

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETO
EKONOMIKOS KATEDRA

JULIJA TISLENKO
FINANSŲ RINKOS

TEMA
***JAV NACIONALINĖ EKSPORTO STRATEGIJA IR
JO KONTROLĖS SISTEMA***

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas –
doc. dr. Ramutis Alfredas Grižas

Vilnius, 2006

TURINYS

I. ĮVADAS	3
1. Eksportas ir jo svarba šalies ekonomikai.....	5
1.1. Užsienio prekybos politika ir jos kryptys.....	6
1.2. Eksporto skatinimo priemonės ir strategija.....	8
2. JAV nacionalinė eksporto strategija.....	13
2.1. Nacionalinės eksporto strategijos sukūrimo prielaidos ir įgyvendinimas.....	13
2.2. Pagrindiniai NES principai, prioritetai ir pasiekimai (1994-2006 m.)	14
2.3. JAV eksporto kontrolės sistema.....	48
2.3.1. Eksporto kontrolės sistemos pasiekimai per NES įgyvendinimą.....	56
3. JAV eksportas pasaulinės ekonomikos kontekste	61
3.1. Eksporto bazės plėtimas, naudojantis strategine partneryste.....	67
3.2. Tarpagentūrinis koordinavimas prioritetinėse rinkose	70
3.2.1. JAV užsienio prekybos balansas	71
II. IŠVADOS	75
III. LITERATŪRA.....	77
IV. SANTRAUKA	79
V. PRIEDAI	81

I. ĮVADAS

Užsienio prekyba – seniausi tarptautiniai santykiai. Ji stipriai lemia tokius rodiklius, kaip BVP, mokėjimų balansą ir kitus, todėl be jos analizės neįmanoma padaryti pilnaverčių išvadų apie šalies ekonomikos būklę. Šalies užsienio prekybos politika reguliuoja ekonominius santykius su kitomis šalimis. Kiekviena valstybė, atsižvelgdama į savo ūkio būklę, kitus veiksnius, vykdo skirtingą užsienio prekybos politiką.

Magistrinio darbo tema „JAV nacionalinio eksporto strategija ir jo kontrolės sistema“, buvo pasirinkta su tikslu praplėsti ir pagilinti autoriaus žinias pasaulinės ekonomikos srityje. Darbe analizuojamos Jungtinės Amerikos Valstijos (JAV), kaip vieną iš dominuojančių užsienio prekyboje pasaulio šalių, kuri, autoriaus nuomone, nebuvo pakankamai išnagrinėta studijų metu.

Temos aktualumas ir problematiškumas. Magistrinio darbo tema *aktuali*, nes eksportas yra neatsiejama kiekvienos šalies ekonomikos dalis, be kurios neįmanoma egzistuoti šiuolaikinės rinkos sąlygomis. Tai leidžia suformuluoti pagrindinę šio darbo *problemą* - JAV nacionalinio eksporto strategijos ir kontrolės sistemos poveikis JAV užsienio prekybai ir politikai. Tokio santykio bent jau preliminarus nustatymas leis identifikuoti pagrindines kryptis, kuriomis turėtų remtis JAV nacionalinė eksporto strategija ir jo kontrolės sistema.

Šio **darbo tikslas** – išnagrinėti eksporto, kaip užsienio prekybos dalies, skatinimo bei tobulinimo svarbą šalies ekonomikai ir išanalizuoti JAV nacionalinės eksporto strategijos sukūrimo prielaidas ir pasiekimus, bei įvertinti JAV eksportą pasaulinės ekonomikos kontekste.

Darbo **objektas** - JAV nacionalinio eksporto strategija ir jo kontrolės sistema.

Darbo **hipotezė** - JAV nacionalinė eksporto strategija yra efektyvi.

Darbo **uždaviniai**:

1. Apibūdinti eksporto skatinimo priemonės ir strategiją, jos svarbą šalies ekonomikai;
2. Išnagrinėti JAV nacionalinės eksporto strategijos prioritetus ir pasiekimus per 1994 – 2006 metus;
3. Apžvelgti JAV eksporto kontrolės sistemą, siekiant įvertinti eksportą lemiančius veiksnius bei jį skatinančias priemones.
4. Apibūdinti JAV eksporto vaidmenį pasaulinės ekonomikos kontekste, įtraukiant JAV užsienio prekybos balanso analizę;

Darbo **metodika**, kuria remiamasi, kad darbo tikslas būtų pasiektas kaip įmanoma objektyviau:

- Aprašomasis-analitinis metodas;
- JAV norminių aktų, susijusių su eksportu, socialinė analizė;

- Statistinių duomenų ir kitos medžiagos analizė.

Įvertinant JAV eksporto kryptų kaitos tendencijas bus naudojamos statistiniu-lyginamuoju ir dinamikos, dokumentų analizės metodais bei logine sinteze ir analize.

Darbas parašytas remiantis užsienio ir Lietuvos autorių bei kitais moksliniais ekonomikos literatūros šaltiniais, straipsniais, darbais. Kadangi spausdintos literatūros šia tematika kiekis nepakankamas, siekiant atskleisti tendencijų įvairovę, remiamasi elektroniniais šaltiniais, kurie yra publikuojami tarptautinių organizacijų, įstaigų ir panašiuose interneto tinklapiuose.

Darbo pradžioje aptariama eksporto, kaip užsienio prekybos politikos sudėtinės dalies, svarba šalies ekonomikai. Taip pat supažindinama su eksporto skatinimo priemonių svarbumu ir vyriausybės vaidmeniu, įgyvendinant šias strategijas.

2 skyrius skirtas JAV nacionalinės eksporto strategijos apžvalgai. Analizuojamos nacionalinės eksporto strategijos sukūrimo prielaidos, supažindinama su JAV nacionalinės eksporto strategijos principais, prioritetais ir įgyvendinimo pasiekimais (1993 - 2006 m.). Aptariama JAV eksporto kontrolės sistema ir jos pasiekimai.

3 skyriuje nagrinėjamas JAV eksporto vaidmuo pasaulinėje ekonomikoje, apžvelgiamos strateginė partnerystė bei tarpagentūrinis koordinavimas, analizuojamas JAV užsienio prekybos balansas.

Darbo pabaigoje padarytos išvados, atsižvelgiant į iškeltus darbo tikslus ir uždavinius. Prieduose pateiktos lentelės ir duomenys, papildantys darbą.

1. Eksportas ir jo svarba šalies ekonomikai

Eksporto augimui šalyje paskatinti vyriausybė gali suteikti verslo sluoksniams būtiną paramą įvairiais būdais. Vyriausybė gali naudoti įvairią strategiją, rengti programas ir teikti pagalbą siekdama pagaminti konkurencingą produkciją ir padidinti eksportą.

Daugelyje šalių vyriausybės didesnę savo pastangų dalį sukoncentruoja ties eile priemonių, nukreiptų šalyje gaminamos produkcijos eksporto skatinimui. Pagrindinis eksporto skatinimo veiklos tikslas yra padidinti produkcijos, kurią šiuo momentu galima eksportuoti, augimą. Visos eksporto skatinimo pastangos remiasi esama gamyba ir nukreiptos pardavimams užsienyje iki nustatytos ribos padidinti.

Pastaraisiais metais eilė dominuojančių ekonomikoje šalių vyriausybių sutelkė dėmesį į eksporto tobulinimo programas. Tuo pačiu buvo sureaguota į platesnį užsienio prekybos taisyklių liberalizavimą ir augančią užsienio produkcijos konkurenciją.

Eksporto tobulinimas skiriasi nuo eksporto skatinimo, nes eksporto tobulinimas nukreiptas į naujų eksportui skirtų prekių gamybą ir/arba skverbimąsi į naujas, anksčiau nepasiekiamas, rinkas. Eksporto tobulinimo veiklos tikslas yra nustatyti turimas galimybes ir paskatinti naujų įmonių ir gamybos priemonių sukūrimą tarptautinėje rinkoje atsirandančios produkcijos paklausai patenkinti. Žymiu mastu eksporto tobulinimas gali būti nukreiptas į naujos produkcijos parengimą, tai yra veikiančių gamybinių pajėgumų panaudojimą naujų prekių gamybai, kai joms randamos pelningesnės negu tradiciškai gaminamai produkcijai realizavimo rinkos.

Akivaizdu, kad įgyvendinant eksporto tobulinimo strategiją, reikia daugiau pastangų, resursų ir atkaklumo lyginant su tradicine eksporto skatinimo strategija. Viena iš pasekmių yra ta, kad eksporto tobulinimo strategiją ne visada galima panaudoti pilnu mastu, atsižvelgiant į galimai esančius daugelyje šalių apribojimus.

Dauguma šalių laiko eksporto skatinimą ir jo tobulinimą prioritetine kryptimi, siekdami ekonominio vystymosi tikslų. Vyriausybės tikisi, kad pastovios eksporto skatinimo pastangos ir jo tobulinimas padės gauti papildomos užsienio valiutos importo sąnaudoms padengti, išspręsti mokėjimo balanso problemas, padėti sumažinti augančio įsiskolinimo užsienio šalims naštą ir sukurti naujas darbo vietas gyventojams.

Eksporto tobulinimas ne tik pageidautinas, bet ir absoliučiai būtinas šalyse, norint išplėsti jų eksporto bazę. Užsienio valiutos įplaukos iš riboto eksportinės produkcijos asortimento dažnai negali užtikrinti pakankamą užsienio valiutos kiekį, ypač tuo atveju, kai vyksta šalių tradicinių eksporto prekių kainų kritimas tarptautinėje rinkoje.

Daugelyje šalių privačių eksportuotojų verslo sluoksniams reikalinga pagalba atitinkamiems kontaktams užmegzti po to, kai jie baigia rinkų tyrimus ir surenka reikalingą informaciją. Realiai tai yra susiję su eile sudėtingų žingsnių ir kruopštaus nagrinėjimo reikalaujančių veiksmų. Šalies eksporto skatinimo ir tobulinimo strategijos pagrindu nustatomas prekybinių ryšių su tarptautine rinka lygis ir tipas.

Eksporto skatinimo programų ir jo tobulinimo sėkmingą realizavimą lemia eksporto prekybą įtakojantys vyriausybės strateginiai sprendimai. Šalies eksporto tobulinimo politika, kuri pasireiškia parengiant atitinkamus ekonominius instrumentus ir vykdamas eksporto skatinimo priemones, turi lemiamos reikšmės šalies užsienio prekybai. Dvi politikos kryptys nustato užsienio prekybos organizavimą apskritai, taip pat eksporto skatinimą ir tobulinimą, o būtent:

- užsienio prekybos politika ir užsienio prekybą betarpiškai įtakojančios politikos kryptys;
- kitas ekonominės veiklos rūšis įtakojanti, bet tuo pačiu bendriems užsienio prekybos rodikliams įtakos turinti politika.

1.1. Užsienio prekybos politika ir jos kryptys

Šalies *užsienio prekybos politiką* sudaro eksporto-importo operacijas įtakojančios ir jas reguliuojančios politika ir praktika. Užsienio prekybos politiką paprastai sudaro daugelio įstatymų, įsakymų, nutarimų priėmimas ir procedūrų taikymas įvairiais tikslais. Ši politika įtakoja užsienio valiutos įplaukas, importą, eksportą, užsienio investicijas ir tarptautinius santykius. *Užsienio prekybos politiką* sudaro prekybos vystymo paramos politika, kuri nukreipta į sėkmingų eksporto skatinimo ir jo tobulinimo programų parengimą ir įgyvendinimą.¹

Šalies užsienio prekybos politikai įgyvendinti naudojamos prekybą su kitomis šalimis plėtoti padedančios programos. Ją sudaro visi eksportą didinantys norminiai aktai ir praktinės priemonės. Prekybos vystymo paramos politika yra bendros užsienio prekybos politikos dalis ir negali būti nagrinėjama atskirai. Šalies užsienio prekybos politika turi padėti prekybos vystymo paramos politikos tikslams pasiekti.

Kitos politikos kryptys žymiai įtakoja užsienio prekybos rodiklius, net jeigu jie ir nebuvo skirti tiesiogiai šalies užsienio prekybai reguliuoti. Šios kryptys yra ribų, kuriose turi būti rengiama ir realizuojama šalies užsienio prekyba, dalis. Šios kitos politikos kryptys yra:

- a) *Valstybės vystymo plano parengimas*, kuri sudaro praktiniai planavimo ir valstybės kišimosi masto nustatymo metodai, visų plano dalių suderinamumo, sudėtinių plano dalių

¹ http://www.unescap.org/tid/publication/tipub2107_chap3_rus.pdf; prisijungimo laikas: 2006-11-20

koordinavimo užtikrinimo, prioritetinių krypčių nustatymo ir bendro resursų paskirstymo būdų mechanizmai.

- b) *Pinigų ir kreditavimo politika* - apima kredito ir pinigų jų valdymo srityje politiką ir yra nukreipta infliacijos ir užsienio paskolų reguliavimo su pinigų apyvartos kontrole ir reguliavimu susijusioje dalyje klausimams spręsti.
- c) *Finansų ir biudžeto politika* - apima visus apmokestinimo ir valstybės išlaidų aspektus, bendrą finansų ir biudžeto režimą, laikinas mokesťines lengvatas ir atleidimą nuo mokesčių mokėjimo, kurie padeda kitiems politikos tikslams pasiekti.
- d) *Gamybos ir kainų reguliavimas* - apima visas strategijas, kurios reguliuoja arba sukuria produkcijos vietiniam naudojimui ir eksportui gamybą, taip pat gamybos vykdymo sąlygas visose ekonomikos sektoriuose.
- e) *Privačių investicijų režimai* - apima strategijas, programas ir norminius aktus, kurie įtakoja kapitalinių įdėjų galimybes ir sprendimus dėl investicinės veiklos, kaip antai skatinimo priemonių sistemas, atskirų sektorių ar šakų vystymosi paramą ir vystymo bankų skolinimo praktiką.
- f) *Valiutų politika* - apima strategijas ir norminius aktus, skirtus valiutos kursui pagal valstybės ekonominę politiką reguliuoti, pavyzdžiui, eksporto konkurencingumui didinti arba infliacijai sulaikyti.

Užsienio prekybos politika kartu su aukščiau minėtomis strategijomis sudaro *bendrą šalies ekonominę strategiją*. Užsienio prekybos politika nukreipta į prekybos vystymosi rėmimą, prekybos vystymosi infrastruktūros sukūrimą, tarptautinių prekybos ryšių užmezgimą. (žr.1 lent.)

1 lentelė. Užsienio prekybos politikos aspektai

	Užsienio prekybos politika	
<i>Prekybos plėtros parama</i>	<i>Prekybos plėtros infrastruktūra</i>	<i>Tarptautiniai / Prekybos ryšiai</i>
Eksporto skatinimas	Eksporto reguliavimas	Prekybos finansavimas
Eksporto reguliavimas	Prekybos operacijų supaprastinimas	Tarptautiniai prekybos forumai
	Prekybos įmonės	Regioninė prekyba

Prekybos vystymo paramą apjungia palankių sąlygų prekybai ir prekybos su kitomis šalimis vystymui sudarymo programos ir priemonės. Didžiausias dėmesys skiriamas su eksportu ir importu susijusiems klausimams. *Prekybos vystymo infrastruktūros* kūrimas nukreiptas į šalies prekybos galimybių vystymą ir plėtrą. Tarp apimamų sričių yra prekybos operacijų supaprastinimas ir jų valdymas, finansinis prekybos palaikymas ir prekybos įmonių plėtra. *Tarptautinių prekybos ryšių* organizavimas numato stiprių prekybinių diplomatinių santykių su

kitomis šalimis išvystymą, siekiant apginti šalies komercinius interesus ir užtikrinti jos eksporto produkcijos pateikimą į rinkas. Be to, numatomas dalyvavimas tarptautiniuose ir regioniniuose prekybos forumuose, siekiant paremti teisingo, daugiau atviro tarptautinio prekybos klimato formavimą ir užtikrinimą.

Rengiant *užsienio prekybos politiką* būtina atsižvelgti į tris pagrindinius parengimo ir realizavimo aspektus:

Pirma, prekybos vystymo paramos programos turi atsirasti nuoseklios politikos ir institucijų suderintos sąveikos pagrindu. Nėra bendros politikos, kuri leistų nustatyti eksporto skatinimo ir prekybos vystymo veiklos rūšis ir sąlygotų jų įgyvendinimą. Taip pat ir už eksporto skatinimo ir prekybos vystymo veiklos įgyvendinimą turi atsakyti įvairios institucijos ir įstaigos, kurių kiekviena atlieka specializuotą vaidmenį. Kiekvienas trūkumas vienos institucijos arba įstaigos darbe sukels pavojų kitų institucijų arba įstaigų efektyvumui ir niekais gali paversti visos programos efektyvumą.

Antra, prekybos vystymo paramos programos realizuojamos visos užsienio prekybos politikos bendrame kontekste. Taip pat turi būti atsižvelgiama ir į bendrą vyriausybinių užsienio prekybos politiką. Visos šios strategijos neturi veikti priešingai arba būti vykdomos atskirai nuo kitų strategijų.

Trečia, sėkminga prekybos vystymo paramos programa turi reaguoti į užsienio rinkos sąlygų pasikeitimus, į eksportuotojų poreikius ir vidines šalies gamybinės galimybes.

1.2. Eksporto skatinimo priemonės ir strategija

Eksporto skatinimo veiklos šalyje mastai ir intensyvumas priklauso nuo šių veiksnių:

- a) esamų žmogiškųjų ir finansinių resursų,
- b) eksportui tinkančios produkcijos pobūdžio,
- c) užsienio rinkų ypatybių,
- d) šią veiklą įgyvendinančių organizacijų patirties.

Šią veiklą gali vykdyti pačios įvairiausios organizacijos ir institucijos, bet pagrindinis vaidmuo tenka valstybinės prekybos vystymo paramos organizacijai (PVPO). Kitos institucijos gali vykdyti giminingą tarpusavio pagalbos pobūdžio veiklą. Tuo tarpu tam tikroms veiklos rūšims vykdyti būtina specializacija eksporto skatinimo ir jo tobulinimo srityje, ir jas turi vykdyti PVPO. Šios veiklos rūšys yra pamatinio pobūdžio ir neturi būti patikėtos kokiai nors kitai institucijai arba organizacijai, kurios negali įvykdyti šios veiklos taip pat profesionaliai, kaip PVPO.

PVPO veikla turi prasidėti nuo sėkmingos, dinamiškos eksporto skatinimo programos plėtojimui būtinų sąlygų sudarymo. Apskritai šios veiklos tikslas yra:

- nustatyti ir parengti produkciją;
- nustatyti ir įsisavinti rinkas;
- surasti naujų investicijų galimybes;
- teikti prekybos informaciją ir specializuotas papildomas paslaugas;
- teikti pagalbą, vykdant eksporto procedūras, produkcijos kokybės vertinimo klausimais;
- eksporto finansavimas ir eksporto produkcijos transportavimas;
- eksporto skatinimas, organizuojant prekybos mugės ir pasinaudojant prekybos atstovybių pagalba.

