadovas



(Parašas)

prof. dr. Nijolė Batarlienė

(Moksl. laipsnis / pedag.vardas, vardas, pavardė)

Užduotį gavau



(Parašas)

Laima Ragažinskaite

(Vardas, pavardė)

2012 lapkričio 22 d.

(Data)

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

Laima Ragažinskaitė, 20083787

(Studento vardas ir pavardė, studento pažymėjimo Nr.)

Transporto inžinerijos fakultetas

(Fakultetas)

Tarptautinių vežimų organizavimas, TVOfm-12

(Studijų programa, akademinė grupė)

**BAIGIAMOJO DARBO
SAŽININGUMO DEKLARACIJA**

2013 m. gruodžio 13 d.

(Data)

Patvirtinu, kad mano baigiamasis darbas tema „Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienio šalis tyrimas“ patvirtintas 2013 m. sausio 31 d. dekanų potvarkiu Nr. 65ti, yra savarankiškai parašytas. Šiame darbe pateikta medžiaga nėra plagijuota. Tiesiogiai ar netiesiogiai panaudotos kitų šaltinių citatos pažymėtos literatūros nuorodose.

Mano darbo vadovas prof. dr. Nijolė Batarlienė.

Kitų asmenų indėlio į parengtą baigiamąjį darbą nėra. Jokių įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs (-usi).



(Parašas)

Laima Ragažinskaitė

(Vardas ir pavardė)

TURINYS

LENTELIŲ SĄRAŠAS	8
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	8
ĮVADAS	9
TYRIMO OBJEKTAS IR PROBLEMOS APITARIMAS.....	11
1. AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO ŠALIS	
TEORINIS NAGRINĖJIMAS	13
1.1. Transportavimo samprata ir reikšmė	13
1.2. Transportavimo proceso organizavimas	14
1.3. Eksporto reikšmė šalies ekonomikai	18
1.4. Užsienio prekybos prielaidos.....	21
1.5. Lietuvos užsienio prekybos perspektyvos, 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija.....	23
1.6. Lietuvos eksporto skatinimo priemonės	27
1.7. Žemės ūkio produkcijos eksporto teisinė bazė	30
2. ESAMOS PADĖTIES ANALIZĖ	32
2.1. Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienį analizė	32
2.2. Statistinių duomenų analizė.....	33
2.3. Mokslinės problemos formulavimas	36
3. AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į KITAS ŠALIS TYRIMAS ...	37
3.1. Mokslinės nuostatos ar prielaidos, susijusios su augalininkystės ūkio produkcijos eksportu....	37
3.2. Tyrimo metodikos parinkimas ir pagrindimas	38
3.3. Empirinio tyrimo etapų numatymas	41
3.4. Mokslinės problemos sprendimo būdai	41
3.4.1 Klasterizacija Lietuvos grūdų ūkyje	41
3.4.2. Informacijos, apie augalininkystės ūkio produkcijos eksporto galimybes, skleidimas	46
3.5. Tyrimo rezultatų analizė.....	46
3.6. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelis	58
3.6.1. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelio pagrindimas	59
3.6.2. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelio aprobavimas.....	60
IŠVADOS IR SIŪLYMAI	62
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	64
PRIEDAI	68

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Eksportui įtaką darančios ekonominės politikos priemonės.....	23
2 lentelė. Eksporto stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė	25
3 lentelė. Tiriamieji klausimai	39
4 lentelė. Klasterio samprata	42
5 lentelė. Pelningumo koeficientai eksportuojant kviečius	56

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Transporto poveikis ekonomikos augimui.....	13
2 pav. Nacionalinio eksporto konkurencingumo schema.....	19
3 pav. Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008–2012 metais, tūkst. Lt.....	33
4 pav. Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008–2012 metais, mln. t.....	35
5 pav. Lietuvos grūdų klasterio modelis.....	45
6 pav. Plėtojama žemės ūkio šaka	47
7 pav. Ūkininkų ūkio dydis	48
9 pav. Ūkininkų ūkiuose užaugintos produkcijos eksportavimas	49
8 pav. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis vertinimas	48
10 pav. Priežastys, skatinančios ūkininkus eksportuoti užaugintą produkciją	50
11 pav. Informacijos apie galimus eksporto partnerius užsienio rinkose paieškos būdai	51
12 pav. Eksportuojamos produkcijos paskirstymas užsienio rinkose.....	52
13 pav. Eksportuojamos produkcijos vežimas	53
14 pav. Priežastys, lemiančios ūkyje užaugintos produkcijos neeksportavimą	53
15 pav. Apklaustųjų ūkininkų ūkininkavimo laikotarpis.....	54
16 pav. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelis	58

IVADAS

Darbo aktualumas. Kiekviena pasaulio šalis ir joje veikiantys ūkio subjektai yra suinteresuoti, kad šalies ekonomika būtų kuo labiau subalansuota ir plėtota. Vienas iš šalies ekonominio išsivystymo lygio rodiklių yra šalies užsienio prekybos balanso rezultatas, taip pat jo struktūra bei ūkio subjektų įsitraukimas į naujų užsienio prekybos ryšių plėtrą. Eksportas parodo šalies ekonominį potencialą ir sugebėjimą išnaudoti savo konkurencinius pranašumus prieš kitas šalis, taip pat atspindi šalies ekonominį gyvybingumą. Galimybė eksportuoti gaminamą produkciją ar teikiamas paslaugas daugeliui įmonių padeda ne tik išsilaikyti rinkoje, bet ir didinti gamybos ir prekybos apimtis, išlaikyti ir kurti naujas darbo vietas, vykdyti masto ekonomiją ir kt. Plėtoti užsienio prekybą Lietuvoje yra naudinga dėl palankios šalies geografinės padėties. Žemės ūkio bei maisto produktų gamyba bei prekyba taip pat tampa vis labiau globalizuota. Žemės ūkis yra vienas iš prioritetinių Lietuvos sektorių ir atlieka svarbų ekonominį, socialinį ir ekologinį vaidmenį, tad yra tikslinga ieškoti galimybių padėti šiam sektoriui aktyviai plėstis ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje. Laisvas prekių judėjimas atveria galimybių dalyvauti didesnėje ir atviresnėje rinkoje, o Lietuvos žemės ūkio produkcijos gamintojams suteikia teisę pasinaudoti įvairiomis eksporto plėtros galimybėmis.

Darbo tikslas – išanalizuoti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis specifiką bei numatyti transportavimo tobulinimo galimybes.

Baigiamojo darbo tikslui pasiekti keliama **darbo uždaviniai**:

1. Apibrėžti prekių transportavimo sampratą, transportavimo proceso organizavimą.
2. Apžvelgti eksporto reikšmę šalies ekonomikai, Lietuvos eksporto plėtros strategiją, perspektyvas, eksporto skatinimą Lietuvoje.
3. Išanalizuoti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo teisinę bazę, statistinius duomenis.
4. Atlikti mokslinį tyrimą nagrinėjama tema, t. y. atlikti Lietuvos ūkininkų, kurie užaugintą augalininkystės ūkio produkciją išveža į kitas šalis, apklausą ir įvertinti gautus tyrimo rezultatus.
5. Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus, parengti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis tobulinimo modelį.
6. Pateikti išvadas ir pasiūlymus dėl užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais plėtros tobulinimo gairių ir perspektyvų.

Darbe taikomi **tyrimo metodai:**

1. Mokslinės literatūros analizė ir sintezė.
2. Antrinių duomenų lyginamoji analizė.
3. Statistinių duomenų analizė ir sintezė.
4. Anketinė apklausa.

Baigiamąjį darbą sudaro dvi pagrindinės dalys. Pirmojoje dalyje analizuojama transportavimo samprata ir reikšmė, transportavimo proceso organizavimas. Taip pat plačiau nagrinėjama eksporto reikšmė, Lietuvos eksporto skatinimo priemonės, užsienio prekybos prielaidos. Šioje dalyje taip pat pateikiama esamos padėties analizė, susijusi su augalininkystės ūkio produkcijos išvežimu į kitas šalis bei klasterizacijos samprata ir reiškiniu Lietuvos grūdų ūkyje.

Antrojoje dalyje pateikiama atlikto tyrimo metodika bei analizė. Tyrimas atliktas anketiniu metodu apklausiant Lietuvos ūkininkus, plėtojančius augalininkystės ūkius. Tyrimo metu buvo siekiama išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje, išskirti problemines eksporto sritis.

Remiantis teorine bei atlikto tyrimo analize, sukaupta patirtimi, išdėstomos baigiamojo darbo išvados, pateikiami pasiūlymai procesui, susijusiam su užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais, tobulinti.

TYRIMO OBJEKTAS IR PROBLEMOS APITARIMAS

Lietuvoje grūdinių augalų auginimo sąlygos yra palankios: vyrauja vidutinio derlingumo dirvožemiai – pagal natūralųjį derlingumą panašūs į kitų gretimų regionų dirvožemius, nors pagal vegetacijos trukmę ir vidutinę temperatūrą Lietuvoje vyraujančios sąlygos yra prastesnės. Santykinai pranašesnė Lietuva tik už šiauriau esančias kaimynines valstybes. Grūdų trūkumas pasaulio ir ES grūdų rinkose skatina Lietuvos žemdirbius auginti daugiau grūdinių augalų (Melnikienė 2012). 2011 metais grūdinais augalais buvo apsėta 54,1 proc. viso pasėlių ploto. Ūkininkų ūkių registro duomenimis (Žemės...2012), Lietuvoje 2012 m. sausio 1 d. buvo registruoti 111 099 ūkininkų ūkiai.

Tyrimo objektas – augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis procesas.

Lietuvos augalininkystės ūkių pasėlių plotas ir jų struktūra per pastaruosius penkerius metus keitėsi priklausomai nuo grūdų paklausos pasaulio, ES ir Lietuvos rinkose, supirkimo kainų, užsienio prekybos sąlygų, tiesioginių išmokų ir kt. Nemažą įtaką situacijai grūdų ir jų produktų rinkose daro eksportas. Eksportas yra viena iš pagrindinių Lietuvos bendrojo vidaus produkto varomųjų jėgų. Eksportu siekiama išspręsti žemės ūkio produktų pertekliaus vidaus rinkoje problemą, apsaugoti ūkininkus nuo tarptautinės konkurencijos, spartinti žemės ūkio plėtrą, didinti valstybės biudžeto pajamas ir pan. Anot R. Melninkienės (2012), eksportas suteikia galimybes ūkininkams plėsti gamybą. Žemės ūkio ir maisto produktų eksportas ypač priklauso nuo augalininkystės produkcijos gamybos, jos perdirbimo lygio ir masto bei maisto produktų suvartojimo vidaus rinkoje. Eksporto plėtra žemės ūkiui yra svarbi alternatyva pardavimams koncentruotoje vidaus rinkoje. Lietuva sugeba apsirūpinti grūdais ir didina jų eksporto apimtis – 2010 metais eksportuota 1379 tūkst. t grūdų arba 1,3 karto daugiau nei 2005 metais (Melnikienė 2012).

2012 metais Lietuvoje buvo prikulta apie ketvirtadalį daugiau grūdų negu įprastai. Rekordinis derlius šiemet siekia daugiau nei 4 mln. tonų. Iš viso prikulto derliaus Lietuvoje turėtų likti apie 1,5 mln. tonų grūdų, likusius ūkininkai planuoja parduoti užsienio šalims. Tokių grūdų eksporto augimą lemia keletas priežasčių (Prekių...2012):

1. Rekordinis derlius. Apie pusę viso derliaus tikimasi išvežti iki 2012 metų pabaigos.
2. Išaugęs didžiausių grūdų eksportuotojų kooperacijos lygis, t. y. siekiant optimizuoti grūdų eksportą, įmonės šiais metais ženkliai padidino bendradarbiavimą ir vienai įmonei pritrūkus grūdų, pagelbėja kita įmonė, taip pat glaudesniame įmonių bendradarbiavime padeda ir panaši grūdų kokybė.

3. Eksportuotojai atranda naujas rinkas, kuriose gali sėkmingai realizuoti užaugintą produkciją.

4. Lietuviški grūdai pasaulyje vertinami dėl juose esančio didelio kiekio baltymų. Tai Lietuvos grūdų augintojams suteikia pranašumą prieš kitų šalių ūkininkų produkciją.

Svarbu ne tik išsaugoti esamas rinkas, bet ir ieškoti naujų, siekiant sumažinti riziką dėl galimų politinių ir ekonominių pokyčių įvairiose šalyse. Naujų rinkų paieškai padeda sudaromos ūkininkams ir verslininkams lengvatinės sąlygos dalyvauti tarptautinėse parodose, eksportuotojams skirtose konferencijose ir seminaruose. Pastaraisiais metais Lietuvoje užauginti grūdai pradėti sėkmingai eksportuoti į Turkiją, Saudo Arabiją, įvairias Afrikos šalis. Taip pat lietuviškos kilmės grūdai sėkmingai eksportuojami į kitas ES valstybes nares.

Grėsmę žemės ūkio ir maisto produktų eksporto plėtrai kelia didėjanti konkurencija užsienio rinkose, sparčiai brangstantys energetiniai ištekliai. Neigiamai eksportą veikia ir nepakankamas kooperacijos, klasterizacijos lygis, inovacijų stoka, vietinės žaliavos trūkumas. Visos šalys siekia apsirūpinti maistu ir plėsti gamybą, todėl konkurencija užsienio rinkose tik didėja (Melnikienė 2012). Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų gamintojams vertėtų plėsti gamybą, didinti produkcijos kokybę ir jos konkurencingumą ne tik užsienio rinkose, bet ir vidaus rinkoje.

Lietuvoje kasmet fiksuojamas užsienio prekybos balanso deficitas. Kaip vienas iš sprendimo būdų gali būti išskirtas augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis skatinimas. Tačiau, siekiant įgyvendinti šį tikslą, yra susiduriama su tokiomis problemomis:

- informacijos stoka apie eksporto galimybes;
- poreikis prisitaikyti prie vartotojų poreikių;
- poreikis didinti ūkių gyvybingumą skatinant eksporto plėtrą.

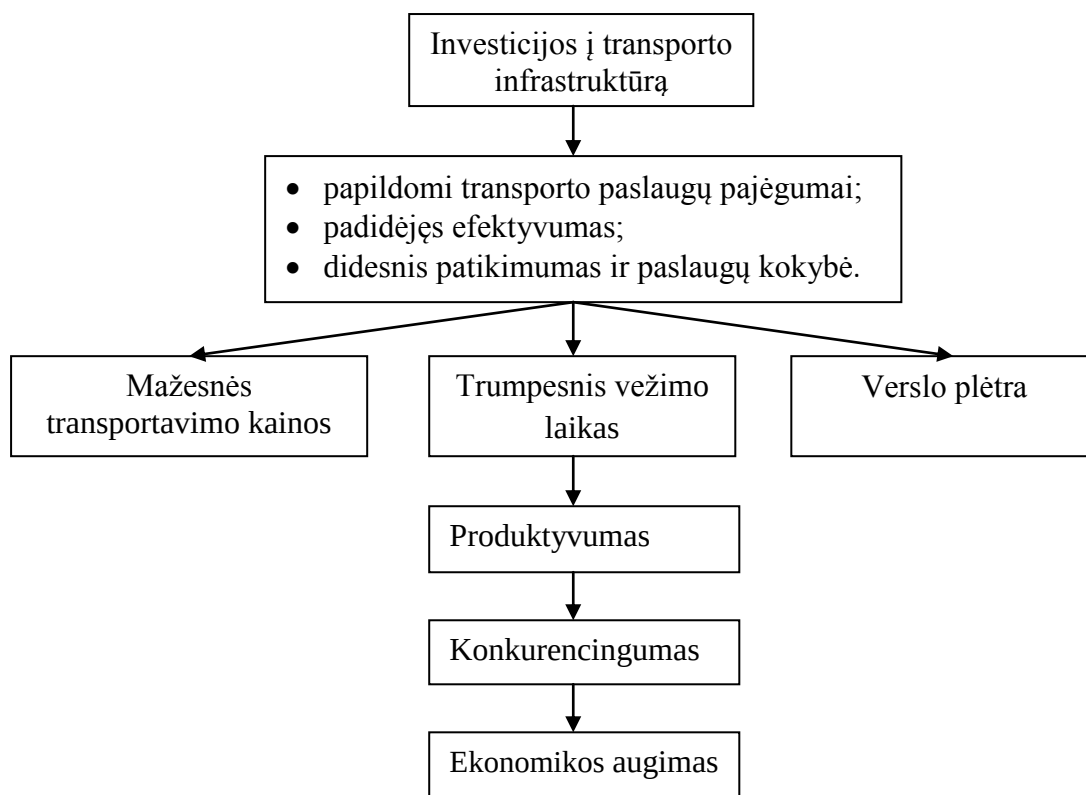
Baigiamojo magistro darbo atliekamo tyrimo metu bus analizuojamas augalininkystės ūkio produkcijos išvežimas į kitas šalis. Panaudojus gautus tyrimo rezultatus, bus siekiama pateikti žemės ūkio produkcijos išvežimo tobulinimo gaires ir perspektyvas.

1. AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO ŠALIS TEORINIS NAGRINĖJIMAS

1.1. Transportavimo samprata ir reikšmė

Transportas yra vienas pagrindinių šalies ūkio infrastruktūros elementų, turintis esminės įtakos tiek ekonominiams, tiek ir socialiniams procesams (Ait *et al.* 2012). Transporto reikšmę taip pat nagrinėjo ir A. Mačiulis, A. V. Vasiliauskas, G. Jakubauskas (2009), kurie teigia, kad transportas visada buvo ir išliko viena iš pagrindinių varomųjų jėgų ekonomikos plėtroje. Transporto reikšmę Lietuvos ūkiui galima nagrinėti ne tik dėl įtakos ekonominiams ir socialiniams procesams, bet ir dėl patogios šalies geografinės padėties.

Transportas yra viena pagrindinių ūkio šakų, be kurių apskritai neįmanomas šiuolaikinės ekonomikos funkcionavimas. Jis užtikrina būtinus ūkinius ryšius, sujungia visus šalies gamybinius vienetus į vieningą visumą, taip sudarydamas sąlygas ūkiui darniai ir efektyviai veikti. Efektyvus transporto darbas yra reikšmingas ne tik ekonomikai, bet ir kitoms veiklos sferoms. Pavyzdžiui, transportas yra svarbus veiksnys, padedantis patenkinti kultūrinius ir rekreacinius gyventojų poreikius. A. Mačiulis, A. V. Vasiliauskas, G. Jakubauskas (2009) pateikia tokį transporto poveikį ekonomikos augimui (1 pav.):



1 pav. Transporto poveikis ekonomikos augimui (sudaryta autorės naudojantis Mačiulis *et al.* 2009 straipsnio duomenimis)

Tinkamai panaudotos investicijos į transporto infrastruktūrą suteikia galimybę šaliai patenkinti papildomus transporto paslaugų pajėgumus, padidinti infrastruktūros efektyvumą, patikimumą ir teikiamų transporto paslaugų kokybę, taip yra pasiekiamos mažesnės transportavimo kainos, sutrumpėjęs vežimo laikas ir šalies įmonių verslo plėtra. Teisingai įvertinus šiuos faktorius galima pasiekti didesnio transporto paslaugų produktyvumo, konkurencingumo, o ir visos šalies ekonomikos augimo.

Anot A. Vilkelio (2009), Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą, gerokai supaprastėjo krovinių vežimo procedūra. Esant palankiai geografiniai situacijai, Lietuva yra viena svarbiausių tranzitinių valstybių tarp Europos Sąjungos ir Rusijos. Turėdama visus metus neužšalantį Klaipėdos jūrų uostą, gerai išplėtotą kelių infrastruktūrą, plačią geležinkelių vėžę, šalis įgyja konkurencinį pranašumą ne tik plėtojant tranzitinį kelių transportą, bet ir intermodalinio transporto funkcijas.

Tačiau be teigiamo poveikio šalies ekonomikai, transportas veikia ir socialinę aplinką bei turi neigiamą poveikį ekologijai. Tai susiję su oro tarša, triukšmu, saugumu, klimato kaitos įtaka florai ir faunai, o taip pat ir žmogui. Ekonominis poveikis dažniausiai vertinamas asižvelgiant į kelionės trukmės ir išlaidų pokyčius, darbo ir veiklos pokyčius, įtaką šalies ekonomikai, saugumą, prieinamumą ir transporto paslaugų kokybę, transporto ir transporto paslaugų apimtis, tuo tarpu vertinant socialinį poveikį, dėmesys sutelkiamas į socialinių modelių, socialinių problemų ir gyvenimo būdo pokyčius (Geurs *et al.* 2009).

Taigi, remiantis nagrinėtų autorių išsakytomis mintimis, galima teigti, kad transportas užima svarbią vietą šalies ekonominiuose ir socialiniuose procesuose. Svarbu tinkamai įvertinti transporto teikiamą naudą bei galimą žalą aplinkai. Tinkamai investavus į transporto sektorių, galima pasiekti teigiamų pokyčių šalies ekonomikoje. Šiuolaikinė visuomenė yra pasirengusi mokėti už prekių ir paslaugų kokybę, tad transporto sistemos dalyviai turi įvertinti šiuos klientų reikalavimus ir efektyviai juos tenkinti.

1.2. Transportavimo proceso organizavimas

Anot R. Palšaičio (2010), tradiciškai transportavimas yra vienas iš įrankių, užtikrinantis planingą verslo ir visuomenės plėtrą. Neabejotinai tai yra viena iš svarbiausių verslo šakų pasaulyje. Transporto tinklais juda įvairūs produktai, keliaujama į ir iš darbo, užtikrinamas gyventojų transportinis judrumas. Taigi, transportavimo procesas – tai fizinis prekių (krovinių) ar keleivių vežimas iš vieno geografinio taško į kitą.

Tiek Lietuvos, tiek užsienio autorių darbuose (Matos 2011; Ait 2012; Berslinskas 2010) išskiriama, kad pagrindinė kelių transportu vykdoma veikla yra krovinių ir keleivių vežimas. Anot autorių, transportavimo proceso metu nėra sukuriama nauji gaminiai, o tik transportuojamos

žaliavos bei pagaminta produkcija, kuri jau būna sukurta šalies pramonės ar ūkio šakų. Visas transportavimo procesas užtikrina, kad sinchroniškai veiktų gamybos ir gamybos procesui reikalingų medžiagų tiekimo sistemos (Berlinskas 2010). Transportavimo metu yra pakeičiama vežamos produkcijos vieta, t. y. ji pristatoma reikiamam vartotojui arba tolimesniam produkcijos perdirbimui. Vežant krovinius kelių transportu yra tęsiamas produkcijos gamybos procesas paskirstymo srityje, o vežant keleivius yra dalyvaujama aptarnavimo srityje, t. y. tenkinami žmonių susisiekimo poreikiai.

Anot F. Matos ir F. Silva (2011), vartojamosios savybės, konkurencingumas ir paslaugos gyvavimo ciklas yra pagrindinės transporto paslaugų charakteristikos, kurios apibūdina konkrečią transporto paslaugą. Transporto paslaugos vartojamosios savybės apibūdinamos kaip fizinių parametrų ir funkcinių savybių visuma, kurios yra reikalingos transportavimo paslaugos vartotojų poreikiams patenkinti. Tuo tarpu transporto paslaugos konkurencingumas apibūdinamas kaip paslaugos savybė, tenkinti konkretaus vartotojo poreikius konkrečiu laikotarpiu savo kokybės parametrais bei atitinkamu įsigijimo ir eksploatavimo išlaidų lygiu (Berlinskas 2010). Pagrindinė savybė šiuo atveju yra transporto paslaugos kainos ir kokybės santykis. Ir galiausiai, anot M. A. Krajewskos ir H. Kopfer (2009), transporto paslaugos gyvavimo ciklas yra apibūdinamas kaip laiko tarpas nuo paslaugos idėjos ar jos sukūrimo ir atsiradimo rinkoje iki gyvavimo rinkoje pabaigos.

Daugelio autorių darbuose teigiama, kad transporto paslaugų organizavimas – tai teisinių santykių ir techninių sąlygų tarp keleivio, krovinio ar bagažo siuntėjo, gavėjo ir vežėjo nustatymas (Matos, Silva 2011; Ait *et al.* 2012; Berslinskas 2010; Krajewska, Kopfer 2009). Kroviniams vežti reikia tam tikros infrastruktūros ir tinkamų transporto priemonių. Transporto priemonių keitimo taškuose turi būti gera krovos įranga, kad krovinį būtų galima perkrauti iš vienos transporto priemonės į kitą. Be to, krovinius dažnai tenka sandėliuoti (tarpinis sandėliavimas), nes ne visada juos galima iš karto pakrauti.

Transportavimo paslaugų vertė priklauso nuo darbuotojų, tiesiogiai dalyvaujančių transportavimo procese, darbo ir transportavimo paslaugai atlikti naudojamų transporto priemonių vertės. Į galutinę prekės kainą įeina ne tik gamybos, bet ir transportavimo kaina. Transporto paslaugos turi aiškiai apibrėžtą veiklos pagrindą ir išmatuojamus veiklos rezultatus (reiso laiką, nuvažiuotus kilometrus, vežtų keleivių ar krovinių kiekį ir pan.) (Berlinskas, 2010). Kaip teigia R. Palšaitis (2010), vežėjai turi tapti daugelio sričių: vadybos, klientų, verslo, kainų, derybų organizavimo, maršrutų ir tvarkaraščių sudarymo, tarnautojų santykių ekspertai. Krovinį siunčiančios įmonės privalo gerai žinoti egzistuojančias galimybes ir problemas, kurios gali atsirasti vežant krovinį į užsienį, sudarant sutartis, naudojantis ekspeditorių paslaugomis, įvertinant privataus transportavimo naudingumą, efektyvumą ir kt.

Norint, kad transportavimo operacijos vyktų sklandžiai viena po kitos, transporto organizatorius turi atlikti tam tikrus veiksmus. M. A. Krajewska ir H. Kopfer (2009) išskiria šiuos:

- parinkti tinkamas transporto priemones;
- gerai suderinti transportavimo operacijų laiką;
- tinkamai parinkti krovos priemones;
- parinkti tarpinius krovinio perdavimo punktus (tokius kaip jūrų uostai, oro uostai, konteinerių terminalai, sandėliai ir pan.);
- pateikti užsakymus;
- sutvarkyti reikiamą teisinę dokumentaciją.

Tuo tarpu Š. Berlinskas (2010) vežimo procesą skirsto į:

- krovinių perkrovimas ir priėmimas į sandėlį;
- siuntų pakavimas ir žymėjimas;
- į tą pačią paskirties vietą ar vienu maršrutu siunčiamų siuntų surinkimas į bendrą vienetinį krovinį;
- krovinių transportavimo dokumentacijos ir siuntų sąrašų išdavimas, atsiskaitymas su krovėjais ir kitais tarpininkais;
- tarpininkavimas užsakant ir pristatant krovinių transportavimo talpyklas;
- krovinių sandėliavimas, prekių rūšiavimas ir paskirstymas.

Atliekant transportavimo užsakymus būtina laikytis mokesčių, muitų ir užsienio prekybos teisės normų, krovinį taip pat reikia apdrausti, atsiskaityti už papildomas paslaugas. Taigi, šiuolaikinė transporto įmonė turi teikti daug įvairių papildomų paslaugų, nuo kurių taip pat priklauso transporto paslaugų organizavimas.

Š. Berlinskas (2010) taip pat teigia, kad organizuojant transporto paslaugų teikimo sistemą, būtina įvertinti eilę labai svarbių specifinių faktorių, tokių kaip:

- įmonės buvimo vieta pagal paslaugų teikimą iš esmės nustatoma pagal vartotojų buvimo vietą, o ne pagal naudojamas medžiagas ar kokius kitus faktorius;
- vartotojų norų ir reikalavimų patenkinimo kokybė svarbesnė nei paslaugų teikimo efektyvumas;
- kalendorinis darbų planavimas sunkiai įmanomas ir priklauso nuo vartotojo poreikių dinamikos;
- paslaugų kokybės pakeitimas ar formalizavimas yra sudėtingas, problematiška apibrėžti paslaugos etaloną;
- darbuotojai, dirbantys transporto paslaugų sferoje, turi turėti gerus bendravimo su klientais pagrindus;

- gamybinis pajėgumas paslaugų sferoje dažniausiai nustatomas pagal „piko“ paklausą iš vartotojo pusės, o ne pagal bendros paklausos vidurkį už kažkurį laikotarpį;
- dažniausiai neįmanomas produkcijos atsargų sudarymas mažos paklausos metu ir jų panaudojimas „piko“ paklausos metu. Transporto paklausos svyravimai laiko požiūriu reikalauja parengti pajėgumus tam laikotarpiui, kai transporto intensyvumas didžiausias;
- įmonės stengiasi išvengti tuščios ridos ir maksimaliai išnaudoti turimus transporto pajėgumus;
- dėl nepaslankių transporto kainų dažnai sunku sumažinti transportavimo sąnaudas;
- darbuotojo darbo efektyvumas paslaugų sferoje sunkiai nustatomas, nes palyginti žemas našumas gali būti sąlygotas maža klientų pakausa, o ne blogo darbuotojų darbo;
- marketingą ir gamybą transporto paslaugų sferoje dažniausiai sunku vieną nuo kito atskirti;
- mažėjant pakausai transporto įmonės susiduria su sunkumais - įmonei sunku persiorientuoti ir teikti kito pobūdžio paslaugas.

Siekiant išsiaiškinti rinkos reikalavimus, visiškai išnaudoti globalinių rinkų galimybes parduodant produktą, kiekvienoje rinkoje būtina atlikti šiuos keturis žingsnius (Jakutis 2006):

1. Atlikti rinkų tyrimus.
2. Paruošti produktą parduoti.
3. Parengti produktų transportavimo ir paskirstymo schemas.
4. Parduoti produktus ir gauti už juos pinigų.