Kartu PVPO eksporto skatinimo strategiją turi sudaryti šie pagrindiniai elementai:

- eksporto skatinimo programų parengimas, kurios būtų nukreiptos į eksporto plėtrą;
- greta kitų institucijų, vietinės pramonės modernizavimas, siekiant patenkinti paklausą tarptautinėje rinkoje;
- vietinės produkcijos kokybės gerinimas;
- aukštos vertės prekėms nišos rinkoje paieška.

Eksporto skatinimo strategija yra prekybos plėtros paramos veiklos dalis ir turi būti vykdoma įmonės, šakos taip pat valstybiniame lygmenyje.

(a) Įmonės lygis

Atskiros šalių verslo sluoksnių grupės nebepajėgios padidinti eksporto apimtis be pašalinės pagalbos dėl šių priežasčių:

- eksportui tinkamų žaliavinių prekių skaičius yra ribotas, dėl to eksporto sektoriai priklauso nuo tarptautinių įvykių, įtakojančių pasaulinę rinką;
- ribota pramoninė prekių gamyba dėl perdirbimo šakų nebuvimo, kas neleidžia įmonėms gaminti diferencijuotą produkciją eksportui arba užtikrinti tam tikrą eksporto diversifikavimo formą;
- egzistuoja priklausomybė nuo vienos ar dviejų pagrindinių eksporto rinkų bei tiekimo šaltinių, dėl to įmonės neturi galimybės parengti produkciją pagal kitų rinkų standartus. Be to, tai sąlygoja žinių apie užsienio rinkas trūkumą;
- įmonės nepasiruošusios eksportuoti produkciją, kas gali būti susiję su nenoru imtis rizikingos verslo veiklos užsienyje, nes vietinė rinka suteikia patogias sąlygas ir saugumą. Tačiau rinkos ekonomikos sąlygomis gali priversti įmones ieškoti verslo galimybių už vietinės rinkos ribų, kai reikia užsidirbti tokios reikalingos užsienio valiutos ir sukurti naujas darbo vietas. Tarptautinė rinkodara yra sudėtingesnis procesas, negu rinkodara ir pardavimai vietinėje rinkoje.

(b) Šakos lygis

Yra dvi eksporto skatinimo kryptys, tai *esamos produkcijos eksporto didinimas* ir *naujų eksportui tinkančių prekių parengimas*.

Pirmoji kryptis reiškia produkcijos, kurią pramonė gamina dabar eksportui į pasaulinę rinką, asortimento ištyrimą. Pirminė strategija turi būti nukreipta į eksporto suaktyvinimą ir jo apimčių padidinimą esamose rinkose, bei skverbimąsi į kitas eksporto rinkas.

Antroji kryptis numato įvertinimą, kaip naujos prekės gali būti gaminamos eksportui. Šios naujos prekės dažnai yra šalutinis pagrindinių šakų produktas arba pagalbinių gamybų veiklos rezultatas. Todėl galima išvada, kad vyriausybės gali suteikti pagalbą rengiant tam tikrą šaką apskritai produkcijos eksportui pramoninių kompleksų plėtros planavimo pagrindu.

Pramonės tarybos arba asociacijos gali atlikti svarbų vaidmenį konsultuojant vyriausybes arba kompetentingas prekybos institucijas eksporto strategijos parengimo klausimais. Šios strategijos turi būti grindžiamos atskirų prekių eksporto potencialo visapusišku tyrimu.

(c) Valstybinis lygis

Vyriausybė nustato bendrą ekonomikos kryptį ir prekybos plėtros strategiją. Aukšties nacionalinio eksporto rodikliams užtikrinti esminės reikšmės turi šios strategijos eksporto dedamosios nustatymas atitinkamų eksporto skatinimo ekonominių instrumentų ir priemonių atžvilgiu. Taigi, atitinkamos prekybos politikos parengimas yra pagrindinė eksporto skatinimo nacionalinės programos sėkmės prielaida.

Nacionalinė eksporto strategija nukreipta į tų prekių rėmimą ir parengimą ir tų rinkų įsisavinimą, kurie užtikrina jai geriausias galimybes. Atsižvelgiant į turimus žmogiškuosius ir finansinius resursus šalyje beveik neįmanoma turėti strategiją, kuri tuo pat metu apimtų visas prekes. *Nacionalinę eksporto strategiją* reikia laikyti užsienio prekybos strategijų dalimi. Nacionalinės eksporto strategijos parengimas ir įgyvendinimas reikalauja:

- politikos parengimo koordinavimo mechanizmo;
- įvairių institucijų, organizacijų ir atitinkamų pareigūnų aktyvaus dalyvavimo ir atsakingumo jausmo demonstravimo;
- nuolatinio norminių nuostatų taikymo, nes dažnas norminių nuostatų pasikeitimas gali tapti būtent tuo veiksnium, kuris sužlugdys sėkmingą eksporto skatinimo ir tobulinimo programų realizavimą.

Nacionalinė eksporto strategija turi remtis visa apimančiu šalies eksportinio potencialo tyrimu. Tam reikia:

- tiksliai nustatyti, kas yra gaminama arba ruošama gamybai artimiausiu metu, ir nustatyti labiausiai šioms prekėms tinkančias rinkas;
- tuo pačiu metu ištirti, kas yra perkama užsienio rinkose, siekiant nustatyti, ką galima pagaminti poreikiams savo šalyje patenkinti ir užsienio rinkų galimybėms išnaudoti;
- tiksliai nurodyti kliūtis ir problemas, trukdančias eksportui, gamybos arba rinkos sąlygų atžvilgiu, kas padėtų suformuluoti rekomendacijas dėl problemų sprendimo arba kliūčių pašalinimo.

Atitinkama analizė leistų nustatyti strategijų apimtis trumpalaikėje, vidutinio laikotarpio ir ilgalaikėje perspektyvose. Eksporto skatinimas ir jo tobulinimas gali būti sėkmingi sureguliuoto atsakomybės paskirstymo, atitinkamo politikos koordinavimo parengimo ir įgyvendinimo etapuose ir pagrįstos, realistinės strategijos nustatymo dėka.

Vyriausybės įkuria prekybos vystymo paramos organizacijas (PVPO) siekiant parengti ir įgyvendinti šalies eksporto skatinimo ir jo vystymo programas, PVPO paprastai atlieka dvigubą vaidmenį, būtent: (a) užtikrina specializuotą paramą eksportinių prekių gamintojams, ir (b) užtikrina kitų valstybinio ir privataus sektoriaus organizacijų atitinkamų paslaugų aktyvumą.

PVPO veikia kaip vyriausybės patarėjas užsienio prekybos ir kitais su ja susijusiais klausimais. Atsižvelgiant į PVPO pobūdį, jai būtina užmegzti glaudžius ryšius su eksportuotojais. Tai leidžia PVPO gauti informaciją apie eksporto tobulinimą skatinančius (arba trukdančius) politiką ir procedūras iš pirmų rankų. Tokiu būdu, PVPO atlieka dar ir jungiamosios grandies tarp eksportuotojų ir vyriausybės vaidmenį.

PVPO gali taip pat tarnauti, kaip efektyvi, jungianti grandis tarp eksportuotojų ir užsienio rinkų, jeigu ji sugeba pasinaudoti kitų specializuotų organizacijų paslaugomis. Tokiu būdu, PVPO padeda taip pat aktyvuoti specializuotų paslaugų panaudojimą. Eksporto skatinimo ir tobulinimo veiklą turi įgyvendinti specializuotos organizacijos, kurioms pavedama ši veikla. Tai paverčia PVPO pagrindiniu veikiančiu asmeniu, kuris gauna paramą iš kitų specializuotų organizacijų ir remiasi jomis.

Svarbu disponuoti efektyviais mechanizmais su prekyba susijusių institucijų ir organizacijų darbui koordinuoti, nes dauguma vyriausybių turi daugybę institucijų, atsakingų už įvairiausias veiklos rūšis užsienio prekybos srityje, taip pat platų užsienio prekybos rodiklius įtakančių strategijų, procedūrų ir praktinių metodų pasirinkimą. Siekiant užtikrinti užsienio prekybos operacijų sėkmę ir efektyviai įgyvendinti užsienio prekybos politiką, turi būti tenkinamos trys pagrindinės sąlygos, nepriklausomai nuo organizacijos pobūdžio ir užduočių:

1. Kiekviena organizacija privalo turėti tiksliai suformuluotas užduotis. Dažnai PVPO būna perkrauta darbais, nes jos atsakomybei priskirtos visos prekybos ir eksporto paramos veiklos rūšis, tame tarpe ir veikla, skirta specializuotų institucijų atsakomybei. Taip dažnai atsitinka vien dėl to, kad įvairių organizacijų užduotys ir funkcijos nebuvo tiksliai suformuluotos;
2. Užduočių ir veiklos rūšių formulavimas ir aprašymas neturėtų iššaukti konfliktų tarp organizacijų;
3. Būtina disponuoti šių organizacijų darbo koordinavimo efektyviais mechanizmais. Kai tokio politikos parengimo ir įgyvendinimo mechanizmo nėra, gali kilti painiava ir nepageidaujamos situacijos.

Tokio tipo koordinavimui užtikrinti padeda įvairios struktūros ir būdai. Daugumoje šalių yra iš ministrų sudarytos tarybos užsienio prekybos politikai koordinuoti, dalyvaujant ministrams, kurie betarpiškai sprendžia užsienio prekybos klausimus. Jie atsako už politikos nustatymą ir užsienio prekybos koordinavimą su kitomis politikos sritimis. Yra du bendri tokių tarybų tipai: (a) direktyviniai ir (b) konsultaciniai.

(a) Direktyvinės tarybos

Atskiros šalys savo vyriausybėse struktūrose sukūrė aukšto lygio institucijas prekybos politikai parengti. Tokios tarybos sudėtyje yra tik valstybinio sektoriaus pareigūnai, paprastai ministrų lygyje. Politikos parengimo taryba leidžia pasiekti politikos parengimo struktūros sudarymo tikslo, kurios rėmuose galima sutelkti dėmesį ties eksporto tobulinimo. Aukšto lygio direktyvinių tarybų funkcijas sudaro:

- užsienio prekybos politikos parengimas, jos koordinavimas su kitomis politikos kryptimis;
- atitinkamų įgyvendinimo mechanizmų siūlymas/taikymas;
- rekomendacijų konkrečiose srityse, susijusiose su prekyba, parengimas;
- reikalavimų importui ir eksportui nustatymas;
- tarptautinių sutarčių sudarymo politikos nustatymas.

(b) Konsultacinės tarybos

Kitos šalys pirmenybę teikia konsultacinių tarybų sudarymui. Konsultacinių tarybų sudėtyje yra valstybinio ir privataus sektoriaus atstovų, todėl joms suteikiama mažiau įgaliojimų, negu politikos parengimo tarybai. Konsultacinių tarybų rekomendacijos gali tapti pagrindu, rengiant įvairius užsienio prekybos valstybės politikos elementus.

Daugelyje šalių, įskaitant Jungtinėse Amerikos Valstijose (JAV), sudarytos abiejų tipų tarybos, siekiant sustiprinti ir supaprastinti politikos parengimo aukšto lygio institucijų vaidmenį.

2. JAV nacionalinė eksporto strategija

2.1. Nacionalinės eksporto strategijos sukūrimo prielaidos ir įgyvendinimas

Kai prezidentas B. Klintonas savo kadencijos pradžioje paskelbė apie pirmosios Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) nacionalinės eksporto strategijos (NES) kūrimą, jo tikslas buvo sukurti veiksnį, kurių reikėjo JAV darbuotojams ir verslininkams, norint priimti iššūkius ir pasinaudoti naujo amžiaus galimybėmis. Prezidentas davė užduoti Prekybos augimo skatinimo koordinavimo komitetui (Trade Promotion Coordinating Committee / TPCC) išnarplioti tai, kuo pavirto sudėtingas federalinių eksporto skatinimo ir finansinių programų tinklas, bei sukurti ilgalaikį planą, kuris padėtų JAV įmonėms konkuruoti ir laimėti užsienio rinkose.

Sudarydama pirmąją nacionalinę eksporto strategiją (NES), Klintono Administracija atsižvelgė į keletą prielaidų:

1. Žvelgiant į JAV ekonomikos ateitį, tapo aišku, kad nėra didesnio nacionalinio prioriteto, išskyrus karinį saugumą, nei sukurti daugiau ir geresnių darbo vietų. Tačiau net tvirtu ekonominiu augimo atsinaujinimu nebūtų buvę gana, kadangi technologijų dėka galima gaminti daugiau prekių, įdarbinant mažiau žmonių. Taigi, buvo būtina išplėsti rinką. Ir ne tik didelėms įmonėms, tačiau ir smulkioms bei vidutinėms. Išvada buvo viena: prekiauti pasauliniu mastu. Daugiau parduoti rinkose, esančiose už JAV ribų.
2. Žinojimas, kad konkurencija dėl užsienio rinkų tampa vis brutalesnė. JAV reikėjo tapti agresyvia ir strategiška. Tradiciniai konkurentai, tokie kaip Japonija, Prancūzija ir Vokietija, bei pradedantieji, kaip Pietų Korėja ir Taivanas, aktyviai ir meistriškai siekė naujų rinkų ir vis labiau tvirtino savo, kaip pagrindinio prekių ir paslaugų tiekėjo pasaulio šalims, vaidmenį.
3. Pasaulinėje rinkoje atsivėrė daug stulbinančių naujų galimybių. Azijoje ir Lotynų Amerikoje ekonominis augimas suklestėjo ir visos dominuojančių šalių vyriausybės pradėjo atvėrinėti rinkas. Geležinės uždangos griuvimas pasaulinės ekonomikos dalyvių gretas papildė šimtais milijonų naujų vartotojų. Atsižvelgiant į visa tai, didelės kylančios rinkos tapo ypatingai svarbios JAV prekybai.
4. JAV našumas buvo gerokai mažesnis nei potencialas. JAV eksportavo per mažai. Apie 50 įmonių JAV sudarė beveik pusę viso prekių eksporto. Dešimt valstijų sudarė 64 procentus prekių eksporto. Eksporto plėtrai buvo daugybė vietos, tiesiog reikėjo, kad daugiau įmonių pradėtų mąstyti globaliai. Šis neišnaudotas potencialas buvo visiškai kontrastas daugeliui kitų šalių, kur globalus sąmoningumas tapo nacionaline manija jau gerokai seniau.

Dar 1992 metais Eksporto augimą skatinančių aktu JAV Kongresas oficialiai įkūrė Prekybos augimo skatinimo koordinavimo komitetą (TPCC), kuris suteikė Klintono Administracijai įrankius pirmajai nacionalinei eksporto strategijai (NES) įgyvendinti. TPCC - tarpinstitucinė grupė, vadovaujama komercijos direktoriaus, kurią sudarė 19 institucijų, prisidėjusių prie NES plano įgyvendinimo: Prekybos, Energetikos ir Valstybės departamentai, Žemės ūkio, Vidaus reikalų, Darbo, Finansų, Krašto apsaugos ir Susisiekimo ministerijos, Tarptautinės plėtros, Informacijos, Prekybos ir vystymo bei Aplinkos apsaugos agentūros, Eksporto-Importo (Eksimbank) bankas, Ekonominės plėtros patarėjų taryba, Prekybos atstovas, Valdymo ir biudžeto valdyba, Užsienio privačių investicijų korporacija (OPIC) ir Smulkaus verslo administracija (SBA).

Nuo pat savo egzistavimo pradžios TPCC suvienijo daugelį agentūrų ir skirtingas jų misijas vienam JAV eksporto skatinimo tikslui. Taip TPCC padėjo pašalinti dubliavimąsi ir dalinį sutapimą, koordinuoti politikas ir programas bei kurti vieningą strateginę viziją. Konkrečios strategijos labai patobulino JAV vyriausybės prekybos skatinimo veiksmus. Administracija prioritetus skyrė artimesniam bendradarbiavimui tarp federalinių agentūrų, efektyvesniems ryšiams tarp vietinių ir valstybinių institucijų bei platesniam konsultavimuisi su privačiuoju sektoriumi. Per 1993 metus buvo padarytas didelis progresas šiose srityse:

- eksporto kontrolės, kuri nebūtina nacionaliniam saugumui užtikrinti, mažinimo ir paprastinimo;
- pagalbos JAV įmonėms, siekiančioms laimėti užsienio projektus;
- geresnių prekybos finansavimo galimybių JAV įmonėms suteikimo;
- Eksporto pagalbos centrų sukūrimo visoje šalyje;
- šalies ir užsienio eksporto skatinimo programų koordinavimo;
- bendro eksporto skatinimo biudžeto sudarymo.

Aukščiau paminėtų 19 agentūrų federaliniai pareigūnai įvertino šių programų efektyvumą, konsultuodamiesi su daugiau nei 1500 atstovų iš privačiojo sektoriaus bei su įmonėmis, valstybinėmis ir vietinėmis vyriausybėmis, ir akademikais. Po kelių mėnesių trukusios apžvalgos buvo pateiktos 65 veiksmų rekomendacijos, kurios sudarė strategijas, kaip stipriai patobulinti JAV vyriausybės prekybos skatinimo veiksmus, pagrindą. NES įgyvendinimo procesas buvo pradėtas nuo principų rinkinio.

2.2. Pagrindiniai NES principai, prioritetai ir pasiekimai (1994-2006 m.)

Pagrindiniai NES principai, kurie buvo kertiniu akmeniu kuriant šią strategiją:

1 principas: Aiškūs komerciniai prioritetai. NES sukūrimas pareikalavo aiškių komercinių prioritetų nustatymo ir resursų pagal juos paskirstymo. Esant ribotam eksporto

skatinimo biudžetui ir daugybei konkuruojančių poreikių, tai nebuvo paprasta. Tačiau buvo įsipareigota esamus resursus skirti geriausioms galimybėms.

2 principas: Bendradarbiavimas tarp federalinių agentūrų. JAV pagalbos eksportui programos, vykdomos didelio kiekio agentūrų, buvo palygintos su sunarpliotu siūlų kamuoliu, o federalinės agentūros ne be pagrindo buvo kritikuotos dėl veiksmų dubliavimosi. Buvo svarbu patobulinti bendradarbiavimą tarp federalinių agentūrų, susijusių su eksporto skatinimu. Reikėjo bendram tikslui panaudoti komercinę ir ekonominę Komercijos, Valstybės ir Finansų departamentų bei Prekybos atstovybės biuro ekspertizes, o taip pat koordinuoti Ex-Im banko, Prekybos ir vystymo agentūros ir Užsienio privačių investicijų korporacijos (OPIC) eksporto finansavimo galimybes. Taipgi įsitraukti į bendrus techninės pagalbos, kurią siūlė Komercijos, Energetikos ir Transporto departamentai bei Aplinkos apsaugos agentūra, veiksmus.

3 principas: Glaudus vyriausybės ir privačiojo sektoriaus bendradarbiavimas. NES sėkmė didele dalimi priklausė nuo JAV vyriausybės pastangų sukurti glaudesnius, labiau reaguojančius ir daugiau bendradarbiaujančius ryšius su privačiuoju sektoriumi. Strategijos kūrėjai turėjo partnerystės su verslo bendruomene, kurioje būtų laisvai keičiamasi idėjomis, o bendravimo kanalai būtų iš tiesų abipusiai, viziją. Jie įsivaizdavo JAV verslininkus ir darbuotojus, kaip vyriausybės klientus, ir įsipareigojo patobulinti vyriausybės teikiamas paslaugas. Kuriant strategiją buvo stengiamasi sužinoti verslo bendruomenės požiūrius bei buvo numatyta palaikyti nenutrūkstamą atgalinį ryšį. Siekdamos vykdyti įsipareigojimą geriau pasitarnauti klientui, eksporto agentūros naudojossi galingiausiais veiklos vertinimo būdais – tokiais pačiais, kaip sėkmingiausios JAV kompanijos. Anksčiau eksporto skatinimo veiksmai paprastai būdavo vertinami pagal vykdomą veiklą ir įdėtas pastangas, o ne rezultatus. Todėl programos tapo neefektyvios, nenašios ir jų pasidarė per daug. JAV vyriausybė ieškojo būdų, kaip geriau išmatuoti veiklos našumą. Buvo sudarytos bandomosios programos veiksams šalyje ir užsienyje vertinti.

4 principas: Bendradarbiavimas su valstijomis ir apylinkėmis. Kitas pagrindinis NES elementas buvo partnerystė, numatyta tarp valstybinių ir vietinių pareigūnų. Vyriausybės pareigūnai turėjo labiau pasistengti bendradarbiauti su tais žmonėmis, kurie buvo daug artimesni eksportuotojams, nei Vašingtone esantys padaliniai. Dar daugiau, buvo aišku, kad didelė dalis eksporto skatinimo srities inovacijų atsiranda toli nuo sostinės.

1993 metų rugsėjo 29 dieną prezidento B. Klintono pristatyta nacionalinė eksporto strategija (NES) buvo reikšmingiausia visų laikų Administracijos pastanga strategiškai pažvelgti į prekybos skatinimą. NES tikslas buvo „pagerinti ir koordinuoti JAV vyriausybės eksporto skatinimo ir eksporto finansavimo programas tam, kad JAV įmonių privalumai ir galimybės

pasaulinėje rinkoje būtų maksimalūs“.²

Tarp pagrindinių šios strategijos rekomendacijų buvo pagerinti JAV prekybos skatinimo programas bei efektyviau išnaudoti JAV resursus ir pašalinti vyriausybines eksportavimui sudarytas kliūtis. To pasekoje buvo supaprastintas eksporto licencijavimas, vyriausybė ėmė veržliau veikti paskolų ir finansinių garantijų teikimo JAV eksportuotojams srityje, o prekybos skatinimo biurų tinklas šalyje ir užsienyje buvo atnaujintas ir sustiprintas. Po pirmutinės NES įgyvendinimo, tapo visiškai aišku, kad ši strategija ne tik veikia, ji tiesiog klesti. Tai liudijo ką galima nuveikti, kai daug vyriausybinių institucijų koordinuotai naudoja savo resursus ateities augimui ir darbo vietų kūrimui.

Visus pagrindinius NES principus turėjo lydėti konkrečios veiklos strategijos, kitaip iš jų nebūtų jokios naudos. Todėl į 1994-ųjų metų NES buvo įtrauktos konkrečios strategijos ir Klintono Administracija pranešė, kad NES duoda naudos amerikiečiams.

Pagrindinės strategijos, numatytos 1993 metais pateiktiems principams įgyvendinti, buvo:

a) *Kliūčių eksportui pašalinimas*. Prekybos augimo skatinimo koordinavimo komitetas (TPCC) išsipareigojo pašalinti vyriausybines kliūtis eksportui, kurios trukdė JAV įmonių gebėjimui konkuruoti, su sąlyga, kad JAV nacionalinis saugumas nebus statomas į pavojų. Nors kova su branduolinių ginklų platinimu Klintono Administracijai išliko svarbiausia. Tačiau, kaip sakydavo prezidentas Klintonas, “nacionalinis saugumas apima ir ekonominį saugumą”³, taigi, atgyvenę ir neefektyvūs eksporto kontrolės veiksmai, kurie nors ir nestabdė branduolinio ginklo plitimo, tačiau apsunkino JAV verslą ir dėl to buvo prarandamas eksportas, tikrai nebuvo tinkamas veiklos būdas.

Pradinėje TPCC apžvalgoje 1993 metų pavasarį šimtai eksportuotojų laikė eksporto kontrolės reformą pačiu svarbiausiu žingsniu, kurį turėjo padaryti federalinė vyriausybė, kad per trumpą laiką padidintų eksporto apimtis. Nuo 1994 metų Administracija gerokai liberalizavo kompiuterių ir telekomunikacijų eksportą ir dirbo eksporto licencijavimo supaprastinimo linkme, siekdama, kad vyriausybinė kontrolė atitiktų sparčius kompiuterinės ir telekomunikacinės įrangos srities pasiekimus. Dėl ankstesniojo kompiuterių kontrolės lygio, kuris buvo 12 MTOPS (milijonai teorinių operacijų per sekundę), buvo būtina gauti licencijas beveik kiekvienam kompiuteriui, kuris buvo galingesnis nei personalinis kompiuteris. Pasikeitus kontroliniam slenksčiui, kuris tuo metu buvo 194 MTOPS į daugumą vakarų šalių, didžiosios dalies kompiuterių eksporto kontrolė buvo visiškai liberalizuota. Kai NES pateiktos rekomendacijos buvo pilnai įvykdytos, nuo licencijavimo apribojimų atleido kompiuterinių produktų už maždaug 30 milijardų USD. Telekomunikacijų srityje Administracija panaikino eksporto kontrolę

² The NES//Business America, The magazine of international Trade, 1994, Volume 115, Nr. 4, April, p. 5

³ Tas pats, p. 6

didžiajai daliai įrangos į daugumą vakarų šalių, labai palengvindama licencinius apribojimus JAV įmonėms. Taip pat buvo supaprastintas reguliacinis procesas, kurį padarė skaidresnį, efektyvesnį ir labiau reaguojantį į pokyčius.

b) *Vyriausybinių advokatūra*. Ši tarpagentūrinė pastanga buvo pradėta tam, kad būtų koordinuojama federalinės vyriausybės parama JAV kompanijoms, kurios dalyvauja konkursuose dėl didelių sutarčių užsienyje. Pirmiausia tarpagentūrinis advokatūros tinklas buvo įsteigtas tam, kad būtų geriau koordinuojama veikla (žr. 2 lent. prieduose). Advokatūros centras buvo įkurtas Komercijos departamente. Jame verslininkai galėjo gauti informacijos, resursų ir paramos, susijusios su 100 pagrindinių vyriausybinių pirkimų projektų užsienyje. Sumanymas buvo skirti ypatingą dėmesį tiems mega projektams, kuriems reikėjo ne tik įprastinio JAV vyriausybės atstovavimo per ambasadorius ar apsilankančius aukštesniojo rango pareigūnus, tačiau kažko daugiau, tai yra pilnos teisininkų pagalbos, kuri aprėptų viską, nuo finansavimo iki politinio užsienio šalių spaudimo.

c) *Geresnis prekybos finansavimas*. Kritinis NES elementas buvo vyriausybinių masto susikoncentravimas į prekybos finansavimo problemas. Daugeliu atvejų JAV eksportuotojai, pateikdami aukštesnės kokybės produktus, patekdavo į nedėkingą padėtį konkurencijos prasme dėl kitų vyriausybių teikiamų pigesnių paskolų arba susietosios pagalbos. Tai buvo ypač akivaizdu augančių Azijos rinkų telekomunikacijų, energetikos ir transporto sektoriuose. Nors JAV sėkmingai sumažino kitų šalių susietosios pagalbos naudojimą 1993 metais, tačiau vis dar buvo suteikiami apie 6 milijonai USD metinių išsipareigojimų. Taigi, Exporto-Importo (Ex-Im) bankas pradėjo atmetinėti užsienio vyriausybių teikiamus susietosios pagalbos pasiūlymus. Finansinių 1995 metų biudžete buvo numatyta skirti 150 milijonų USD Kapitalo projektų paramos fondui, siekiant atremti konkurentų susietosios pagalbos pasiūlymus.

Taip pat buvo suintensyvinamas siekimas, kad JAV įmonės gautų didesnę eksporto galimybių, finansuojamų Pasaulio banko, Amerikos vystymo banko ir kitų daugiašalių skolinimo institucijų, dalį. Komercijos departamente buvo atidarytas konsultacinis centras, skirtas įmonėms, ieškančioms informacijos apie esamus projektus, bei buvo padvigubintas JAV vyriausybinių darbuotojų, dirbančių daugiašaliuose bankuose JAV verslo skatinimo srityje, kiekis. Buvo imtasi žingsnių, kad padaryti darbinio kapitalo programas patogesnėmis vartotojui. Tai buvo daroma siekiant, kad smulkioms kompanijoms būtų lengviau finansuoti savo eksporto pardavimus. Smulkaus verslo administracija (SBA) ir Ex-Im bankas sukūrė naują vieningą paraiškos formą, skirta bet kokiai federalinės vyriausybės darbinio kapitalo paramai gauti.

d) *Eksporto pagalbos centrų įkūrimas*. JAV eksporto pagalbos centrai buvo pradėti kurti nuo 1993 metų. Juose visoms įmonėms vienoje vietoje buvo teikiamas visapusiškas konsultavimas dėl eksporto skatinimo ir finansavimo. Šiuose centruose JAV verslininkai galėjo

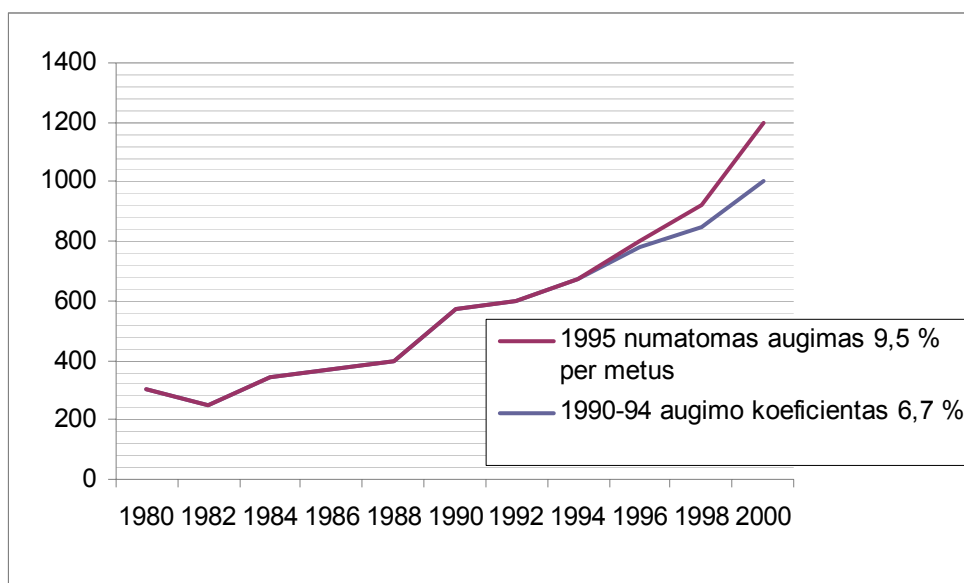
gauti informacijos iš Komercijos departamento, Ex-Im banko ir SBA po vienu stogu. Šią informaciją teikė darbuotojai, apmokyti aiškinti eksportavimo painumus.

Eksporto paramos centrai buvo pagrindinis JAV vyriausybės plano koordinuoti šalies ir tarptautinius veiksmus elementas. Visi, kas norėjo eksportuoti ir kuriems reikėjo informacijos ar kitokios pagalbos, galėjo eiti į vieną iš šių centrų ir išsyk prisijungti prie visų JAV ambasadų. Geras pavyzdys buvo programa, pavadinta „Export Mexico“ (eksportas į Meksiką), pagal kurią TPCC surengė šimtus seminarų, prekybinių mugių ir pasitarimų sesijų visoje šalyje, siekiant informuoti apie tai, kaip pasinaudoti Šiaurės Amerikos laisvosios prekybos susitarimu (NAFTA).

Apibendrinant, šioje NES buvo išdėstytas progresas, padarytas įgyvendinant 65, 1993 metais pateiktas, rekomendacijas ir kuriant eksporto skatinimo veiksmų vyriausybinio masto planą – pirmąją JAV strateginį planą. Organizuota aktyvi komercinė politika pereinamosioms ekonomikoms, detalizuoti žingsniai vyriausybinio masto Advokatūros centro kūrimui. Taip pat atskleistos naujos skatinimo iniciatyvos tradicinėse rinkose bei įkurta kampanija tokiems JAV pasaulinio konkurencingumo sektoriams, kaip paslaugų sektorius ir aplinkos apsaugos technologijos, skatinti. Be to, pradėtos prekybos finansavimo programos nesusietosios paramos ir projektų finansavimo srityse. Taip pat buvo susikoncentruota į keletą naujų krypčių, tokių kaip didelės kylančios rinkos (BEMs).

1995 metais NES veikė geriau nei bet kada. JAV vyriausybė buvo teisingame kelyje, siekiant iškelto 1993 metais tikslo - padidinti eksportą iki daugiau nei 1,2 trilijonų USD iki 2000-ųjų. (žr. 1 pav.) Tai reiškė, kad 2000 metais eksportas turėtų išlaikyti maždaug šešiolika milijonų darbo vietų. Taip pat buvo tikėtasi, kad 2000 metais žemės ūkio eksportas taps viena iš sričių, labiausiai prisidedančių prie bendro šalies eksporto augimo.

1 pav. JAV eksporto augimas (milijardai USD):



Šaltinis: Komercijos departamentas (U.S. Department of Commerce), ITA

Per pirmąjį 1995 metų pusmetį eksportas padidėjo 13 procentų, o į užsienį buvo išgabenta 16 procentų daugiau prekių. Ypač išaugo eksportas į pagrindines rinkas, įskaitant Japoniją (20 %), Kiniją (19 %), Rytų Azijos valstybes (30 %), Kanadą (16 %), Pietų ir Centrinę Ameriką (22 %) ir Europos Sąjungą (14 %). Vien tik JAV eksportas į dideles kylančias rinkas (BEMs) – trečdalis viso JAV eksporto – 1994 metais sudarė 159 milijardus USD.

JAV ekonomika ir pragyvenimo lygis kaip niekada stipriai priklausė nuo prekybos. Stipri parama JAV eksportui nuo 1993 metų palaikė 2 milijonus naujų, su eksportu susijusių, darbo vietų. 1994 metais prekyba sudarė apie 23 procentus bendros JAV ekonominės veiklos, o per pirmąjį 1995 metų pusmetį prekių ir paslaugų eksporto metinis rodiklis tapo 765 milijardai USD. JAV eksportas į Lotynų Ameriką ir Azijos-Ramiojo vandenyno regioną sudarė daugiau nei 240 bilijonų USD – tai daugiau nei JAV eksportas į Europą ir Japoniją kartu paėmus. Eksportas sudarė beveik trečdalį realaus JAV ekonominio augimo per pastarąjį dešimtmetį ir buvo tikėtasi, kad artimiausius penkis metus jis augs greičiau nei bendra ekonominė veikla.

Per 1994-1995 metus Klintono Administracija išstebulino ir pagilino savo pastangas sukuriant našesnes, efektyvesnes ir orientuotas į klientą eksporto skatinimo programas JAV įmonėms. Pagrindiniai 1995 metų NES komponentai buvo:

1. *Kliūčių JAV eksportui mažinimas.* Vienas iš pagrindinių tikslų, kuriuos Administracija nustatė 1993 metais, t.y. nebūtinų ir pasenusių vyriausybinių kliūčių JAV eksportui tarp valstijų ir į užsienį pašalinimas arba sumažinimas, buvo tęsiamas toliau. Remiantis JAV nacionalinio saugumo ir užsienio politikos interesais, per paskutinius NES įgyvendinimo metus buvo liberalizuota cheminių medžiagų, programinės įrangos, kompiuterių ir telekomunikacinio eksporto kontrolė bei supaprastintas eksporto kontrolės procesas.
2. *Reaguojanti prekybos finansavimo strategija.* Pagrindinis NES dėmesys buvo ir toliau skiriamas naujos, efektyvesnės prekybos finansų strategijos, kuri padėtų JAV įmonėms atitikti užsienio konkurenciją, sukūrimui. Esminis elementas buvo prekybą iškreipiančio finansavimo, teikiamo konkuruojančių šalių, panaudojimo, sudarant susietąsias sutartis, atėmimas. Susietosios pagalbos kapitalo projektų fondo (Tied Aid Capital Projects Fund), įkurto 1993 metais, veikla buvo efektyvi. Tai parodė nuo 1994 sausio Ex-Im banko sutikimas pakoreguoti savo sąlygas 33 atvejais, kuriuose kitos šalys žadėjo nebrangų finansavimą, kad gautų sutartis. Taip pat per 1994 metus buvo paleistos naujos programos nekoncesinės pagalbos ir projektų finansavimo srityse. Administracija padidino pastangas siekiant užtikrinti, jog JAV verslininkai žino apie projektus, finansuojamus per daugiašalio vystymo bankus, ir labai sustiprino bendradarbiavimą tarp vyriausybės finansų agentūrų.

3. *Susikoncentravimas į stambias rinkas ir svarbiausius sektorius.* Per 1995 metus buvo sukurti nauji prekybos skatinimo būdai, padedantys JAV įmonėms įsiskverbti į tas užsienio rinkas ir sektorius, kurių ateities augimo potencialas buvo didžiausias.

Didelių kylančių rinkų (Big Emerging Markets – BEMs) strategija ir toliau išliko pagrindine. Per šios NES įgyvendinimą:

- a) išplėsta BEMs strategija, kad ji apimtų visą Pietryčių Azijos valstybių asociaciją (Association of South-East Asian Nations / ASEAN) augimo regioną;
- b) kiekvienai šaliai sukurti atskiri specialūs eksporto skatinimo planai, įskaitant daugiau nei 250 prekybos misijų ir parodų planų ateinantiems metams;
- c) įkurti nepriklausomi verslo vystymo komitetai ir komitetai prie Komercinio centro daugelyje BEMs;
- d) padidintas techninės pagalbos ir apmokymų panaudojimas, skirtas eksporto augimui dinamiškose ekonomikose pakelti;
- e) susikoncentruota į naujas rinkos ekonomikas Centrinėje ir Rytų Europoje, buvusioje Tarybų Sąjungoje bei Vidurio Rytuose.