Atliekami rinkų tyrimai apima reikalingos informacijos rinkimą ir analizę; rinkų pasirinkimą pagal tam tikrus kriterijus, būdingus produktų grupėms; patekimo į užsienio rinkas sąlygas bei prekybos barjerus. Produktų gamyba apima išlaidas tyrimams, siekiant pateikti rinkai naują produktą; kokybės užtikrinimo sistemą; produktų ženklinimą bei pakavimą. Produktą pateikiant rinkai, svarbu produktą pateikti laiku; pasirinkti tinkamą paskirstymo sistemą, t. y. prekybos tarpininkus, brokerius ir pan.; išnagrinėti konkurentų strategijas ir veiksmus; atlikti produkto aptarnavimo procesus po pardavimo; užtikrinti kokybės ir kainos santykį; išnagrinėti kitų šalių įstatymus ir sutarčių sąlygas; pristatyti siūlomus produktus tarptautinėse parodose ir pan. Tinkamai pateikus produktus užsienio rinkai, galima tikėtis sėkmingų pardavimų, pelno didėjimo bei įmonės plėtros.

Taigi, apibendrinant autorių išsakytą nuomonę galima teigti, kad transportas užima vieną svarbiausių vietų šalies ekonominiuose ir socialiniuose procesuose. Transportavimo procesas užtikrina, kad efektyviai veiktų prekių tiekimo, gamybos bei keleivių vežimo sistemos. Transportavimo paslaugų pakausa tiesiogiai priklauso nuo to, kiek perka įvairūs ūkio subjektai, tad svarbu paminėti, kad konkurencingumas ir paslaugos gyvavimo ciklas yra pagrindinės transporto paslaugų charakteristikos, į kurias svarbu atsižvelgti vykdant transportavimo procesą ir teikiant

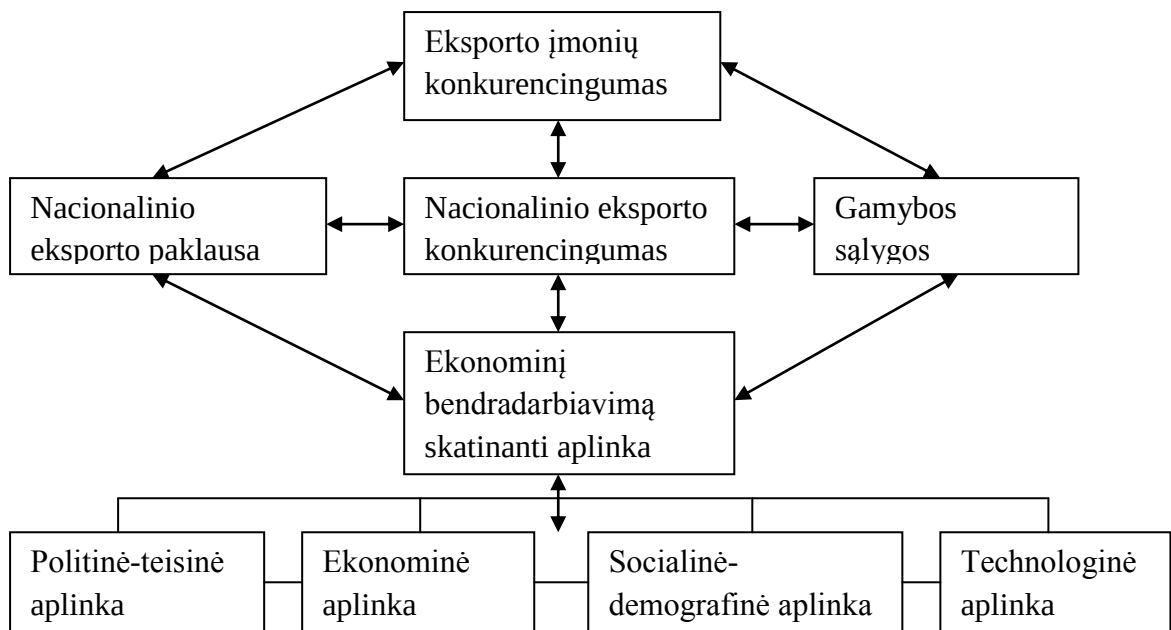
transportavimo paslaugas. Planuojant ir atliekant krovinių transportavimo paslaugas, svarbu tinkamai suvokti paslaugą sudarančius procesus ir atitinkamai jų laikytis.

1.3. Eksporto reikšmė šalies ekonomikai

Eksportas – prekių išvežimas iš Lietuvos Respublikos muitų teritorijos ar paslaugų teikimas už Lietuvos Respublikos muitų teritorijos ribų, t. y. Lietuvos, kaip Europos Sąjungos (toliau – ES) valstybės narės, prekių ir paslaugų eksportas į trečiąsias šalis ir išvežimas į ES valstybes nares (Lietuvos Respublikos 2009...2009).

Anot A. Jakučio (2006), užsienio prekyba yra sudėtingas įvairių veiksnių, jų tarpusavio sąveikos ir veiksmų kompleksas, apimantis rinkotyrą ir rinkodarą, produktų kūrimą, jų kokybišką gamybą, įpakavimą, logistiką, paskirstymą, reklamą ir pardavimą.

Eksporto reikšmė šalies ekonomikai ir įmonės plėtrai yra nagrinėjama daugelio autorių mokslinių darbų. Anot J. Bruneckienės, D. Baranauskaitės (2012), A. Jakučio, R. Liukaičio, J. Samulevičiaus (2007), vienas iš svarbiausių veiksnių, kuris gali skatinti šalies ekonomikos plėtrą, yra eksportas. G. Jatulevičienės, M. Kučinskienės ir R. Garucko (2007) teigimu, Lietuvai, mažai valstybei, turinčiai palyginti nedidelę vidaus rinką, šalies verslo įmonių siekis greičiau įgyvendinti naujas idėjas ir užtikrinti gyvenimo gerovę bei pasiekti šalies ekonominį augimą labai susijęs ir priklauso būtent nuo užsienio prekybos. Siekiant didinti Lietuvos bendrąjį vidaus produktą, svarbus uždavinys yra šalies užsienio prekybos plėtra, susijusi su pinigų srautais, užimtumo rodikliais ir gamybos bazės augimu. Šiai autorių išsakyta minčiai pritaria ir I. Dzemyda, A. Jurgelevičius, G. Dzemydaitė (2012), kurie pabrėžia, kad eksportas yra pagrindinis faktorius, lemiantis valstybės ekonomikos augimo pasiekimą ir aukštesnę konkurencijos lygį vidaus rinkoje. Autoriai mano, kad Lietuva yra mažos, atviros ekonomikos šalis su palyginti maža vidaus rinka ir pasiekti vieną iš svarbiausių ekonomikos augimo veiksnių, t. y. konkurencingumą, galima padarant teigiamus pokyčius prekybos balanse, kitaip tariant, skatinant lietuviškų prekių eksporto augimą. Kaip vieni iš veiksnių, didinančių prekių konkurencingumą, yra gamybos konkurencingumas, produkto kokybė, produkto unikalumas, rinkodaros įgūdžiai, geras platintojų tinklas, produkto kaina, finansinis prieinamumas ir efektyvumas, pertekliniai gamybos pajėgumai ir pan. Taip pat būtina žinoti kultūrinius aspektus rinkoje bei būsimų vartotojų įpročius. Kitame straipsnyje J. Bruneckienė (2010) teigia, kad eksportas yra tapatinamas su šalies ar regiono konkurencingumu. Pabrėžiama, kad regionas turi gebėti pasiūlyti išorės rinkoms tam tikras prekes ir paslaugas, už kurias gautomis pajamomis galėtų finansuoti reikiamą importą ir kitas regiono viduje vykdomas veiklas. Nacionalinio eksporto konkurencingumo sampratos schema pateikta 2 paveiksle.



2 pav. Nacionalinio eksporto konkurencingumo schema (sudaryta autorės remiantis Bruneckienė ir Paltanavičienė 2012 straipsnio duomenimis)

Nacionalinio konkurencingumo schemeje tarpusavyje susiję veiksniai yra sugrupuoti į 4 grupes:

- *Nacionalinio eksporto paklausa*. Jai priskiriamas eksporto įmonių gebėjimas užtikrinti esamą paklausą; eksporto įmonių atliekami tyrimai, siekiant nustatyti vartotojų poreikius; vartotojų pasitikėjimas prekėmis, eksportuojamų prekių turimos savybės ir kokybė.

- *Gamybos sąlygos*. Joms priskiriamas glaudus bendradarbiavimas tarp verslo, mokslo ir valdžios sektorių; pakankamas kiekis informacijos apie potencialias / esamas eksporto rinkas; įmonių gebėjimas pasinaudoti ekonominio bendradarbiavimo santykiais su šalies vyriausybe dėl eksporto plėtros.

- *Eksporto įmonių konkurencingumas*. Įmonių gebėjimas pasinaudoti valstybės taikomomis eksporto skatinimo priemonėmis.

Ekonominį bendradarbiavimą skatinančią aplinką sudaro tinkamai veikiančios aplinkos:

- *Politinė-teisinė aplinka*. Šioje aplinkoje susiduriama su piliečių ir įmonių pasitikėjimu valdžios priimtais politiniais sprendimais; įmonių pasitikėjimas vyriausybės eksporto politika; eksporto skatinimo priemonių efektyvumas; biurokratijos ir korupcijos, esančios vyriausybėje, lygis.

- *Ekonominė aplinka*. Šią aplinką sudaro makroekonominis šalies stabilumas; šalies infrastruktūra, skatinanti ekonominio bendradarbiavimo plėtrą ir efektyvumą; šalies ekonomikos atvirumo lygis.

- *Socialinė-demografinė aplinka.* Tai yra piliečių pasitenkinimas gyvenimo kokybe šalyje; visuomenės prioritetai dėl nacionalinės / eksportuotos produkcijos.

- *Technologinė aplinka.* Šioje aplinkoje susiduriama su vartotojų požiūriu į naujoves ir įmonių gebėjimu tas naujoves įgyvendinti; eksportuojančių įmonių požiūris į naujoves ir mokslinių tyrimų plėtrą.

Šalyje sudarius tinkamas sąlygas įmonės plėtrai į užsienio rinkas yra išlaikomas aukštas konkurencingumo lygis.

Toliau nagrinėdama eksporto svarbą, G. Jatulevičienė ir kt. (2007) teigia, kad galimybė eksportuoti produkciją daugeliui įmonių padeda ne tik išsilaikyti rinkoje, bet ir didinti gamybos, kartu ir prekybos, apimtis, išlaikyti ir kurti naujas darbo vietas. D. Bernatonytė (2011) pritaria G. Jatulevičienei ir pabrėžia, kad užsienio prekyba vaidina svarbų vaidmenį šalies ekonominiam augimui. Eksporto didinimas skatina gamybos apimtį ir užimtumo didėjimą. Taip pat ekonominis augimas veikia prekių, kuriomis šalis prekiauja, asortimento plėtrą. Lietuvos integracija į ES atvėrė didžiules galimybes Lietuvos užsienio prekybai. G. Valodkienė ir V. Snieška (2012) mano, kad mažos atviros šalies tarptautinį konkurencingumą nusako augančios gamybos apimtys, BVP augimas, eksporto apimčių augimas, kuris sąlygoja šalies pramonės plėtros galimybes ir tarptautinės prekybos sąlygas. Anot R. Rudzčio ir V. Kvedaro (2003), ūkio augimui lemiamą reikšmę turi užsienio prekybos, ypač eksporto, plėtra. Tokios ypatingos svarbos priežastis pirmiausia yra ta, kad maža ekonomika dažniausiai neturi pakankamai išteklių gaminti platų asortimentą prekių ir paslaugų, kad galėtų patenkinti vartojimo bei investicijų poreikius šalies viduje. Todėl, norėdama įsivežti pageidaujamų produktų, šalis atitinkamai turi gebėti pasiūlyti užsienio rinkoms tam tikras prekes ir paslaugas, už kurias gautomis pajamomis galėtų finansuoti reikiamą importą. Todėl mažose atvirose šalyse eksportas yra laikomas pagrindiniu užsienio valiutos šaltiniu, ypač svarbiu tokiai pereinamosios ekonomikos šaliai kaip Lietuva, kurioje dauguma žaliavų ir beveik visos investicinės prekės yra importuojamos. Būtent eksportą galima laikyti ūkio varomąja jėga. E. Meilienė ir V. Snieška (2010) mano, kad globali konkurencija ir ekonominė integracija sąlygoja kiekvienos šalies pramonės struktūros pokyčius, kuriais siekiama įgyvendinti konkurencingą eksporto politiką. Eksportas yra svarbus tarptautinio konkurencingumo rodiklis.

Taigi, apibendrinant autorių išsakytas nuomones, galima teigti, kad dėl globalizacijos ir besikeičiančios verslo aplinkos daugelis įmonių privalo pereiti visapusiškos transformacijos procesus ir tapti labiau internacionalizuotos. Eksportas yra viena iš įėjimų į tarptautines rinkas formų. Akivaizdu, kad eksportas užtikrina spartų valstybės ekonomikos augimą, o vidaus įmonių konkurencija pereina į aukštesnį lygmenį.

1.4. Užsienio prekybos prielaidos

Užsienio prekybos prielaidos suvokiamos, kaip veiksniai, kurie skatina šalies gamintojus plėsti savo vykdomą veiklą į užsienio rinkas. Anot D. Bernatonytės (2011), yra išskiriamos trys pagrindinės užsienio prekybos prielaidos:

- *Skirtingos gamybos sąlygos.* Tai šalies turimų tinkamų sąlygų, tokių kaip klimatas, gamta, apsirūpinimas ištekliais ir pan., panaudojimas gamintojų specializacijose. Gamintojai stengiasi taip išnaudoti savo pranašumus, kad savo gaminiais ar paslaugomis sukurtų kuo didesnę pridėtinę vertę.
- *Skirtingi gamybos našumo lygiai.* Šalies gamintojai specializuojasi į tas sritis, kurios pasižymi darbo jėgos, transportavimo technologijų, gamybos išlaidų pranašumu lyginant su kitomis šalimis.
- *Skonių, polinkių ir prioritetų įvairovė.* Esant šioms prielaidoms šalies užsienio prekyba yra vykdoma net ir kitoms šalims neturint geresnių gamybos sąlygų.

Be D. Bernatonytės užsienio prekybos prielaidas nagrinėjo ir J. Vijeikis ir B. Vijeikienė (2003). Anot šių autorių, įmonių sprendimą plėsti savo veiklą į užsienio rinkas lemia ne koks nors vienas veiksnys, o jų visuma. Autoriai išskiria dvi veiksmų grupes, t. y. proaktyvius ir reaktyvius motyvus. Proaktyvūs motyvai apibrėžiami kaip pačios įmonės siekis savo veikloje vykdyti strateginius pokyčius. Tuo tarpu reaktyvius motyvus nulemia poreikis įmonei prisitaikyti prie rinkos pokyčių.

Galima išskirti šiuos proaktyvius motyvus:

- *Pelno pranašumas.* Daugeliui įmonių tai yra aktualiausias motyvas. Visų pirma, taip padidėja potencialių pirkėjų kiekis, todėl įmonė vykdo didesnius pardavimus, antra, dėl konkurencinio pranašumo galima išgauti aukštesnę pelno normą iš vieno prekės ar paslaugos vieneto. Tačiau reiktų nepamiršti, kad įmonės apsisprendimas plėsti vykdomą veiklą į užsienio rinkas reikalauja nemažų investicijų, taigi pelningumas pirmaisiais metais ženkliai neišauga.
- *Technologinis pranašumas.* Technologinį pranašumą turinti įmonė gali tikėtis savo unikalia technologija nukonkuruoti vietinių gamintojų produkciją. Visgi šis pranašumas ilgai netrunka, nes konkurentai sugeba prisitaikyti prie rinkoje vykstančių pokyčių ir pasivyti naująjį konkurentą.
- *Išskirtinė informacija.* Įmonei, turint reikiamų žinių apie užsienio rinką, joje veiklą vykdančius gamintojus, esančius potencialius vartotojus bei jų poreikius, galima tikėtis sėkmės naujojoje rinkoje.
- *Mokesčių lengvatos.* Šalies eksportuotojai gali būti įvairiais būdais remiami, siekiant padėti jiems įsitvirtinti užsienio rinkose. Prie tokių būdų gali būti priskirti tam tikrų mokesčių

sumažinimas, valstybės skiriamos eksporto subsidijos. Tačiau tokių valstybės veiksmų galimybes gerokai apriboja įvairūs tarptautiniai susitarimai, narystė Pasaulinėje prekybos organizacijoje ir pan.

- *Masto ekonomija.* Įmonė, sėkmingai plėtodama savo veiklą užsienio rinkoje, didina gaminamų produktų ar teikiamų paslaugų apimtį ir taip sumažina produkcijos vieneto gamybos išlaidas.

Prie reaktyvių motyvų priskiriami:

- *Konkurentų spaudimas.* Šalies rinkoje susidarius tokioms sąlygoms, kai konkurentai plečiasi į užsienio rinkas ir taip pasiekia masto ekonomiją savo vykdomoje veikloje, kiti šalies gamintojai, siekdami išlikti rinkoje, yra priversti taip pat sekti jų pavyzdžiu ir pradėti plėtoti vykdomą veiklą užsienio rinkoje.

- *Perprodukcija.* Jei dėl nenumatytų priežasčių gamintojas sukuria daugiau produkcijos, nei vietinė rinka yra pasirengusi pirkti konkrečiu laikotarpiu, siekdamas atsikratyti pertekliaus ir atlaisvinti atsargose įšaldytas lėšas, jis gali priimti sprendimą šį perteklių eksportuoti į užsienio rinkas. Dažnai tokiu atveju pelnas nėra pagrindinis motyvas, nes tenka sumažinti kainas, kad šios tiktų užsienio pirkėjams. Paprastai šis motyvas nėra ilgalaikis, eksportas nutraukiamas atsikračius pertekliaus ir / ar vietiniams pirkėjams vėl parodžius didesnę norą pirkti įmonės siūlomus gaminius.

- *Mažėjantys vidaus pardavimai.* Atsižvelgiant į produkto gyvavimo ciklo stadijas, vidinėje šalies rinkoje gali būti pastebima tolygiai mažėjanti paklausa. Įmonė, užuot sumažinusi ar visiškai nutraukusi vykdomą gamybą, gali pradėti ieškoti rinkų, kuriose ta pati prekė yra vis dar paklausė, ir ten nukreipti savo gaminius.

- *Prisotinta vidaus rinka.* Šis motyvas pasirenkamas, kai vietinėje rinkoje nebematoma perspektyvų plėtoti vykdomą veiklą, todėl vienintelė išeitis išlaikyti ar net padidinti įmonės pardavimus – perkelti įmonės gaminius į užsienio rinką.

- *Pertekliniai pajėgumai.* Kiekviena įmonė yra suinteresuota maksimaliai išnaudoti savo turimus perteklinius resursus, nes taip sumažėja vienam produkcijos vienetui tenkančios pastoviosios sąnaudos.

- *Arti esantys vartotojai.* Šis motyvas yra ypač aktualus netoli valstybių sienų esantiems gamintojams, nes užsienio rinka yra taip pat arti, kaip ir vietinė. Taigi daugelis gamintojų tokios užsienio prekybos nėra nelaiko eksportu.

Taigi, įmonės vykdyti veiklą ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje gali skatinti užsienio prekybos prielaidos bei įvairūs motyvai. Svarbu, kad įmonės laiku įvertintų savo veikloje turimus pranašumus ar trūkumus ir tinkamai juos panaudotų pradėdamos eksporto procesą.

1.5. Lietuvos užsienio prekybos perspektyvos, 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija

Šiuolaikinėje globalizacijos eroje, siekiant sėkmingai vykdyti užsienio politiką, būtina sukurti efektyvią ir patikimą eksporto skatinimo politiką bei taikyti tinkamas eksporto skatinimo priemones. Eksportas yra vertinamas kaip vienas iš būdų, padedančių šalies gamintojams ne tik išsilaikyti vietinėje rinkoje, bet ir didinti gamybos bei prekybos apimtis, skatinti esamų darbo vietų išlaikymą ir naujų kūrimą. Anot E. Meilienės ir V. Snieškos (2005), įmonėms orientuojantis tik į vidaus rinką, daugumos prekių gamybos išlaidos tampa pernelyg didelės, o tuomet ir šalies viduje darosi sunku konkuruoti su importu. Galima teigti, kad kiekvienos įmonės, siekiančios sėkmingai gyvuoti ir plėtoti veiklą, uždavinys – vykdyti veiklą ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje.

E. Meilienės ir V. Snieškos straipsnyje (2005) „Lietuvos ekonominės politikos ir eksporto skatinimo strategijos sąveika“ yra išskirtos eksportui įtaką darančios ekonominės politikos priemonės. Šias priemones nagrinėjo ir R. Vilpišauskas (2004) (1 lentelė).

1 lentelė. Eksportui įtaką darančios ekonominės politikos priemonės

	<i>Horizontaliosios</i>	<i>Sektorinės</i>
<i>Vidaus politikos</i>	• mokesčių politika; • darbo santykių reguliavimas; • žemės naudojimo ir jos įsigijimo reguliavimas; • įėjimo į rinką reguliavimas.	• subsidijos remiamoms ekonomikos šakoms ar įmonėms (žemės ūkiui bei kitoms didelę pridėtinę vertę kuriančioms šakoms); • klasterių skatinimas; • investicijos į tyrimus ir plėtrą.
<i>Užsienio politikos</i>	• muitų ir netarifinių kliūčių mažinimas derybose Pasaulio prekybos organizacijoje (PPO); • regioninių preferencinių prekybos susitarimų sudarymas; • valstybės institucijų ir atstovybių užsienyje darbuotojų kvalifikacijos kėlimas.	• eksportuotojų mokymas; • metiniai apdovanojimai; • sąlygų kreditams gauti gerinimas; • informacijos apie užsienio rinkų reguliavimą kaupimas; • dalyvavimo parodose rėmimas.

Išskirtos horizontaliosios ekonominės politikos priemonės daro įtaką visoms šalies įmonėms, nepriklausomai nuo to, kokio pobūdžio veikla jos užsiima. Kalbant apie sektorines ekonomines politikos priemones, reiktų paminėti, kad jos veikia atskiras pramonės šakas, ar jose veikiančias įmones.

Vidaus politikos ekonominės priemonės veikia visas Lietuvos įmones, tuo tarpu į išorę orientuotosios daro įtaką užsienio prekybos, įskaitant ir importą, sąlygoms ir apima priemonės užsienio prekybos konkurencingumui didinti bei eksportui skatinti.

Horizontaliosiomis vidaus politikos priemonėmis daromas didžiausias poveikis, suteikiamos vienodos sąlygos verslo plėtrai. Anot E. Meilienės ir V. Snieškos (2005), šių priemonių teigiamą poveikį patiria ne tik veikiančios eksportuojančios įmonės, bet ir visos į šių taisyklių lauką patenkančios ir potencialiai galinčios įeiti į rinką bei naujas veiklos sritis įmonės. Esant palankioms naujų įmonių įėjimo į rinką bei jau veikiančių įmonių plėtros sąlygoms, yra didinamas Lietuvos įmonių konkurencingumas visoje ES rinkoje. Tinkama šalies mokesčių politika suteikia galimybę ne tik patirti mažesnes sąnaudas, konkuruoti rinkoje, bet ir pritraukti užsienio investuotojus. Horizontaliosios vidaus ekonominės politikos priemonės turėtų būti laikomos pagrindu šalies ekonomikos politikoje, nes tinkamai panaudojant šias priemones galima pasiekti verslo konkurencingumą plėtros šalyje, eksporto srautų didėjimą ir pan.

Taikant horizontaliąsias užsienio politikos priemones, didžiausias dėmesys skiriamas kliūčių konkurencijai ir patekimui į užsienio rinkas mažinimui, kurios sudaro pagrindines kliūtis eksporto plėtrai. Lietuvai užsienio prekybos srityje svarbiausia tinkamai vertinti nacionalinius interesus ir jiems atstovauti ES institucijose. Siekiant padidinti Lietuvos įmonių konkurencingumą ir eksporto galimybes, ypač svarbu skatinti prekybą su Europos Sąjungai priklausančiomis ir kaimyninėmis šalimis.

Sektorinės vidaus politikos priemonės laikomos neefektyviomis, nes skatina tik kai kurių ekonomikos šakų plėtrą (pvz., žemės ūkio) ir nėra remiamos kitos, efektyvesnės pramonės šakos. Teigiamai įvertinamas tik investavimas į tyrimus ir plėtrą.

Sektorinės užsienio politikos priemonės daugiausia daro įtaką šalies rinkoje veikiančių eksportuotojų veiklai. Šios priemonės daugiausia siejamos su informacijos apie galimas eksporto rinkas kaupimu ir tolimesne sklaida, parodų, kuriose yra suteikiama galimybė užmegzti naujus verslo kontaktus, organizavimu, reklamos priemonių, tokių kaip reklaminiai leidiniai, katalogai ir pan., rengimu. Panaudojant visas šias priemones galima didinti potencialių klientų ir partnerių informuotumą, skatinti verslo plėtrą užsienio rinkoje.

Taikant visas šias eksportui įtaką darančias priemones yra gerinamas šalies ir joje veikiančių įmonių konkurencingumas, skatinama Lietuvos įmonių eksporto plėtra. Šios priemonės orientuotos į sąlygų, suteikiančių galimybes patekti į šalies ir užsienio rinką, pagerinimą, tinkamos mokesčių politikos sukūrimą, sąlygų verslumo skatinimui užtikrinimą, informacijos apie Lietuvos verslo aplinką teikimą užsienio investuotojams bei informacijos teikimą Lietuvos įmonėms apie vykdomos veiklos plėtros galimybes užsienio rinkoje ir pan.

Dabartiniu laikotarpiu Lietuvoje yra taikoma Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija. Šios strategijos tikslas – vykdyti veiksmingą ir kryptingą prekių ir paslaugų eksporto plėtros ir skatinimo politiką, didinti įmonių konkurencingumą ir nustatyti priemones, kurių įgyvendinimas skatins aukštųjų ir vidutiniškai aukštų technologijų diegimą ir kokybiškų paslaugų teikimą, sudarys sąlygas su mažiausiomis sąnaudomis efektyviai prekiauti su užsienio partneriais ir siekti teigiamo užsienio prekybos balanso (Lietuvos Respublikos 2009...2009). Tad eksportas turi tapti ilgalaikie šalies ekonomikos augimą skatinančia priemone.

Eksporto plėtros strategijos 2009–2013 metams įgyvendinimo priemonių plane yra suformuluoti trys uždaviniai, kuriais pagrindžiamos priemonės lietuviškų prekių ir paslaugų eksporto plėtrai (Dubinas, Smilga 2010):

- 1) sušvelninti ekonominio nuosmukio poveikį eksportuojančioms gamybinėms ir paslaugų įmonėms;
- 2) plėsti galimybes susirasti naujų prekybos partnerių, aktyviau skverbtis į naujas rinkas;
- 3) sukurti lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui palankią aplinką.

Lietuvos eksporto plėtros strategija 2009–2013 m. orientuota į tris pagrindines veiklos sritis: naujų eksporto partnerių paiešką, eksportuojančiųjų įmonių veiklos efektyvumo didinimą, investicijų skatinimą.

Siekiant, kad šalyje vykdoma eksporto plėtros strategija būtų efektyvi, reikia gerinti Lietuvos pramonės ir paslaugų įmonių veiklą, sukurti palankią teisinę aplinką eksportuotojams, mažinti įmonių administracinę naštą, siekti darnios Lietuvos pramonės ir paslaugų įmonių plėtros ir šių įmonių tarptautinio konkurencingumo didinimo.

Eksporto plėtros strategijoje taip pat išskiriama stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė (2 lentelė).

2 lentelė. Eksporto stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė (sudaryta autorės remiantis Lietuvos eksporto strategijos 2009–2013 m. duomenimis)

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
• gera geografinė padėtis tiek eksportuoti lietuviškos kilmės prekes, tiek plėsti paslaugų teikimą; • išplėtotas automobilių ir jūros kelių tinklas; • išplėtotą ryšių sistema; • kvalifikuoti ir darbštūs žmonės, geras užsienio kalbų mokėjimas, Rytų ir Vakarų kultūrų supratimas; • atvira ekonomika; laisvas paslaugų ir prekių judėjimas; narystė ES išplėtė prekių ir paslaugų realizavimo rinkas, sudarė prielaidas užsienio prekybos pagyvėjimui, prekių ir paslaugų	• mažas Lietuvos gamintojų darbo našumas, produktyvumas, kooperacijos, klasterizacijos stoka; • nepakankamai išplėtotą geležinkelių ir daugiarūšio transporto infrastruktūrą; • verslui skirtų inovacijų stoka; nedidelė žiniomis grindžiamo verslo lyginamoji dalis; • mažas paslaugų (išskyrus transporto) eksportas; • nelankstus darbo santykių reguliavimas; didelis darbo jėgos ir protų nutekėjimas į užsienio valstybes; • susistemintos informacijos stoka,

• gamybos atnaujinimui, užsienio investicijų augimui, atvėrė galimybes siekti spartesnės technologijų pažangos, mažinti technologijų ir ekonomikos atsilikimą; • Lietuvos ekonomika yra orientuota į eksportą; • pakankamas mokslo įstaigų bei rengiamų specialistų skaičius, yra sąlygos plėsti didelės pridėtinės vertės paslaugų eksportą; • geras valstybės institucijų įdirbis eksporto rėmimo srityje, sukurtas atstovavimo ekonominiams interesams užsienyje tinklas; • ES parama įmonių konkurencingumui didinti.	• nepakankamai veiksmingas atstovavimas Lietuvos ekonominiams interesams užsienyje; • valstybės institucijų struktūriniai pertvarkymai gali pareikalauti papildomų lėšų ir laiko, eksporto plėtros rezultatas gali būti pasiektas ne iš karto.
GALIMYBĖS • ekonomikos augimas besivystančiose šalyse, logistikos, transporto, statybų ir informacinių technologijų sektorių plėtra Vidurinės Azijos, Užkaukazės, Rytų šalyse, augantis bendradarbiavimas su Šiaurės Europos šalimis suteikia galimybę tapti Baltijos jūros regiono paslaugų centru; • mažesnės gamybos ir paslaugų teikimo sąnaudos, leidžia išlaikyti konkurencinį pranašumą; • didėjantis didelę perkamąją galią turinčių šalių (Kazachstanas, Arabų šalys, Izraelis, Balkanų šalys) aktyvumas pasaulio ekonomikoje ir susidomėjimas Europos šalių ekonomikos galimybėmis; • naujos laikinos ekonomikos gaivinimo priemonės, taikomos ES ekonomikos nuosmukio laikotarpiu.	GRĖSMĖS • tarptautinio šalies supratimo, pripažinimo stoka; • tarptautinės finansų krizės sukurtas recesinis ir defliacinis pasaulio ekonomikos klimatas gali apriboti lietuviškos kilmės prekių geografiją; • eksporto augimas pagrįstas lietuviškos kilmės prekių paklausa dėl jų palyginti žemų kainų, kurios iki šiol buvo galimos dėl mažesnių darbo sąnaudų; didėjant darbo sąnaudoms, nykstant kitiems skirtumams tarp Lietuvos ir ES šalių senbuvių, augant produkcijos savikainai, lietuviškos prekės gali tapti mažiau konkurencingos.