Per 1995 metus JAV vyriausybė sukonzentravo advokatūros veiksmus į 10 didelių kylančių rinkų (BEMs) bei pramonės sektorių, kuriuose JAV pardavimų potencialas buvo didžiausias: informacinės ir telekomunikacinės technologijos, transportas, energetika, aplinkos apsaugos technologijos, sveikatos apsauga ir finansinės paslaugos.

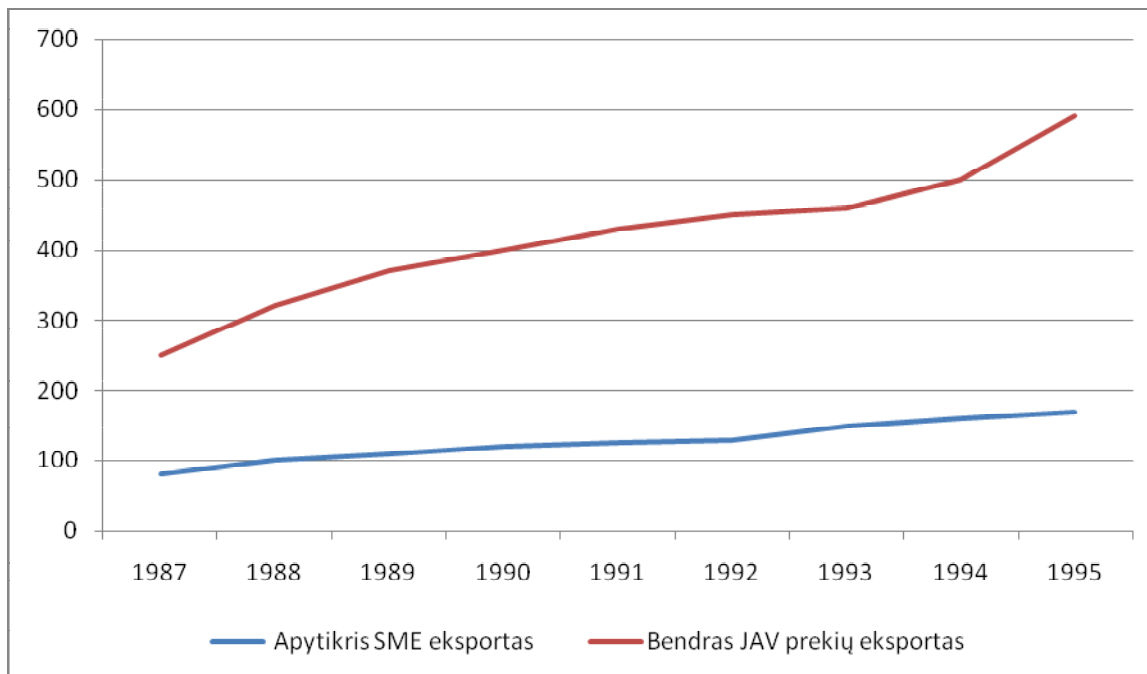
Nuo 1993 metų TPCC advokatūros tinklo pagalbos dėka JAV įmonės laimėjo daugiau nei 57 milijardus USD pagal verslo sutartis su užsieniu. Apytikriai apskaičiuota, kad pagal šias sutartis tiekiamas JAV eksportas sudarė apie 26 milijardus USD, kas savo ruožtu tiesiogiai palaikė virš 370 tūkstančių JAV darbo vietų.

Plėtojant šią veiklą, TPCC Advokatūros strategijoje 1996 metams buvo numatyta:

- padidinti advokatūros pastangas, įskaitant tarpagentūrinės ekspertizės stiprinimą per geresnius mainus tarp advokatūros centro ir kitų TPCC agentūrų; perimti daugiau vyriausybės padalinių valdomų prekybos misijų, kad padėti išsaugoti dideles sutartis JAV kompanijoms;
- sustiprinti užsienio konkurentų veiksmų analizę, įskaitant geresnį JAV vyriausybės vykdomą koordinavimą, kad stebėti pagrindinių konkurentų veiksmus ir panaudoti šią informaciją kuriant atsakomąją JAV strategiją;
- sustiprinti visų agentūrų mokymą ir orientavimą į advokatūros metodus;
- artimiau bendradarbiauti su tarptautinėmis organizacijomis, tokiomis kaip Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (OECD) ir Pasaulio prekybos organizacija (WTO), siekiant pašalinti nepriimtinas JAV konkurentų advokatūros praktikas.

Smulkus verslas buvo vienas iš svarbiausių dedamųjų tolimesniam JAV eksporto augimui. Įmonės, kuriose dirbo mažiau nei 500 darbuotojų, tuo metu įdarbino daugiau nei pusę JAV darbo jėgos ir sukūrė maždaug pusę viso JAV bendrojo vidaus produkto (BVP). (žr. 2 pav.).

2 pav. Mažų ir vidutinių įmonių (SME) eksportas, 1987-1995



Šaltinis: Komercijos departamento eksportuotojų duomenų bazė (EDB), ITA.

Pagrindinis TPCC tikslas, numatytas 1996 metams, buvo išplėsti tiek prekybos finansavimo programų žinomumą, tiek jų apimtį ir viešajame, ir privačiame sektoriuose. Užtikrinti, kad kvalifikuoti smulkaus verslo eksportuotojai turėtų žinių apie prekybos finansavimą ir galėtų jį gauti. Tam, kad pasiekti šį tikslą, buvo sukurta strategija, kaip pagerinti smulkaus verslo eksporto finansavimą, kurioje buvo penkiolika rekomendacijų, apimančių finansavimo gavimą, bankų pelningumą, ribų plėtimą, informacijos prieinamumą ir reguliacines kliūtis. Šiose rekomendacijose Smulkiam ir vidutiniam verslui (SME) buvo numatyta:

1. atlikti SBA ir Ex-Im banko programų suderinimo peržiūrą, siekiant įvertinti jų efektyvumą, pagerinti koordinavimą, supaprastinti standartus ir procedūras bei išplėsti veikimą;
2. padidinti SBA ir Ex-Im banko garantijas nebankiniams skolintojams;
3. paskatinti tolimesnę bendrą SBA garantijų su valstybinėmis eksporto finansavimo / laidavimo agentūromis plėtrą;
4. skatinti miesto / valstijos eksporto plėtros programas;
5. skatinti tolimesnį SBA centro ir Atsistatydinusių vadovų paslaugų korpuso (Service Corps of Retired Executives) dalyvavimą sistemiant eksporto paskolų prašymus;

6. tirti darbo su netradiciniais finansiniais ir eksporto tarpininkais būdus;
7. toliau paprastinti dokumentacijos reikalavimus, su kuriais susiduria bankai, norėdami pasinaudoti vyriausybėmis laidavimo programomis;
8. peržiūrėti galimybę padidinti Ex-Im bankui deleguotos valdžios ribas;
9. padidinti skolintojų, dalyvaujančių SBA Eksporto darbinio kapitalo lengvatinių skolintojų (Export Working Capital Preferred Lender) programoje, besiimančių mažesnių nei 750 000 USD paskolų, kiekį;
10. užbaigti JAV eksporto pagalbos centro (USEAC) tinklo mokymus;
11. stengtis padidinti mažų bankų žinias apie jų galimybes finansuoti smulkaus verslo klientų užsienyje užsakymus, pasinaudojant atitinkamais bankiniais ryšiais;
12. išplėsti TPCC pastangas šviečiant ir apmokant bankininkus;
13. sukurti standartinę jungtinę skatinimo medžiagą tarp TPCC agentūrų, siekiant nuoseklesnės, efektyviau pateikiamos misijos;
14. sukurti „katalogą“ internete, kuriame eksportuotojai galėtų prieiti prie centrinės duomenų bazės, kurioje pateikiama federalinės vyriausybės informacija;
15. peržiūrėti reglamentavimo problemas, kurias finansinės ir bankinės asociacijos įvardija kaip keliančias grėsmę smulkaus verslo eksporto finansavimui, sukurti darbinę grupę, kuri užsiimtų įstatyminėmis kliūtimis, bei paprašyti federalinių reguliuotojų pagalbos, kai problemos bus nustatytos.

Kartu 1995 metų NES buvo atnaujintas ir patobulintas vieningas prekybos skatinimo biudžetas finansiniams 1996 metams, išplėsta prekybos skatinimo vykdymo priemonių struktūra, sukurta 1994 metų strategijoje. Tarp esminių rekomendacijų TPCC biudžetui buvo:

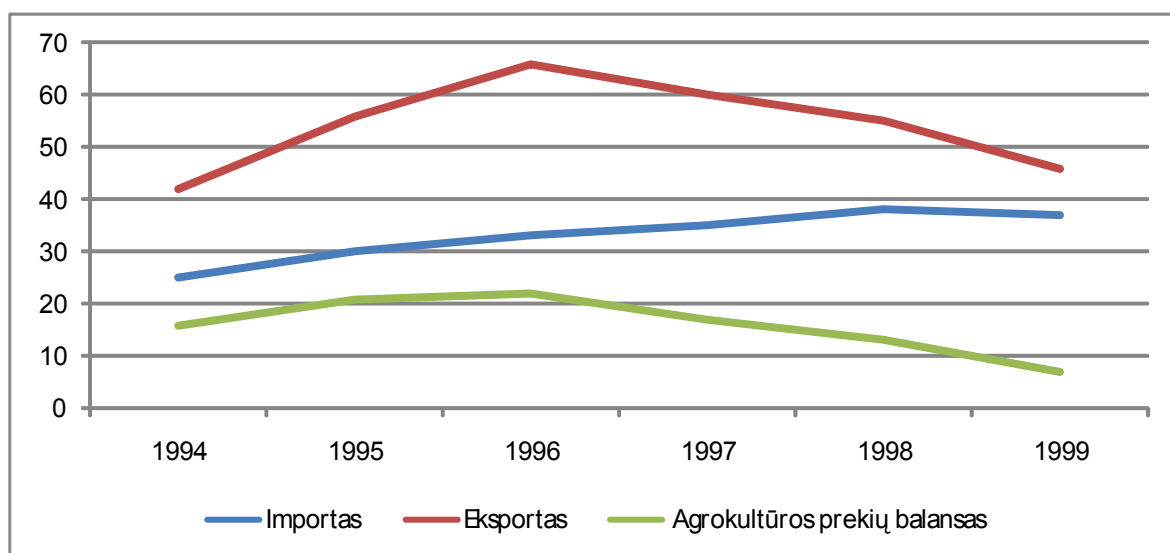
- užbaigti prekybos skatinimo galutinio poveikio priemonių kūrimą ir iš naujo sukoncentruoti agentūros ir TPCC prioritetus pagal šias priemones bei kitus agentūros tikslus, siekiant geriausiai atitikti JAV eksportuotojų ir JAV ekonomikos poreikius;
- sustiprinti integraciją tarp federalinio ir nefederalinio prekybos skatinimo, pašalinant paslaugų, kurias teikia privatus sektorius ir valstybinės bei vietinės vyriausybės, pasikartojimą;
- sukoncentruoti prekybos skatinimo resursus tose srityse, kuriose labiau paplitusios rinkos nesėkmės teikiant eksporto pagalbą, pavyzdžiui naujoms eksportavimo srityje ar rinkoje įmonėms, ir sumažinti užsienio kliūtis prekybai;
- padidinti užsienio ir vidaus sričių įstaigų bendradarbiavimą ir bendrą buvimo vietą.

Apibendrinant, šioje strategijoje buvo išvardinti naujausi TPCC veiksmai, susiję su bendra administracijos darbotvarke ir platesne šalies ekonominio augimo ir darbo vietų kūrimo strategija. Taip pat apžvelgta advokatūros politika dėl užsienio konkurencijos ir pateikti

pagrindiniai tarpagentūrinės advokatūros pasiekimai. Detalizuotos pastangos, nukreiptos į pagalbą, teikiamą smulkiems ir vidutinio dydžio įmonėms, siekiant, kad jos suvoktų savo pilną eksportavimo potencialą. Apžvelgtas progresas, kurį padarė TPCC agentūros nuo 1994 metų, kurdamos vieningą biudžetą ir jo vykdymo priemones. Parodytas siekis padėti JAV kompanijoms būti pirmosiomis, kurios išloš iš sustiprėjusios Pasaulio prekybos organizacijos, pilnai veikiančio NAFTA, naujausių rinką atveriančių sutarčių su Japonija, bei laisvosios prekybos zonų, kurios turėjo suteikti milžiniškų galimybių naujiems ir jau esamiems JAV eksportuotojams.

1996 metais JAV kompanijos toliau neprecedentiškai vykdė užsibrėžtus eksporto tikslus. Vien tik per pastaruosius tris metus eksportas padidėjo nuo 618 milijardų 1992 iki 787 milijardų 1995 metais. Prekių ir paslaugų eksportas stipriai augo antrus metus iš eilės, pasiekdamas padidėjimo 12,6 procento rekordą, o žemės ūkio eksportas nuo 1994 metų pakilo 22 procentais – 1996 metais pasiekdamas 65 milijardus USD. (žr. 3 pav.)

3 pav. . JAV Žemės ūkio prekės (milijardai USD)

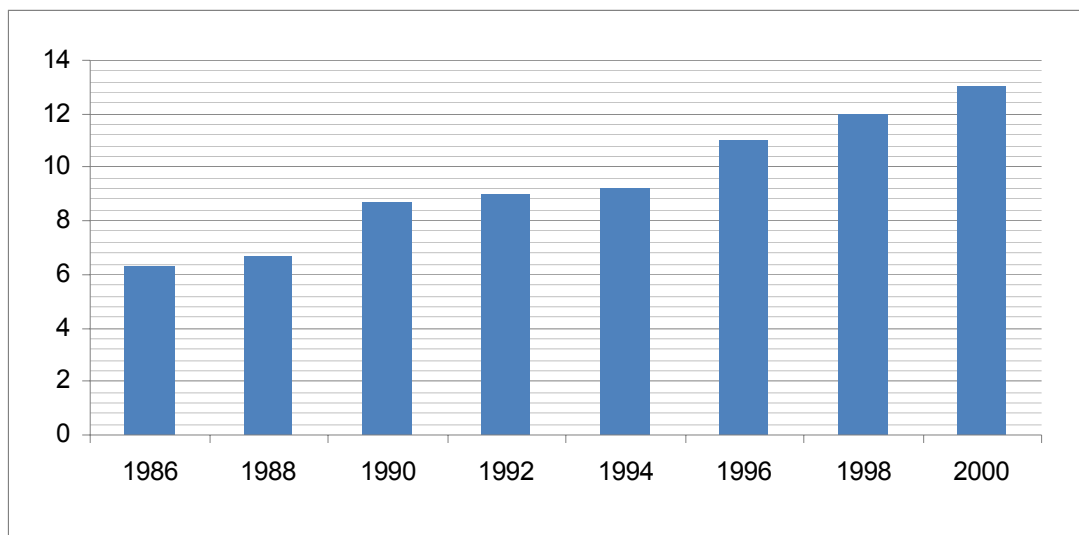


Šaltinis: Komercijos departamentas (U.S. Department of Commerce), Bureau of the Census

1995 metais buvo pasiektas svarbus lūžio taškas, kai eksporto augimas viršijo importo augimą. Buvo sukurta daugiau nei vienas milijonas naujų darbo vietų, tiesiogiai susijusių su eksporto augimu. (žr. 4 pav.)

1996-tų metų NES atspindėjo Administracijos tikėjimą, kad JAV įmonės tiesiog neklestėtų savo šalyje tol, kol jos pilnai neišnaudotų esamų milžiniškų galimybių užsienyje. Tapo neberealistiška manyti, kad JAV įmonės gyvena laikmetyje, kai vis dar gamina, perka ir pardavinėja daugelį produktų JAV ribose.

4 pav. JAV darbai palaikomi prekių ir paslaugų eksportu (milijonai USD)

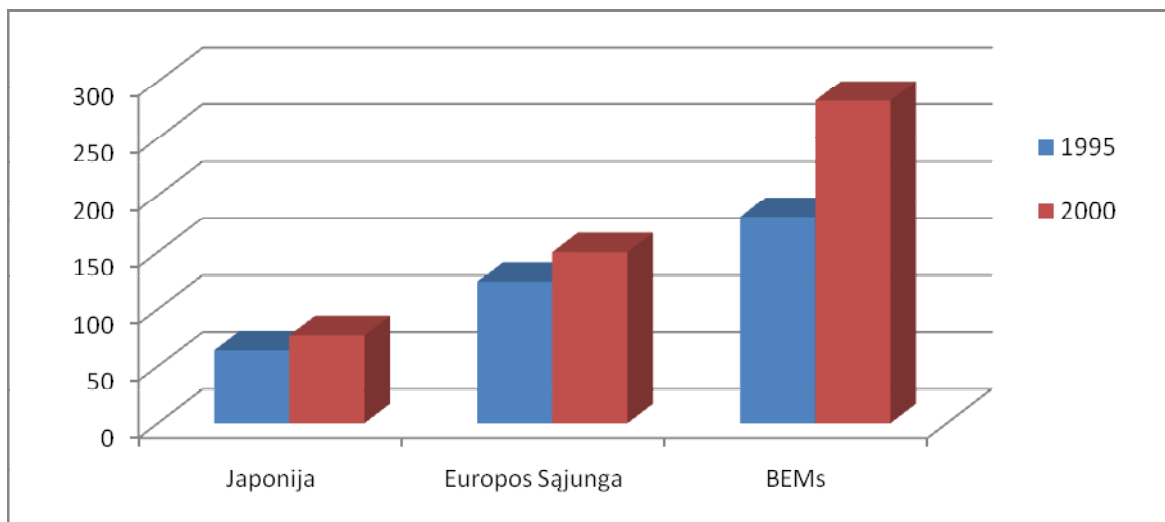


Šaltinis: Economics and Statistics Administration, U.S. Department of Commerce

1996 metais 95 procentai potencialių JAV įmonių klientų buvo už JAV ribų, o vien didelės kylančios rinkos (BEMs) 2010 metais turėjo sudaryti beveik pusę pasaulinės rinkos. Šios rinkos buvo pati geriausia galimybė JAV, todėl 1996 metų strategijoje BEMs ir toliau liko viena iš prioritetinių eksporto vystymo sričių, kuri buvo raktas į ateities eksporto augimą ir darbo vietų kūrimąsi JAV. (žr. 5 pav.).

5 pav. JAV prekių eksportas į BEMs, ES ir Japoniją (milijardai USD)

Pastaba: numatoma, kad JAV eksportas į BEMs bus didesnis, nei į ES ir Japoniją kartu



Šaltinis: JAV Komercijos departamentas (U.S. Department of Commerce)

Siekiant padėti JAV įmonėms užsiimti verslu tose rinkose, 1997 metų NES buvo numatyta tobulinti strategiją, kad vyriausybinių politika būtų skvarbesnė, t.y.:

- vertinami resursai, reikalingi veiksmams, atliekamiems didelėse kylančiose rinkose (BEMs) bei paklausai, atsirandančiai norint patenkinti didėjančius eksportinės pagalbos paslaugų poreikius šiose greitai augančiose rinkose;

- nukreipiami papildomi resursai į BEMs, kuriami JAV Komerciniai centrai;
- siekiant pagilinti JAV dvišalius komercinius ryšius ir išplėsti privataus sektoriaus dalyvavimą, įkuriami Verslo vystymo komitetai visose BEMs;
- teikiant teisinę paramą, ir toliau prioritetas skiriamas šioms rinkoms;
- siekiant sustiprinti JAV konkurencinę padėtį BEMs, savo veiklą pradėjo tarpagentūrinės planavimo grupės;
- ir toliau veikiama per jau egzistuojančius tarpagentūrinius mechanizmus – advokatūros tinklą, prekybos finansavimo darbo grupes bei naujai atsiradusią techninės pagalbos sistemą – siekiant kritiško požiūrio į eksportuotojams kylančias kliūtis ar trukdžius šiose rinkose bei jų sprendimo.

JAV prekybos finansavimo agentūroms, siekiančioms ir toliau sėkmingai konkuruoti su šalies įmonių arba užsienio konkurentų siūlomą finansavimą, buvo keliami dideli teikiamų paslaugų reikalavimai. Siekiant patenkinti šį poreikį pagal strategijos planą buvo:

- toliau mažinamas iškreipiančios koncesinės pagalbos panaudojimas prekyboje ir kruopščiai įgyvendinamos OECD taisyklės;
- išplėsta informacijos apie nekoncesinę pagalbą skleidimo programa, siekiant aprėpti kuo daugiau nekoncesinės pagalbos gavėjų, kad daugiau JAV kompanijų gautų naudos iš nekoncesinės pagalbos resursų;
- siekiant, kad nekoncesinės pagalbos skelbimo sistema taptų pastovia, sudaryta sutartis su OECD;
- užtikrinama, kad JAV vyriausybė vykdytų savo finansinius įsipareigojimus Daugiašalio vystymo bankui (MDB);
- padvigubintas agresyvaus informavimo ir siekimo kampanijos mastas ir užtikrinta, kad JAV smulkios, vidutinės ir mažųjų valdomos kompanijos žinotų apie eksporto ir projektų finansavimo galimybes, kuriomis galima pasinaudoti per MDB;
- sukurta iniciatyva, skirtą JAV kompanijų švietimui bei pagalbai joms siekiant pasinaudoti nešališkomis MDB paskolomis ir garantijomis savo projektams besivystančiose rinkose;
- pagerintas paslaugų koordinavimas ir padidinti resursai, skirti bendrai JAV ir MDB banko komercinei veiklai remti.

Šioje NES buvo tęsiamas advokatūros pastangų tobulinimas, kad užtikrinti, jog jos tikrai yra vyriausybinio masto ir pilnai koordinuotos. Administracija išplėtė privataus sektoriaus ir tarptautinių organizacijų pasiekiamumą, ypač daugiašalio vystymo bankų, kad jie gautų informaciją, būtiną norint sustiprinti procedūras, nukreiptas prieš abejotinas konkurencines veiklas.

Per 1995-1996 metų Advokatūros centro veikimo metus JAV eksportuotojams buvo suteikta teisinės pagalbos administruojant daugiau nei 230 verslo sutarčių su užsieniu, kurios įvertintos daugiau nei 40 milijardų USD per visą šių sutarčių veikimo laikotarpį.

1997 metų NES buvo numatyta stiprinti ir išplėsti veiksmus:

- didinant koordinaciją tarp Advokatūros centro ir prekybos finansavimo agentūrų, siekiant užtikrinti, kad jų prioritetai sutaptų;
- toliau didinant darbuotojų kiekį, pasinaudojant mainais su kitomis TPCC agentūromis ir privačiuoju sektoriumi, bei geriau koordinuojant darbą su MDB;
- išplečiant veiksmus, kad apimti daugiau JAV vyriausybinių agentūrų;
- sukuriant užsienio pareigūnų vizitų į JAV stebėjimo sistemą;
- patobulinant informacijos rinkimą ir užsienio konkurentų veiklos stebėjimą;
- pagerinant Advokatūros veiksmų su tarptautinėmis organizacijomis koordinavimą.

Per 1996-1997 metus Administracijos veikla ties smulkiojo verslo buvo susikoncentruota į naujų finansinių mechanizmų kūrimą, siekiant, kad kuo daugiau smulkių verslininkų jais pasinaudotų, ir į Ex-Im banko ir SBA prekybos finansavimo programų harmonizavimo užbaigimą. Taip pat toliau buvo teikiama informaciją apie geresnius prekybos būdus bei atliekami tyrimai, stiprinamas informacijos teikimas ir konsultavimas dėl prekybos finansavimo bei bandoma informuoti dar daugiau smulkaus verslo ir bankinių bendruomenių apie eksportavimo teikiamą naudą.

JAV smulkūs verslininkai laikė prekybos finansavimo gavimą pagrindine sėkmingo eksportavimo priemone, tačiau tuomet tik 75 iš daugiau nei 9000 JAV bankų realiai finansavo eksportą. Siekiant išspręsti šią problemą:

- SBA tobulino savo Eksporto darbinio kapitalo programą, kuri įgalino skolintojus (daugiausia bendruomeninius bankus) plėsti trumpalaikes paskolas be tarptautinės finansų ekspertizės, skirtas smulkiems eksportuotojams;
- Ex-Im bankas pasiūlė sukurti savo programą, sumodeliuotą pagal būsto paskolų rinką, kuri būtų orientuota į prieinamą kainuojantį vartotojų finansavimą. Jos dėka smulkūs bankai prisiimtų eksportinės veiklos riziką, o didesni bankai užsienio pirkėjų kreditavimo rizikos vertinimą bei turto rinkos finansavimą, suteikiantį bankams likvidumą su minimaliais ilgalaikiais kaštais JAV vyriausybei;
- SBA ir Ex-Im bankas veikė išvien su kitomis TPCC agentūromis ir privačiu sektoriumi, siekiant įvertinti, kaip užbaigti agentūrų prekybos finansavimo programų harmonizavimą.

Į 1996 metų strategiją buvo įtrauktos naujos strateginės komercinės politikos problemos bei jų sprendimo būdai, o būtent:

a) *Kyšininkavimas* - prekybos barjeras, kuris žeidė JAV komercinius interesus ir įtakojo pasaulinės prekybos sistemos stiprumą.

Administracija pasiūlė visapusišką vyriausybinių masto strategiją dėl kyšininkavimo, kuri buvo vykdoma Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijoje (OECD) ir Pasaulio prekybos organizacijoje (WTO) ir apėmė kitas vyriausybines iniciatyvas, kurios buvo reikšmingos JAV kompanijoms. 1995 metais buvo padarytas juntamas progresas šioje srityje. 1996-aisiais jis buvo išlaikytas tokio veiksmų plano dėka:

- suteiktas aukščiausias prioritetas siekimui susitarti dėl komercinio kyšininkavimo kriminalizavimo per OECD 1997 metais;
- dirbant Azijos ir Ramiojo vandenyno šalių ekonominio bendradarbiavimo organizacijoje (APEC) ir Amerikos laisvosios prekybos zonoje, skatinant skaidrumą ir atsiskaitomumą šalių dalyvių pirkimų veiklose ir siekiant aktyvaus Singapūro vyriausybės palaikymo WTO derybose;
- sukuriant procesą, skirtą greitam Amerikos šalių organizacijos (OAS) konvencijos įgyvendinimui ir visų OAS narių pasirašymui ir ratifikavimui, paskatinti;
- toliau dirbant kartu su tarptautinėmis finansinėmis institucijomis, siekiant užtikrinti, kad jos įgyvendintų G-7 mandatai dėl padidinto skaidrumo ir pirkimų standartizavimo;
- papildant Ex-Im banko tiekėjo sertifikatą, siekiant minimizuoti bet kokią kyšininkavimo įvykimo Ex-Im banko remiamose transakcijose galimybę, bei papildant Užsienio privačių investicijų korporacijos (OPIC) draudimo paraišką, siekiant sustiprinti prieš kyšininkavimą nukreiptas atsargumo priemones;
- praplečiant JAV vyriausybės Advokatūros rekomendacijas, siekiant kontroliuoti advokatūros pagalbą įmonei ir jos užsienyje esančiai pagrindinei bendrovei ar filialams: (1) nemokant kyšio, susijusio su sandoriais, kuriems atlikti numatyta advokatūra, (2) išlaikant ir sustiprinant apsaugančią nuo užsienio pareigūnų papirkinėjimo politiką;

b) *Standartai* ir atitikties įvertinimo reikalavimai, keliami kitų nacionalinių ir regioninių valdžios institucijų, tapo kritiniu faktoriumi, nustatant JAV įmonių ir darbuotojų kompetenciją. JAV prekybos partneriai vis labiau naudojo produktų standartus kaip įrankį, siekiant konkurencinio pranašumo savo eksportui į greitai besivystančias šalis.

JAV vyriausybės tikslas buvo pasiekti vieno testo konkrečiam vienam produktui dėl konkretaus standarto, kuris būtų priimtas pasauliniu lygiu, bei padėti JAV pramonei prisitaikyti, kai šie nauji standartai skyrėsi nuo tuo metu naudojamų JAV. Siekiant to buvo numatyta:

- akcentuoti techninės pagalbos programas, kaip pagrindą ilgalaikiai standartų internacionalizacijai ir harmonizavimo darbams;

- stiprinti konkurencinę komercinę politiką daugiašalių ir dvišalių standartų iniciatyvų pagalba;
- sustiprinti privataus JAV sektoriaus vaidmenį ir efektyvumą, įskaitant geresnį esamų patariamųjų komitetų panaudojimą, siekiant rinkos dalies, susijusiose su standartais srityse;
- stiprinti JAV techninę infrastruktūrą.

c) *Techninė pagalba* vaidina svarbų vaidmenį, skatinant prekybą ir keliant ekonominį augimą besivystančiose šalyse bei kylančiose rinkose. Tai galingas komercinis eksporto skatinimo įrankis. Techninė pagalba naudojosi tiek JAV, tiek užsienio vyriausybės, siekdamos sukurti stiprius komercinius bei prekybinius ryšius su besivystančiomis bei pereinamosios ekonomikos šalimis. Siekiant padėti JAV įmonėms peržengti žemiausią šių projektų ribą:

- TPCC agentūros veržliau teikė techninę pagalbą, su tikslu paskatinti ekonominį augimą besivystančiose šalyse, bei padėjo JAV kompanijoms įveikti konkurencinių užsienio vyriausybių veiklų sunkumus, kuriuos buvo sudėtinga pritaikyti JAV sistemai;
- TPCC nuodugniau užsiėmė pagalbos vystymui programomis, siekiant sukurti ir sustiprinti rinkos institucijas besivystančiose šalyse ir pereinamosiose ekonomikose;
- TPCC agentūros taip pat teikė ilgalaikius techninius patarimus užsienio ministrams, įgyvendinant pagrindinius projektus ir vykdė jų priežiūrą;
- TPCC geriau koordinavo savo techninės pagalbos veiklas.

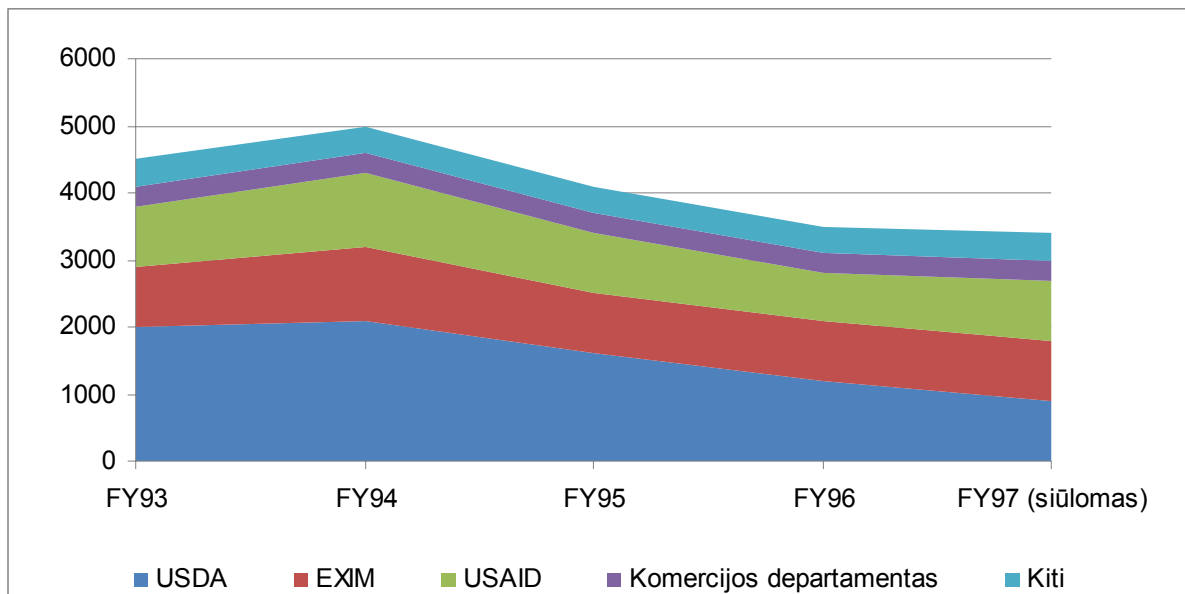
TPCC agentūros per 1996 metus labai prisidėjo prie šalies eksportuotojų skatinimo, nepaisant mažėjančių išlaidų šiai sričiai. TPCC programoms finansiniais 1996 metais biudžetui buvo skirta 2,6 milijardo USD, tai gerokai mažiau nei 1995 metais išleisti 3,6 milijardo USD. (žr. 6 pav.).

Kartu didelės pastangos buvo skirtos agentūrų darbo našumo vertinimo tobulinimui. Ypač atsižvelgta į eksportavimo, sukurtą vien tik programų dėka, mastą. Nors ne visos TPCC agentūros galėjo pateikti kiekybinius savo programų poveikio įvertinimus, tačiau tos agentūros, kurios galėjo tai padaryti, įvertino, kad 1995 metais jų programų rezultatas buvo 68 milijardai USD eksporto.

Administracija padėjo JAV eksportuotojams nuveikti dar daugiau kūrybingai sudarydama efektyvias programas ir iniciatyvas, pranašiai valdydama esamus resursus bei papildomai bendradarbiaudama su dinamišku JAV privačiu sektoriumi.

6 pav. TPCC biudžeto pasiskirstymas pagal agentūras, FY 1993-1997 (milijonai USD)

Pastabos: USDA – JAV Žemės ūkio ministerija, EXIM – EksportoImporto bankas, USAID - JAV Tarptautinio vystymo agentūra.



Šaltinis: JAV Komercijos departamentas (Department of Commerce)

Apibendrinant, šioje NES Administracija akcentavo padidėjusią konkurenciją, su kuria JAV įmonės ir darbuotojai susidūrė pasaulinėje rinkoje ir sukūrė visapusišką susidorojimo su šia konkurencija ir užtikrinimo, kad JAV kompanijos ir darbuotojai pirmieji pasinaudotų prekybinių sutarčių privalumais, vyriausybine strategija. Buvo apžvelgtos tradicinės prekybos skatinimo problemos – prekybos finansavimas, advokatūra ir praeitų metų pastangos padėti smulkiam verslui iš konkurentų veiklos perspektyvos, bei atitinkamai patobulinti veiklos metodai, taikomi JAV kompanijoms. Taip pat į strateginę komercinę politiką įtrauktos naujos problemos - kyšininkavimas ir korupcija, standartizavimas ir techninė pagalba, kuriomis, norint kad JAV įmonės ir darbuotojai ateinančiame amžiuje būtų pasaulinės ekonomikos priešakyje, buvo būtina užsiimti jau tada.

Tarp didžiausių Klintono Administracijos veiklos pasiekimų per **1997 – 2001** metus galima paminėti tai, kad:

- pavyko pašalinti pasikartojančių ir painių programų kompleksą;
- pastangos toliau buvo nukreiptos į daugiausia žadančių JAV eksporto augimo ateityje požiūriu rinkų ir sektorių atvėrimą ir skatinimą jose dalyvauti;
- sėkmingai sumažintas užsienio paramos, kurią privaloma panaudoti ją skyrusioje šalyje (susietosios pagalbos), kiekis;
- patobulintas koordinavimas tarp finansinių agentūrų;
- supaprastintas eksporto licencijavimo procesas;

- išplėstos apsidraudimo nuo politinės rizikos ribos, siekiant atspindėti pasaulinės rinkos komercines realijas;
- palengvintas smulkaus verslo prekybos finansavimas;
- sukurtas Advokatūros centras ir tarpagentūrinis Advokatūros tinklas;
- užbaigtas nacionalinis JAV Pagalbos eksportui centrų (USAECs) tinklas - tarpagentūriniai centrai, įkurti 15 JAV miestų;
- toliau kuriami komerciniai centrai visame pasaulyje, siekiant susitelkti į JAV regioninio eksportavimo skatinimo programą per didelių kylančių rinkų iniciatyvą.

2002 metų gegužę prezidento Bušo Administracija išleido savo pirmąją nacionalinę eksporto strategiją (NES), kuri buvo tolimesnio TPCC kurso planas. Kaip teigė prezidentas Bušas, ši strategija „nustato kursą, siekiant, pasaulinės klasės federalinių programų sistemos, skirtos programoms koordinuoti, didinti ir nukreipti į labiausiai smulkioms ir didelėms JAV kompanijoms reikalingus įrankius, su tikslu pasinaudoti kylančiomis prekybos galimybėmis.“⁴

Pagrindiniai 2002 metų NES pasiekimai:

- Japonijos vyriausybė sutiko su JAV pasiūlymu OECD, kuriame buvo reikalaujama, kad svarbiausi inžinerijos ir projektavimo (FEED) tyrimai būtų vykdomi be užsienio paramos, kuri turi būti išleidžiama paramą skyrusioje šalyje, kai jie liečia nesusietus su šia šalimi pagalbos projektus. Šis rezultatas buvo gautas dėl vieningos JAV nuomonės sudarant OECD ir TPCC rekomendacijas JAV Prekybos ir vystymo agentūrai (TDA) bei FEED tyrimų programos vykdymo JAV;
- JAV SBA padidino savo ExportExpress verslo vystymo paskolų laidavimo programą nuo 125 000 USD iki 250 000 USD;
- JAV Ex-Im bankas, SBA, Prekybos departamento Statistikos biuras ir Tarptautinės prekybos administracija (ITA) įkūrė jungtines marketingo užduočių pajėgas, kurias reguliariai susitikdavo, siekiant koordinuoti literatūrą ir paviljonus pagrindinėse šalies prekybinėse parodose, prekybos finansavimo seminaruose bei tiesioginio adresavimo kampanijose;
- OPIC sudarė kooperacines sutartis su SBA ir JAV Komercinių paslaugų skyriumi, įgalindama šias agentūras kartu vykdyti mokymus, kurti iniciatyvas bei dalintis resursais.