Įvertinus nurodytas Lietuvos eksporto stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, galima teigti, kad Lietuvos eksporto strategijoje 2009–2013 metams numatoma, kad Lietuva taps atviros rinkos šalimi, kuri veiksmingai panaudos vietines ir atvežtines žaliavas bei turimus darbo išteklius, kurs ir eksportuos konkurencingas, didelę pridėtinę vertę turinčias prekes ir paslaugas, o šalyje veikiančios valstybinės institucijos ir viešosios įstaigos užtikrins tinkamą paramą eksportuojančioms įmonėms.

Siekiant išsiaiškinti rinkos reikalavimus ir kiek įmanoma panaudoti pasaulio rinkų galimybes parduodant bet kurį produktą, bet kurioje rinkoje būtina atlikti rinkų tyrimus, parengti produktų

pardavimo strategijas, parengti produktus parduoti, nustatyti geriausias produktų vežimo ir paskirstymo schemas, parduoti produktus ir gauti už juos pinigų.

Taigi, galima teigti, kad įmonėms siekiant sėkmingai vykdyti veiklą ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje, šalyje būtina užtikrinti tinkamų eksportui įtaką darančių ekonominių politinių priemonių įgyvendinimą. Taip pat šalyje vykdoma eksporto plėtros strategija turi didinti Lietuvos gyventojų gerovę per šalies ekonomikos augimą: skatinti verslumą, didinti Lietuvos įmonių konkurencingumą ir padėti Lietuvos įmonėms įsiskverbti ir įsitvirtinti tarptautinėse rinkose. Verslininkams yra labai svarbi valstybės parama eksporto plėtrai ir palankos aplinkos užsienio prekybai sukūrimas, tad valstybės institucijos turi užtikrinti, kad būtų sukurta tinkama teisinė aplinka, padedanti vykdyti valstybės eksporto srities politiką, garantuoti tinkamą funkcijų paskirstymą ir veiksmingą valstybės institucijų darbą, paramos eksportui finansavimą ir kontrolę, taip pat visų galimų lėšų šaltinių skyrimą eksportuojančioms įmonėms skatinti, inovacijoms diegti ir pan.

1.6. Lietuvos eksporto skatinimo priemonės

Lietuvos pramonės įmonės, siekiančios vykdyti savo veiklą ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje dažnai susiduria su problemomis, kurias galima suskirstyti į tris grupes. Šias problemas ir jų grupes plačiau nagrinėjo J. Bruneckienė ir D. Baranauskaitė (2012). Jų atlikto tyrimo metu gauti rezultatai atskleidė tokias eksporto problemas:

- problemos, išskylančios eksportuotojų vidaus aplinkoje;
- problemos ekonomikos šakose ir eksporto rinkose;
- problemos Vyriausybės vykdomoje politikoje.

Pirmosios grupės problemoms galima priskirti nepakankamą įmonių pasirengimą eksporto veiklai, įmonių iniciatyvos trūkumą tarptautinėse rinkose, įmonių patiriami nuostoliai dėl nemokių pirkėjų. Antrajai problemų grupei galima priskirti eksporto struktūrą ir jai būdingus bruožus besivystančioms šalims, nepakankamą eksporto tiekimą, paklausos mažėjimą pagrindinėse eksporto rinkose. Ir trečiajai problemų grupei būdingas nepakankamas ir neefektyvus tiesioginių užsienio investicijų skatinimas, nepakankamas kiekis mokslinių tyrimų, skirtų gamybos poreikiams išaiškinti, nepakankamos įmonių vykdomos investicijos į technologijų plėtrą, nepakankamas efektyvumas vyriausybės politikoje eksporto skatinimo srityje.

Tarptautinės prekybos praktika rodo, kad ekonominis šalies nestabilumas, šalies ir užsienio prekybos partnerių pasitikėjimo stoka yra pagrindiniai veiksniai, trukdantys eksporto plėtrą (Bernatonytė 2011). Įvairiose šalyse, eksportas yra pagrindinis būdas padidinti masto ekonomiką, diegti naujas technologijas ir skleisti žinias. Siekiant sumažinti eksporto srityje kylančias problemas

ir skatinti šalies eksporto plėtrą, Lietuvos eksporto plėtros strategijoje yra numatytos šios eksporto skatinimo priemonės:

- įmonių dalyvavimo tarptautinėse mugėse ir parodose skatinimas;
- Lietuvos užsienio atstovybių aktyvesnės veiklos skatinimas;
- eksporto kredito draudimo dalinis išlaidų padengimas;
- konferencijų, mokymų, konsultacijų ir seminarų dalinis išlaidų padengimas;
- nacionalinio prekės ženklo gerinimas;
- visos naudingos informacijos surinkimas ir pateikimas apie galimas eksporto rinkas.

Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų rinkos reguliavimo agentūros internetiniame tinklapyje nurodomos tokios eksporto plėtros veiklos sritys (Eksporto...2012):

- Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų gamintojų dalyvavimo tarptautinėse parodose, mugėse, prekybos misijose organizavimas;
- Lietuvos žemės ūkio ir maisto pramonės pristatymas tarptautinėse parodose, mugėse, prekybinėse misijose;
- Lietuvos maisto pramonės įmonių konsultavimas dalyvaujant tarptautinėse parodose, mugėse ir prekybinėse misijose;
- informacijos apie pasaulyje organizuojamas tarptautines žemės ūkio ir maisto produktų parodas nuolatinis kaupimas ir platinimas Lietuvos įmonėms;
- susitikimų su potencialiais lietuviškų žemės ūkio ir maisto produktų importuotojais organizavimas;
- lietuviškų žemės ūkio ir maisto produktų teigiamo įvaizdžio kūrimas;
- interesantų, besidominčių lietuviškais žemės ūkio ir maisto produktais, duomenų bazės administravimas;
- informacijos apie Lietuvos maisto pramonės įmones ir jų gaminamus produktus interesantams teikimas;
- Lietuvos maisto produktų eksportuotojų katalogo parengimo ir išleidimo organizavimas;
- seminarų organizavimas siekiant didinti įmonių gamintojų darbuotojų gebėjimus eksporto plėtros klausimais;
- keitimasis informacija su Lietuvos ir kitų valstybių asociacijomis, ambasadomis, konsuliniais skyriais, atstovybėmis ir kitomis su eksporto galimybių plėtra susijusiomis organizacijomis;
- internetinių svetainių „Virtuali mugė“, „Prekybos sąlygos“ ir „Maisto kokybė“ nuolatinis administravimas ir tobulinimas, informacijos rinkimas ir patalpinimas šiose svetainėse;
- patrauklaus tautinio paveldo produktų įvaizdžio formavimas šalyje ir užsienyje;

- išskirtinės kokybės produktų svetainės administravimas, informacinių seminarų apie išskirtinės kokybės produktus organizavimas, išskirtinės kokybės produktų demonstracinių akcijų vykdymas, informacijos apie išskirtinės kokybės produktus sklaida, kitų funkcijų, susijusių su išskirtinės kokybės produktų propagavimu ir skatinimu, atlikimas.

Taip pat skatinant vieną iš prioritetinių Vyriausybės ekonominės politikos veiklos sričių, t. y. eksportą, Ūkio ministerija bei kitos valstybinės institucijos tiek iš nacionalinio biudžeto, tiek iš ES struktūrinių fondų lėšų vykdo įvairias eksporto skatinimo priemones (Ūkio...2012). Šios priemonės:

Naujos galimybės. Priemonės tikslas – skatinti įmones aktyviau ieškoti užsienio partnerių ir didinti pardavimą užsienio rinkose.

Lyderis LT. Priemonės tikslas – skatinti įmonių investicijas, kuriomis didinamas įmonių darbo našumas ir eksportas ar pradedama naujų produktų gamyba.

E-verslas LT. Priemonės tikslas – skatinti labai mažas, mažas ir vidutines įmones diegti informacines technologijas, taip sudaryti palankias sąlygas įmonių darbo našumui ir eksportui didinti.

Procesas LT. Priemonės tikslas – skatinti mažas ir vidutines įmones diegti šiuolaikiškus vadybos metodus ir valdymo sistemas, sudarant palankias sąlygas įmonių darbo našumui ir eksportui didinti.

Kartu su ES struktūrinių fondų lėšomis teikiamos eksporto skatinimo priemonės:

Nuo verslo pradžios iki eksporto plėtros. Projekto tikslas – skatinti verslumą, didinti Lietuvos įmonių konkurencingumą, teikiant smulkiam ir vidutiniam verslui viešąsias paslaugas, stiprinant klasterių iniciatyvas, prisidėti prie Lietuvos įmonių įsitvirtinimo tarptautinėse rinkose, skatinant vis didesnę jų įsitraukimą į tarptautinę prekybą.

Tarptautinio konkurencingumo link. Projekto tikslas – didinti Lietuvos kaip verslios ir konkurencingos šalies potencialą, įgyvendinant aukštųjų technologijų, globalizacijos ir mokslo integracijos skatinimo bei įmonių konkurencingumo didinimo iniciatyvas.

Tinkamai panaudojus minėtas eksporto skatinimo priemones yra skatinamas įmonių verslumas, didinamas Lietuvos įmonių konkurencingumas bei padedama Lietuvos įmonėms įsiskverbti bei įsitvirtinti tarptautinėse rinkose.

Anot A. Ait, B. Gaboune, E. Avel – Li⁴ Blasco (2012), S. Durmusoglu, G. Apfelthaler, D. Z. Nayir, R. Alvarez, T. Mughan (2012), būtina remti įmonių eksporto veiklą vykdant seminarus būsimiems eksportuotojams, konsultuojant, finansuojant eksporto operacijas, pateikiant informaciją apie užsienio rinką ir pan. G. Jatulevičienės, M. Kučinskienės ir R. Garucko (2007) teigimu, siekdama įveikti užsienio prekybos balanso deficito didėjimą ir skatinti eksporto plėtrą, Vyriausybė imasi priemonių, kurios didintų produkcijos ir paslaugų konkurencingumą bei apimtį, o eksportas sudarytų kuo didesnę pardavimų dalį. Vyriausybės eksporto plėtros ir skatinimo strategijoje numatytos šios veiklos kryptys: eksportui palankios aplinkos kūrimas; eksportuotojų mokymas ir

informacinis aprūpinimas; prekių ir paslaugų tarptautinio konkurencingumo didinimas; tarpusavio pasitikėjimo, pagrįsto Vyriausybės, verslo įmonių ir užsienio valstybių bendradarbiavimu, plėtojimas.

Taigi, siekiant padėti Lietuvos įmonėms išspręsti su įmonės plėtra užsienio rinkoje susijusias problemas yra numatytos eksporto skatinimo priemonės. Efektyviai panaudojus šias priemones yra didinamas įmonių konkurencingumas, skatinamas verslumas bei eksporto plėtra.

1.7. Žemės ūkio produkcijos eksporto teisinė bazė

Lietuvos Respublikos Žemės ūkio, maisto ūkio ir kaimo plėtros įstatyme, įsigaliojusiame nuo 2008 m. gruodžio 31 d., išskirta eksporto skatinimo sąvoka, kuri apibrėžiama kaip visuma priemonių, kuriomis siekiama sudaryti teises ir ekonomines neperdirbtų žemės ūkio produktų, maisto produktų ir kitų perdirbtų žemės ūkio produktų eksporto plėtros ir užsienio prekybos balanso gerinimo prielaidas. Taip pat šiame įstatyme nurodomas vienas iš pagrindinių žemės ūkio, maisto ūkio ir kaimo plėtros politikos tikslų - sudaryti sąlygas konkurencingiems ir veiksmingiems žemės ūkio, maisto ūkio sektoriams, eksportui plėtoti, tokiu būdu didinant žemės ūkio veiklos subjektų ir alternatyviosios veiklos subjektų pajamas ir užtikrinant kaimo vietovių gyventojų gyvenimo lygio kilimą.

Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarime Nr. 1666 „*Dėl pasirengimo administruoti Europos sąjungos žemės ūkio ir žuvininkystės prekybos sistemos priemonės*“, kuris priimtas 2003 m. gruodžio 23 d, yra nurodoma, įvairių įstaigų, susijusių su žemės ūkio produkcijos eksportu, atliekamos funkcijos. Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos vykdo šias funkcijas:

- administruoja žemės ūkio produktų eksporto ir importo licencijų sistemą;
- administruoja žemės ūkio produktų eksporto kompensacijų sistemą;
- administruoja žemės ūkio produktų, tiekiamų kaip maisto pagalba, eksportą.

Tuo tarpu Muitinės departamentas arba kita jo įgaliota muitinės įstaiga vykdo šias funkcijas:

- tikrina ir įformina žemės ūkio produktų eksporto ir importo licencijas, taip pat kitus pagal žemės ūkio prekybos sistemą numatytus dokumentus;
- taiko muitinės priežiūros priemones, susijusias su žemės ūkio produktų eksporto kompensacijų sistemos administravimu;
- atlieka žemės ūkio produktų, už kuriuos mokamos eksporto kompensacijos, muitinį tikrinimą;
- atlieka žemės ūkio produktų eksporto kompensacijų nomenklatūros taikymo priežiūrą, įskaitant žemės ūkio produktų klasifikavimą pagal nurodytąją nomenklatūrą;
- organizuoja ir kontroliuoja žemės ūkio ir žuvininkystės produktų eksporto ir importo mokesčių surinkimą.

Valstybinė augalininkystės tarnyba prie Žemės ūkio ministerijos tikrina paprastųjų ir kietųjų kviečių, kitų maistinių grūdų kokybę, išduoda kokybės sertifikatus, atlieka eksportuojamų ir importuojamų augalų, augalinių produktų ir kitų objektų fitosanitarinę kontrolę ir kt.

Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministro įsakymu Nr. 3D-387 „Dėl valstybės įmonės Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų rinkos reguliavimo agentūros įstatų tvirtinimo“, kuris priimtas 2004 m. liepos 1d., nurodoma Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų rinkos reguliavimo agentūra vykdo šias pagrindines funkcijas:

- įgyvendina žemės ūkio ir maisto produktų rinkos reguliavimo ir organizavimo, rinkos informacinės, eksporto skatinimo politikos priemones;
- teikia pasiūlymus steigėjui dėl žemės ūkio ir maisto produktų rinkos reguliavimo mechanizmo, informacinės sistemos bei eksporto skatinimo.

2008 m. modernizuotame Muitinės kodekse numatyta:

- prekių importo ir eksporto teisių bei kitų priemonių pagrindiniai elementai (bendrasis muitų tarifas, prekių kilmė, muitinė vertė);
- iš Bendrijos muitinės teritorijos išvežamų prekių muitinis patikrinimas (iš teritorijos išvežamos prekės, eksportas ir grįžtamasis eksportas, atleidimas nuo eksporto mokesčių) ir kt.

A. Masandukaitės, R. P. Minalgos, J. Riepšo ir L. Šaltinytės (2008) parengtame eksportuotojo vadove yra teigiama, kad viena reikšmingiausių kliūčių prekybai – valstybių nustatomi muitų mokesčiai ir kvotos (kiekybiniai apribojimai). Lietuva, tapusi pilnateise ES nare, įsipareigojo laikytis Europos Bendrijos (toliau – EB) sutarties sąlygų. Ši sutartis draudžia kiekybinius importo ir eksporto apribojimus (kvotas) ir jiems lygiaverčio poveikio priemones prekyboje tarp valstybių narių. Nors importo ir eksporto ribojimo draudimas nereiškia, kad eksportuotojas išvengs santykių su muitinės pareigūnais, dėl EB sutarties gerokai supaprastėjo ir eksporto procedūros, ir eksportavimo procesas. Eksporto procedūros bei jų mokesčiai yra reglamentuojami EB teisės aktais, visoje EB taikomi vienodi tarifai ir galioja bendra gaminių klasifikacija. Nacionalinės institucijos gali tik detalizuoti šių normų įgyvendinimo tvarką, tačiau jų galimybė nustatyti savarankiškus mokesčius ir kitus ribojimus yra minimali.

Taigi, siekiant sėkmingai eksportuoti žemės ūkio produkciją į kitas šalis, būtina laikytis šalyje patvirtintų įstatymų, įsakymų bei nutarimų, susijusių su eksportu. Taip pat būtina paisyti normų, reguliuojančių eksportuotojo santykius su valstybinėmis institucijomis bei normų, turinčių įtakos sutartims su užsienio verslo partneriais. Viena iš Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimų yra nurodomos įvairių įstaigų, susijusių su žemės ūkio produkcijos eksportu, atliekamos funkcijos. Šios įstaigos, tai: Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos, Muitinės departamentas arba kita jo įgaliota muitinės įstaiga, Valstybinė augalininkystės tarnyba prie Žemės ūkio ministerijos.

2. ESAMOS PADĖTIES ANALIZĖ

2.1. Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienį analizė

Lietuvoje grūdinių augalų auginimo sąlygos yra palankios: vyrauja vidutinio derlingumo dirvožemiai – pagal natūralųjį derlingumą panašūs į kitų gretimų regionų dirvožemius, nors pagal vegetacijos trukmę ir vidutinę temperatūrą mūsų šalies sąlygos prastesnės. Santykinai pranašesnė Lietuva tik už šiauriau esančias kaimynines valstybes. Daugelio didžiųjų javus auginančių ūkių techninis potencialas ir ūkio infrastruktūra yra modernizuota, gamybos apimtys užtikrina masto ekonomiją, didelį darbo našumą ir pajamas, taip pat eksporto galimybes ir pan.

Anot V. Vinciūnienės, J. Dadurkaitės (2011), B. Morley, W. Morgan (2008), globalizacijos procesų plėtotė, gilėjimas ir greitėjimas paliečia visus ekonomikos sektorius, tame tarpe ir žemės ūkį. Žemės ūkio bei maisto produktų gamyba bei prekyba taip pat tampa vis labiau globalizuota. Spartėjantys globalizacijos ir regionizacijos procesai didina žemės ūkio ir maisto produktų užsienio prekybos srautus, Lietuvos žemės ir maisto ūkis vis stipriau integruojasi į pasaulines rinkas, taip vis labiau tampa priklausomas nuo globalių procesų.

Vertinant apsirūpinimą grūdais ir jų produktais, galima teigti, kad Lietuvoje išauginto grūdų derliaus pakanka šalies poreikiams patenkinti, tad prekyba pertekliniais žemės ūkio ir maisto produktais sudaro vis didesnę visos Lietuvos užsienio prekybos dalį. Nors Lietuvai tapus ES nare, atsivėrė naujos galimybės ir sąlygos žemės ūkio ir maisto produktų eksporto plėtrai, eksporto geografija nėra plati (Dabkienė 2008). Lietuva prekiauja su daugeliu pasaulio šalių, tačiau intensyviausi prekybiniai ryšiai palaikomi su gretimomis geografiniu atžvilgiu šalimis. Grūdų trūkumas pasaulio ir ES grūdų rinkose skatina Lietuvos žemdirbius auginti daugiau grūdinių augalų. Bendradarbiauti su kitomis ES narėmis Lietuvos ūkininkus skatina ir tai, jog eksporto į visas ES šalis neriboja muitai, kvotos, nėra kitų techninių ar ekonominių prekybos barjerų, tad lietuviški produktai gali vis daugiau skverbtis į naujas ES rinkas.

Kaip teigia E. Meilienė ir V. Snieska (2010), eksporto plėtra žemės ūkiui yra svarbi alternatyva pardavimams koncentruotoje vidaus rinkoje. Svarbu ne tik išsaugoti esamas rinkas, bet ir ieškoti naujų, siekiant sumažinti riziką dėl galimų politinių ir ekonominių pokyčių įvairiose šalyse. Naujų rinkų paieškai padeda sudaromos ūkininkams ir verslininkams lengvatinės sąlygos dalyvauti tarptautinėse parodose, eksportuotojams skirtose konferencijose ir seminaruose. Autoriai taip pat mini, kad grėsmę žemės ūkio ir maisto produktų eksporto plėtrai kelia didėjanti konkurencija užsienio rinkose, sparčiai brangstantys energetiniai ištekliai. Neigiamai eksportą veikia ir nepakankamas kooperacijos, klasterizacijos lygis, inovacijų stoka, vietinės žaliavos trūkumas.

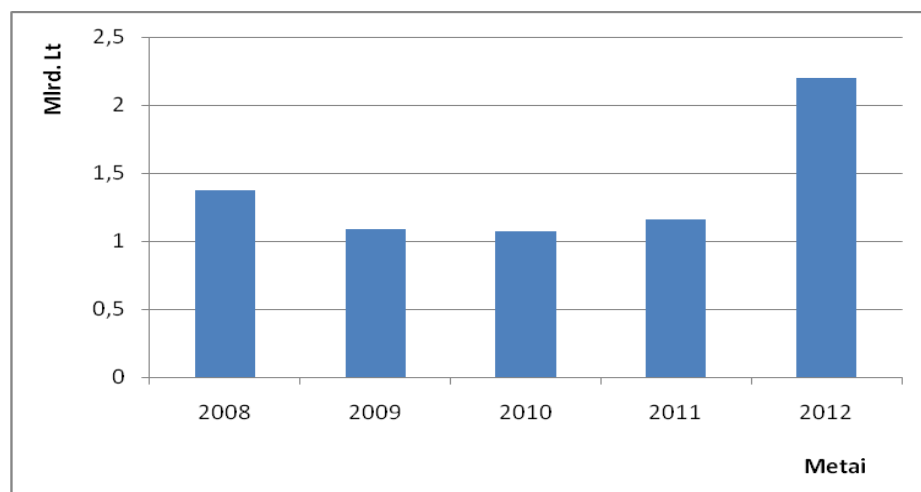
Kaip nurodoma Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministerijos internetiniame tinklapyje (Verslo...2012), jog išanalizavus politinius, ekonominius, socialinius ir technologinius Lietuvos žemės ūkio iššūkius buvo sukurta verslo sąlygų kūrimo strategija, kurios *tikslas* – padėti Lietuvos ūkininkams sukurti pelningą ir į ilgalaikę perspektyvą orientuotą verslą, pagrįstą moderniomis gamtą tausojančiomis technologijomis ir iš kartos į kartą perduodamomis ūkininkavimo tradicijomis, kuris patenkintų vietos rinkos paklausą kokybiškiems žemės ūkio ir maisto produktams ir užtikrintų eksporto plėtrą.

Taigi, žemės ūkis tampa vis labiau globalizuotas ir šalyje susiduriama su poreikiu skatinti lietuviškų žemės ūkio produktų eksportą. Lietuvoje išauginto grūdų derliaus pakanka šalies poreikiams patenkinti, tad perteklinis grūdų kiekis gali būti eksportuojamas į kitas užsienio šalis. Taip yra skatinamas šalies ekonominis augimas bei teigiami pokyčiai šalies prekybos balanse. Taip pat svarbu, kad šalies ūkininkai pasinaudotų visomis galimomis eksporto skatinimo priemonėmis bei naujų verslo partnerių paieškos galimybėmis.

2.2. Statistinių duomenų analizė

Analizuojant augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo naudą ir svarbą, svarbu apžvelgti ir statistinius duomenis. 3 paveiksle pavaizduota 2008–2012 metų grūdų ir grūdų produktų eksporto kitimo kreivė (Grūdų ir grūdų produktų...2013).

2008 metais grūdų ir grūdų produktų buvo eksportuota už 1,37 mlrd. Lt, 2009 metais už 1,09 mlrd. Lt, 2010 metais už 1,07 mlrd. Lt, 2011 metais už 1,16 mlrd. Lt, o 2012 metais už 2,2 mlrd. Lt. Eksporto metu gaunamų pajamų kitimo tendencijos atspindi grūdų derliaus bei supirkimo kainų kitimą rinkoje.



3 pav. Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008–2012 metais, tūkst. Lt (sudaryta remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Žemės ūkio ministerijos nurodytoje statistinėje informacijoje yra pateiktos įvairių metų žemės ir maisto ūkio būklės apžvalgos (Grūdų ir grūdinių augalų... 2013). Per 2008 kalendorinius metus iš Lietuvos eksportuota per 1,5 mln. t grūdų, iš jų net 1,1 mln. t kviečių. Palyginti su 2007 kalendoriniais metais grūdų eksportas 2008 metais padidėjo 0,63 mln. t arba 70 proc.

2009 metus iš Lietuvos išvežta 1,77 mln. t grūdų, kurių vertė 855,1 mln. Lt. Grūdų eksportas, palyginti su 2008 m., padidėjo 18 proc., tačiau išvežtų grūdų vertė sumažėjo apie 20 proc. Tokią situaciją lėmė pasaulinėje grūdų rinkoje susiklosčiusios rinkos kainos. Beveik 72 proc. visų eksportuotų grūdų sudarė kviečiai. Nemažai kviečių išvežta į Šiaurės Afrikos valstybes: Libiją – 168,5 tūkst. t, Maroką – 97,7 tūkst. t, Egiptą – 54,3 tūkst. t, Alžyrą – 50,2 tūkst. t, Jungtinius Arabų Emyratus – 47,8 tūkst. t. Apie 90 tūkst. t kviečių eksportuota į Turkiją. Net tris kartus daugiau, palyginti su 2008 metais, iš Lietuvos išvežta kvietrugių ir du kartus daugiau – rugių. Šie grūdai išvežti į kitas ES valstybes. Tačiau per 2009 metus gerokai (net 40 proc.) sumažėjo miežių eksportas dėl pasikeitusios miežių pasiūlos–paklausos Lietuvos bei Europos Bendrijos rinkoje.

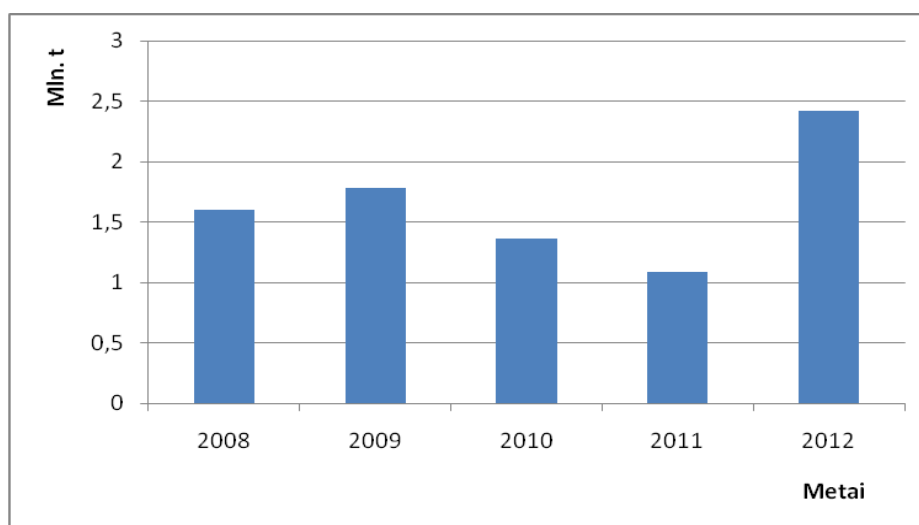
Per 2010 metus iš šalies išvežta 1 360,3 tūkst. t javų grūdų. Kaip ir ankstesniais metais, daugiausia eksportuota kviečių – 1 123,1 tūkst. t (82,6 proc. eksportuoto kiekio). Kviečiai buvo eksportuojami į Saudo Arabiją, Turkiją, Vokietiją ir kitas Europos Sąjungos bei Šiaurės Afrikos valstybes.

Per 2011 metus iš šalies išvežta 1 090,6 tūkst. t javų grūdų. Palyginti su 2010 metais, 2011 metais grūdų išvežta ketvirtadaliu mažiau, tačiau jų vertė 33,1 mln. Lt (4 proc.) didesnė. Kaip ir ankstesniais metais, daugiausia eksportuota kviečių – 807,7 tūkst. t (74,1 proc. eksportuoto kiekio) ir miežių – 204,3 tūkst. t (19 proc.). Kviečiai buvo eksportuojami į Saudo Arabiją (128 tūkst. t), Turkiją (74,6 tūkst. t), taip pat Vokietiją (115,7 tūkst. t) ir kitas Europos Sąjungos valstybes. Daugiau nei pusė miežių išvežta į Saudo Arabiją.

2012 kalendoriniais metais eksportuota 2 mln. t javų grūdų ir 0,42 mln. t rapsų sėklų, kurių bendra vertė – 2,35 mlrd. Lt. Kaip ir ankstesniais metais, daugiausia eksportuota kviečių – 1,67 mln. t (80 proc. eksportuoto javų grūdų kiekio). Kviečių daugiausia eksportuota į Iraną – beveik 0,7 mln. t ir Saudo Arabiją – 0,3 mln. t. Rapsų sėklos buvo eksportuotos tik į kitas ES valstybes – Vokietiją, Belgiją, Lenkiją.

Remiantis Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centro pateiktais duomenimis (Grūdų eksporto...2013), 2013 metų sausio mėnesį iš Lietuvos eksportuota beveik tris kartus daugiau grūdų nei 2012 metais tuo pačiu laikotarpiu. Tokį augimą lėmė rekordinis grūdų derlius. 2013 metais prognozuojamas tik šiek tiek mažesnis derlius, o šių produktų eksporto dinamiką antrą pusmetį greičiausiai lems grūdų kainų svyravimas. Šiuo metu daugelio grūdų rūšių kainos mažėja, todėl antroje metų pusėje grūdų eksporto vertė mažės, tačiau kiekiai turėtų išlikti panašūs arba nedaug mažesni nei 2012 metais.

4 paveiksle pavaizduotas 2008 – 2012 metais eksportuotas grūdų kiekis.



4 pav. Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008–2012 metais, mln. t (sudaryta remiantis Žemės ūkio ministerijos pateiktais duomenimis)

Lietuvos grūdų supirkimo įmonės 2013 metų sausį eksportavo 222,089 tūkst. t grūdų – 2,8 karto daugiau negu 2012 metais analogišku laikotarpiu. Iš jų 67 proc. (148,594 tūkst. t) sudarė kviečių eksportas, kurie eksportuoti į Latviją, Lenkiją, Vokietiją, Švediją ir Iraną. Miežiai (41,097 tūkst. t) buvo eksportuoti į Latviją, Estiją, Vokietiją ir Saudo Arabiją, kvietrugiai (30,394 tūkst. t) – į Latviją, Vokietiją, Olandiją, Švediją ir Iraną, o rugiai (458,9 t) – į Latviją, Vokietiją ir Iraną. Rapsų 2013 m. sausio mėnesį, lyginant su praėjusių metų analogišku laikotarpiu, eksportuota 27,4 proc. mažiau – 8,349 tūkst. t. Jie išvežti į Lenkiją, Olandiją ir Suomiją.

Tokį grūdų eksporto augimą lemia keletas priežasčių:

- *Rekordinis derlius.* Manoma, kad jis 2013 metais sudarys apie 5 mln. tonų, apie pusę viso derliaus tikimasi eksportuoti iki metų pabaigos.
- *Išaugęs didžiausių grūdų eksportuotojų kooperacijos lygis,* t. y. siekiant optimizuoti grūdų eksportą, įmonės 2013 metais padidino bendradarbiavimą ir vienai įmonei pritrūkus grūdų, pagelbėja kita įmonė. Glaudesniam įmonių bendradarbiavimui padeda panašios grūdų savybės ir kokybė.
- *Eksportuotojai atranda naujas rinkas.*

Kaip buvo minėta anksčiau, pagrindinės Lietuvos grūdų eksporto partnerės yra Latvija, Lenkija, Vokietija, Švedija, Iranas, Estija, Saudo Arabija, Olandija ir Suomija. VŠĮ „Versli Lietuva“ pateikia informaciją apie šių valstybių ir Lietuvos grūdų eksporto santykius (Eksporto...2013):

- *Latvija.* 2010 m. prekių eksporto struktūra lyginant su 2004 m. labiausiai išaugo javų dalis nuo 1 iki 8,4 proc., arba nuo 19 mln. Lt. iki 224 mln. Lt. Taip atsitiko todėl, kad beveik pusę visų

javų eksportuojame per Latvijos uostus. Latvijai 2013 metų sausį teko 8,2 proc., visų eksportuotų javų, tai sudarė 23 mln. Lt.

- *Lenkija*. Lenkijai 2013 metų sausį teko 8,5 proc. visų eksportuotų javų, tai sudarė 23 mln. Lt.

- *Vokietija*. Vokietijai 2013 metų sausį teko 11,4 proc. visų eksportuotų javų, tai sudarė 31 mln. Lt.

- *Iranas*. Iranui 2013 metų sausį teko 38,2 proc. visų eksportuotų javų, tai sudarė 105,1 mln. Lt. Grūdų eksportas į Iraną augo dėl to, kad sutapo keletas aplinkybių:

- prastas Rusijos ir Ukrainos (vienų didžiausių javų eksportuotojų pasaulyje) grūdų derlius 2012 m.;

- įtempta geopolitinė padėtis, kuri lėmė, kad Iranas nusprendė apsirūpinti grūdų atsargomis;
- tinkama lietuviškų grūdų kokybė;
- dėl politinių priežasčių pristabdytas grūdų importas iš JAV;
- jeigu grūdai į Iraną nebūtų buvę eksportuoti, tai lietuviškų grūdų eksporto kaina būtų buvusi 5-10 proc. mažesnė;

- *Saudų Arabija*. Saudų Arabijai 2013 metų sausį teko 8,5 proc. visų eksportuotų javų, tai sudarė 23 mln. Lt.

- *Suomija ir Švedija*. Eksporto augimą paskatino ir prieš keletą metų pradėtas eksportas į Skandinavijos rinkas, kur sėkmingai tvirtinamos pozicijos ir išlaikomos augimo tendencijos.

Taigi, remiantis statistiniais duomenimis, galima pastebėti, kad 2008–2012 metų laikotarpiu yra pastebimas eksportuojamų grūdų kiekio ir už tai gaunamų pajamų augimas. Gausėjantys grūdinių augalų derliai bei išaugęs grūdų eksportuotojų kooperacijos lygis skatina Lietuvos ūkininkus ne tik tvirtinti turimas pozicijas valstybėse – eksporto partnerėse, bet ir ieškoti naujų galimybių kitose rinkose.

2.3. Mokslinės problemos formulavimas

Remiantis mokslinės-metodinės literatūros šaltinių analize bei atlikus esamos situacijos analizę, galima išskirti pagrindines mokslines problemas:

- ūkininkai dažnai nesiryžta pradėti eksportuoti, nes jiems yra neaiškos eksporto galimybės arba yra nepakankamai informacijos apie užsienio rinkas;

- neigiamai augalininkystės ūkio produkcijos eksportą veikia nepakankamas kooperacijos, klasterizacijos lygis, inovacijų stoka. Atsiranda poreikis prisitaikyti prie vartotojų poreikių bei didinti ūkių gyvybingumą skatinant eksporto plėtrą.

3. AUGALININKYSĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į KITAS ŠALIS TYRIMAS

3.1. Mokslinės nuostatos ar prielaidos, susijusios su augalininkystės ūkio produkcijos eksportu

Remiantis mokslinės-metodinės literatūros šaltinių analize, išskiriamos mokslinės nuostatos bei prielaidos, susijusios su augalininkystės ūkio produkcijos eksportu:

- Pasaulinės ir iš jų ES grūdų rinkos prognozės yra palankios Lietuvos javų augintojams, kadangi grūdų rinkos prognozėse iki 2020 metų yra numatomas didėjantis grūdų eksportas (Kriščiukaitienė *et al.* 2010).

- Nurodoma, kad siekiant žemės ūkio produktų, tuo pačiu ir grūdų, eksporto plėtros, būtina: formuoti Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų eksporto strategiją, ieškoti naujų žemės ūkio ir maisto produktų realizacijos rinkų, plėtojant e-verslą skatinti Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų eksportą ir pan. (Eksporto...2012).

- Lietuvos augalininkystės ūkių atstovai savo produkcijos neeksportuoja, nes ūkininkai nemoka užsienyje ieškoti rinkų, kur ją realizuoti. Svarbu didinti ūkininkų informuotumą apie galimybes realizuoti ūkiuose užauginamą produkciją ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje (Melnikienė 2012).

- Lietuvos grūdų sektoriaus klasterizacija fragmentiškai buvo nagrinėjama KTU Verslo strategijos instituto ir VŠĮ Žinių visuomenės instituto (2006) parengtoje studijoje (Lietuvos pramonės klasterių plėtros programinė studija), iš kurios paaiškėjo, kad pagal savo struktūrą ir veiklos principus šio sektoriaus įmonės bei ūkiai ateityje gali vystytis kaip klasteriai (Vaitkevičius, Stalgienė 2010).

- Bendra grūdų sektoriaus situacijos analizė parodė, kad jau dabar galima kalbėti apie sparčiai besiformuojantį, kol kas dar neformalų, bet turintį nemažai klasteriui būdingų bruožų tinklinį darinį (Stalgienė 2010).

Neiširtos tyrimų sritys:

- Priežastys, skatinančios ūkininkus eksportuoti užaugintą augalininkystės ūkio produkciją.
- Priežastys, skatinančios ūkininkus neeksportuoti užaugintos augalininkystės ūkio produkcijos.

- Neiširta, koku transportu ūkininkai veža eksportuojamą augalininkystės ūkio produkciją.

- Neatliktas pelningumo koeficientų palyginimas, panaudojant įvairius augalininkystės ūkio produkcijos eksportavimo būdus.

Kiti mokslininkai temos, susijusios su augalininkystės ūkio produkcijos eksportu, plačiau nenagrinėjo.

3.2. Tyrimo metodikos parinkimas ir pagrindimas

Globalizacijos procesų plėtotė, gilėjimas ir greitėjimas veikia visus ekonomikos sektorius, tarp jų ir žemės ūkį. Žemės ūkio bei maisto produktų gamyba bei prekyba taip pat tampa vis labiau globalizuota. Spartėjantys globalizacijos ir regionizacijos procesai didina žemės ūkio ir maisto produktų užsienio prekybos srautus, Lietuvos žemės ir maisto ūkis vis stipriau integruojasi į pasaulines rinkas, tapdamas vis labiau priklausomas nuo globalių procesų. Žemės ūkis yra vienas iš prioritetinių Lietuvos sektorių ir atlieka svarbų ekonominį, socialinį ir ekologinį vaidmenį, tad yra tikslinga ieškoti galimybių padėti šiam sektoriui aktyviai plėstis ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje.

Lietuvoje išauginto grūdų derliaus pakanka šalies poreikiams patenkinti, tad prekyba pertekliniais žemės ūkio ir maisto produktais sudaro vis didesnę visos Lietuvos užsienio prekybos dalį. Dėmesio užsienio prekybai grūdinais augalais didėjimą parodo ir Lietuvos statistikos departamento duomenys, kur fiksuojama, jog 2013 metų sausio mėnesį iš Lietuvos eksportuota beveik tris kartus daugiau grūdų nei 2012 metais tuo pačiu laikotarpiu.

Tyrimo tikslas – išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje, remiantis gautais tyrimo rezultatais, pateikti siūlymus proceso, susijusio su užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais, tobulinimui.

Tyrimo uždaviniai:

1. Įvertinti užsienio prekybos grūdinais augalais bendrą situaciją Lietuvoje.
2. Išnagrinėti ūkininkų, atstovaujančių augalininkystės ūkių, nuomonę, susijusią su augalininkystės ūkio produkcijos prekyba užsienyje.
3. Išanalizuoti augalininkystės ūkio produkcijos transportavimo aspektus ir trūkumus.
4. Pateikti analizės metu gautas išvadas ir pasiūlymus dėl užsienio prekybos grūdinais augalais proceso tobulinimo.

Tyrimo objektas – augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis procesas.

Tyrimo tikslui įgyvendinti buvo išsikelti - uždavinių atlikimui skirti *tiriamieji klausimai* ir pasirinkti duomenų rinkimo *metodai* (3 lentelė).

3 lentelė. Tiriamieji klausimai (sudaryta autorės)

Uždaviniai	Tiriamieji klausimai	Metodai
Įvertinti užsienio prekybos grūdinais augalais bendrą situaciją Lietuvoje.	✓ Kokia užsienio prekybos grūdinais augalais situacija Lietuvoje? ✓ Kokios augalininkystės ūkio produkcijos rūšys yra eksportuojamos ir kokiais kiekiais? ✓ Su kokiomis šalimis yra palaikomi glaudūs bendradarbiavimo santykiai eksportuojant augalininkystės ūkio produkciją?	✓ Antrinių, statistinių duomenų paieška ir analizė.
Išnagrinėti ūkininkų, atstovaujančių augalininkystės ūkiams, nuomonę, susijusią su užsienio prekyba augalininkystės ūkio produkcija.	✓ Kaip vertinamas ūkio produkcijos išvežimas į kitas užsienio šalis? ✓ Kokios priežastys skatina eksportuoti ūkiuose užaugintą produkciją? ✓ Kokia yra ūkininkų patirtis, susijusi su eksportu užsienio rinkose? ✓ Kokia ūkiuose užauginta produkcija yra eksportuojama į kitas užsienio šalis? ✓ Kokia dalis užaugintos produkcijos yra eksportuojama į kitas užsienio šalis? ✓ Su kokiomis šalimis ūkininkai yra užmezgę prekybos santykius? ✓ Kur ūkininkai ieško informacijos apie galimus eksporto partnerius užsienio rinkose? ✓ Kaip yra paskirstoma eksportuojama produkcija užsienio rinkose? ✓ Dėl kokių priežasčių ūkininkai neeksportuoja ūkiuose užaugintos produkcijos?	✓ Anketinė apklausa
Išanalizuoti augalininkystės ūkio produkcijos transportavimo aspektus ir trūkumus.	✓ Su kokiomis problemomis susiduria ūkininkai transportuodami ūkiuose užaugintą produkciją? ✓ Kokiu transportu ūkininkai veža eksportuojamą produkciją?	✓ Anketinė apklausa
Pateikti analizės metu gautas išvadas ir pasiūlymus dėl užsienio prekybos grūdinais augalais proceso tobulinimo.	✓ Kas skatintų ūkininkus didinti augalininkystės ūkio produkcijos eksporto apimtis? ✓ Kurių rūšių augalininkystės ūkio produkcijos eksportą reikėtų labiau skatinti? ✓ Su kuriomis šalimis reikėtų toliau plėtoti ar užmegzti eksporto, susijusio su augalininkystės ūkio produkcija, santykius?	✓ Surinktų duomenų analizė

	✓ Ką reiktų tobulinti / pagerinti augalininkystės ūkio produkcijos transportavimo procese?	
--	--	--

Tikslinė grupė

Tyrimo metu tikslinę grupę sudarys asmenys nuo 18 metų amžiaus, užsiimantys ūkine veikla, o tiksliau – ūkininkai, atstovaujantys augalininkystės ūkiams. Tokia tikslinė grupė buvo pasirinkta, siekiant išsiaiškinti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje. Remiantis VI „Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras“ (Reikalavimai...2013) pateiktais duomenis, Lietuvos Respublikoje ūkininku gali tapti fizinis asmuo, sulaukęs 18 metų amžiaus ir kuris vienas arba su partneriais verčiasi žemės ūkio veikla ir miškininkyste, o jo ūkis yra įregistruotas Ūkininkų ūkių registre.

Tyrimo apimtis

Siekiant, kad tyrimo rezultatai būtų patikimi, būtina apklausti kuo didesnę skaičių respondentų. 2013 metų sausio mėn. duomenis, Lietuvoje buvo įregistruota 113 800 ūkiai. Augalininkystės ūkiai sudaro nedidelę visų ūkių dalį, apie 10 proc. Augalininkystės ūkininkavimo tipui yra priskiriami tie ūkiai, kuriuose standartinis gamybinis pelnas iš augalininkystės sudaro daugiau negu 2/3 viso ūkio veiklos standartinio gamybinio pelno, bet jo iš javų, rapsų ir ankštinių augalų gauna 2/3 arba mažiau (Augalininkystės...2011). Tyrimo metu siekiama apklausti ūkininkus, vykdančius ūkinę veiklą, susijusią su augalininkyste.

Tyrimo metodų parinkimas

Tyrimo metu bus taikomi šie duomenų rinkimo metodai: žvalgybinis tyrimas (antrinių duomenų analizė) bei anketinė apklausa. Pirmiausia bus atliktas žvalgybinis tyrimas, kurio pagrindinis tikslas yra gauti idėjų ir kryptį tolesniam tyrimui (Dičkus 2006). Juo norima patikslinti uždavinius, patikrinti metodiką (Pruskus 2004). Žvalgybinis tyrimas (antrinių duomenų analizė) bus atliktas ieškant duomenų interneto (statistiniuose) portaluose bei mokslinėje literatūroje, tai vienas iš būdų bendrai įvertinti užsienio prekybos grūdinėmis kultūromis situaciją Lietuvoje.

Kitas tyrimo metodas – apklausa. Tai tokia duomenų rinkimo technika, kai respondentai iš esmės tuo pačiu (arba artimu jam) metu atsakinėja į raštu (anketoje) pateiktus klausimus (Luobikienė 2010). Atlikus anketinę apklausą, kuri taikoma, kai tiriama problema yra nepakankamai išanalizuota ir aprašyta įvairiuose dokumentuose arba kai tokios literatūros iš vis nėra, bus vykdomas aprašomasis tyrimas, kurio metu bus įvertinti apklausos duomenys (Pruskus

2004), atlikta duomenų analizė. Anketinė apklausa yra taikoma, nes sudaro galimybę pagal apklausiamųjų reakciją spręsti apie tyrimo problemos aktualumą, reikšmingumą, anketos klausimų sudarymo ir išdėstymo tikslingumą (Pruskus 2004). Šiuo būdu apklausiama nemaža dalis žmonių ir galima sužinoti bendrą nuomonę rūpimu klausimu. Šiuo tyrimu bus siekama įvertinti ūkininkų, eksportuojančių arba žadančių eksportuoti augalininkystės ūkio produkciją, poreikius, lūkesčius ir nuomonę.

Taigi, bus atliktas žvalgomasis tyrimas, kurio metu vyks antrinių, statistinių duomenų paieška ir analizė tam, kad būtų galima susidaryti nuomonę apie bendrą užsienio prekybos augalininkystės ūkio produkcijos situaciją rinkoje. Toliau bus atlikta anketinė apklausa, išsiaiškinti ūkininkų, kurie eksportuoja arba planuoja eksportuoti augalininkystės ūkio produkciją, nuomonę apie poreikius ir galimybes eksportuoti augalininkystės ūkio produkciją.

3.3. Empirinio tyrimo etapų numatymas

- Pirmajame etape vyks pasiruošimas tyrimui, bus formuojama tyrimo metodika: tikslas, uždaviniai, tiriamieji klausimai. Taip pat bus apibrėžta tikslinė grupė, nustatyta tyrimo imtis, metodai.
- Antrajame etape bus atliktas anketinės apklausos tyrimas. Siekiant išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje, remiantis gautais tyrimo rezultatais, pateikti siūlymus procesui, susijusiam su užsienio prekyba augalininkystės ūkio produktais, tobulinti, bus atlikta anketinė apklausa. Sudarytas klausimynas ir anketa bus įdėta internetinėms apklausoms skirtoje svetainėje www.apklausa.lt bei išsiuntinėta ūkininkams el. paštu. Taip pat bus apklausiami Lietuvos ūkininkai, kurie dalyvaus su žemės ūkiu susijusiuose kvalifikacijos kėlimo kursuose bei specializuotuose mokymuose.
- Trečiajame etape bus analizuojami anketinėje apklausoje dalyvavusių respondentų duomenys. Susisteminus informaciją, bus formuojamos išvados bei pasiūlymai – rekomendacijos.

3.4. Mokslinės problemos sprendimo būdai

3.4.1. Klasterizacija Lietuvos grūdų ūkyje

A. Stalgienės (2010) straipsnyje „Klasterių vystymosi barjerai“ teigiama, kad apibrėžti klasterio sąvoką sudėtinga, nes ji apima geografinį pasiskirstymą, ryšių rūšis, priklausomumo

jausmą, technologinį lygį, gyvavimo ciklą ir kt. Taip pat naudojama vietos ekonomikos plėtrai bei regionų analizei (užimtumas, ekonominis augimas ir produktyvumas).

Siekiant sėkmingai įgyvendinti klasterizaciją Lietuvos grūdų ūkyje, visų pirma reikia apžvelgti klasterio sąvokos sampratą (4 lentelė).

4 lentelė. Klasterio samprata (sudaryta autorės)

Autorius	Sąvoka
<i>Porter (1998)</i>	Geografinė koncentracija tarpusavyje susijusių įmonių, specializuotų tiekėjų, paslaugų teikėjų bei asocijuotų institucijų (pvz., universitetų, standartizavimo agentūrų, profesinių sąjungų), kurios tarpusavyje tiek konkuruoja, tiek kooperuojasi.
<i>Roelandt (2000)</i>	Tvirtai tarpusavyje susijusių priklausomų įmonių (įskaitant specializuotus tiekėjus) tinklus, kurių pagrindas yra vertingumą sukuriančios gamybos grandinės.
<i>Kamarulzaman, Mariati (2008)</i>	Grupė subjektų (bent vieno pramoninio sektoriaus įmonės, agentūros, institucijos), turinčių panašumų ir papildančių vienas kitą. Reikšminga geografinė subjektų koncentracija, sukelianti subjektų betarpiškumą bei oficialią ir neoficialią jų sąveiką, aglomeracijos ekonomiją ir aukštą socialinį kapitalą, kuris skatina sklaidą ir daro reikšmingą įtaką regiono ar nacionalinei ekonomikai.
<i>Jakubavičius (2013)</i>	Skirtingų individų / grupių kooperavimasis egzistuojančioms problemoms spręsti, naudojant konstruktyvias priemones ir darbo metodus. Tai dviejų (ar daugiau) subjektų / partnerių susitarimas dėl bendros veiklos, kuria siekiama įgyvendinti bendrus tikslus bei užtikrinti abipusę naudą, išnaudojant bendradarbiavimo privalumus. Tai įmonių, organizacijų, mokslo ir studijų institucijų ir kitų subjektų santalka, kurios dalyviai bendradarbiauja tarpusavyje įvairiose ekonominės veiklos ir iniciatyvų srityse, siekiant padidinti ekonominę veiklos efektyvumą, dalinimąsi žiniomis, technologijų perkėlimą ir naujų produktų kūrimą. Svarbu, kad klasteris skatintų inovacijas ir žinių sklaidą, plėtotų regionų išskirtinius konkurencinius pranašumus ir didintų tarptautinę ūkio integraciją.

Taigi, klasteris apima ne tik konkretaus pramonės sektoriaus įmones, bet ir jų tiekėjus, skirstytojus bei kitokiais būdais susijusias įmones ir institucijas. Anot A. Stalgienės ir J. Paunksnienės (2009), klasteriai turi reikšmingą poveikį ne tik atskiros įmonės, bet ir šalies arba regiono konkurencinio pranašumo formavimui, nes jie sukuria palankias sąlygas didinti įmonių

produktyvumą, inovatyvumą, gerinti darbo ir produktų kokybę, technologinį turinį, atsirasti naujiems verslams.

Nors nėra priimto vieno klasterio apibrėžimo, tačiau yra išskiriamos šios klasterių charakteristikos (Stalgienė 2010):

- Kritinė masė. Klasteriui svarbu, kad atitinkamai geografiškai ribotoje teritorijoje būtų pakankamai organizacijų, besispecializuojančių tam tikroje ekonominėje veikloje. Klasteriui priklausančių įmonių skaičius gali svyruoti nuo dešimčių iki tūkstančio. Tai priklauso nuo veiklos pobūdžio ir teritorijos.

- Įmonės yra sukoncentruotos ribotoje teritorijoje. Įmonės, organizacijos turi būti pakankamai arti viena kitos, kad būtų išvengta nepagrįstai didelių bendradarbiavimo, susitikimų sąnaudų. Geografinis artumas taip pat skatina perteklinių įmonių kūrimąsi ir bendrų išteklių atsiradimą.

- Ryšiai tarp organizacijų yra palaikomi nuolat, užtikrinant bendrų tikslų siekimą. Ryšiai tarp organizacijų gali būti tiek prekybinio, tiek neprekybinio pobūdžio. Ryšių pobūdis priklauso nuo bendrų ar papildančių produktų, gamybos procesų, esminių technologijų, išteklių poreikio, reikiamų įgūdžių ir / arba paskirstymo kanalų.

- Tarpusavio sąveika. Klasteriui priklauso tarpusavyje sąveikaujančios, viena kitą papildančios organizacijos. Klasterio viduje įmonės sąveikauja siekdamos įgyvendinti bendrus tikslus, mokytis, naudotis kitais klasterio privalumais. Pabrėžiama, kad teigiamą klasterio efektą galima patirti tik pasiektus atitinkamą sąveikos lygmenį.

- Specializacija. Klasteriui priklausančios organizacijos specializuojasi skirtinguose vertės grandinės aspektuose, atsižvelgiant į turimas kompetencijas ar naudojamas technologijas.

- Konkurencija ir kooperacija. Klasteriui priklausančios įmonės ne tik bendradarbiauja, bet ir konkuruoja tarpusavyje. Tai būtina sąlyga klasteriui išlikti konkurencingam ir nuolat tobulėti.

- Unikalumas. Kiekvienas klasteris yra unikalus, tačiau panašiam ūkio sektoriuje veikiantys klasteriai turi daug bendrų bruožų ir struktūrinių darinių. Taip yra dėl to, jog svarbiausias veiksnys, lemiantis unikalumą, yra ne regionas, bet konkretaus verslo vertės – sąnaudų grandinės struktūra.

- Klasteriai gali padidinti inovacijų, gamybos konkurencingumą bei palaikyti arba skatinti regiono, šalies ekonominį augimą.

- Klasteriai yra save organizuojantys. Jų kūrimuisi didžiausią įtaką daro istoriškai susiklosčiusios aplinkybės: vieta, vystomos pramonės, darbo jėgos pakankamumas, šalies ekonominė situacija ir pan. Valdžios institucijų įtaka klasterių kūrimui ir vystymuisi dažniausiai apsiriboja palankių sąlygų sudarymu, klasteriams palankios politikos vykdymu.

Klasterį sudarančių kompanijų ir pramonės šakų našumas yra žymiai aukštesnis nei už klasterio ribų esančių kompanijų ar pramonės šakų. Tai sąlygoja šie veiksniai (Činčikaitė, Belazarienė 2003):

1. *Klasteryje yra geresnis priėjimas prie specializuotų gamybos veiksmų ir darbo jėgos.* Klasterių kompanijos turi privilegijuotą ir žymiai pigesnę priėjimą prie specializuotų gamybos veiksmų (gamybos komponentų, įrengimų, aptarnavimo paslaugų, personalo) nei pavienės kompanijos. Klasteriuose didelė tiekėjų specializacija egzistuoja dėl geresnės rinkos galimybių analizės ir rizikos sumažėjimo, susijusiu su nemažu vietinių vartotojų skaičiumi. Klasteriai suteikia pranašumą specializuotos ir kvalifikuotos darbo jėgos aprūpinime. Būtent čia koncentruojasi didelė dalis darbo jėgos, dėl to sumažėja personalo paieškos, samdymo sąnaudos, yra užtikrinama, kad pasamdytas darbuotojas atitiks darbo vietos keliamus reikalavimus.

2. *Geresnis priėjimas prie informacijos.* Klasterio kompanijos gali greičiau ir su mažesnėmis sąnaudomis prieiti prie klasterio viduje susikaupusios informacijos. Disponavimas informacija, kas yra didelis konkurencinis pranašumas, leidžia kompanijoms sužinoti apie nuolat kintančius vartotojų poreikius, priimti optimesnius sprendimus dėl paskolų ar kitų finansinių klausimų, gerinti darbą su užsakovais, t. y. dirbti daug efektyviau ir pasiekti didesnę našumą.

3. *Tarpusavio papildymas.* Klasteriai sujungia skirtingų kompanijų veiklas, kurios viena kitą papildo. Reikia paminėti, kad klasterio sudedamosios dalys neretai priklauso viena nuo kitos. Vienos kompanijos nekokybiška veikla gali paveikti kitų kompanijų sėkmę. Visų klasterio kompanijų pastangų koordinavimas ir bendras siekis tobulėti, kuris įmanomas tik esant netolimam kompanijų išsibarstymui, gali žymiai padidinti veiklos efektyvumą ir kokybę.

4. *Visuomeninė nauda.* Klasterio viduje egzistuojanti informacija, technologijų koncentracija, regiono reputacija gali būti laikoma visuomenine (bendradarbiavimo) nauda. Prie visuomeninės naudos prisideda ir privačios organizacijos bei investicijos. Klasterių kompanijos turi priėjimą prie specializuotos infrastruktūros ar nebrangių ekspertų patarimų.