Stebėjimų dėka buvo sukurta eilė rekomendacijų, kurios užtikrintų, kad JAV 21 amžiuje turėtų tinkamus įrankius imantis strategiškesnių darbo būdų. Rekomendacijos buvo suskirstytos į sekančias sritis:

⁴ <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2002FINAL.pdf>; prisijungimo laikas: 2006-12-05

- *Pagrindiniams projektams* buvo siūloma koordinuoti veiklą, kad būtų pakankamai anksti nustatytos galimybės ir JAV įmonės galėtų efektyviai dėl jų konkuruoti. Išplėsti prieinami eksportuotojams koncesinės pagalbos įrankiai. Panaudota veržli advokatūra ir visi politikos įrankiai, kad JAV įmonės laimėtų svarbius projektus. Taip pat rekomenduota, kad parama JAV įmonėms tęstųsi viso projekto gyvavimo laikotarpio eigoje, TPCC agentūroms veikiant kaip darniai komandai, siekiant užtikrinti, jog JAV darbo vietos ir ekonominiai interesai būtų saugomi užsienio rinkose.
- *Klientų aptarnavimo* srityje sureaguota į naują informaciją apie tai, kad net patys mažiausi eksportuotojai turi didelių su vyriausybėmis paslaugomis susijusių lūkesčių. Suintensyvinti tarpagentūriniai apmokymai. Aukštas prioritetas skirtas dalijimuisi informacija, tarpagentūrinės klientų valdymo sistemos, vieningo tinklo ir prekybos tarpininkų duomenų bazės sukūrimui, kad smulkus ir vidutinis verslas geriau panaudotų šiuos resursus. Agentūros buvo skatinamos formaliau kooperotis, siekiant išnaudoti vyriausybės resursus JAV verslui.
- Efektyvios *aprešimo strategijos* būtinumas. Pernelyg daug smulkių ir vidutinio dydžio įmonių nežinojo apie federalinės vyriausybės teikiamą pagalbą. Žinomumo didinimo sistema labai priklausė nuo ryšių su valstybiniais ir vietiniais partneriais. Taip pat rekomenduotos viešosios-privačiosios partnerystės, kurios buvo labai efektyviu vyriausybinių programų žinomumo ir prieinamumo didinimo būdu.

Šie žingsniai, reakcija į tuometinę pasaulinę rinką, pateikė sprendimus bei įrankius, sukurtus siekiant padėti JAV įmonėms suprasti pilną savo potencialą užsienio rinkose, tuo pat metu užtikrinant efektyvesnę ribotų prekybos skatinimo resursų panaudojimą.

Buvo pripažinta, kad bet kokio dydžio kompanijų importas ir užsienio investicijos gali būti kritiniais pasaulinio konkurencingumo veiksniais bei kartu vienu iš JAV ekonominio klestėjimo pagrindų. Bendrai žiūrint, importas gali padėti generuoti eksportą, o neinvestuojant užsienyje, šalies eksportinė veikla gali sumažėti. JAV eksportuotojai linkę būti importuotojais ir užsienio investuotojais, kadangi pasaulinėje rinkoje visos šios veiklos yra susijusios.

2002 metų strategija buvo pirmas žingsnis į TPCC, kaip sisteminio veiklos efektyvumo gerinimo įrankio panaudojimą, tai yra užtikrinimą, kad JAV eksportuotojai galėtų pasinaudoti pasaulinės klasės eksporto skatinimo programomis bei paslaugomis bei kad šios programos būtų efektyvios.

Kaip teigė prezidentas Bušas strategijos įvardiniame pranešime, „vyriausybė gali vaidinti lemiamą vaidmenį, skatinant palankią prekybai aplinką, kas atvertų potencialą ir suteiktų

galimybes JAV kompanijoms. Ši strategiją nustato stiprią kryptį, įgalina ir įpareigoja TPCC institucijas ją įvykdyti“.⁵

Siekiant rasti tinkamą kai kurių problemų sprendimą, 2003 metais buvo numatyta pereiti formalų lyginamosios analizės procesą: sistemiškai palyginti JAV programas su kitomis „geriausiomis praktikomis“, išmatuoti jų efektyvumą bei pritaikyti programų tobulinimo metodus. Į šias problemas įėjo geresnis JAV smulkių eksportuotojų apmokymas, tobulesnis informacijos srautas prekybos skatinimo agentūrų viduje, tarp agentūrų bei tarp jų klientų, savalaikiškesnė pagalba JAV klientams.

Apibendrinant, šioje NES rekomendacijose sutelktos tris sritys: svarbesni projektai, klientų aptarnavimas ir efektyvus aprėpimas. Strategijos dėmesio centre buvo problemos, kaip JAV vyriausybė galėtų labiau padėti įmonėms – ypač smulkaus ir vidutinio dydžio – eksportuoti, sprendimas. NES išdėstytos rekomendacijos buvo suformuotos remiantis tyrimu apie 3,000 smulkaus ir vidutinio dydžio eksportuotojų ir vėlesniu tyrimu: interviu su daugiau nei 100 eksportuotojų, tarpininkų, investuotojų ir kreditorių. Buvo atlikta papildoma sėkmingų eksporto augimą skatinančių strategijų, kurių ėmėsi kitos valstybės, analizė.

2003 metų NES buvo skirta rekomendacijų, pateiktų 2002 metų strategijoje, būklei aprašyti, nes TPCC paskelbė, kad maždaug trečdalis rekomendacijų buvo įgyvendintos.

2003 metais atliktų nacionalinių apklausų ir eilės grupinių diskusijų dėka išaiškėjo, kad nors JAV turėjo daug tinkamų programų ir žmonių joms įgyvendinti, tiek didelėms, tiek smulkioms kompanijoms reikėjo, kad tuometinės aršios kompetencijos tarptautinėje aplinkoje vyriausybė veiktų labiau kaip strateginis partneris. Iš jos buvo tikėtasi:

- aktyvesnio ir labiau koordinuoto požiūrio – kad projektų kūrimo srityje susilyginti su tarptautine konkurencija;
- didelio poslinkio pirmyn klientų aptarnavimo srityje, įskaitant turto valdymo kultūrą bei geresnį tarpagentūrinį bendradarbiavimą;
- aprėpiamų veiksmų išplėtimo, kad jie pilnai susietų agentūrų marketingines strategijas ir darbus su savivaldybių partnerių ir privataus sektoriaus veikla.

Norint efektyviai išnaudoti menkus resursus, reikėjo efektyviai koordinuoti federalines programas. Kaip prekybos skatinimo paslaugų tiekėjai, TPCC agentūros buvo atskaitingos prieš savo klientus, JAV verslininkus. Jie pripažino, kad jų apmokymų ir aprėpimo paslaugų tempas turi būti palaikomas toks pat, kaip ir greitai besikeičiančios verslo aplinkos dalyvių.

2003 metų NES aukščiausi prioritetai buvo:

⁵ Tas pats.

- *Koordinavimas pokriziniuose regionuose.* TPCC agentūrų programos buvo svarbus Administracijos rekonstrukcinių veiksmų Irake ir JAV koalicinių partnerių Centrinėje ir Rytų Europoje ekonomikų stiprinimo įrankis. Agentūros dirbo greitai ir koordinuotai, kad įtrauktų JAV verslo bendruomenę į privataus sektoriaus augimo stimuliavimo veiklą. Tokia veiklą apėmė JAV investavimo ir eksportavimo finansavimą, konferencijų rengimą, išitraukimą į projektų ruošimo veiklą bei partnerių suradimo paslaugų teikimą.
- *SBA/Ex-Im banko darbinio kapitalo programų integravimas.* JAV komercijos departamentas, Ex-Im bankas ir SBA tyrė resursus, skirtus smulkaus verslo prekybos finansavimui, įskaitant marketingines veiklas bei paralelinį finansavimą, racionalizavimo būdus.
- *Ankstyvųjų projektų vystymo komandos* apibrėžė projektus pagrindinėse rinkose ir pirmieji panaudojo naujus prekybos finansavimo rinkodaros būdus. Mokymų dėka ir toliau buvo atrandami efektyvesni bendradarbiavimo būdai.
- Per 2003 metus agentūros sukūrė procedūrų rinkinį pirmajai *JAV vyriausybės mišrių kreditų bandomajai programai*, derinančiai JAV Tarptautinio vystymo agentūros dotacijas ir Ex-Im banko finansavimą. Formaliai programa buvo pradėta vykdyti 2003 metų viduryje, pateikiant nurodymus JAV užsienio pareigūnams. Per 2004 metus buvo suplanuota apmokyti juos, kaip naudotis šia programa.
- *TPCC agentūros vaidino svarbų vaidmenį saugumo srityje.* Nors daugelis TPCC agentūrų nebuvo priešakinėse valstybinio saugumo linijose, TPCC sukūrė pagrindinę eksporto skatinimo iniciatyvą, siekiant padėti JAV tarptautinio aljanso partneriams pasauliniame kare su terorizmu, tuo pat metu remiant gynybinius tikslus ir didinant JAV eksportą. Veikla buvo orientuota į JAV privataus sektoriaus galimybes bei tarptautinio saugumo poreikius.
- *Tarpagentūrinės mokymų programos sukūrimas.* Tai buvo vienas iš svarbiausių TPCC įsipareigojimų. 2003 metų sausio mėnesį buvo prarastas pirmas tarpagentūrinis prekybos specialistų seminaras, skirtas išmokyti personalą žiūrėti į federalinį prekybos skatinimą kaip į komandinį reikalą, susikoncentruojant į klientų pelno valdymą. Norint pasiekti reikiamo kultūros poslinkio, reikėjo išplėsti šiuos mokymus iki visų sričių specialistų bei ilgalaikio agentūrų įsipareigojimo.

JAV palaikė lyderiaujančias savo pozicijas pasaulinėje prekyboje per derybas dėl naujų daugiašalių ir dvišalių prekybos sutarčių. JAV vyriausybė teikė prieinamas ir efektyvias paslaugas, kad JAV verslininkai galėtų pilnai išnaudoti atsivėrusias rinkas. Tai buvo vienodai svarbu tiek mažoms ir vidutinėms įmonėms, kurios buvo įsipareigojusios plėsti savo pardavimus užsienio rinkose, tiek didelėms JAV įmonėms, kurios visą pasaulį laikė savo rinka. Kaip sakė

prezidentas Dž. Bušas „atviros prieigos prie užsienio rinkų saugumo užtikrinimas yra gyvybiškai būtinas JAV ekonomikos stiprumui ir nenutrūkstamam augimui.“⁶

Bušo Administracija, vadovaudamasi 2002 metų Prekybos aktu, pajudėjo pirmyn daugelyje sričių, siekiant sukurti eksportavimo galimybes JAV verslininkams. Buvo derėtasi su Čile ir Singapūru dėl Laisvosios prekybos sutarčių. FTA derybų klausimais buvo judama pirmyn Maroke ir penkiose Centrinės Amerikos šalyse ir ruošiamasi pradėti FTA derybas su Australija bei Pietų Afrikos Muitinės Sąjunga.

Amerikos Laisvosios prekybos zonos derybos perėjo į naują fazę, kadangi vakarų pusrutulio šalys pateikė konkrečius pasiūlymus sumažinti tarifus ir pašalinti prekybines kliūtis. Kadangi atsivėrė naujos rinkos, eksportas išliko viena iš stipriausių vilčių pakelti pragyvenimo lygį ir grąžinti JAV ekonomikai sveiką augimą. Darbuotojai, kurie dirbo darbuose, susijusių su eksportine prekyba, gaudavo 13-18 procentų didesnes algas nei šalies vidurkis. JAV prekių ir paslaugų eksportas palaikė mažiausiai 12 milijonų šalies darbo vietų, o vienas iš 5 gamybinių darbų buvo susijęs su eksportu. Žemės ūkyje eksportas vaidino dar svarbesnį vaidmenį, kadangi pardavimai užsienio rinkoms sudarė 25 procentus visų pardavimų.

Tuometinėje ekonominėje aplinkoje svarbiau nei bet kada buvo užtikrinti, kad federalinės programos, sukurtos siekiant padėti JAV įmonėms sėkmingai vystytis ir konkuruoti užsienio rinkose, būtų kaip galima efektyvesnės ir strategiškesnės. Nors JAV eksporto paklausą veikė daugybė faktorių – tokių kaip valiutų kursai ir pasaulinis ekonomikos augimas, buvo keletas sričių, kuriose federalinis prekybos skatinimas galėjo daryti didelę įtaką. Viena iš tokių sričių - smulkaus verslo prieigos prie informacijos ir finansavimo gerinimas.

Nuo 1993 iki 2000 metų eksportuojančių prekes mažų ir vidutinių įmonių (t.y. įmonių, kuriose dirbo mažiau nei 500 darbuotojų) kiekis išaugo nuo 108 000 iki 239 000 tūkstančių. Daugelis šių įmonių vadinami „energingais“ eksportuotojais: pasiruošę, norintys ir galintys skverbtis net į sudėtingiausias rinkas. Tuo pačiu metu, du trečdaliai mažų ir vidutinių eksportuojančių įmonių pardavinėjo prekes tik vienai užsienio rinkai, kas parodė, jog smulkaus verslo sektorius turi nerealizuotą eksportavimo potencialą. Žvelgiant į platesnę verslo bendruomenę, 2002 metais atlikus daugiau nei 2000 tūkstančių neeksportuojančių įmonių apklausą, paaiškėjo, kad 30 procentų jų norėtų eksportuoti, jei kas nors jiems nurodytų kaip.

TPCC turėjo atlikti vertingą vaidmenį prekybos skatinimo ir vystymo politikos sankirtoje, kadangi prekyba ir investavimas tapo vis svarbesniu pasaulio valstybių vystymosi siekiu. Per 2004 metus TPCC agentūros planavo papildyti Administracijos prekybinių pajėgumų kūrimo veiksmus kylančiose rinkose. Nukreipti savo veiksmus į komercinę infrastruktūrą (tokią, kaip

⁶ <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2003FINAL.pdf>; prisijungimo laikas: 2006-12-09

uostai, vidiniai pervežimai ir telekomunikacijos), kurios toms šalims reikėjo, kad jos taptų stipresniais ir produktyvesniais prekybos partneriais, o taip pat padėti joms vystyti smulkų verslą ir susieti jas su tarptautine ekonomika. Reikėjo susikonsoliduoti į šalis ir regionus, tokius kaip Centrinėje Amerikoje, jau pradėjusius derybas dėl laisvosios prekybos sutarčių su JAV. Taip pat skatinti Rusijos verslo klimato vystymą, atkreipiant dėmesį į sėkmingas verslo aplinkas, kurios gali parodyti būdus, kaip padaryti šią šalį priimtinesnę JAV kompanijoms.

Apibendrinant, 2003 metų strategijoje aprašomas progresas, kurį padarė keletas federalinių valstybės agentūrų, įgyvendinant TPCC 2002 metų NES rekomendacijas, pagrįstas didesniu eksportuotojų poreikiu, kurie buvo nustatyti nacionaliniu tyrimu, supratimu. Tarp žymesnių laimėjimų buvo jungtinių marketingo pajėgų įkūrimas, kurias sudarė Ex-Im bankas, SBA, Komercijos departamentas ir Žemės ūkio departamentas. Taip pat buvo reikšmingos JAV vyriausybės tarpinstitucinės pastangos, kurios baigėsi susitarimu su Japonų vyriausybe dėl tam tikrų laisvos pagalbos projektų su Ekonominio bendradarbiavimo ir vystymo organizacija (OECD). Strategijoje taip pat apibrėžti keli prioritetai 2004 metams, tokie kaip sustiprintas tarpinstitucinis apmokymas ir integruotos SBA / Ex-Im banko apyvartinio kapitalo programos.

2004 metais TPCC agentūros priėmė į ateitį orientuotą požiūrį ir strategiškiau pradėjo naudoti prekybos skatinimo programas. Agentūros tą darė glaudžiau koordinuodamos savo pagrindinių Administracijos prioritetų rėmimo pastangas, siekiant kad JAV verslininkai, darbuotojai ir ūkininkai galėtų sėkmingai dalyvauti pasaulinėje rinkoje. O taip pat atlikdamos kritinį vaidmenį stiprinant naujas demokratijas.

2004 metų strategijoje TPCC nustatė tris sritis, kuriose buvo būtinas JAV eksportuotojų ir investuotojų dalyvavimas:

- 2002 metų Administracijos NES ir prekybos skatinimo rekomendacijų įgyvendinimo tęsimas;
- tolimesnis JAV verslo vystymas rinkose, kuriose svarstomos laisvosios prekybos sutartys;
- Administracijos nacionalinės ekonominės darbotvarkės rėmimas tose šalyse, kurios patyrė ekonomines krizes.

Nuo pirmo Bušo Administracijos NES išleidimo 2002 metais visos pagrindinės agentūros gerokai progresavo strategijoje pateiktų rekomendacijų įgyvendinimo srityje. Šios agentūros sukūrė iniciatyvas, kurios tiesiogiai reagavo į Administracijos strateginius prioritetus, o kai kuriais atvejais buvo įvykdytos reikšmingos programinės ir organizacinės reformos. To pasekoje JAV prekybos skatinimo programų atsakas į klientų poreikius tapo žymiai geresnis.