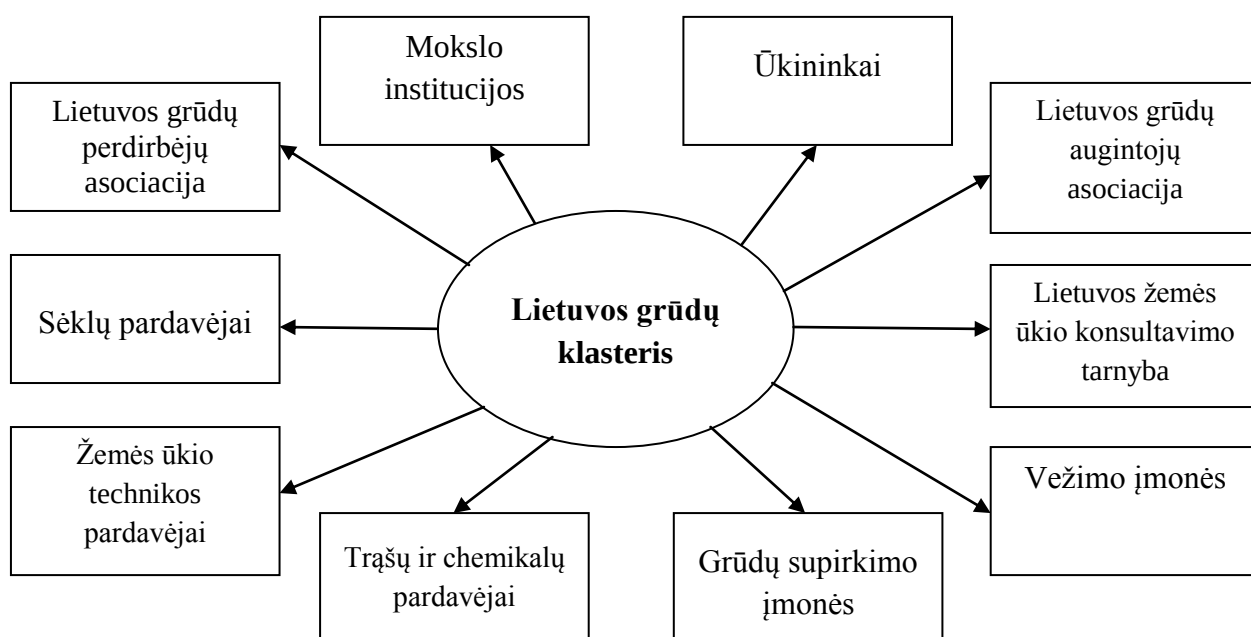
5. *Skatinimai ir našumo išmatavimai.* Klasteriai skatina kompanijas padidinti darbo našumą dėl kelių priežasčių. Pirma, dėl konkurencijos spaudimo. Yra nesunku palyginti klasterio kompanijų ir vietinių konkurentų išlaidas, darbo našumą ir rezultatus, nes visos kompanijos turi panašias darbo sąlygas (darbo jėgos kainos, priėjimas prie vietinės rinkos). Be to, klasteriai eliminuoja situacijas, kai vienas dalyvis įgauna privalumus kito atžvilgiu arba gamina žemos kokybės prekes bei paslaugas, skatina konstruktyvų bendradarbiavimą, kuris teigiamai veikia klasterio kompanijų ilgalaikius interesus.

Anot S. Vaitkevičiaus ir A. Stalgienės (2010), 2006 metais Lietuvos grūdų sektoriaus klasterizacija fragmentiškai buvo nagrinėjama KTU Verslo strategijos instituto ir VšĮ Žinių visuomenės instituto parengtoje studijoje, iš kurios paaiškėjo, kad pagal savo struktūrą ir veiklos

principus šio sektoriaus įmonės ateityje gali vystyti kaip klasteriai. Lietuvos grūdų sektorius – potencialus ir stambus klasteris, integruojantis ne tik maisto pramonės, bet ir jas aptarnaujančias įmones.

Lietuvos grūdų ūkio klasteriui gali priklausyti pažangiausios grūdų sektoriaus įmonės, rinkoje lyderiaujančios pagal pardavimo apyvartą ar pagaminamos produkcijos apimtį. Remiantis klasterizacijos teorija, būtent tokios įmonės galėtų ilgainiui tapti klasterizacijos židiniais arba branduoliais (5 pav.).

Daugelio valstybių viena regioninės politikos formavimo pagrindų yra klasterių teorija, sujungianti klasterį sudarančių kompanijų tarpusavio bendradarbiavimą ir konkurenciją bei regionų ekonominę vystymąsi (Činčikaitė, Belazarienė 2003).



5 pav. Lietuvos grūdų klasterio modelis (sudaryta autorės)

Vieną iš pagrindinių sudedamųjų dalių Lietuvos grūdų klasteryje užima ūkininkai, atstovaujantys augalininkystės ūkiams. Juos konsultuoja bei teikia visą reikalingą informaciją tokios mokslo institucijos, kaip Aleksandro Stulginskio universitetas, bei didžiausios konsultavimo tarnybos, tai: Lietuvos grūdų augintojų asociacija, Lietuvos grūdų perdirbėjų asociacija bei VŠĮ „Lietuvos žemės ūkio konsultavimo tarnyba“. Siekdami užauginti aukštos kokybės grūdines kultūras ūkininkai turi bendradarbiauti su patikimomis ir aukštos kokybės produkciją (sėklas, trąšas, chemikalus) teikiančiomis įmonėmis. Lietuvoje šios srities lyderėmis laikomos tokios įmonės, kaip: UAB „Baltic Agro“, UAB „Scandagra“, UAB „Dotnuvos projektai“ ir kt.

Siekiant laiku atlikti technologinius žemės dirbimo ir pasėlių priežiūros darbus, tapti konkurencingu augalininkystės ūkiu, gaminančiu aukštos kokybės, tačiau mažos savikainos

produktus, būtina dirbti su aukštos kokybės ir patikimo žemės ūkio technika. Pagrindinės europietiškos žemės ūkio technikos tiekėjos Lietuvoje – UAB „Dojus agro“ ir UAB „Ivabaltė“. Nuėmus grūdų derlių ir atsižvelgiant į tuo metu vyraujančias supirkimo kainas rinkoje yra apsisprendžiama grūdus parduoti arba sandėliuoti. Didžiausia grūdų supirkimo įmonė Lietuvoje – UAB „Agro rodeo“. Svarbų vaidmenį Lietuvos grūdų klasteryje atlikę ir vežimo įmonės.

Taigi, Lietuvos grūdų sektorius – potencialus ir stambus klasteris, integruojantis ne tik maisto pramonės, bet ir jas aptarnaujančias įmones. Svarbu, kad klasteriui priklausančios įmonės ir institucijos siektų ne savų tikslų įgyvendinimo, o bendro tikslo – Lietuvos grūdų sektoriaus konkurencingumo didinimo.

3.4.2. Informacijos, apie augalininkystės ūkio produkcijos eksporto galimybes, sklaidimas

Kaip viena iš priežasčių, kodėl ūkininkai dažnai nesiryžta pradėti eksportuoti, yra neaiškios eksporto galimybės arba nepakankamas informacijos kiekis apie užsienio rinkas.

Šalies ekonomikos atsigavimą lemia užsienio prekyba, todėl eksporto skatinimas valstybei tampa ypatingos svarbos uždaviniu. Aktyvesnė Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerijos veikla, susijusi su augalininkystės ūkio produkcijos ekportu, padėtų valdyti riziką ir skatintų ūkininkus atrasti naujas eksporto rinkas. Žemės ūkio ministerijos internetinėje svetainėje (www.zum.lt) yra pateikiamos eksporto skatinimo priemonės, tokios kaip: ES taikomų pardavimo skatinimo ir vartotojų informavimo priemonių įgyvendinimas; verslo dalyvavimo užsienyje rengiamose parodose ir mugėse organizavimas; efektyvesnis aukštų valstybės pareigūnų vizitų svetur panaudojimas siekiant tinkamai pristatyti šalies ekonomikos galimybes; eksportuotojų mokymas, informacijos apie užsienio rinkas rinkimas, analizė ir teikimas; eksportuojančių įmonių konkurencingumo skatinimas ir kt. Svarbu, kad šalies ūkininkai turėtų galimybę išsamiau susipažinti su vykdomomis eksporto skatinimo priemonėmis ir tinkamai jomis pasinaudoti. Gavę ES paramą, šalies ūkininkai privalo įgyti reikiamą kvalifikaciją, t. y. dalyvauti organizuojamuose kvalifikacijos kėlimo kursuose. Kaip viena iš ūkininkų kvalifikacijos kėlimo kursų temų galėtų būti „Augalininkystės ūkio produkcijos eksporto galimybės“. Šių kursų metu ūkininkai būtų supažindinami su siūlamomis eksporto skatinimo priemonėmis, eksporto proceso organizavimu, grūdų eksportavimo būdais, galimomis šalimis – eksporto partnerėmis ir pan.

3.5. Tyrimo rezultatų analizė

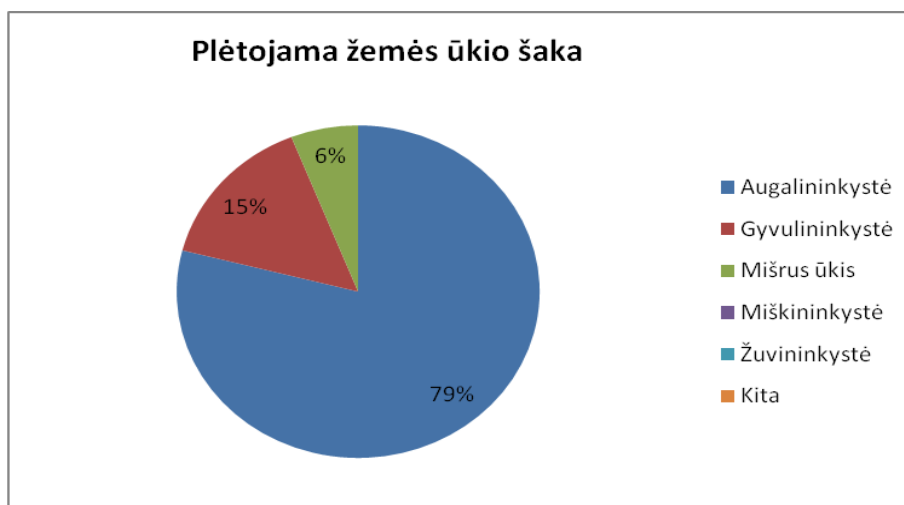
Eksportas tampa kasdienybe vis didesniam skaičiui Lietuvos įmonių, ne išimtis ir žemės ūkis. Siekiant išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje bei

remiantis gautais tyrimo rezultatais, pateikti siūlymus proceso, susijusio su užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais, tobulinimui, buvo atlikta anketinė apklausa.

Buvo apklausiami Lietuvos ūkininkai, kurie dalyvavo 2013 m. birželio 13 d. vykusiuose kvalifikacijos tobulinimo kursuose tema „Rečiau auginamų varpinių, ankštinių, aliejinių ir prieskoninių augalų produkcijos gamyba“, taip pat 2013 m. birželio 21 d. vykusiuose kvalifikacijos kėlimo kursuose tema „Javų kombainų paruošimas pjūčiais, priežiūra ir pasitaikančios klaidos derliaus nuėmimo metu“, 2013 m. liepos 9 d. vykusiuose kvalifikacijos tobulinimo kursuose „Aplinkosauga ir tręšimo planavimas“ bei 2013 m. liepos 21 d. vykusioje lauko dienoje pagal programą „Purškimo herbicidais planavimas“. Anketą užpildė 70 respondentų – ūkininkų iš visos Lietuvos.

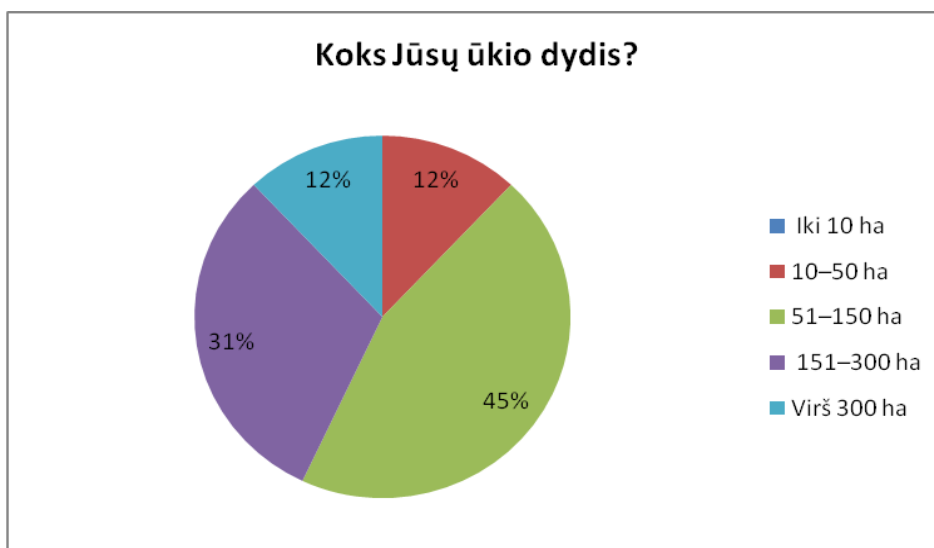
Nurodydami veiklas, kurias vykdo apklaustieji ūkininkai, respondentai dažniausiai rinkosi tradicines ūkininkavimo veiklas, t. y. augalininkystę (55 respondentai) ir gyvulininkystę (4 respondentai) arba mišrų, t. y. augalininkystės ir gyvulininkystės ūkį (11 respondentų) (6 pav.). Kadangi respondentai buvo apklausiami kvalifikacijos tobulinimo kursuose bei lauko dienoje, kuriuose buvo orientuojamasi į grūdines kultūras auginančius ūkininkus, tad ir apklausos rezultatuose atsispindi, jog didžioji dauguma respondentų yra augalininkystės ūkių atstovai. Reiktų pabrėžti, kad apklausoje dalyvavę augalininkystės ūkio atstovai augina tik grūdines kultūras.

Augalininkystės ir gyvulininkystės veiklos pripažintos prioritetinėmis žemės ūkio šakomis, nes nuo jų priklauso apsirūpinimas pagrindiniais maisto produktais. Gyvulininkystės verslas, lyginant su augalininkyste, yra mažiau patrauklus, kadangi jam reikia daugiau darbo išteklių, darbo procesas nepertraukiamas, nelieta laiko ne tik užsiimti kita veikla, bet ir poilsiui. Gyvulininkystės ūkiai sukuria žymiai mažiau pajamų, tenkančių vienam sąlyginiam darbuotojui, nei augalininkystės ūkiai.



6 pav. Plėtojama žemės ūkio šaka (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

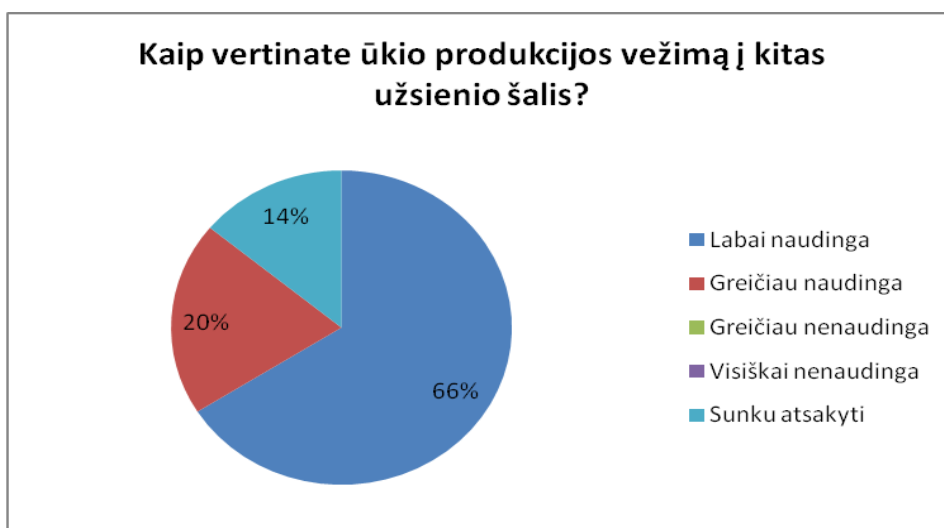
Apklausoje dalyvavo daugiausia ūkininkų, t. y. 31 respondentas, kurių ūkis yra stambus (51–150 ha), šiek tiek mažiau – 22 ūkininkai, kurių ūkis yra 151–300 ha, taip pat 9 respondentai turi smulkų, t. y. 10–50 ha ūkį ir 9 respondentai valdo didesnę nei 300 ha ūkį (7 pav.).



7 pav. Ūkininkų ūkio dydis (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Nė vienas iš apklaustų eksportuojančių ūkininkų nevaldo ūkio, kuris yra mažesnis nei 10 ha. Daugelio apklausoje dalyvavusių ūkininkų ūkis yra stambus, taigi gaunami gausūs derliai gali būti parduodami ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje.

Daugiau nei pusė, t. y. 46 respondentai, teigia, kad ūkio produkcijos eksportas yra labai naudingas, 14 respondentų mano, kad toks eksportas yra greičiau naudingas ir 10 respondentų yra sunku atsakyti apie ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis naudą (8 pav.).



8 pav. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis vertinimas (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Ūkininkai, eksportuojantys ūkiuose užaugintą produkciją, gauna daugiau naudos nei grūdus parduodami supirkėjams Lietuvoje. Sparčiausiai augalininkystės ūkių atstovai eksportuoja III ir IV metų ketvirčiais, kadangi grūdai užauga maždaug rugpjūčio mėnesį. Tuomet grūdų stengiamasi išvežti kiek įmanoma daugiau. Tačiau svarbūs eksporto sėkmės faktoriai yra ūkio savininkų pasiruošimas: reikalingos informacijos sukaupimas, planavimas, ūkininkų patirtis ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje ir pan.

Iš apklaustųjų ūkių savininkų tik 23 eksportuoja savo produkciją į kitas šalis, o kiti likusieji 47 savo produkciją realizuoja Lietuvos rinkose (9 pav.). Nė vienas apklausoje dalyvavęs gyvulininkystės ūkio atstovas užaugintos produkcijos neeksportuoja.



9 pav. Ūkininkų ūkiuose užaugintos produkcijos ekportavimas (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Galima daryti išvadą, kad užaugintos produkcijos išvežimas į kitas šalis nėra prioritetinė veikla. Ūkininkai susiduria su eksporto problemomis, tad siekiant didesnės naudos ūkininkams, būtina tas problemas nustatyti ir jas spręsti.

Jei ūkininkų užauginta produkcija sėkmingai parduodama vietinėje rinkoje, tai didelė tikimybė, kad ji turės paklausą ir užsienio rinkose ar bent ten, kur yra panašūs poreikiai ir sąlygos (pvz., kaimyninių šalių rinkos). Šiuo atveju, planuojant eksportuoti ūkininko ūkyje užaugintą produkciją, nereikės arba reikės nedidelių pakeitimų lyginant su vietine rinka. 10 paveiksle pateiktos priežastys, kurios gali skatinti ūkininkus eksportuoti.

Pagrindinė priežastis, skatinanti ūkininkus eksportuoti, yra didesnio pelno siekimas. Su šiuo argumentu sutiko visi apklausoje dalyvavę eksportuojantys ūkininkai. Pastaraisiais metais grūdų derlius vis didėja, tad krinta ir grūdų supirkimo kainos vietinėje rinkoje. Siekdami gauti didesnę pelną, ūkininkai perkelia derliaus pardavimą už Lietuvos ribų.



10 pav. Priežastys, skatinančios ūkininkus eksportuoti užaugintą produkciją (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Kita priežastis, kurią pasirinko 17 eksportuojančių respondentų, yra noras surasti stabilesnius klientus / vartotojus. Ne visos Lietuvoje veikiančios grūdų supirkimo įmonės pasižymi tinkamu mokumu, tad dažnai ūkininkams tenka laukti pinigų už parduotą produkciją arba per klaidą atiduoti derlių veltui. Perpildytos rinkos faktorių pasirinko 5 eksportuojantys apklausos dalyviai. Rinkos perpildymas ypač pasireiškia, kai ūkininkų ūkiuose nuimamas gausus derlius. Nė vienas iš apklaustųjų, eksportuojančių ūkininkų, nepasirinko eksportuoti skatinančių faktorių, tokių kaip: noras išplėsti pardavimo apimtį ar pozicijų vietinėje rinkoje praradimas.

Tyrimo metu taip pat buvo tiriama, kokia yra ūkininkų patirtis eksportuojant ūkyje užaugintą produkciją į kitas šalis. Didžioji dalis, t. y. 15 eksportuojančių ūkininkų, savo ūkiuose užaugintą produkciją eksportuoja 1–3 metų, likusieji 8 eksportuojantys respondentai eksportu užsiima jau daugiau nei 3 metus. Pajutę eksporto naudą, ūkininkai ir toliau kasmet dalį ūkyje užaugintos produkcijos pateikia užsienio rinkai.

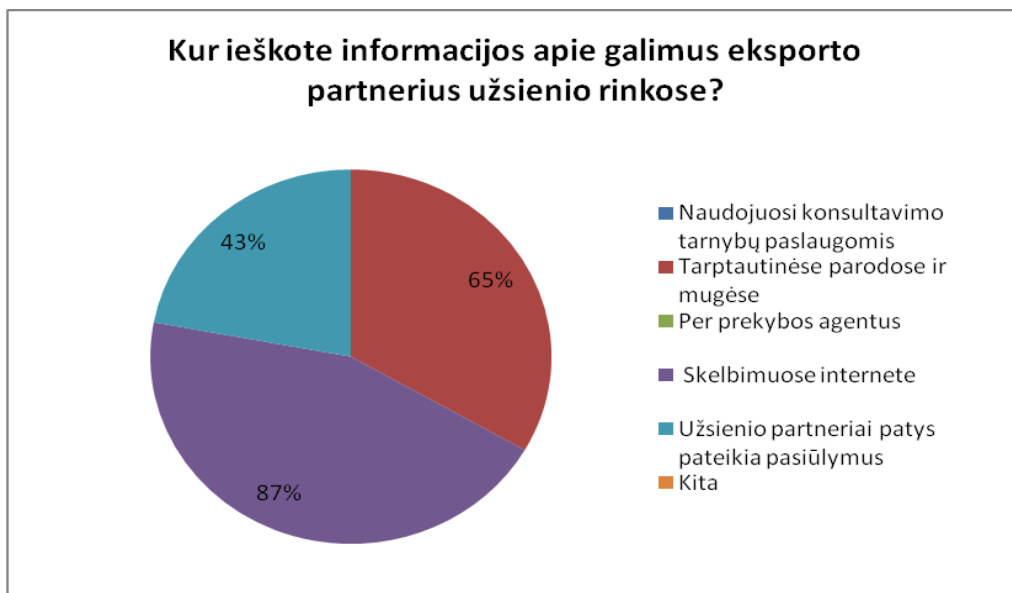
Pagrindinės eksportuojamos augalininkystės ūkio produkcijos kultūros yra šios: kviečiai, kmynai, griekiai, žirniai, žieminis bei vasarinis rapsas. Šių kultūrų eksportavimas sudaro 30–50 proc. viso ūkiuose užauginto derliaus. Galima teigti, kad ūkininkai pasitiki užsienio pirkėjais, jaučia eksporto naudą ir didelę dalį užauginto derliaus pateikia užsienio vartotojams.

Pagrindinės šalys, į kurias ūkininkai eksportuoja augalininkystės ūkio produkciją, yra Latvija, Estija, Lenkija bei Vokietija. Taip yra todėl, kad kaimynės šalys tarpusavyje prekiauja intensyviau, todėl lietuviškos kilmės grūdų eksporto dalis geografiškai nutolusiose valstybėse yra mažesnė.

Atlikus apklausą, galima daryti išvadą, kad savo ūkiuose užaugintą produkciją eksportuojantys ūkininkai dažniausiai susiduria su tokiomis problemomis: išaugęs įsipareigojimų

lygis, kuris susijęs su eksportuojamos produkcijos kokybės ir reikalavimų produkcijai užtikrinimu. Daugelis ūkininkų, norinčių pradėti ūkyje užaugintos produkcijos eksportą, susiduria su sunkumais parinkdami patikimus produkcijos pirkėjus užsienio rinkoje. Taip pat susiduriama su papildomos dokumentacijos poreikiu, kultūriniais skirtumais, susijusiais su kalbos, kultūros ir verslo praktikos ypatumais šalyse, į kurias ruošiamasi eksportuoti užaugintą produkciją. Taip pat iškyla poreikis išanalizuoti konkurenciją užsienio rinkoje ir pateikti šalims importuotojoms konkurencingą produkciją.

Įvertinus respondentų pateiktus atsakymus, galima teigti, kad vienas iš populiariausių eksporto partnerių paieškos metodų yra informacijos paieška internete. Jį pasirinko 20 apklaustųjų ūkio eksportuojančių respondentų. Skelbimai pateikiami ne tik internete, bet ir ūkininkams skirtoje spaudoje (11 pav.).



11 pav. Informacijos apie galimus eksporto partnerius užsienio rinkose paieškos būdai (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Kitas populiarus ir efektyvus informacijos apie galimus eksporto partnerius paieškos būdas – dalyvavimas tarptautinėse parodose ar mugėse. Jį renka 15 eksportuojančių apklausos dalyvių. Tradiciškai mugėse visų pirma siekiama užmegzti komercinius ryšius, sudaryti prekybinius sandorius. Parodose daugiau akcentuojamas demonstracinis aspektas, tačiau ir parodų metu yra užmezgamas tiesioginis ryšys su lankytojais ir mugių dalyviais. Jose vienoje vietoje susirenka potencialūs pirkėjai ir vartotojai, taip sudaromos puikios sąlygos susitikti su daugeliu potencialių pirkėjų, aptarti eksporto procesą ir sudaryti ateities sandorius.

Apklaustieji, t. y. 10 eksportuojančių apklausos dalyvių, renka ir užsienio partnerių pateiktus pasiūlymus. Užsienio pirkėjai, besidominantys Lietuvos rinkoje užauginta produkcija,

gali kreiptis į grūdų augintojų asociaciją bei gauti kontaktinius ūkininkų duomenis dėl tolimesnio bendradarbiavimo.

Atliktos apklausos rezultatai leidžia įžvelgti, kad 15 ūkininkų – eksportuotojų užaugintą produkciją parduoda tiesiogiai užsienio pirkėjams. Tiesioginį pardavimą dažniau pasirenka ūkininkai, kurie jau turi eksporto patirties, nes šis pardavimo būdas apima žymiai didesnę veiklos bei atsakomybės spektrą. Ūkininkams šis pardavimo būdas yra naudingas, nes jie gali tiesiogiai kontroliuoti pardavimus, palaikyti ryšius su pirkėjais. Be to, tai suteikia galimybę gauti žymiai didesnę pelną, nes šiuo atveju nedalyvauja ar beveik nedalyvauja tarpininkai. Savo ūkyje užaugintą produkciją eksportuojantis ūkininkas įgyja patirties pasirinktoje rinkoje ir gali greitai reaguoti į paklausos pokyčius. Tačiau norint, kad eksporto sandoris būtų naudingas, ūkininkas turi skirti daugiau laiko užsienio rinkos išnagrinėjimui, eksportavimo proceso pasiruošimui bei finansinių ir žmogiškųjų sąnaudų sukaupimui (12 pav.).

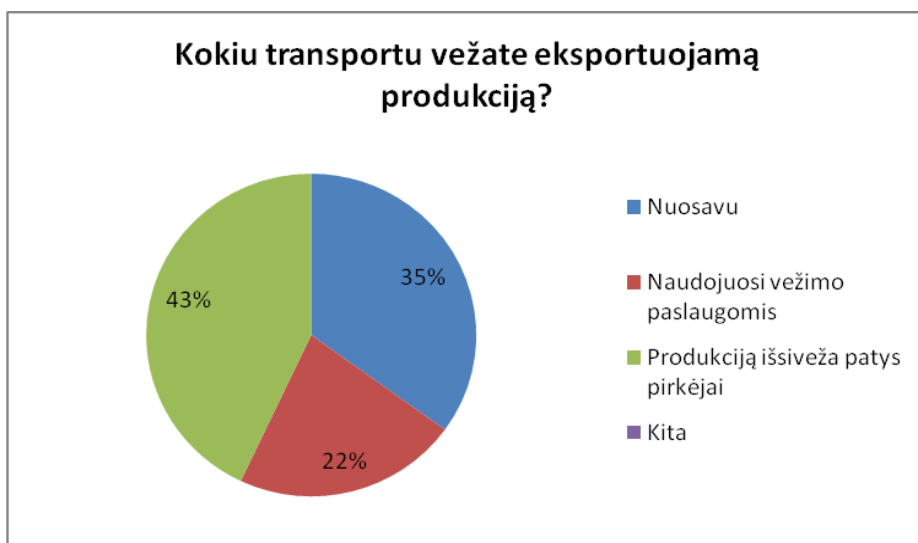


12 pav. Eksportuojamos produkcijos paskirstymas užsienio rinkose (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Kiti respondentai, t. y. 8 eksportuojantys apklaustieji, renkasi netiesioginį pardavimą užsienio pirkėjams, t. y. jie naudojami atstovų užsienyje paslaugomis. Taip ūkininkai praranda dalį pelno, nes turi mokėti tarpininkams. Taip pat sumažėja galimybės kaupti patirtį eksporto srityje, užmegzti tiesioginį ryšį su užsienio rinkų vartotojais. Kitą vertus, tai paprastesnis ir lengviau įgyvendinamas eksporto būdas, nereikalaujantis didelių laiko ir finansinių sąnaudų. Nė vienas iš apklausoje dalyvavusių eksportuojančių ūkininkų nesinaudoja agentų ar skirstytojų paslaugomis, siekdami pateikti ūkyje užaugintą produkciją užsienio vartotojams.

13 paveiksle pateikta, koku transportu, t. y. nuosavu ar skolintu, naudodamiesi ūkininkai veža eksportuojamą produkciją.

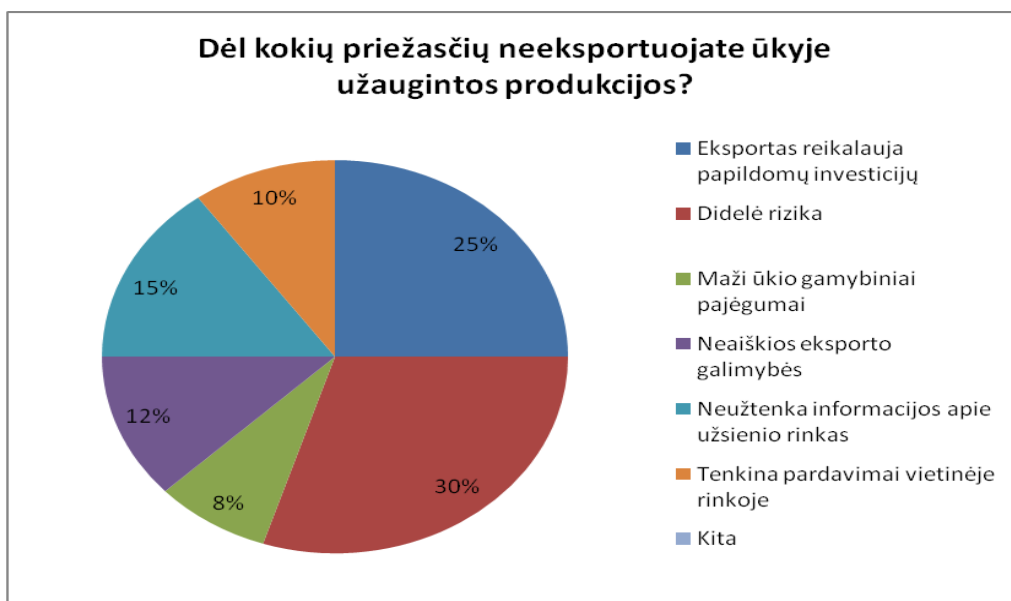
Eksportuojantys ūkininkai nelinkę naudotis nuosavu transportu produkcijos vežimui į kitas šalis dėl kelių priežasčių: nuosavų transportų priemonių įsigijimas reikalauja papildomų investicijų, kurios greitai neatsiperka.