Pastarųjų trijų metų pasiekimai, kurie buvo aptarti šioje strategijoje:

- *Atnaujintas dėmesys klientui.* Komercijos departamento Tarptautinės prekybos administracijoje (ITA) buvo padėti visų eksporto skatinimo veiklų pamatai įskaitant aprėpimą, klientų valdymą, projektų vystymą ir kompanijos problemų sprendimą. Ši reorganizacija pagerino vienas kitą stiprinantį Advokatūros ir Komercinių paslaugų centrų užsienio veiklos sričių veikimą. JAV Ex-Im banke visi finansiniai produktai buvo sukoncentruoti vienoje vietoje, kas labai paspartino vykdymo trukmės sumažinimą. OPIC įkūrė naują Smulkiojo verslo centrą, kuris aptarnavo mažas ir vidutines kompanijas ir veikė „vieno langelio principu“, tai yra jame SME įmonėms vienoje vietoje buvo teikiamas visapusiškas konsultavimas dėl eksporto skatinimo ir finansavimo.
- *Ex-Im banko ir SBA susitarimas dėl bendrų garantijų.* Įgyvendinus šį susitarimą, skolintojai ir eksportuotojai galėjo nepastebimai judėti tarp SBA ir Ex-Im banko. Kai buvo pasiekama SBA garantijos riba, tai likusiai paskolos daliai buvo suteikiama Ex-Im banko garantija. Privalumas klientui buvo tai, kad jam reikėjo būti tik vienos įstaigos klientu, nes SBA tvarkė vidines operacijas ir palengvino Ex-Im banko patikrinimus.
- *Projektų vystymas.* TPCC agentūros nustatė projektų galimybes Meksikoje ir prioritetinius infrastruktūros projektus Brazilijos viešajai-privačiajai partnerystei. Rusijoje buvo sukoncentruota į infrastruktūros ir transportavimo saugumo projektus.
- *Mišrių kreditų iniciatyva.* Mišrių kreditų iniciatyva leido JAV Tarptautinio vystymo agentūrai (USAID) derinti savo subsidijas komerciškai neperspektyviems vystymo projektams su Ex-Im banko paskolomis ir garantijomis.
- *Geresnis tarpagentūrinių programų žinomumas.* Buvo apmokyti beveik 100 TPCC agentūrų darbuotojų iš 10 skirtingų agentūrų, kad jie pilnai išmanytų smulkiam verslui vyriausybės teikiamus produktus ir paslaugas. Kadangi vis daugiau darbuotojų buvo apmokami apie pagrindinius kitų agentūrų programų ypatumus ir mažų kompanijų poreikius eksporto ir investavimo procese, agentūros tapo geriau pasirengusios vesti smulkius verslus per esamų prekybos skatinimo paslaugų labirintą.
- *Export.gov.* Visos TPCC agentūros pardėjo dalytis vienu į eksportą orientuotu interneto portalu. Užsiregistravusių eksportuotojų informacija automatiškai buvo panaudojama daugelio TPCC agentūrų su eksportu susijusioms formoms kurti.

2002 metais Administracija inicijavo planą JAV užsiimti laisvosios prekybos iniciatyvų įtvirtinimu globaliu, regioniniu ir dvišaliu mastu. Gavus dvipartinę paramą Prekybos skatinimo institucijos patvirtinimui kongrese 2002 metais, Administracija gerai išnaudojo šią instituciją 2003 metais. Ji atliko lyderio vaidmenį WTO, darant progresą link Amerikos laisvosios prekybos sričių, užbaigiant derinti laisvosios prekybos sutartis (FTA) ir pasiūlant regioninės prekybos strategijas Pietryčių Azijoje ir Vidurio Rytuose. 2004 metais buvo sukurtos vyriausybinių masto

komercinės strategijos, kurios padėjo JAV kompanijoms pilnai išnaudoti šių sutarčių teikiamus privalumus. Jos apėmė:

- *Kinijos eksporto skatinimo strategiją.* Ši strategija sukoncentravo agentūrų veiksmus į daugiausia žadančias galimybes.
- *Komercinės strategijos laisvosios prekybos sutartis.* Komercinių strategijų, kurios sekė po kelių tik suderėtų FTA, sukūrimas.

2004 metų strategijos tikslas buvo paremtas pastarųjų trijų metų politiniais laimėjimais ir programiniais pasiekimais. Kadangi prekybos skatinimo ir finansavimo įrankių rinkinis jau buvo patobulintas, TPCC agentūros pradėjo programų įgyvendinimą, ypač susijusių su JAV smulkiuoju verslu. 2003 metais pristatyta Administracijos gamybinė iniciatyva sustiprino šias pastangas. 2004 metų strategijoje, skirtoje JAV gamybos iššūkiams priimti, pateiktas visapusiškas rekomendacijų rinkinys, tiesiogiai atitinkantis JAV gamintojų prioritetus, kurie buvo nustatyti per daugiau nei 20 šalyje įvykdytų apskritojo stalo pasitarimų, kuriuose dalyvavo ir mažos, ir vidutinės, ir didelės kompanijos. Tai atitinka tą būdą, kurio ėmėsi TPCC, kai sudarinėjo 2002 metų strategiją pagal šalies mastu atliktų apklausų ir susitikimų su eksportuotojais rekomendacijas.

Tiekimo grandinė. TPCC agentūros su Komercinių paslaugų centrų darbuotojais, naujuoju ITA Gamybos ir aptarnavimo skyriumi, bei pagrindiniais privačiojo sektoriaus partneriais, sukūrė programų ir paslaugų rinkinį, kuris padėjo mažiems ir vidutiniams gamintojams gauti prieigą prie daugianacionalinių kompanijų, esančių tiek JAV, tiek užsienyje, pasaulinių tiekimo grandinių. Pirmasis žingsnis buvo sektorių socialiniai tyrimai, siekiant įvertinti tiekimo grandinių prigimtį ir smulkiųjų įmonių atotrūkius, apklausiant dideles ir mažas šalies kompanijas bei užsienio gamintojus.

Per prezidento Dž. Bušo kadencijos metus TPCC tapo efektyvesniu Administracijos nacionalinės ekonominio saugumo darbotvarkės palaikymo įrankiu šalyse, kurios patyrė ekonomines krizes. Privačiojo sektoriaus vystymas tapo raktu į augimo stimuliavimą, kuris reikalingas ekonominiam stabilumui ir darbo vietų sukūrimui.

Koordinavimas pokriziniuose regionuose. TPCC agentūros tęsė savo pastangas vyriausybinių masto veikloje dėl Irako ir Afganistano atstatymo bei sukūrė iniciatyvas, skatinančias privatų sektorių suvokti pokrizinių ekonomikų ateitį.

Apibendrinant, galima pažymėti, kad JAV vyriausybė pasirinko tinkamą kelią ir susitelkė į nenutrūkstamą programų koordinavimą ir tobulinimą, siekiant geriausiai pasitarnauti Amerikos verslininkams. 2004 metų TPCC strategijoje aprašomi sėkmingi trijų pastarųjų metų administravimo rezultatai. Buvo supaprastinta biurokratija, o TPCC programos tapo labiau reaguojančios, našesnės ir lengviau naudojamos. Smulkusis verslas ir gamintojai gavo daugiau

resursų, skirtų Kinijos ir šalių, su kuriomis sudarytos laisvosios prekybos sutartys, rinkoms pasiekti. Tuo pat metu buvo panaudoti visi prekybos skatinimo įrankiai JAV nacionalinio saugumo darbotvarkei paremti. Vadovaujant Bušo Administracijai, TPCC ir toliau siekė atitikti NES tikslus ir prisidėti prie JAV sėkmės, tai yra ir toliau kurti darbo vietas, atsirandančias dėl klestinčios prekybos.

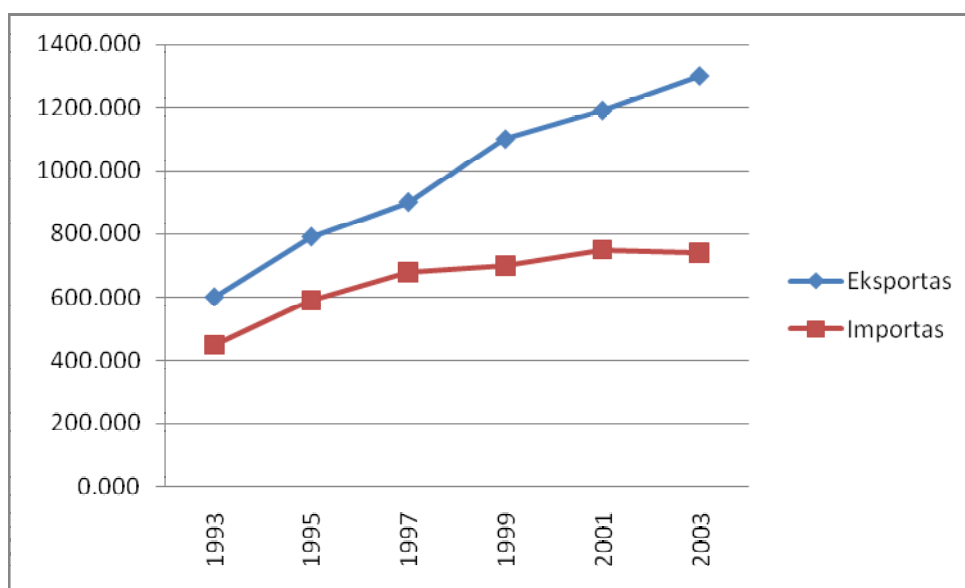
„Dar niekada nebuvo palankesnio laiko JAV kompanijoms parduoti ir investuoti užsienyje“,⁷ teigė komercijos direktorius Karlosas M. Gutierrezas federalinės vyriausybės Prekybos augimo skatinimo koordinavimo komiteto (TPCC) **2005** metų strategijos įžangoje. Tarp strategijoje paminėtų priežasčių šiam palankiam eksportui klimatui, buvo nurodytos:

- naujai sudaryti ir įgyvendinti laisvos prekybos susitarimai atveriantys naujas rinkas JAV eksportuotojams;
- organizacinės reformos ir partnerystės iniciatyvos pagrindinėse federalinėse eksporto augimą skatinančiose institucijose, padidinančios jų galimybes padėti JAV eksportuotojams, ypač smulkaus ir vidutinio dydžio įmonėms;
- kylančių problemų iniciatyvos, tokios kaip skirtos JAV kompanijų intelektualinės nuosavybės teisių apsaugojimui.

2005 metų strategija buvo sukoncentruota ties kiekvienu iš minėtų šiuose trijuose skyriuose veiksmų.

2004 metais eksportas sudarė 1,15 trilijono USD – tai 12 procentų padidėjimas palyginti su 2003 metais. (žr. 7 pav.)

7 pav. JAV užsienio prekyba 1993-2004 (milijonai USD)



Šaltinis: Euromonitor International from IMF

⁷ <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2005FINAL.pdf>; prisijungimo laikas: 2006-12-15.

Todėl 2005 metų strategijoje buvo pateiktos priežastys, lemiančios JAV pasiruošimą stipriam eksporto augimui.

Makroekonominė aplinka pasaulyje pasikeitė JAV eksportuotojų naudai. To pasekoje atsirado įvairių galimybių JAV eksportuotojams, kurių nebuvo daugelį metų. 2004 metais pasaulinė ekonomika išaugo maždaug 5 procentais ir buvo tikimasi, kad 2005 - ji turi išaugti dar 4 procentais. Tai viršijo istorinius vidurkius.

Per pastaruosius ketverius metus Bušo Administracija ir toliau atidarinėjo galimybių „langus“, sėkmingai vykdydama prekybines sutartis ir atverdama naujas rinkas. Administracijos vykdomų veiksmų, siekiant, kad Kinija išlaikytų savo įsipareigojimus WTO, dėka, Kinija tapo penkta pagal dydį ir greičiausiai augančia JAV eksporto rinka. Administracija sudarė FTA su 12 šalių, kurios atvėrė rinkas su 124 milijonais JAV prekių ir paslaugų vartotojų. JAV-Dominikos respublikos-Centrinės Amerikos laisvosios prekybos sutartis (CAFTA-DR), davė naudos smulkioms ir vidutinėms JAV įmonėms (SME). 2005 metais JAV SME eksportas sudarė apie 37 procentus viso prekių eksporto į CAFTA-DR šalis vertės. Tai gerokai daugiau nei 26 procentų SME dalis pasauliniame JAV prekių eksporte.⁸

JAV vyriausybė buvo numačiusi ir daugiau laisvosios prekybos sutarčių (FTA). Administracija tęsė derybas su penkiomis Pietų Afrikos muitų sąjungos šalimis ir pradėjo naujas FTA derybas su Tailandu, Panama ir trimis Andų šalimis bei su JAE ir Omanu.

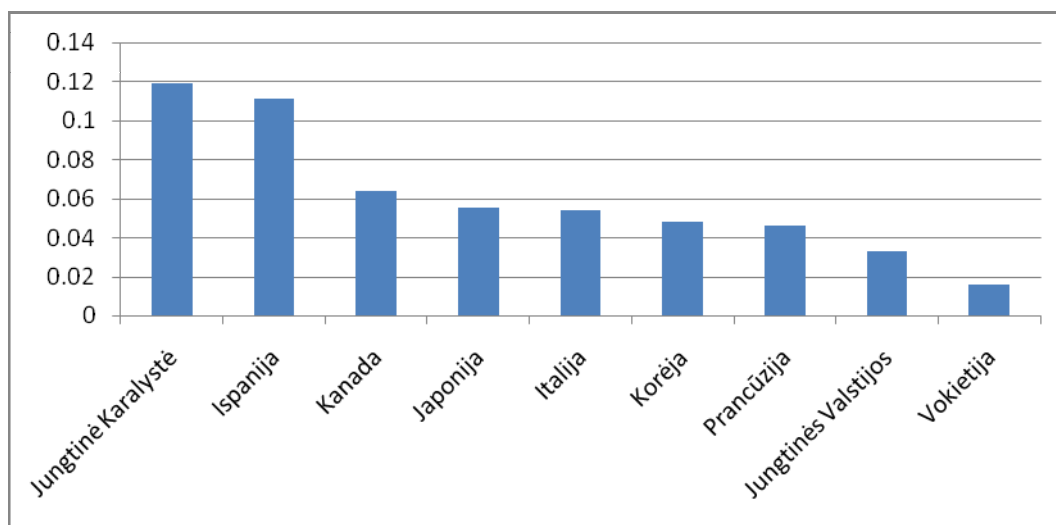
12 šalių, su kuriomis JAV jau buvo sudariusi FTA ir 12 papildomų šalių, su kuriomis buvo deramasi 2004-2005 metų eigoje, kartu tapo trečia pagal dydį Amerikos eksporto rinka, kurioje 2004 metais JAV eksportas sudarė 78 milijardus USD, bei šešta pagal dydį pasaulio ekonomika. Su 18 iš 40 šalių, į kurias eksportuotos JAV pagamintos prekės už mažiausiai 1 milijardą USD, JAV buvo sudariusi FTA arba buvo pradėjusi derybas dėl jų.

JAV eksportuotojai, ypač smulkios kompanijos, susidūrė su nuožmės pasaulinės konkurencijos aplinka. Pagrindiniai JAV konkurentai buvo nusitaikę į visiškai tas pačias augančias ateities rinkas. Daug pasaulio šalių gaudavo Europos Sąjungos (ES) techninę pagalbą, nukreiptą į ES standartų ir techninių reglamentų taikymo ir atitikimo skatinimą. Nepaisant didelių užsienio vyriausybių išlaidų eksporto skatinimui, JAV kompanijos išliko didžiausiais pasaulio prekių ir paslaugų eksportuotojais (žr. 8 ir 9 pav.).

⁸ <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2005FINAL.pdf> ;prisijungimo laikas: 2006-12-17

8 pav. JAV ir svarbiausių prekybos partnerių vyriausybinių eksporto rėmimo išlaidos 2004 m.

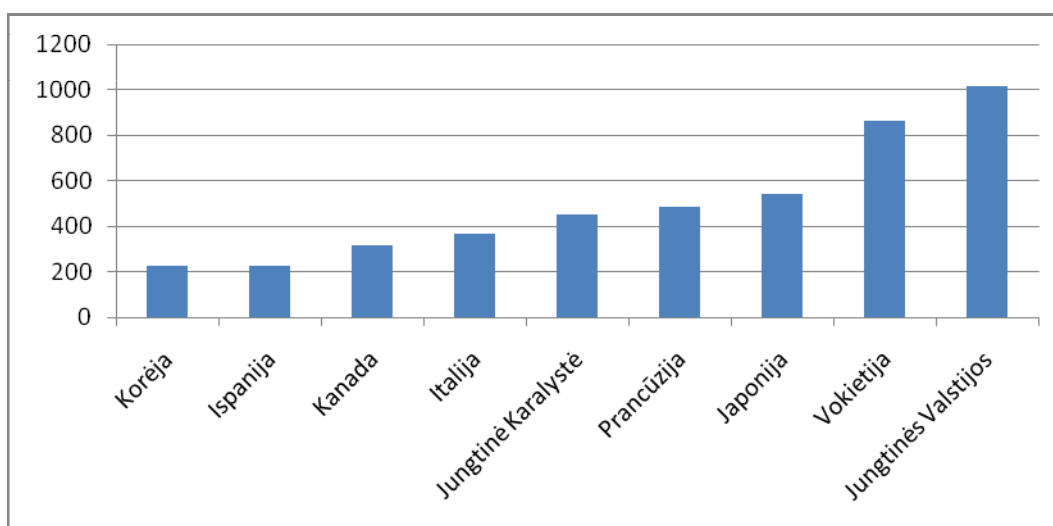
*Pastaba: Į skaičius neįtrauktas prekybos finansavimas ir žemės ūkio prekybos skatinimas.
y ašis: Procentinė viso eksporto dalis*



Šaltinis: Užsienio valstybių šaltiniai, Pasaulio prekybos organizacijos (WTO) duomenys

9 pav. JAV ir pasirinktų svarbiausių prekybos partnerių bendras eksportas 2003

*Pastaba: Eksportas apima ir paslaugų, ir prekių eksportą
y ašis: Milijardai USD*



Šaltinis: Pasaulio prekybos organizacijos (WTO) duomenys.

Smulkaus verslo eksporto atotrūkis. Kitas ilgalaikis iššūkis buvo smulkių kompanijų dalyvavimo eksporto rinkose lygis. Iš visų eksportuojančių SME du trečdaliai prekiaavo tik vienoje užsienio rinkoje. Beveik pusė viso JAV SME eksporto patekdavo tik į keturias rinkas.