13 pav. Eksportuojamos produkcijos vežimas (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Ūkininkas, turintis grūdų vežimui tinkančią transporto priemonę, gali vežti tik savo ūkyje užaugintą produkciją, negalėdamas šios paslaugos suteikti kitiems ūkininkams. Per metus tokios transporto priemonės yra panaudojamas tik maždaug 2–3 mėnesius ir pan.

Net 67 proc. apklausoje dalyvavusių ūkininkų neeksportuoja ūkyje užaugintos produkcijos (9 pav.). 14 paveiksle pateiktas grafinis neeksportavimo priežasčių vaizdas.



14 pav. Priežastys, lemiančios ūkyje užaugintos produkcijos neeksportavimą (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Pagrindinė nurodyta priežastis, kuri skatina ūkininkus neeksportuoti, yra didelė rizika. Ši rizika susijusi su ūkininkų nepasitikėjimu užsienio partneriais, baime prarasti pelną ir pan. Kita svari priežastis yra ta, jog eksportavimas reikalauja papildomų investicijų. Šios investicijas sudaro papildomo kapitalo poreikį, siekiant užsienio rinkai pateikti konkurencingą produkciją, laiko sąnaudos ieškant prekybos partnerių užsienyje ir pan. Ūkininkai dažnai nesiryžta pradėti eksportuoti, nes jiems yra neaiškios eksporto galimybės arba yra nepakankamai informacijos apie užsienio rinkas. Šiai situacijai pakeisti būtina kuo daugiau dėmesio skirti ūkininkų informavimui ir konsultavimui eksporto klausimais.

Taip pat apklaustuosius ūkininkus tenkina pardavimai vietinėje rinkoje arba yra maži jų valdomų ūkių gamybiniai pajėgumai. Šiuos atsakymų variantus renkasi smulkių ūkių atstovai, kurie dažniausiai produkcijos nesandėliuoja, parduoda ją iškart nuėmę derlių, tad jie papildomai neinvestuoja į konkurencingo produkto paruošimą ir juos tenkina tuo metu rinkoje siūloma grūdų supirkimo kaina.

Apklaustos metu 44 respondentai žemės ūkio veiklą vykdo 1–5 m., 23 respondentai 6–10 m. ir 3 respondentai vykdo žemės ūkio veiklą jau daugiau nei 10 metų. Nė vienas iš eksportuojančių apklaustųjų neūkininkauja mažiau nei vienerius metus (15 pav.).



15 pav. Apklaustųjų ūkininkų ūkininkavimo laikotarpis (sudaryta autorės remiantis anketinės apklaustos metu gautais rezultatais)

Didesnė patirtis žemės ūkio veikloje leidžia efektyviau planuoti gamybą, gaminti kokybiškesnę produkciją, lengviau plėtoti veiklą konkurencinėje aplinkoje, nebijoti rizikuoti parduoti ūkyje užaugintą produkciją ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje.

Apibendrinant galima teigti, jog didžioji dauguma tyrime dalyvavusių ūkininkų valdo stambius ūkius ir plėtoja tradicines ūkininkavimo veiklas, t. y. augalininkystę ir gyvulininkystę arba mišrų ūkį. Didžioji dalis respondentų teigia, kad augalininkystės ūkio produkcijos eksportas yra

labai naudingas, tačiau tik 23 apklaustieji eksportuoja ūkiuose užaugintą produkciją į kitas šalis. Pagrindinės priežastys, skatinančios ūkininkus eksportuoti, yra didesnio pelno siekimas bei noras surasti stabilesnius klientus / vartotojus. Pagrindinės eksportuojamos augalininkystės ūkio produkcijos kultūros yra šios: kviečiai, kmynai, grikliai, žirniai, žieminiis bei vasarinis rapsas. Pagrindiniai eksporto partneriai yra kaimyninių šalių grūdų supirkėjai. Daugiausia užsienio partnerius eksportuojantys ūkininkai susiranda skelbimuose, specializuotose mugėse ar parodose. Dažną ūkininką susiranda ir pasiūlymus pateikia patys užsienio partneriai. Ūkininkų apsisprendimą neeksportuoti ūkiuose užaugintos produkcijos daugiausia lėmė didelė rizika, papildomų investicijų poreikis, neaiškios eksporto galimybės bei nepakankamas informacijos kiekis apie užsienio rinkas. Tad būtina spręsti šias problemas, skiriant kuo daugiau dėmesio ūkininkų informavimui ir konsultavimui eksporto klausimais. 16 paveiksle pateikias augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į kitas šalis proceso tobulinimo modelis.

PAVYZDYS

Eksportą vykđanti įmonė gali būti gatavą produkciją gaminanti bei pati ją parduodanti užsienyje, ir komercinė įmonė – superkanti prekes iš gamintojų ir jas eksportuojanti (Urbonas 2003). Šiuo atveju augalininkystės ūkyje užaugintą produkciją eksportuojantys ūkininkai priklausys pirmajam atvejui ir jų patiriamas eksporto sąnaudas sudarys užsienio prekybos išlaidų suma. Pavyzdžiu galima pateikti Ekstra klasės kviečių pardavimą ir jo metu patiriamas eksporto išlaidas, panaudojant įvairius eksportavimo būdus. Vežamas kviečių kiekis yra 27 tonos. Kainos pateikiamos remiantis 2013 m. spalio 11 d. siūlomomis rinkos kainomis (www.agrorodeo.lt, www.rapsai.lt).

- Kviečiai parduodami vietiniams Lietuvos supirkėjams. Siūloma kaina 620 Lt/t. Parduodant 27 tonas kviečių, gaunama 16 740 Lt pajamų. Nėra patiriama transportavimo išlaidų.

- Kviečiai vežami į Klaipėdos uostą tolimesniam eksportui panaudojant ūkininko turimą transporto priemonę. Siūloma kaina 700 Lt/t. Parduodant 27 tonas kviečių, gaunama 18 900 Lt pajamų. Transportavimo išlaidos vežant kviečius maršrutu Panevėžys – Klaipėdos uostas – Panevėžys sudaro apie 700 Lt. Į šią kainą neįtraukta transporto priemonės eksploatacinės išlaidos. Ūkininkas panaudodamas savo transporto priemonę grūdų išvežimui patiria mažesnes išlaidas nei pirkdamas kitų įmonių siūlomas vežimo paslaugas. Taip nutinka dėl to, jog ūkininkas naudoja valstybės kompensuojamą lengvatinį kurą. Galutinės gaunamos pajamos 18 200 Lt.

- Kviečiai vežami į Klaipėdos uostą panaudojant kitų įmonių siūlomas vežimo paslaugas. Parduodant 27 tonas kviečių, gaunama 18 900 Lt pajamų. Vieno tonkilometro kaina 0,20 Lt. Vežant maršrutu Panevėžys – Klaipėdos uostas, kviečių transportavimo išlaidos sudaro apie 1 200 Lt. Galutinės gaunamos pajamos 17 700 Lt.

- Kviečius išsiveža patys pirkėjai iš kitų užsienio šalių. Pavyzdžiui Latvijos kviečių supirkėjai. Už toną Ekstra klasės kviečių jie siūlo 670 Lt/t. Kviečiai yra išvežami tiesiai iš ūkininko ūkio. Parduodant 27 tonas kviečių, gaunama 18 090 Lt pajamų. Nėra patiriama transportavimo išlaidų.

- Kviečiai vežami į Latviją ūkininko turima transporto priemone. Siūloma kaina už toną Ekstra klasės kviečių yra 710 Lt/t. Parduodant 27 tonas kviečių, gaunama 19 170 Lt pajamų. Transportavimo išlaidos vežant kviečius maršrutu Panevėžys – Rygos uostas – Panevėžys sudaro apie 700 Lt. Į šią kainą neįtraukta transporto priemonės eksploatacinės išlaidos. Galutinės gaunamos pajamos 18 470 Lt.

- Kviečiai vežami į Latviją panaudojant kitų įmonių siūlomas vežimo paslaugas. Siūloma kaina už toną Ekstra klasės kviečių yra 710 Lt/t. Parduodant 27 tonas kviečių, gaunama 19 170 Lt pajamų. Vežant maršrutu Panevėžys – Ryga, kviečių transportavimo išlaidos sudaro apie 1 200 Lt. Galutinės gaunamos pajamos 17 970 Lt.

Nors atskiruose užsienio rinkos segmentuose produkcijos pelningumas šiek tiek skiriasi, tačiau bendrasis eksportuojamos produkcijos pelningumas apskaičiuotas pagal formulę (1):

(1)

$$PKe = BPe / E$$

čia: PKe – eksportinės produkcijos pelningumo koeficientas;

BPe – bendras pelnas iš eksporto;

E – pajamos iš eksporto.

5 lentelėje pateikta eksportuojamos produkcijos, t. y. 27 tonų kviečių, pelningumo koeficientai, panaudojant įvairius eksportavimo būdus. 27 tonų kviečių auginimo savikaina sudaro apie 9 180 Lt.

5 lentelė. Pelningumo koeficientai eksportuojant kviečius (sudaryta autorės)

Grūdų eksportavimo būdas	Bendras pelnas iš eksporto (Lt)	Pajamos iš eksporto (Lt)	Pelningumo koeficientas
Kviečiai vežami į Klaipėdos uostą tolimesniam eksportui panaudojant ūkininko turimą transporto priemonę.	9 020	18 200	0,496
Kviečiai vežami į Klaipėdos uostą panaudojant kitų įmonių siūlomas vežimo paslaugas.	8 520	17 700	0,481
Kviečius išsiveža patys pirkėjai iš kitų užsienio šalių.	8 910	18 090	0,493

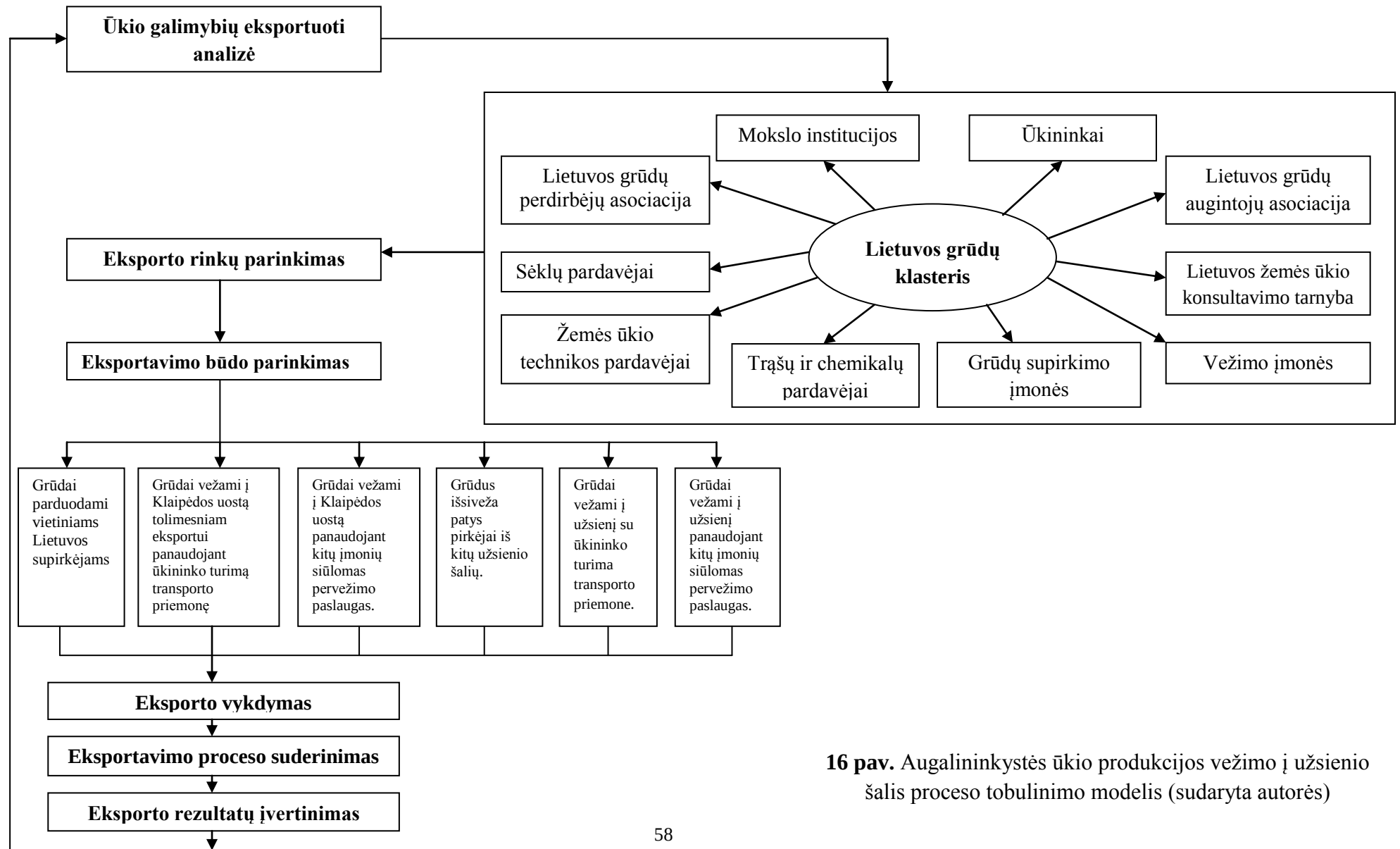
5 lentelės pabaiga

Kviečiai vežami į Latviją ūkininko turima transporto priemone.	9 290	18 470	0,503
Kviečiai vežami į Latviją panaudojant kitų įmonių siūlomas vežimo paslaugas.	8 790	17 970	0,489

Pelningumo koeficientas kviečius vežant į Latviją ūkininko turima transporto priemone yra lygus 0,503 ir parodo, kad pardavus užsienyje grūdų už 1 litą, ūkininkas turėtų gauti 0,503 Lt pelno. Pelningumo koeficientas kviečiai parduodant vietiniams Lietuvos supirkėjams yra lygus 0,452.

Apibendrinant galima teigti, kad kiekvienas ūkininkas, eksportuojantis savo ūkyje užaugintą produkciją, pasirenka, kokių transportavimu būdu grūdus pristatyti pirkėjui. Išnagrinėjus skirtingus būdus ir įvertinus galimas gauti pamajas, ūkininkui pats palankiausias yra grūdų transportavimas į Latviją (pavyzdyje nagrinėjamas vežimas į Rygos miestą) su nuosava transporto priemone. Tai patvirtina ir gautas pelningumo koeficientas, kuris lygus 0,503. Tačiau svarbu laiku sekti rinkos naujienas ir priimti atitinkamą grūdų transportavimo sprendimą. Kaimyninės šalies rinkoje susidarius grūdų pertekliui, kainos gali keistis. Tuomet ūkininkui yra palankus grūdų vežimas į Klaipėdos uostą. Grūdus vežant į Klaipėdos uostą, galima sudaryti išankstines pirkimo sutartis. Šiose sutartyse yra užfiksuota grūdų supirkimo kaina. Tai leidžia nepatirti didelių nuostolių dėl galimo grūdų supirkimo kainų kritimo.

3.6. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelis



16 pav. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelis (sudaryta autorės)

3.6.1. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelio pagrindimas

Iš pradžių ūkininkai savo vykdomą veiklą pradeda vystyti vidaus rinkoje. Daugeliu atveju ūkininkams sunku išgyventi mažoje ir jų siūloma produkcija perpildytoje rinkoje, tad jie susidomi užsienio rinkomis ir eksportuoja prekes. Jei ūkininkų užauginta produkcija sėkmingai parduodama vietinėje rinkoje, tai yra didelė tikimybė, kad produkcija turės paklausą ir užsienio rinkose ar bent ten, kur yra panašūs vartotojų poreikiai. Tuomet planuojant eksportuoti ūkyje užaugintą produkciją nereikės arba reikės nedidelių pakeitimų. Tačiau prieš pradėdami eksportuoti, ūkininkai susiduria su įvairiomis problemomis, tokiomis kaip papildomų investicijų poreikis, didelė rizika, maži ūkio gamybiniai pajėgumai, neaiškos eksporto galimybės, informacijos apie užsienio rinkas stoka ir pan. Pateiktame augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelyje analizuojami susiklosčiusių problemų sprendimo būdai.

Vienas iš pagrindinių veiksnių, trukdančių ūkininkams pradėti eksporto veiklą, yra informacijos ir galimybės konsultuotis stoka. Šios problemos sprendimo pagrindinis faktorius būtų Lietuvos grūdų klasterio sukūrimas. Lietuvos grūdų sektorius – potencialus ir stambus klasteris, integruojantis ne tik maisto pramonės, bet ir jas aptarnaujančias įmones. Lietuvos grūdų ūkio klasteriui gali priklausyti pažangiausios grūdų sektoriaus įmonės, rinkoje lyderiaujančios pagal pardavimo apyvartą ar pagaminamos produkcijos apimtis. Svarbu, kad klasteriui priklausančios įmonės ir institucijos siektų ne įgyvendinti savus tikslus, o bendro tikslo – Lietuvos grūdų sektoriaus konkurencingumo didinimo ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje. Suformuotas klasteris taip pat padėtų spręsti problemas, susidariusias dėl neaiškių eksporto galimybių ir rizikos sumažinimo.

Sprendžiant problemą dėl papildomų investicijų poreikio, norint eksportuoti ūkyje užaugintą produkciją, galima pasinaudoti Ūkio ministerijos bei kitų valstybinių institucijų tiek iš nacionalinio biudžeto, tiek iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų vykdomis įvairiomis eksporto skatinimo priemonėmis (Naujos galimybės, Nuo verslo pradžios iki eksporto plėtos ir kt.). Šių eksporto skatinimo priemonių tikslas – skatinti įmones aktyviau ieškoti užsienio partnerių ir didinti pardavimą užsienio rinkose.

Lietuvoje paplitę šeimos ūkiai, kurie yra vienas iš populiariausių ES ūkininkavimo modelių. Ūkininkai susiduria su problemomis, kai, norėdami eksportuoti savo ūkyje užaugintą produkciją, negali pasinaudoti kito šeimos ūkio turima transporto priemone (nebent yra sudarę transporto priemonės nuomos (panaudos) sutartį naudoti transporto priemones savo produkcijai vežti) bei grūdų negali vežti kitame šeimos ūkyje dirbantis darbuotojas – vairuotojas.

Išanalizavę eksporto galimybes, ūkininkai pasirenka su kuriomis šalimis ir tų šalių eksporto partneriais bendradarbiauti. Kaip teigiama Lietuvos ekonominės plėtos agentūros sudarytame

eksporto vadove (Eksporto vadovas 2008), tinkamai pasirinkta rinka gali nulemti eksporto sėkmę. Reikėtų atsisakyti rinkų, kurių verslo aplinka ryškiai skiriasi nuo Lietuvos rinkos, bei rinkų, kurios yra politiškai nestabilios. Be to, reikia atsižvelgti į transportavimo sąlygas, nes transporto išlaidos sudaro reikšmingą eksportuojamos produkcijos sąnaudų dalį. Surinkta medžiaga turi leisti prognozuoti rinkos plėtrą, išskirti veiksnius, kurie gali lemti paklausos bei rinkos struktūros kitimą ateityje, galimybę konkuruoti rinkoje, konkurentų privalumus ir kt. Dažniausiai eksporto partneriai yra kaimyninių šalių grūdų supirkėjai.

Nagrinėjant eksportavimo būdo parinkimą, kalbama, kaip yra vežami grūdai, t. y. ar grūdus išveža pats ūkininkas, ar grūdus išsiveža užsienio pirkėjai ir pan. Pasirenkant eksportavimo būdą, svarbu įvertinti patiriamas išlaidas ir gaunamas pajamas. Išnagrinėjus skirtingus būdus ir įvertinus galimas gauti pajamas, ūkininkui pats palankiausias yra grūdų transportavimas į kaimynines šalis (pvz. Latviją) nuosava transporto priemone. Tačiau svarbu laiku sekti rinkos naujienas ir priimti atitinkamą grūdų transportavimo sprendimą. Kaimyninės šalies rinkoje susidarius grūdų pertekliui, kainos gali keistis ir didesnis pelnas bus gaunamas pasirinkus kitokį eksportavimo būdą.

Kitas etapas yra eksportavimo proceso suderinimas. Šiame etape ūkininkas su užsakovu suderina užsakymą, t. y. prekės pavadinimą, kiekį, vieneto (šiuo atveju tonos) kainą, kokybės charakteristikas, pristatymo bei atsiskaitymo sąlygas. Suderinus visas sąlygas, yra vykdomas pats eksportas ir įvertinami eksporto rezultatai.

3.6.2. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į užsienio šalis proceso tobulinimo modelio aprobavimas

Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į kitas šalis proceso tobulinimo modelyje pagrindinė sudedamoji dalis yra Lietuvos grūdų klasteris. Svarbus žingsnis – sudaryti palankias sąlygas klasteriams kurtis ir vystytis. Bendra grūdų sektoriaus situacijos analizė parodė, kad jau dabar galima kalbėti apie sparčiai besiformuojantį, kol kas dar neformalų, bet turintį nemažai klasteriui būdingų bruožų tinklinį darinį (Vaitkevičius, Stalgienė 2010). Lietuvos grūdų klasterio nariai specializuojasi konkrečioje produkto vertės grandinės stadijoje ir gauna naudą iš bendradarbiavimo su klasteriui priklausančiais tiekėjais bei klientais. Klasterizacijos metu Lietuvos augalininkystės ūkių atstovai išspręstą problemą, susijusią su informacijos ir galimybių konsultuotis stoka. Taip pat padidėja konkurencija vidaus ir tarptautinėse rinkose, tampa lengviau eksportuoti augalininkystės ūkio produkciją.

Lietuvos augalininkystės ūkių atstovai ir juos aptarnaujančios įmonės yra pajėgūs transformuoti į pažangesnes verslo formas. Baigiamajame magistro darbe pateikto augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į kitas šalis proceso tobulinimo modelio idėja buvo pasiūlyta Lietuvos

ūkininkų sąjungos, Panevėžio skyriaus bei Panevėžio rajono Jaunųjų ūkininkų klubo atstovams. Šie susivienijimai pasirinkti todėl, kad pagrindiniai baigiamojo magistro darbo apklausos dalyviai buvo Panevėžio rajono augalininkystės ūkių atstovai. Pasirinktų susivienijimų atstovai teigė, kad Lietuvos grūdų sektoriuje yra klasterizacijos stoka, tad buvo pritarta augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į kitas šalis proceso tobulinimo modelyje pateiktoms idėjoms. Turi būti svarstomi augalininkystės ūkių produkcijos eksporto plėtros, klasterizacijos ir skverbimosi į kitas rinkas klausimai. Augalininkystės ūkio produkcijos vežimo į kitas šalis proceso tobulinimo modelio sudedamosios dalys skatina konkurenciją augalininkystės ūkių produkcijos lygmenyje ir pastangas tobulinti šios produkcijos eksportą.

IŠVADOS IR SIŪLYMAI

Apibendrinant darbe pateiktą medžiagą, galima daryti šias išvadas:

1. Šalies verslo įmonių bei ūkininkų siekis greičiau įgyvendinti naujas idėjas ir užtikrinti gyvenimo gerovę bei pasiekti šalies ekonominį augimą priklauso nuo užsienio prekybos. Eksportas yra pagrindinis faktorius, lemiantis valstybės ekonomikos augimo pasiekimą ir aukštesnį konkurencijos lygį vidaus rinkoje.
2. Lietuvos eksporto plėtros strategija 2009–2013 m. orientuota į tris pagrindines veiklos sritis: naujų eksporto partnerių paiešką, eksportuojančiųjų įmonių veiklos efektyvumo didinimą, investicijų skatinimą.
3. Ūkio ministerija bei kitos valstybinės institucijos tiek iš nacionalinio biudžeto, tiek iš ES struktūrinių fondų lėšų vykdo įvairias eksporto skatinimo priemones (*Naujos galimybės, Lyderis LT, Nuo verslo pradžios iki eksporto plėtros, Tarptautinio konkurencingumo link* kt.). Tinkamai panaudojus eksporto skatinimo priemones yra skatinamas įmonių verslumas, didinamas Lietuvos įmonių konkurencingumas bei padedama Lietuvos įmonėms bei ūkininkams įsiskverbti bei įsitvirtinti tarptautinėse rinkose.
4. Remiantis išnagrinėtais statistiniais duomenimis, galima teigti, kad 2008–2012 metų laikotarpiu yra užfiksuotas eksportuojamų grūdų kiekio padidėjimas ir už tai gaunamų pajamų augimas. Gausėjantys grūdinių augalų derliai bei išaugęs grūdų eksportuotojų kooperacijos lygis skatina Lietuvos ūkininkus ne tik tvirtinti turimas pozicijas valstybėse – eksporto partnerėse, bet ir ieškoti naujų galimybių kitose rinkose.
5. Anketinės apklausos metu buvo išsiaiškinta, kad augalininkystės ūkio produkcijos eksportas yra labai naudingas, tačiau iš 70 apklaustųjų tik 23 eksportuoja ūkiuose užaugintą produkciją į kitas šalis.
6. Pagrindinės priežastys, skatinančios ūkininkus eksportuoti, yra didesnio pelno siekimas bei noras surasti stabilesnius klientus/vartotojus. Ūkininkų apsisprendimą neeksportuoti ūkiuose užaugintos produkcijos daugiausia lėmė: 1) didelė rizika, 2) papildomų investicijų poreikis, 3) neaiškios eksporto galimybės, 4) nepakankamas informacijos kiekis apie užsienio rinkas. Būtina spręsti šias problemas, skiriant kuo daugiau dėmesio ūkininkų informavimui ir konsultavimui eksporto klausimais.
7. Išnagrinėjus skirtingus būdus ir įvertinus galimas gauti pajamas, ūkininkui pats palankiausias yra grūdų transportavimas į užsienį su nuosava transporto priemone. Tačiau svarbu laiku sekti rinkos naujienas ir priimti atitinkamą grūdų transportavimo sprendimą. Kaimyninės šalies rinkoje susidarius grūdų pertekliui, kainos gali keistis.

SIŪLYMAI:

1. Vienas iš pagrindinių veiksnių, trukdančių ūkininkams pradėti eksporto veiklą, yra informacijos ir galimybės konsultuotis stoka. Šiai problemai spręsti pagrindinis faktorius būtų Lietuvos grūdų klasterio sukūrimas.

2. Siūlyti ūkininkams kvalifikacijos kėlimo kursuose išklaudyti kursą apie augalininkystės ūkio produkcijos eksporto galimybes. Šių kursų metu ūkininkai būtų supažindinami su siūlomomis eksporto skatinimo priemonėmis, eksporto proceso organizavimu, grūdų eksportavimo būdais, galimomis šalimis - eksporto partnerėmis ir pan.

3. Ūkininkai susiduria su problemomis, kuomet norėdami eksportuoti savo ūkyje užaugintą produkciją, negali pasinaudoti kito šeimos ūkio turima transporto priemone (nebent yra sudarę transporto priemonės nuomos (panaudos) sutartį naudoti transporto priemones savo produkcijai vežti) bei grūdų negali vežti kitame šeimos ūkyje dirbantis darbuotojas–vairuotojas. Šiai problemai spręsti pagrindinis faktorius būtų galiojančių nuostatų keitimas. Siūlau galiojančias nuostatas dėl transporto priemonės nuomos ir kitame šeimos ūkyje dirbančio darbuotojo–vairuotojo pakeisti į nuostatas, kurios būtų palankesnės ūkininkui ir taip skatintų jį pačiam eksportuoti ūkyje užaugintą produkciją.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

- Ait, A.; Gaboune, B.; Avel – Li^c Blasco, E. 2012. *Transportation Planning: A Comparison Between Moroccan and Spanish Decision Making Process*. The Open Transportation Journal: 1–10.
- Augalininkystės ūkio gamybos optimizavimo metodika*. 2011. Vilnius: Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. 21 p.
- Berlinskas, Š. 2010. *Transporto paslaugų proceso organizavimas*: 1–4.
- Bernatonytė, D. 2011. *Export productivity and specialization patterns of Lithuania*. *Ekonomika ir vadyba* 16: 109–115.
- Bernatonytė, D. 2011. *Tarptautinė prekyba*. Kaunas: KTU leidykla Technologija. 480 p.
- Bruneckienė, J. 2010. *Šalies regionų konkurencingumo vertinimas įvairiais metodais: rezultatų analizė ir vertinimas*. *Ekonomika ir vadyba* 15: 25–31.
- Bruneckienė, J.; Paltanavičienė, D. 2012. *Measurement of Export Competitiveness of the Baltic States by Composite Index*. *Inžinerinė ekonomika* 23 (1): 50–62.
- Činčikaitė, J.; Belazarienė, G. 2003. *Klasteriai ir regionų konkurencingumas*. KTU. 1–14 p.
- Dabkienė, V. 2008. *Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų eksporto rinkos*. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. 31–38.
- Dičkus, V. 2006. *Marketingo tyrimai*. Vilnius: VVAM. 187 p.
- Dubinas, V.; Smilga, E. 2010. *Paslaugų sektoriaus plėtros galimybės Lietuvoje*. Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai 54: 37–52.
- Durmusoglu, S. S.; Apfelthaler, G.; Nayir, D. Z.; Alvarez, R.; Mughan, T. 2012. *The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance*. *Industrial Marketing Management* 41: 680–691.
- Dzemyda, I.; Jurgelevičius, A.; Dzemydaitė, G. 2012. *Evaluation of the Implementation of National Export Development Strategy: Case Study of the Republic of Lithuania*. *Intellectual Economics*, 6 tomas, 1(13): 776–797.
- Eksporto plėtros ir informacijos skyriaus tikslai*. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. lapkričio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.litfood.lt>>.
- Eksportuotojo vadovas*. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. lapkričio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.verslilietuva.lt/files/files/PDF/eksportuotojo%20vadovas_2008.pdf>.
- Geurs, K. T.; Boon, W.; Wee, B. 2009. *Social Impacts of Transport: Literature Review and the State of the Practice of Transport Appraisal in the Netherlands and the United Kingdom*. *Transport Reviews*. 29 tomas, 1: 69–90.

Grūdų eksporto statistiniai duomenys. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vic.lt>>.

Grūdų ir grūdinių augalų eksporto statistiniai duomenys. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.zum.lt/index.php?-518082652>>.

Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008–2012 metais. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/>>.

Jakubavičius, A. 2013. *Klasteriai: suvokime įvairovę, skirtingą brandą bei ES finansavimo specifiką*. Žinių ekonomikos forumas: 1–11.

Jakutis, A. 2006. *Lietuvos ir užsienio šalių eksportas*. Tiltai 3: 41–56.

Jakutis, A.; Liukaitis, R.; Samulevičius, J. 2007. *Lietuvos eksporto plėtros veiksnių tyrimai*. Ūkio technologinis ir ekonominis vystymas 4: 272–279.

Jatulevičienė, G.; Kučinskienė, M.; Garuckas, R. 2007. *Lietuvos užsienio prekybos pokyčiai integruotoje Europos Sąjungos rinkoje*. Ekonomika 79: 77–93.

Krajewska, M. A.; Kopfer, H. 2009. *Transportation planning in freight forwarding companies Tabu search algorithm for the integrated operational transportation planning problem*. European Journal of Operational Research: 741–751.

Kriščiukaitienė, I.; Andrikienė, S.; Galnaitytė, A.; Jedik, A. 2010. *Grūdų rinkos prognozės iki 2020 metų*. Management theory and studies for rural business and infrastructure development 23(4): 1–14.

Kviečių supirkimo kaino užsienio rinkoje. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.agrorodeo.lt>>.

Kviečių supirkimo kainos Lietuvoje. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.rapsai.lt/>>.

Lancieri, E. 2009. *Instability of agricultural exports: world markets, developing and developed countries*. PSL Quarterly Review: 287–310.

Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategija. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/uploads/documents/Eksportas/12.1.%20Lietuvos%20Respublikos%202009%E2%80%932013%20met%C5%B3%20eksporto%20pl%C4%97tros%20strategija.pdf>>.

Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas „Dėl pasirengimo administruoti europos sąjungos žemės ūkio ir žuvininkystės prekybos sistemos priemonės“. 2003-12-23. Nr. 1666.

Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministro įsakymas „Dėl valstybės įmonės Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų rinkos reguliavimo agentūros įstatų tvirtinimo“. 2004-07-01. Nr. 3D-387

Lietuvos Respublikos Žemės ūkio, maisto ūkio ir kaimo plėtros įstatymas. 2008-12-31. Nr. X-1663.

- Luobikienė, I. 2010. *Sociologinių tyrimų metodika*. Kaunas: Technologija. 103 p.
- Mačiulis, A.; Vasiliauskas, A. V.; Jakubauskas, G. 2009. *The impact of transport on the competitiveness of national economy*. *Transportas* 24(2): 93–99.
- Masandukaitė, A.; Minalga, R. P.; Riepšas, J.; Šaltinytė, L. 2008. *Eksporto vadovas*. Vilnius: Lietuvos ekonomonės plėtros agentūra. 43 p.
- Matos, F.; Silva, F. 2011. *The rebound effect on road freight transport: Empirical evidence from Portugal*. *Energy policy*, 39 tomas, 5: 2833–2841.
- Meilienė, E.; Snieška, V. 2005. *Lietuvos ekonominės politikos ir eksporto skatinimo strategijos sąveika*. *Viešojo politika ir administravimas* 11: 48–54.
- Melnikienė, R. 2012. *Pasiūlymai dėl Lietuvos žemės ūkio strateginių krypčių po 2013 metų, plėtojant žaliosios knygos „Lietuvos kaimo ateitis“ tikslus*. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. 41 p.
- Morley, B.; Morgan, W. 2008. *Causality between Exports, Productivity and Financial Support in European Union Agriculture*. *Regional studies* 42(2): 189–198.
- Palšaitis, R. 2010. *Šiuolaikinė logistika*. Vilnius: Technika. 336 p.
- Prekių eksporto tendencijos Lietuvoje*. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.verslilietuva.lt/uploads/file/Prekiu_eksporto_tendencijos_spalis.pdf>.
- Pruskus, V. 2004. *Sociologija: teorija ir praktika*. Vilnius: Vilniaus teisės ir verslo kolegija. 247 p.
- Reikalavimai, norint tapti ūkininku*. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. gegužės 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vic.lt>>.
- Rudzkis, R.; Kvedaras, V. 2003. *Lietuvos eksporto tendencijos ir ekonometriniai modeliai*. *Pinigų studijos*: 29–51.
- Stalgienė, A. 2010. *Klasterių vystymosi barjerai*. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. Nr. 5 (24). 1–11 p.
- Stalgienė, A.; Paunksnienė, J. 2009. *Klasterizacija – prielaida didinti Lietuvos maisto ir gėrimų pramonės konkurencingumą? Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*. Nr. 16 (1). 1–9 p.
- Ūkio ministerijos apibrėžtos eksporto skatinimo priemonės*. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. spalio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/web/lt/eksportas/prama_eksporto_pletrai>.
- Urbonas, J. A. 2003. *Eksporto organizavimas ir planavimas*. Kaunas: Technologija. 192 p.
- Vaitkevičius, S.; Stalgienė, A. 2010. *Klasterizacijos raiška Lietuvos grūdų sektoriuje*. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. Nr. 22 (3). 1–8 p.

Verslo sąlygų Lietuvos ūkininkams kūrimo strategija. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. spalio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://terra.zum.lt/lt/naujienos/pranesimai-spaudai/8464/>>.

Vijeikis, J.; Vijeikienė, B. 2003. *Tarptautinis marketingas*. Vilnius: Vilspa. 265 p.

Vilkelis, A. 2009. *Tarptautinių leidimų reikšmė kelių transporto sektoriui*. Mokslas – Lietuvos ateitis, 1 tomas, 6: 87–90.

Vilpišauskas, R. 2004. *Tarptautinis konkurencingumas ir Lietuvos eksporto politika*. Pinigų studijos 1: 54–69.

Vinciūnienė, V.; Dadurkaitė, J. 2011. *Globalizacijos poveikis Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų užsienio prekybai*. Management theory and studies for rural business and infrastructure development 1(25): 239–252.

Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centro statistinė informacija. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. lapkričio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vic.lt/?mid=53>>.

PRIEDAI

Anketa

Sveiki,

Esu Laima Ragažinskaitė, VGTU 1 kurso magistro studentė. Atlieku tyrimą, kurio tikslas – išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje, remiantis gautais tyrimo rezultatais, pateikti siūlymus proceso, susijusio su užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais, tobulinimui.

Gauti anketos rezultatai bus panaudoti mano baigiamajame magistro darbe tema „Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas užsienio šalis tyrimas“. Man yra svarbūs Jūsų atsakymai į kiekvieną klausimą, nes tik taip bus galima susidaryti vaizdą apie augalininkystės ūkio produkcijos eksporto situaciją Lietuvoje.

Apklausa yra anoniminė, Jūsų pateikti duomenys bus naudojami tik statistiniams apibendrinimams mano baigiamajame darbe.

Maloniai prašau atsakyti į pateiktus klausimus, o užpildytą anketą persiųsti el. adresu laima.ragazinskaite@gmail.com.

Ačiū, kad dalyvaujate šiame tyrime.

Pažymėkite Jums tinkantį atsakymo variantą varnele (✓).

1. Plėtojama žemės ūkio šaka:

- ☐ Augalininkystė
- ☐ Gyvulininkystė
- ☐ Mišrus ūkis
- ☐ Miškininkystė
- ☐ Žuvininkystė
- ☐ Kita (įrašykite)

2. Koks Jūsų ūkio dydis?

- ☐ Iki 10 ha
- ☐ 10–50 ha
- ☐ 51–150 ha
- ☐ 151– 300 ha
- ☐ Virš 300 ha

3. Kaip vertinate ūkio produkcijos išvežimą į kitas užsienio šalis?

- ☐ Labai naudinga
- ☐ Greičiau naudinga
- ☐ Greičiau nenaudinga
- ☐ Visiškai nenaudinga
- ☐ Sunku atsakyti

4. Ar eksportuojate savo ūkyje užaugintą produkciją? Jei atsakėte ne, pereikite prie 15 klausimo.

- ☐ Taip
- ☐ Ne

5. Kokios priežastys skatina eksportuoti ūkyje užaugintą produkciją?

- ☐ Noras išplėsti pardavimų apimis
- ☐ Noras surasti stabilesnius klientus / vartotojus
- ☐ Pozicijų vietinėje rinkoje praradimas
- ☐ Perpildyta vietinė rinka

- ☐ Didesnio pelno siekimas
 - ☐ Kita (įrašykite)
6. Kokia yra Jūsų ūkio patirtis užsienio rinkose (kiek laiko eksportuojate)?
7. Kokią augalininkystės ūkyje užaugintą produkciją eksportuojate į kitas užsienio šalis?
8. Kokią dalį užaugintos produkcijos (%) eksportuojate į kitas užsienio šalis?
9. Su kokiomis šalimis Jūsų ūkis yra užmezgęs prekybos santykius?
10. Kur ieškote informacijos apie galimus eksporto partnerius užsienio rinkose?
- ☐ Naudojuosi konsultavimo tarnybų paslaugomis
 - ☐ Tarptautinėse parodose ir mugėse
 - ☐ Per prekybos agentus
 - ☐ Skelbimuose internete
 - ☐ Užsienio partneriai patys pateikia pasiūlymus
 - ☐ Kita (įrašykite)
11. Kaip paskirstote eksportuojamą produkciją užsienio rinkose?
- ☐ Tiesiogiai klientui
 - ☐ Per skirstytojus
 - ☐ Naudojantis agentų paslaugomis
 - ☐ Per atstovus užsienyje
 - ☐ Kita (įrašykite)
12. Kokių transportu vežate eksportuojamą produkciją?
- ☐ Nuosavu
 - ☐ Naudojuosi vežimo paslaugomis
 - ☐ Produkciją išsiveža patys pirkėjai
 - ☐ Kita (įrašykite)
13. Dėl kokių priežasčių neeksportuojate ūkyje užaugintos produkcijos? Į šį klausimą atsako tie, kurie į 4 klausimą atsakė ne.
- ☐ Eksportas reikalauja papildomų investicijų
 - ☐ Didelė rizika
 - ☐ Maži ūkio gamybiniai pajėgumai
 - ☐ Neaiškios eksporto galimybės
 - ☐ Neužtenka informacijos apie užsienio rinkas
 - ☐ Tenkina pardavimai vietinėje rinkoje
 - ☐ Kita (įrašykite)
14. Kiek laiko ūkininkaujate?
- ☐ Mažiau nei 1 m.
 - ☐ 1–5 m.
 - ☐ 6–10 m.
 - ☐ Daugiau nei 10 m.
- Dėkoju už Jūsų atsakymus!**

AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO ŠALIS TYRIMAS

Laima Ragažinskaitė¹, Nijolė Batarlienė²

Vilniaus Gedimino technikos universitetas

El.paštas:¹ laima.ragazinskaite@gmail.com, ²nijole.batarliene@vgtu.lt

Santrauka. Straipsnyje nagrinėjami augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis aspektai. Analizuojama, eksporto reikšmė šalies ekonomikai, išskiriamos eksporto skatinimo priemonės. Pateikiama augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo esamos padėties analizė bei naujausių statistinių duomenų, susijusių su grūdų eksportu, analizė.

Reikšminiai žodžiai: eksportas, eksporto skatinimas, užsienio prekyba augalininkystės ūkio produkcija.

Įvadas

Vienas iš šalies ekonominio išsivystymo lygio rodiklių yra šalies užsienio prekybos balanso rezultatas, taip pat jo struktūra bei ūkio subjektų įsitraukimas į naujų užsienio prekybos ryšių plėtrą. Galimybė eksportuoti gaminamą produkciją ar teikiamas paslaugas daugeliui įmonių padeda ne tik išsilaikyti rinkoje, bet ir didinti gamybos ir prekybos apimtis, išlaikyti ir kurti naujas darbo vietas ir kt. Žemės ūkio bei maisto produktų gamyba bei prekyba taip pat tampa vis labiau globalizuota. Žemės ūkis yra vienas iš prioritetinių Lietuvos sektorių ir atlieka svarbų ekonominį, socialinį ir ekologinį vaidmenį, tad yra tikslinga ieškoti galimybių padėti šiam sektoriui aktyviai plėstis ne tik vietinėje, bet ir užsienio rinkoje. Laisvas prekių judėjimas atveria galimybes dalyvauti didesnėje ir atviresnėje rinkoje, o Lietuvos žemės ūkio produkcijos gamintojams suteikia teisę pasinaudoti įvairiomis eksporto plėtros galimybėmis.

Lietuvoje kasmet fiksuojamas užsienio prekybos balanso deficitas. Kaip vienas iš sprendimo būdų gali būti išskirtas augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis skatinimas. Tačiau siekiant įgyvendinti šį tikslą, yra susiduriama su tokiomis problemomis, kaip informacijos stoka apie eksporto galimybes, poreikis prisitaikyti prie vartotojų poreikių bei poreikis didinti ūkių gyvybingumą skatinant eksporto plėtrą.

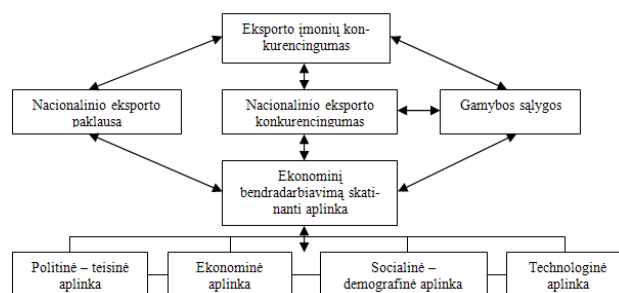
1. Eksporto reikšmė šalies ekonomikai

Eksportas – prekių išvežimas iš Lietuvos Respublikos muitų teritorijos ar paslaugų teikimas už Lietuvos Respublikos muitų teritorijos ribų, t. y. Lietuvos, kaip Europos Sąjungos (toliau – ES) valstybės narės, prekių ir paslaugų eksportas į trečiąsias šalis ir išvežimas į ES valstybes nares (Lietuvos...2009). Anot J.

Bruneckienės, D. Paltanavičienės (2012), vienas iš svarbiausių veiksnių, kuris gali skatinti šalies ekonomikos plėtrą yra eksportas.

G. Jatulevičienės, M. Kučinskienės ir R. Garucko (2007) teigimu, Lietuvai, mažai valstybei, turinčiai palyginti nedidelę vidaus rinką, šalies verslo įmonių siekis greičiau įgyvendinti naujas idėjas ir užtikrinti gyvenimo gerovę bei pasiekti šalies ekonominį augimą, labai susijęs ir priklauso būtent nuo užsienio prekybos.

Eksportas yra pagrindinis faktorius, lemiantis valsybės ekonomikos augimo pasiekimą ir aukštesnį konkurencijos lygį vidaus rinkoje. J. Bruneckienė (2010) taip pat teigia, kad eksportas yra sutapatinamas su šalies ar regiono konkurencingumu. Pabrėžiama, kad regionas turi gebėti pasiūlyti išorės rinkoms prekes ir paslaugas, už kurias gautomis pajamomis galėtų finansuoti reikiamą importą ir kitas regiono viduje vykdomas veiklas. Nacionalinio eksporto konkurencingumo sampratos schema pateikta 1 paveiksle.



1 pav. Nacionalinis eksporto konkurencingumo schema (sudaryta autorės remiantis J. Bruneckienės pateiktais duomenimis)

Nacionalinio konkurencingumo schemoje tarpusavyje susiję veiksniai yra sugrupuoti į 4 grupes:

- *Nacionalinio eksporto paklausa*. Čia priskiriamas eksporto įmonių gebėjimas užtikrinti esamą paklausą;

2 priedo tęsinys

eksporto įmonių atliekami tyrimai, siekiant nustatyti vartotojų poreikius; vartotojų pasitikėjimas prekėmis, eksportuojamų prekių turimos savybės ir kokybė.

- *Gamybos sąlygos.* Čia priskiriamas glaudus bendradarbiavimas tarp verslo, mokslo ir valdžios sektorių; pakankamas kiekis informacijos apie potencialias / esamas eksporto rinkas; įmonių gebėjimas pasinaudoti ekonominio bendradarbiavimo santykiais su šalies vyriausybe dėl eksporto plėtros.

- *Eksporto įmonių konkurencingumas.* Įmonių gebėjimas pasinaudoti valstybės taikomomis eksporto skatinimo priemonėmis.

- *Ekonominį bendradarbiavimą skatinanti aplinka,* kurią sudaro tinkamai veikiančios aplinkos:

Politinė-teisinė aplinka. Šioje aplinkoje susiduriama su piliečių ir įmonių pasitikėjimu valdžios, priimtais politiniais sprendimais; įmonių pasitikėjimas vyriausybės eksporto politika; eksporto skatinimo priemonių efektyvumas; biurokratijos ir korupcijos, esančios vyriausybėje, lygis.

Ekonominė aplinka. Šią aplinką sudaro makroekonominis šalies stabilumas; šalies infrastruktūra, skatinanti ekonominio bendradarbiavimo plėtrą ir efektyvumą; šalies ekonomikos atvirumo lygis.

Socialinė – demografinė aplinka. Tai yra piliečių pasitenkinimas gyvenimo kokybe šalyje; visuomenės prioritetai dėl nacionalinės / eksportuotos produkcijos.

Technologinė aplinka. Šioje aplinkoje susiduriama su vartotojų požiūriu į naujoves ir įmonių gebėjimu tas naujoves įgyvendinti; eksportuojančių įmonių požiūris į naujoves ir mokslinių tyrimų plėtrą.

Šalyje sudarius tinkamas sąlygas įmonės plėtrai į užsienio rinkas yra išlaikomas aukštas konkurencingumo lygis. Galimybė eksportuoti produkciją daugeliui įmonių padeda ne tik išsilaikyti rinkoje, bet ir didinti gamybos, kartu ir prekybos, apimtis, išlaikyti ir kurti naujas darbo vietas. Užsienio prekyba vaidina svarbų vaidmenį šalies ekonominiam augimui. Eksporto didinimas skatina gamybos apimtį ir užimtumo didėjimą.

Taip pat ekonominis augimas veikia prekių, kuriomis šalis prekiauja, asortimento plėtrą. Lietuvos integracija į ES atvėrė didžiules galimybes Lietuvos užsienio prekybai. Maža ekonomika dažniausiai neturi pakankamai išteklių gaminti platų asortimentą prekių ir paslaugų, kad galėtų patenkinti vartojimo bei investicijų poreikius šalies viduje. Todėl, norėdama įsivežti pageidaujamų produktų, šalis atitinkamai turi gebėti pasiūlyti užsienio rinkoms tam tikras prekes ir paslaugas, už kurias gautomis pajamomis galėtų finansuoti reikiamą importą. Todėl mažose atvirose šalyse eksportas yra laikomas pagrindiniu užsienio valiutos šaltiniu, ypač

svarbiu tokiai pereinamosios ekonomikos šaliai kaip Lietuva, kurioje dauguma žaliavų ir beveik visos investicinės prekės yra importuojamos.

Taigi, dėl globalizacijos ir besikeičiančios verslo aplinkos daugelis įmonių privalo pereiti visapusiškos transformacijos procesus ir tapti labiau internacionalizuotos. Eksportas yra viena iš įėjimų į tarptautines rinkas formų. Akivaizdu, kad eksportas užtikrina spartų valstybės ekonomikos augimą, o vidaus įmonių konkurencija pereina į aukštesnį lygmenį.

2. Lietuvos eksporto skatinimo priemonės

Tarptautinės prekybos praktika rodo, kad ekonominis šalies nestabilumas, šalies ir užsienio prekybos partnerių pasitikėjimo stoka yra pagrindiniai veiksniai, trukdantys eksporto plėtrą (Bernatonytė 2011). Įvairiose šalyse, eksportas yra pagrindinis būdas padidinti mąsto ekonomiką, diegti naujas technologijas ir skleisti žinias (Durmusoglu *et al.* 2012). Siekiant sumažinti eksporto srityje kylančias problemas ir skatinti šalies eksporto plėtrą, Lietuvos eksporto plėtros strategijoje yra numatytos šios eksporto skatinimo priemonės:

- įmonių dalyvavimo tarptautinėse mugėse ir parodose skatinimas;

- Lietuvos užsienio atstovybių aktyvesnės veiklos skatinimas;

- eksporto kredito draudimo dalinis išlaidų padengimas;

- konferencijų, mokymų, konsultacijų ir seminarų dalinis išlaidų padengimas;

- nacionalinio prekės ženklų gerinimas;

- visos naudingos informacijos surinkimas ir pateikimas apie galimas eksporto rinkas.

Taip pat skatinant vieną iš prioritetinių Vyriausybės ekonominės politikos veiklos sričių, t. y. eksportą, Ūkio ministerija bei kitos valstybinės institucijos tiek iš nacionalinio biudžeto, tiek iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų vykdo įvairias eksporto skatinimo priemones (Ūkio...2012). Šios priemonės, tai:

- *Naujos galimybės.* Priemonės tikslas – skatinti įmones aktyviau ieškoti užsienio partnerių ir didinti pardavimą užsienio rinkose.

- *Lyderis LT.* Priemonės tikslas – skatinti įmonių investicijas, kuriomis didinamas įmonių darbo našumas ir eksportas ar pradedama naujų produktų gamyba.

- *E-verslas LT.* Priemonės tikslas – skatinti labai mažas, mažas ir vidutines įmones diegti informacines technologijas, tuo sudaryti palankias sąlygas įmonių darbo našumui ir eksportui didinti.

- *Procesas LT.* Priemonės tikslas – skatinti mažas ir vidutines įmones diegti šiuolaikiškus vadybos metodus ir

2 priedo tęsinys

valdymo sistemas, tuo sudaryti palankias sąlygas įmonių darbo našumui ir eksportui didinti.

Kartu su ES struktūrinių fondų lėšomis teikiamos eksporto skatinimo priemonės:

Nuo verslo pradžios iki eksporto plėtros. Projekto tikslas – skatinti verslumą, didinti Lietuvos įmonių konkurencingumą, teikiant smulkiam ir vidutiniam verslui viešąsias paslaugas, stiprinant klasterių iniciatyvas, prisidėti prie Lietuvos įmonių įsitvirtinimo tarptautinėse rinkose, skatinant vis didesnę jų įsitraukimą į tarptautinę prekybą.

Tarptautinio konkurencingumo link. Projekto tikslas – didinti Lietuvos kaip verslios ir konkurencingos šalies potencialą, įgyvendinant aukštųjų technologijų, globalizacijos ir mokslo integracijos skatinimo bei įmonių konkurencingumo didinimo iniciatyvas.

Taigi, siekiant padėti Lietuvos įmonėms išspręsti su įmonės plėtra užsienio rinkoje susijusias problemas yra numatytos eksporto skatinimo priemonės. Efektyviai panaudojus šias priemones yra didinamas įmonių konkurencingumas, skatinamas verslumas bei eksporto plėtra.

3. Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimas

Anot V. Vinciūnienės, J. Dadurkaitės (2011), globalizacijos procesų plėtotė, gilėjimas ir greitėjimas paliečia visus ekonomikos sektorius, tame tarpe ir žemės ūkį. Žemės ūkio bei maisto produktų gamyba bei prekyba taip pat tampa vis labiau globalizuota. Spartėjantys globalizacijos ir regionizacijos procesai didina žemės ūkio ir maisto produktų užsienio prekybos srautus, Lietuvos žemės ir maisto ūkis vis stipriau integruojasi į pasaulines rinkas, tuo pačiu vis labiau tampa priklausomas nuo globalių procesų.

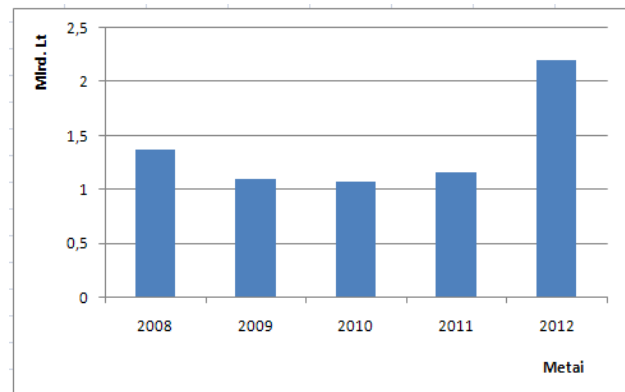
Vertinant apsirūpinimą grūdais ir jų produktais, galima teigti, kad Lietuvoje išauginto grūdų derliaus pakanka šalies poreikiams patenkinti, tad prekyba pertekliniais žemės ūkio ir maisto produktais sudaro vis didesnę visos Lietuvos užsienio prekybos dalį. Nors Lietuvai tapus ES nare, atsivėrė naujos galimybės ir sąlygos žemės ūkio ir maisto produktų eksporto plėtrai, eksporto geografija nėra plati (Dabkienė 2008). Lietuva prekiauja su daugeliu pasaulio šalių, tačiau intensyviausi prekybiniai ryšiai palaikomi su gretimomis geografiniu atžvilgiu šalimis. Grūdų trūkumas pasaulio ir ES grūdų rinkose skatina Lietuvos žemdirbius auginti daugiau grūdinių augalų. Bendradarbiauti su kitomis ES narėmis Lietuvos ūkininkus skatina ir tai, jog eksporto į visas ES šalis neriboja muitai, kvotos, nėra kitų techninių ar ekonominių prekybos barjerų, tad lietuviški produktai gali vis stipriau skverbtis į naujas ES rinkas. Naujų rinkų paieškai padeda sudaromos ūkininkams ir verslininkams

lengvatinės sąlygos dalyvauti tarptautinėse parodose, eksportuotojams skirtose konferencijose ir seminaruose.

Taigi, žemės ūkis tampa vis labiau globalizuotas ir šalyje susiduriama su poreikiu skatinti lietuviškų žemės ūkio produktų eksportą. Lietuvoje išauginto grūdų derliaus pakanka šalyje esantiems poreikiams patenkinti, tad perteklinis grūdų kiekis gali būti eksportuojamas į kitas užsienio šalis. Taip yra skatinamas šalies ekonominis augimas bei teigiami pokyčiai šalies prekybos balanse.

4. Statistinių duomenų analizė

Analizuojant augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo naudą ir svarbą, svarbu apžvelgti ir statistinius duomenis. 2 paveiksle pavaizduota 2008 – 2012 metų grūdų ir grūdų produktų eksporto kitimo kreivė, mlrd. Lt (Grūdų ir grūdų produktų...2013).



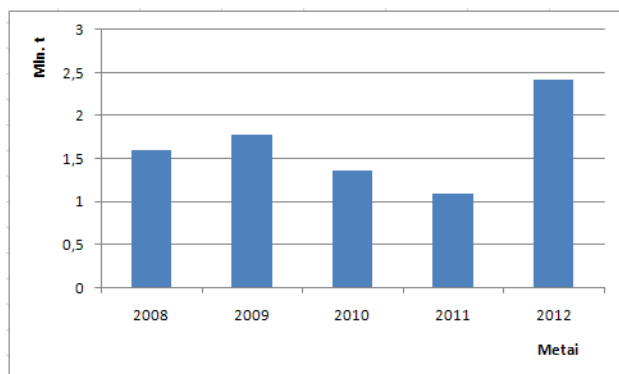
2 pav. Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008 – 2012 metais, mlrd. Lt (sudaryta remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

2008 metais grūdų ir grūdų produktų buvo eksportuota už 1,37 mlrd. Lt, 2009 metais už 1,09 mlrd. Lt, 2010 metais už 1,07 mlrd. Lt, 2011 metais už 1,16 mlrd. Lt, o 2012 metais už 2,2 mlrd. Lt. Eksporto metu gaunamų pajamų kitimo tendencijos atspindi grūdų derliaus bei supirkimo kainų kitimą rinkoje.

3 paveiksle pavaizduotas 2008 – 2012 metais eksportuotas grūdų kiekis, mln. t.

Per 2008 kalendorinius metus iš Lietuvos eksportuota per 1,5 mln. t grūdų, iš jų net 1,1 mln. t kviečių. 2009 metus iš Lietuvos išvežta 1,77 mln. t grūdų, kurių vertė 855,1 mln. Lt. Grūdų eksportas, palyginti su 2008 m., padidėjo 18 proc., tačiau išvežtų grūdų vertė sumažėjo apie 20 proc. Tokią situaciją lėmė pasaulinėje grūdų rinkoje susiklosčiusios rinkos kainos. Beveik 72 proc. visų eksportuotų grūdų sudarė kviečiai. Per 2010 metus iš šalies išvežta 1 360,3 tūkst. t javų grūdų. Kaip ir ankstesniais metais, daugiausia eksportuota kviečių – 1

123,1 tūkst. t (82,6 proc. eksportuoto kiekio). Per 2011 metus iš šalies išvežta 1 090,6 tūkst. t javų grūdų. Kaip ir ankstesniais metais, daugiausia eksportuota kviečių – 807,7 tūkst. t (74,1 proc. eksportuoto kiekio) ir miežių – 204,3 tūkst. t (19 proc.). 2012 kalendoriniais metais eksportuota 2 mln. t javų grūdų ir 0,42 mln. t rapsų sėklų, kurių bendra vertė – 2,35 mlrd. Lt. Kaip ir ankstesniais metais, daugiausia eksportuota kviečių – 1,67 mln. t (80 proc. eksportuoto javų grūdų kiekio).



3 pav. Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008 – 2012 metais, mln. t (sudaryta remiantis Žemės ūkio ministerijos pateiktais duomenimis)

Remiantis Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centro pateiktais duomenimis (Grūdų...2013), 2013 metų sausio mėnesį iš Lietuvos išvežta beveik tris kartus daugiau grūdų. Lietuvos grūdų supirkimo įmonės šių metų sausį eksportavo 222,089 tūkst. t grūdų – 2,8 karto daugiau negu 2012 m. analogišku laikotarpiu. Iš jų 67 proc. (148,594 tūkst. t) sudarė kviečių eksportas, kurie eksportuoti į Latviją, Lenkiją, Vokietiją, Švediją ir Iraną. Miežiai (41,097 tūkst. t) buvo eksportuoti į Latviją, Estiją, Vokietiją ir Saudo Arabiją, kvietrugiai (30,394 tūkst. t) – į Latviją, Vokietiją, Olandiją, Švediją ir Iraną, o rugiai (458,9 t) – į Latviją, Vokietiją ir Iraną. Rapsų 2013 m. sausio mėnesį, lyginant su praėjusių metų analogišku laikotarpiu, eksportuota 27,4 proc. mažiau – 8,349 tūkst. t. Jie išvežti į Lenkiją, Olandiją ir Suomiją.

Tokių grūdų eksporto augimą lemia keletas priežasčių, tokių kaip:

- *Rekordinis derlius.* Manoma, kad jis 2013 metais sudarys apie 5 mln. tonų, apie pusę viso derliaus tikimasi eksportuoti iki metų pabaigos.

- *Išaugęs didžiausių grūdų eksportuotojų kooperacijos lygis,* t. y. siekiant optimizuoti grūdų eksportą, įmonės 2013 metais padidino bendradarbiavimą ir vienai įmonei pritrūkus grūdų, pagelbėja kita įmonė. Glaudesniam įmonių bendradarbiavimui padeda panašios grūdų savybės ir kokybė.

- *Eksportuotojai atranda naujas rinkas.*

2 priedo tęsinys

Kaip buvo minėta anksčiau, pagrindinės Lietuvos grūdų eksporto partnerės yra Latvija, Lenkija, Vokietija, Švedija, Iranas, Estija, Saudo Arabija, Olandija ir Suomija. VŠĮ “Versli Lietuva” pateikia informaciją apie šių valstybių ir Lietuvos grūdų eksporto santykius (Eksporto...2013):

- *Latvija.* 2010 m. prekių eksporto struktūra lyginant su 2004 m. labiausiai išaugo javų dalis nuo 1 iki 8,4 proc., arba nuo 19 mln. Lt. iki 224 mln. Lt. Taip atsitiko todėl, kad beveik pusė visų javų eksportuojame per Latvijos uostus. Latvijai 2013 metų sausį teko 8,2 proc., visų eksportuotų javų, tai sudarė 23 mln. Lt.

- *Lenkija.* Lenkijai 2013 metų sausį teko 8,5 proc., visų eksportuotų javų, tai sudarė 23 mln. Lt.

- *Vokietija.* Vokietijai 2013 metų sausį teko 11,4 proc., visų eksportuotų javų, tai sudarė 31 mln. Lt.

- *Iranas.* Iranui 2013 metų sausį teko 38,2 proc., visų eksportuotų javų, tai sudarė 105,1 mln. Lt. Grūdų eksportas į Iraną augo dėl to, kad sutapo keletas aplinkybių:

- prastas Rusijos ir Ukrainos (vienų didžiausių javų eksportuotojų pasaulyje) grūdų derlius 2012 m.;

- įtempta geopolitinė padėtis, kuri lėmė tai, kad Iranas nusprendė apsirūpinti grūdų atsargomis;

- tinkama lietuviškų grūdų kokybė;

- dėl politinių priežasčių pristabdytas grūdų importas iš JAV.

Jeigu grūdai į Iraną nebūtų buvę eksportuoti, tai lietuviškų grūdų eksporto kaina būtų buvusi 5-10 proc., mažesnė.

- *Saudo Arabija.* Saudo Arabijai 2013 metų sausį teko 8,5 proc., visų eksportuotų javų, tai sudarė 23 mln. Lt.

- *Suomija ir Švedija.* Eksporto augimą paskatino ir prieš keletą metų pradėtas eksportas į Skandinavijos rinkas, kur sėkmingai tvirtinamos pozicijos ir išlaikomos augimo tendencijos.

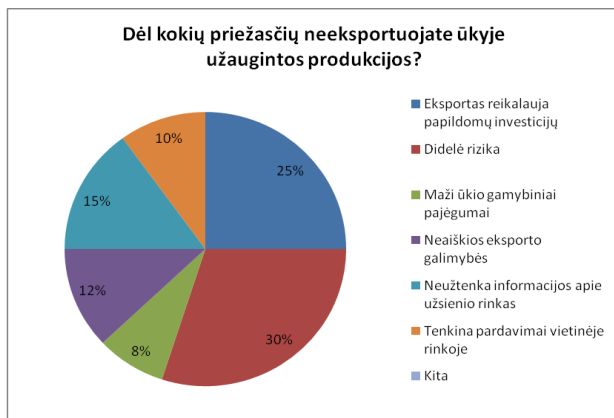
Taigi, remiantis statistiniais duomenimis, galima pastebėti, kad 2008 – 2012 metų laikotarpiu yra pastebimas eksportuojamų grūdų kiekio ir už tai gaunamų pajamų augimas. Gausėjantys grūdinių augalų derliai bei išaugęs grūdų eksportuotojų kooperacijos lygis skatina Lietuvos ūkininkus ne tik tvirtinti turimas pozicijas valstybėse – eksporto partnerėse, bet ir ieškoti naujų galimybių kitose rinkose.

5. Problemos, susijusios su grūdų eksportu

Eksportas tampa kasdienybe vis didesniam skaičiui Lietuvos įmonių, ne išimtis ir žemės ūkis. Siekiant išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į kitas šalis situaciją Lietuvoje bei remiantis gautais tyrimo rezultatais, pateikti siūlymus proceso,

susijusio su užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais, tobulinimui, buvo atlikta anketinė apklausa. Anketą užpildė 70 respondentų – ūkininkų iš visos Lietuvos.

Net 67 proc. apklausoje dalyvavusių ūkininkų neeksportuoja ūkyje užaugintos produkcijos. 4 paveiksle pateiktas grafinis neeksportavimo priežasčių vaizdas.



4 pav. Priežastys, lemiančios ūkyje užaugintos produkcijos neeksportavimą (sudaryta autorės remiantis anketinės apklausos metu gautais rezultatais)

Pagrindinė nurodyta priežastis, kuri skatina ūkininkus neeksportuoti, yra didelė rizika. Ši rizika susijusi su ūkininkų nepasitikėjimu užsienio partneriais, baime prarasti pelną ir pan. Kita svari priežastis yra ta, jog eksportavimas reikalauja papildomų investicijų. Šios investicijas sudaro papildomo kapitalo poreikį, siekiant užsienio rinkai pateikti konkurencingą produkciją, laiko sąnaudos ieškant prekybos partnerių užsienyje ir pan. Ūkininkai dažnai nesiryžta pradėti eksportuoti, nes jiems yra neaiškios eksporto galimybės arba yra nepakankamai informacijos apie užsienio rinkas. Šiai situacijai pakeisti būtina kuo daugiau dėmesio skirti ūkininkų informavimui ir konsultavimui eksporto klausimais.

Taip pat apklaustuosius ūkininkus tenkina pardavimai vietinėje rinkoje arba yra maži jų valdomų ūkių gamybiniai pajėgumai. Šiuos atsakymų variantus renkasi smulkių ūkių atstovai, kurie dažniausiai produkcijos nesandėliuoja, parduoda ją iškart nuėmę

2 priedo tęsinys

derlių, tad jie papildomai neinvestuoja į konkurencingo produkto paruošimą ir juos tenkina tuo metu rinkoje siūloma grūdų supirkimo kaina.

Tad būtina spręsti šias problemas, skiriant kuo daugiau dėmesio ūkininkų informavimui ir konsultavimui eksporto klausimais.

Išvados

1. Eksportas yra pagrindinis faktorius, lemiantis valsybės ekonomikos augimo pasiekimą ir aukštesnį konkurencijos lygį vidaus rinkoje. Galimybė eksportuoti produkciją daugeliui įmonių padeda ne tik išsilaikyti rinkoje, bet ir didinti gamybos, kartu ir prekybos, apimtis, išlaikyti ir kurti naujas darbo vietas.

2. Skatinant vieną iš prioritetinių Vyriausybės ekonominės politikos veiklos sričių, t. y. eksportą, Ūkio ministerija bei kitos valstybinės institucijos tiek iš nacionalinio biudžeto, tiek iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų vykdo įvairias eksporto skatinimo priemones. Efektyviai panaudojus šias priemones yra didinamas įmonių konkurencingumas, skatinamas verslumas bei eksporto plėtra.

3. Žemės ūkio bei maisto produktų gamyba bei prekyba taip pat tampa vis labiau globalizuota. Lietuvoje išauginto grūdų derliaus pakanka šalies poreikiams patenkinti, tad prekyba pertekliniais žemės ūkio ir maisto produktais sudaro vis didesnę visos Lietuvos užsienio prekybos dalį.

4. Lietuvos ūkininkai ne tik sėkmingai eksportuoja užaugintą produkciją į senąsias eksporto rinkas, bet ieško ir naujų galimybių kitose rinkose, taip didindami ne tik eksportuojamų grūdų kiekius, bet ir juos gaunamas pajamas.

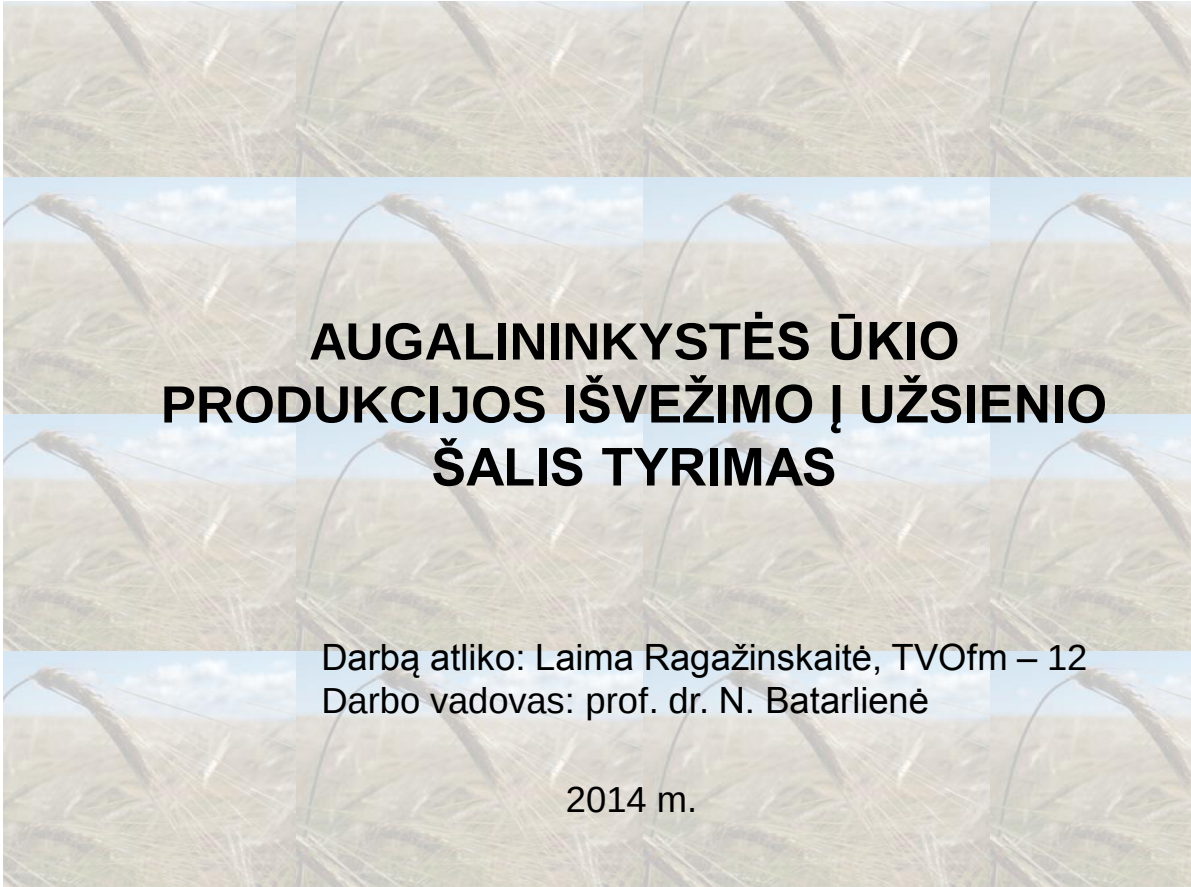
5. Ūkininkų apsisprendimą neeksportuoti ūkiuose užaugintos produkcijos daugiausia lėmė didelė rizika, papildomų investicijų poreikis, neaiškios eksporto galimybės bei nepakankamas informacijos kiekis apie užsienio rinkas.

Literatūra

- Bernatonytė, D. 2011. *Tarptautinė prekyba*. Kaunas: KTU leidykla Technologija. 480 p.
- Bruneckienė, J. 2010. *Šalies regionų konkurencingumo vertinimas įvairiais metodais: rezultatų analizė ir vertinimas*. Ekonomika ir vadyba 15: 25–31.
- Bruneckienė, J.; Paltanavičienė, D. 2012. *Measurement of Export Competitiveness of the Baltic States by Composite Index*. Inžinerinė ekonomika 23 (1): 50–62.

2 priedo pabaiga

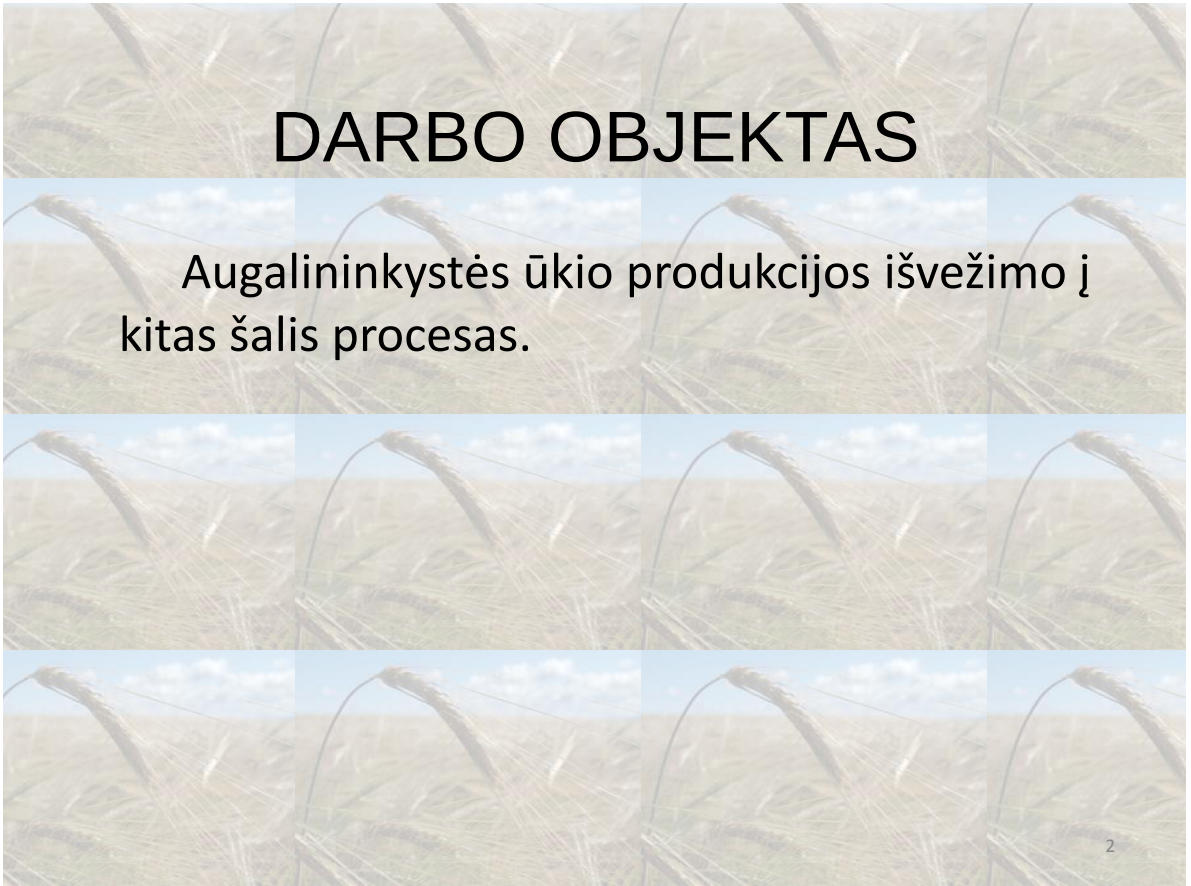
- Dabkienė, V. 2008. *Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų eksporto rinkos*. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. 31–38.
- Durmusoglu, S. S.; Apfelthaler, G.; Nayir, D. Z.; Alvarez, R.; Mughan, T. 2012. *The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance*. *Industrial Marketing Management* 41: 680–691.
- Eksporto rinkų žemėlapis*. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.verslilietuva.lt/lt/eksporto-pletra/rinkos-pasirinkimas/eksporto-rinku-zemelapis/>>.
- Grūdų eksporto statistiniai duomenys*. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vic.lt>>.
- Grūdų ir grūdinių augalų eksporto statistiniai duomenys*. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.zum.lt/index.php?-518082652>>.
- Grūdų ir grūdų produktų eksportas 2008 – 2012 metais*. [interaktyvus] [žiūrėta 2013 m. kovo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/>>.
- Jatulevičienė, G.; Kučinskienė, M.; Garuckas, R. 2007. Lietuvos užsienio prekybos pokyčiai integruotoje Europos Sąjungos rinkoje. *Ekonomika* 79: 77–93.
- Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategija*. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/web/lt/eksportas>>.
- Ūkio ministerijos apibrėžtos eksporto skatinimo priemonės*. [interaktyvus] [žiūrėta 2012 m. spalio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/web/lt/eksportas/prama_eksporto_pletrai>.
- Vinciūnienė, V.; Dadurkaitė, J. 2011. *Globalizacijos poveikis Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų užsienio prekybai*. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development* 1(25): 239–252.



AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO ŠALIS TYRIMAS

Darbą atliko: Laima Ragažinskaitė, TVOfm – 12
Darbo vadovas: prof. dr. N. Batarlienė

2014 m.



DARBO OBJEKTAS

Augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į
kitas šalis procesas.

DARBO TIKSLAS

Išanalizuoti augalininkystės ūkio produkcijos eksporto į užsienio šalis specifiką bei numatyti išvežimo tobulinimo galimybes.

3

DARBO UŽDAVINIAI

- Išnagrinėti eksporto reikšmę šalies ekonomikai bei žemės ūkiui.
- Išanalizuoti ir pateikti duomenis apie augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienio šalis dabartinę situaciją.
- Atlikti Lietuvos ūkininkų, kurie užaugintą augalininkystės ūkio produkciją išveža į užsienio šalis, apklausą ir įvertinti gautus tyrimo rezultatus.
- Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus, parengti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienio šalis tobulinimo modelį.
- Pateikti išvadas ir pasiūlymus dėl užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais plėtros tobulinimo gairių ir perspektyvų.

4

TYRIMO METODAI

1. Mokslinės literatūros analizė ir sintezė.
2. Antrinių duomenų lyginamoji analizė.
3. Statistinių duomenų analizė ir sintezė.
4. Anketinė apklausa.

5

Jakutis 2006, Bruneckienė 2012, Jatulevičienė 2007, Dzemyda 2012, Bernatonytė 2011, Ait 2012, Krajewska 2009, Geurs 2009, Durmusoglu 2012 ir kt. ir kt. teigia, eksportas užtikrina spartų valstybės ekonomikos augimą, o įmonės gali greičiau įgyvendinti naujas idėjas ir užtikrinti gyvenimo gerovę.

Vinciūnienė, Dadurkaitė 2011, Morley, Morgan 2008 teigia, kad globalizacijos procesų plėtotė, gilėjimas ir greitėjimas paliečia visus ekonomikos sektorius, tame tarpe ir žemės ūkį.

Anot Meilienės, Snieškos 2010, eksporto plėtra žemės ūkiui yra svarbi alternatyva pardavimams koncentruotoje vidaus rinkoje.

Anot Vaitkevičiaus ir Stalgienės 2010, Lietuvos grūdų sektorius – potencialus ir stambus klasteris, integruojantis ne tik maisto pramonės, bet ir jas aptarnaujančias įmones.

6

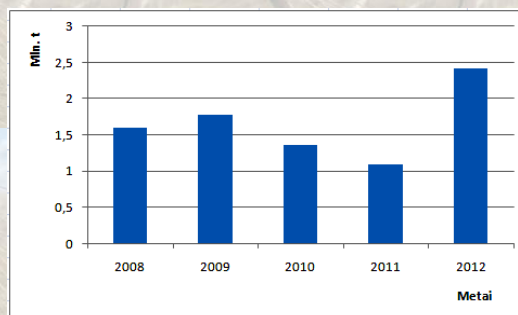
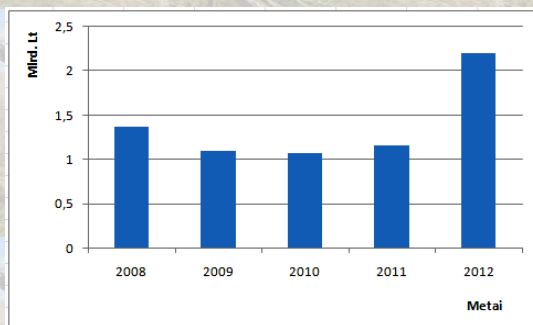
DARBO PROBLEMA

Neaiškios eksporto galimybės, nepakankamai informacijos apie užsienio rinkas.

Nepakankamas kooperacijos, klasterizacijos lygis.

7

DABARTINĖ SITUACIJA



8

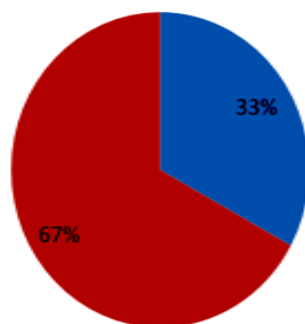
Siekiant išnagrinėti augalininkystės ūkio produkcijos išvežimo į užsienio šalis situaciją Lietuvoje bei remiantis gautais tyrimo rezultatais, pateikti siūlymus proceso, susijusio su užsienio prekybos augalininkystės ūkio produktais, tobulinimui, buvo atlikta anketinė apklausa.

Anketą užpildė 70 respondentų – ūkininkų iš visos Lietuvos.

9

ANKETINĖS APKLAUSOS REZULTATAI (1)

Ar eksportuojate savo ūkyje užaugintą produkciją?



■ Taip

■ Ne

10

ANKETINĖS APKLAUSOS REZULTATAI (2)



11

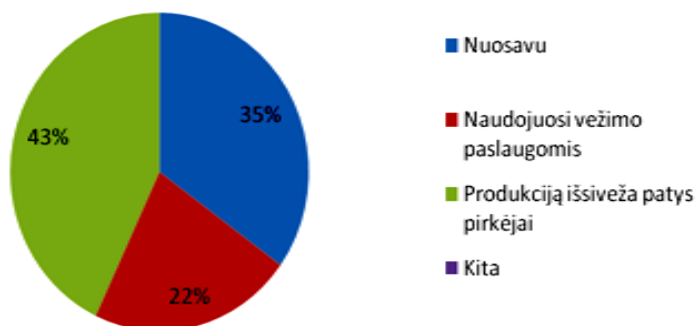
ANKETINĖS APKLAUSOS REZULTATAI (3)



12

ANKETINĖS APKLAUSOS REZULTATAI (4)

Kokiu transportu vežate eksportuojamą produkciją?



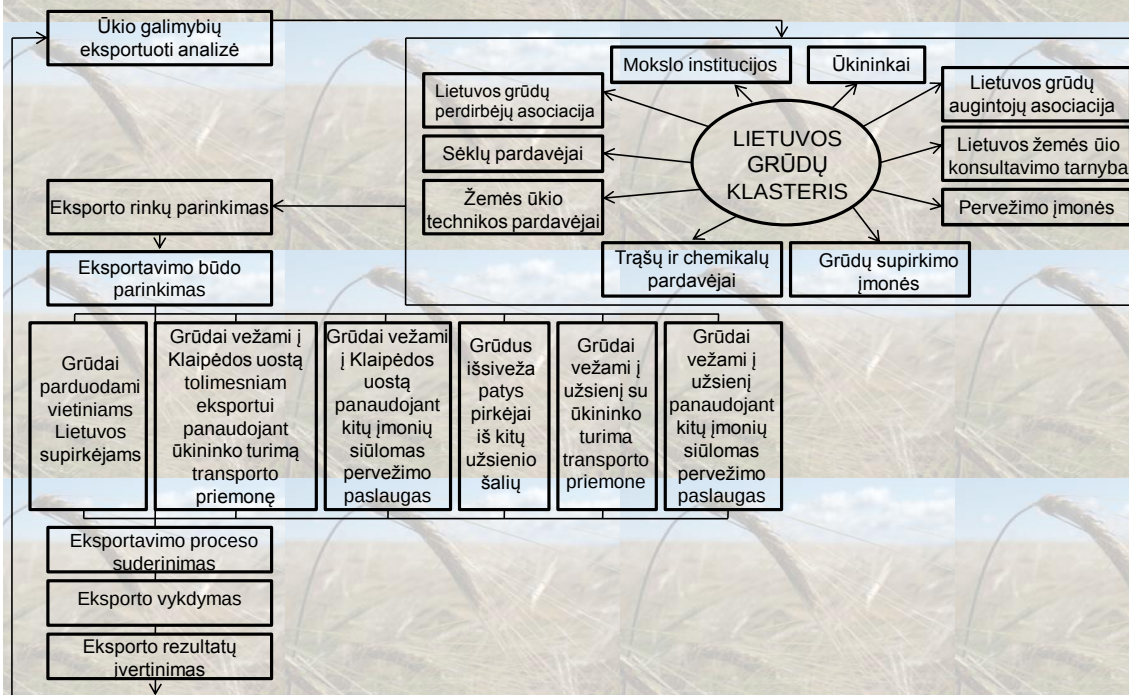
13

PAJAMOS, GAUNAMOS PANAUDOJANT SKIRTINGUS GRŪDŲ EKSPORTAVIMO BŪDUS

- Parduodant vietiniams supirkėjams. **16 740 Lt.**
- Vežant į Klaipėdos uostą tolimesniam eksportui, panaudojant ūkininko turimą transporto priemonę. 18 200 Lt.
- Vežant į Klaipėdos uostą panaudojant kitų įmonių siūlomas pervežimo paslaugas. 17 700 Lt,
- Išsiveža patys pirkėjai iš kitų užsienio šalių. 18 090 Lt.
- Vežant į užsienio šalį su ūkininko turima transporto priemone. **18 470 Lt.**
- Vežant į kitą šalį panaudojant kitų įmonių siūlomas pervežimo paslaugas. 17 970 Lt.

14

AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS VEŽIMO Į UŽSIENIO ŠALIS PROCESO TOBULINIMO MODELIS



IŠVADOS

1. Šalies verslo įmonių bei ūkininkų siekis greičiau įgyvendinti naujas idėjas ir užtikrinti gyvenimo gerovę bei pasiekti šalies ekonominį augimą priklauso nuo užsienio prekybos.
2. Remiantis išnagrinėtais statistiniais duomenimis, galima teigti, kad 2008–2012 metų laikotarpiu yra užfiksuotas eksportuojamų grūdų kiekio padidėjimas ir už tai gaunamų pajamų augimas.
3. Pagrindinės priežastys, skatinančios ūkininkus eksportuoti, yra didesnio pelno siekimas bei noras surasti stabilesnius klientus/vartotojus.
4. Ūkininkų apsisprendimą neeksportuoti ūkiuose užaugintos produkcijos daugiausia lėmė: 1) didelė rizika, 2) papildomų investicijų poreikis, 3) neaiškios eksporto galimybės, 4) nepakankamas informacijos kiekis apie užsienio rinkas.
5. Išnagrinėjus skirtingus būdus ir įvertinus galimas gauti pajamas, ūkininkui pats palankiausias yra grūdų transportavimas į užsienį panaudojant nuosavą transporto priemonę.

SIŪLYMAI

Lietuvos grūdų
klasterio
kūrimas



Ūkininkų
kvalifikacijos
kėlimo kursai

Galiojančių
nuostatų
keitimas

17

AUGALININKYSTĖS ŪKIO PRODUKCIJOS IŠVEŽIMO Į UŽSIENIO ŠALIS TYRIMAS

Darbą atliko: Laima Ragažinskaitė, TVOfm – 12
Darbo vadovas: prof. dr. N. Batarlienė

2014 m.