Agentūros suvokė, kad jos efektyviausiai pasitarnauja savo klientams ir veiksmingiausiai išnaudoja mokesčių mokėtojų pinigus, kai derina ir koordinuoja savo veiksmus. JAV vyriausybė

ir toliau rėmė ambicingą eksporto galimybių smulkiam verslui didinimo programą. Tarp esminių agentūrų pasiekimų galima nurodyti sekančius:

a) *JAV ir užsienio komercinių paslaugų centras*. 2004 metais Administracija pranešė apie Komercijos departamento prekybos skatinimo funkcijų konsolidavimą komercinių paslaugų centruose. 2005 metais jau buvo galima pranešti apie komercinių paslaugų centrų žingsnius, siekiant apjungti naujas strategijas. Komercinių paslaugų centras taip planavo ateitį, kad ir toliau atitiktų amžinai besikeičiančius JAV kompanijų, prekiaujančių tarptautinėje rinkoje, poreikius. 2004 metais Tarptautinės prekybos administracijos (ITA) reorganizavimas sustiprino ir supaprastino prekybos rėmimo ir mokymų veiksmus. Visi prekybiniai renginiai, mokymai, valdymas ir specifinių pramonės sričių prekybos skatinimas buvo konsoliduoti komercinių paslaugų skambučių centruose (tokiuose kaip Prekybos informacijos centras) bei Advokatūros centre. Naujasis komercinių paslaugų centras:

- stiprino savo prekybos skatinimo programų koordinavimą su kitomis TPCC agentūromis;
 - vadovavo TPCC partnerių agentūroms, kad prekybos skatinimo programos būtų sukoncentruotos į komerciškai reikšmingas rinkas, įskaitant tas, kuriose veikė arba turėjo tuoj įsigalioti FTA;
 - įtraukė TPCC partnerius į savo vykdomus strateginio planavimo veiksmus, kad užtikrintų JAV verslo aprėpimo nuoseklumą;
 - per ateinančius metus buvo suplanuota įgyvendinti klientų ryšių valdymo sistemą, kad būtų geriau skatinamos ir remiamos SME prekybos galimybės bei sukurtas vieningas požiūris į klientą.
- b) *Smulkaus verslo administracija (SBA)*. 2005 metais SBA ėmėsi savo prekybos veiksmų supaprastinimo ir paslaugų teikimo tobulinimo žingsnių. 2004 metais SBA finansavimo programos parėmė eksporto pardavimų už daugiau nei 1 milijardą USD. Buvo suteikta 2 316 eksporto paskolų smulkiam verslui ir taip pasiektas smulkaus verslo prekybos finansavimo rekordas. SBA paskolų kiekis padidėjo dėl to, kad SBA tarptautinės prekybos finansų specialistai, dirbantys JAV Eksporto pagalbos centruose, gerokai patobulino paslaugų teikimą. Padaugėjus prekybos skatinimo veiklą su analogiškais TPCC agentūromis, įskaitant naujausią bendrą garantijų sutartį su Ex-Im banku, bei prekybos skatinimo ir finansavimo instrukcijų, teikiamų SBA valdybos, stipresnis tapo bendradarbiavimas ir susisiekimas tarp SBA ir jos Smulkiojo verslo vystymo centrų, Verslo resursų centrų ir Apygardų biurų tinklo. Vidutinė SBA garantija smulkiojo verslo paskoloms padidėjo nuo 2003 metų, kaip didesnės eksporto vertės pasekmė.

c) *JAV Valstybės departamentas*. Valstybės departamentas, vadovaujantis komercinėms funkcijoms 98 diplomatinuose postuose, sukūrė planą, kuris buvo oficialiai patvirtintas 2005 metų sausio mėnesį. Kaip šių pastangų dalis, Valstybės departamento Ekonominių ir verslo reikalų biuras ir Komercinių paslaugų centrai padarė reikšmingą progresą, keliant bendradarbiavimą ir veiksnumą tarp komercinių bei nekomercinių paslaugų centrų. Be savo tradicinės advokatūros, ginčų sprendimo ir rinkos aprėpimo darbotvarkės, Valstybės departamentas inicijavo daugelį projektų iš savo Verslo lengvinimo skatinimo fondo (BFIF). Šie projektai buvo nukreipti į JAV verslo klimato gerinimą, viešųjų-privačiųjų partnerysčių, kurios galėjo padėti atverti naujas rinkas, sudarymą ir geriausių praktikų bei bendros socialinės atsakomybės skatinimą.

d) *Užsienio privačių investicijų korporacija (OPIC)*. 2004 metais OPIC tęsė savo įsipareigojimų kurti naujas investavimo galimybes smulkiems JAV verslams vykdymą. Per pastaruosius metus 76 procentai iš 127 OPIC patvirtintų projektų buvo skirti SME, tai daugiau negu dvigubai nei OPIC patvirtino 2003 metais. Remiantis OPIC Smulkiojo verslo centro (SBC) sėkme ir Smulkių ir vidutinių įmonių departamento (atsakingo už OPIC tiesioginių paskolų SME programą) atsiradimu, OPIC sukūrė inovatyvių produktų ir susikoncentravo į perspektyvius sektorius. Be to, OPIC siūlė paspartintą JAV muitinės leidimų vežti krovinį be muto gavimo galimybių svarstymą. 2006 metais OPIC planavo pradėti kurti naują programą su finansiniais tarpininkais ir paskolų teikėjais visoje šalyje, kad išplėstų OPIC smulkaus verslo programos pasiekiamumą. Visa tai padarė OPIC svarbesne smulkiam JAV verslui ir tuo pačiu buvo pratęstas jos įsipareigojimų sumažinti vykdymo trukmę ir supaprastinti procesą įgyvendinimas.

Taip pat šioje strategijoje apžvelgtas pagrindinių programinių pertvarkymų, įvykdytų per pastaruosius ketverius Bušo Administracijos veiklos metus, vaisius. Stiprus tarpagentūrinis bendradarbiavimas lėmė visų šių veiksmų kokybę:

a) *Interneto galimybių išnaudojimas*. Kaip viena iš 25 elektroninės vyriausybės (eGov) iniciatyvų, remiamų JAV Valdymo ir biudžeto biuro, TPCC agentūros įtvirtino Export.gov fasadą ir centrą kaip JAV vyriausybės portalą, skirtą federaliniam eksporto rėmimui, prekybos finansavimo paslaugoms bei informacijai apie tai, kaip eksportuoti ir kokios yra prekybos galimybės, teikti.

b) *SBA ir Ex-Im banko bendradarbiavimas*. 2004 metais JAV vyriausybė paskelbė apie sudarytą bendrą garantijų sutartį tarp Ex-Im banko ir SBA, kuri leido skolintojams ir eksportuotojams be trukdžių judėti tarp SBA ir Ex-Im banko, kai eksportuotojas pasiekia SBA darbinio kapitalo garantijos ribą. Administraciją padrąsino tai, kad šis naujas ir įdomus paskolų produktas įgijo populiarumo, kadangi jis buvo naudojamas JAV

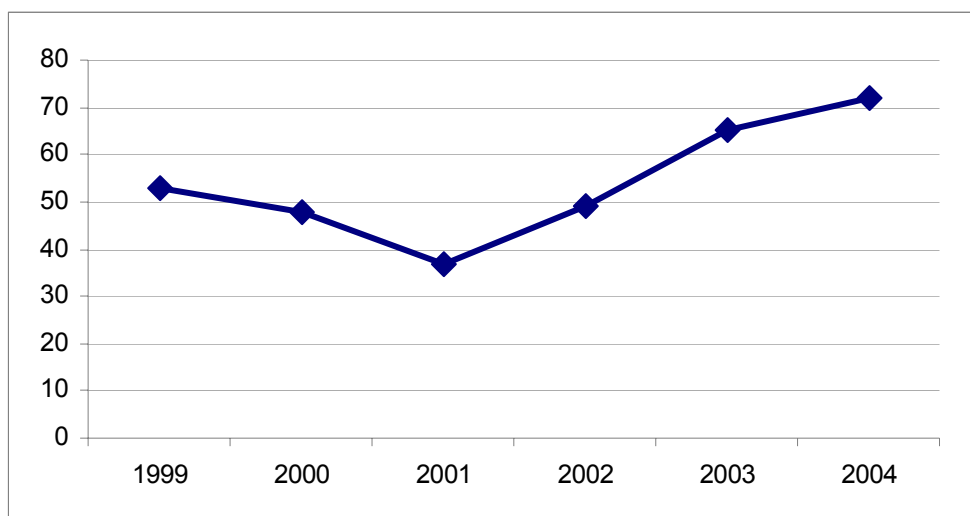
smulkaus verslo eksportavimo poreikių finansavimui. Sekantis tikslas buvo iš esmės realizuoti vieną darbinio kapitalo programą, kurią galima pritaikyti prie eksportuotojų finansinių poreikių jiems augant ir labai padidinti abiejų programų panaudojimą.

- c) *Jungtinė rinkodara*. Agentūrų jungtinės rinkodaros veiksmai pranoko lūkesčius. Įspūdingai pademonstravę atsidavimą bendram tikslui, Ex-Im bankas, SBA, Komercijos departamentas ir kiti dirbo kaip komanda, kad suvienytų savo resursus kasmetiniam JAV vyriausybės eksporto pagalbos ribų plėtimo planui vykdyti. Šis planas apėmė jungtinės informacijos siuntimą paštu, publikacijas ir pastovią paramą JAV eksporto paviljonams pagrindinėse prekybinėse parodose visoje šalyje.
- d) *Švaresnės energijos technologijos eksporto iniciatyva (CETE)*. Energetikos departamentas (DOE) kartu su Komercijos departamentu ir JAV Tarptautinio vystymo agentūra (USAID) vadovavo šiai agentūrų iniciatyvai, skirtai padidinti prieigą prie užsienio rinkų JAV švaresnės energijos technologijų eksportui, gerinant tarpagentūrinį bendradarbiavimą ir sudarant partnerystes su privačiuoju sektoriumi. Pagrindinės vykdomos veiklos:
- *Resursų valdymo prekinio ženklo kūrimas ir vystymas*. Sukurtas resursų vedlys ir internete pateikta informacija apie tai, kaip parduoti ir finansuoti švaresnės energijos prekes ir paslaugas, naudojantis vyriausybėmis programomis.
 - *Bandomasis privataus aprėpimo projektas*. Buvo kuriami ir išnaudojami privatūs resursai per bandomąją viešąją-privačiąją partnerystę.
 - *CETE patariamoji taryba*. Perėmė Federalinio patariamąjo komiteto akto patarėjų komisijos kūrimą, kad užtikrintų privataus sektoriaus dalyvavimą CETE programos kūrime ir įgyvendinime.
 - *Prekybos pareigūnų mokymai*. Per pastaruosius du metus TPCC agentūros kartu rėmė apie 200 patyrusių prekybos darbuotojų apmokymus būti „sąskaitų valdytojais“, galinčiais vesti eksportuotojus per federalinių paslaugų labirintus. TPCC tikslas buvo nenutrūkstamai keisti ir stiprinti darbotvarkę nuo vienos sesijos iki kitos, kad būtų atspindėta didėjanti programų integracija. 2006 metais ir toliau planuota kurti programą ir įtraukti naujas problemas, tokias kaip žmogaus teisės, taip pat tęsti valstybinių ir vietinių prekybos rėmimo partnerių pasiekimo veiksmus.
- e) *Advokatūros koordinavimas*. Dalis komercinių paslaugų centrų ir Advokatūros centrų toliau vystė koordinavimą tarp Komercijos departamento ir kitų TPCC agentūrų. Departamentas įkūrė Advokatūros centrą 1993 - pirmosios NES-jos įgyvendinimo metais, kad koordinuotų JAV vyriausybės resursus siekiant išlyginti žaidimo lauką JAV verslo interesams, kai jie konkuruotų su užsienio įmonėmis dėl konkrečių tarptautinių

sutarčių ar kitų JAV verslo galimybių. Centras palengvino Ex-Im banko, USTDA ir OPIC projektų finansavimo paslaugų gavimą komercinių paslaugų centrų klientams. Tuo tarpu Advokatūros centro krūvis nuo 2003 balandžio iki 2005 metų vasario mėnesio išaugo 63 procentais. Advokatūros centras taip pat gerokai padidino JAV dalį projektuose, kurie buvo sėkmingai apginti ir 2003 metais buvo pasiektos visų laikų aukštumos - 76 procentų dydžio eksporto dalis sėkminguose projektuose. O 2004 metais 73 procentų dydžio eksporto dalis sėkminguose projektuose (žr. 10 pav.).

10 pav. Sėkmingų advokatūros bylų JAV dalis 1999-2004.

y ašis: JAV dalis, procentais



Šaltinis: Komercijos departamentas (U.S. Department of Commerce)

- f) *Ankstyvasis projektų vystymas.* TPCC agentūros bendradarbiavo glaudžiau nei bet kada, kad padėtų JAV kompanijoms laimėti projektus. Siekiant geriau koordinuoti agentūrų veiksmus prieš projektams patenkant į konkursus. Ankstyvo projektų vystymo ateitis buvo sukoncentruota iniciatyvos plėtime, kad ši veikla būtų pilnai įtraukta į TPCC agentūrų programas. JAV vyriausybė įsipareigojo didinti naujų eksportavime ir rinkoje kompanijų kiekį, geriau išnaudoti technologijas, naujas partnerystes su privačiuoju sektoriumi ir artimiau bendradarbiauti tarp agentūrų, esančių užsienio postuose ir Vašingtone.
- g) *Komercinių paslaugų centrų naujų klientų iniciatyva.* Komercinių paslaugų centrai išleido naują iniciatyvą, kurios tikslas buvo kasmet padidinti naujų klientų skaičių 20 procentų. Kad tai įvykdytų, komercinių paslaugų centrai suformavo naują JAV Prekybos skatinimo grupę, kuri apjungė skambučių centrus (TIC, BIC), Pasaulinės įvairovės programą ir rinkodaros darbuotojus. Taip buvo sukurtas biuras, kuris aktyviai siekė, kad daugiau JAV kompanijų susidomėtų eksportavimu.

- h) *Partnerystė su FedEx*. 2004 metais komercinių paslaugų centrai ir FedEx paskelbė naują iniciatyvą, skirtą smulkaus ir vidutinio JAV verslo eksportui pakelti. Dėl bendros misijos padidinti JAV eksporto apimtį, šios partnerystės dėka atsirado naujų klientų komercinių paslaugų centrų, buvo padidintas komercinių paslaugų centrų eksporto skatinimo programų žinomumas ir išaugo prekybos profesionalų, sąveikaujančių su potencialiais eksportuotojais, kiekis.
- i) *Finansavimo partnerystė*. Privati eksporto finansavimo korporacija (PEFCO) teikė finansavimą, remiamą Ex-Im banko teikiamomis garantijomis arba draudimu, skirtu užsienio investuotojams, kurie pirkė JAV prekes ir paslaugas. 2005 metais Advokatūros centras išleido 107,4 milijono USD PEFCO raštų smulkioms ir vidutinėms įmonėms.
- j) *Energetikos departamento (DOE) ir OPIC partnerystė*. DOE ir OPIC pasirašė sutartį, kuria pripažįstama jų partnerystė, siekiant skatinti investavimą į švaresnes, efektyvesnes energetikos technologijas viso pasaulio kylančiose rinkose. JAV Švarios energijos iniciatyva (CEI) ir Švarios energijos technologijos eksporto iniciatyva (CETE) buvo siekiama skatinti šiuolaikiškos, švarios, efektyvios ir įperkamos energijos kūrimą ir jos gavimą, naudojantis eksportuojamomis amerikietiškomis technologijomis.
- k) *Iniciatyva po partnerystės sudarymo*. 2004 metų gruodžio mėnesį Komercijos bei Valstybės departamentai formalizavo naujus koordinavimo susitarimus, siekdami patobulinti paslaugų ir advokatavimo teikimą JAV kompanijoms visose užsienio rinkose. Naująją komercinių paslaugų centro-Valstybės departamento programą sudarė trys pagrindiniai komponentai:
- jungtinio planavimo komiteto sukūrimas, siekiant sustiprinti dabartinius strateginius ir darbinius planavimo procesus ir koordinavimą;
 - Valstybės departamento postų sustiprinimas, siekiant pasiūlyti energingesnę komercinę programą, išnaudojant regioninius komercinių paslaugų centrų resursus per pagerintą technologiją;
 - artimiau bendradarbiauti žmogiškųjų išteklių srityje, gerinant jungtinį pareigūnų mokymų ir konsultavimo planavimą.
- l) *APEC inovatyvus finansavimo partnerystė*. Energetikos departamentas, bendradarbiaudamas su USAID, Ex-Im banku, OPIC ir daugiašalėmis bei privačiomis finansinėmis institucijomis, įvykdė tris seminarus ir pateikė rekomendacijas APEC energetikos ministrams dėl energetikos infrastruktūros, efektyvumo ir atsinaujinančios energijos projektų finansavimo.
- m) *Daugiašalio vystymo bankų resursų išnaudojimas*. Remiantis 2004 metų bandomuoju projektu, nukreiptu į vietinių vyriausybių vykdomus projektus, finansuojamus Pasaulio

banko, komercinių paslaugų centrai išplėtė šią iniciatyvą, kad ji apimtų visus penkis vystymo bankus. JAV kompanijų nauda iš šios integracijos - suteikiama geresnė prieiga prie informacijos apie būsimus projektus ir pirkimus bei agresyvesnė advokatūros parama, kurios dažnai reikia, kad atremti politinį kitų vyriausybių spaudimą, daromą siekiant įtakoti projektų baigtį.

- n) *Baltijos partnerystės bandomoji iniciatyva*. Valstybės ir Komercijos departamentai sukūrė bandomąją Baltijos iniciatyvą, kad užtikrintų koordinuotą ir veiksnia paramą JAV eksportuotojams bei investuotojams po komercinių paslaugų teikimo nutraukimo JAV ambasadose Rygoje, Taline ir Vilniuje. Projekto metu taip pat buvo dirbama, siekiant pagerinti priėjimą prie komercinių paslaugų centrų sistemų, duomenų bazių ir programų, bei apmokyti Valstybės departamento ekonomikos-komercijos skyrių pareigūnus. Kaip skelbė JAV ambasada Vilniuje, keletas JAV kompanijų, kurios dalyvavo konferencijoje, planavo investuoti daugiau nei 200 milijonų USD vien Lietuvoje. Valstybės ir Komercijos departamentai dirbo kartu su JAV ambasadomis ir Baltijos šalių vyriausybėmis, siekiant sukurti strateginį planą, kaip stiprinti JAV-Baltijos šalių komercinius ryšius.

Taip pat TPCC savo veikla siekė užtikrinti, kad būtų paruoštos federalinės prekybos skatinimo strategijos ir atsivėrus naujoms rinkoms jomis būtų galima vadovautis:

- a) *Kinija*. TPCC agentūros sukūrė sektorines strategijas, kuriose JAV eksportuotojai turėjo didelį potencialą. Buvo teikiama stipri advokatūros parama JAV kompanijoms dalyvaujant konkursuose dėl svarbių projektų. Per Kinijos BIC internetinį šaltinį buvo pateikiama pati išsamiausia federalinės vyriausybės prekybinė informacija apie Kiniją.
- b) *Priemonės po FTA*. TPCC įgyvendino aprėpimo ir prekybos skatinimo strategijas, kad padėtų naujoms rinkoje kompanijoms pasinaudoti FTA teikiamais privalumais. Ypač TPCC stengėsi užtikrinti, kad JAV kompanijos suprastų šių sutarčių naudą ir turėtų reikiamus įrankius.
- c) *Rinkos, į kurias kreipiamas didžiausias dėmesys*. TPCC agentūros sukūrė rinkų, kurios siūlė didžiausias galimybes ir buvo svarbiausios daugumai agentūrų klientų, JAV eksporto bendruomenei, išskyrimo strategijas. Svarbiausi veiksmai:
- buvo susikoncentruota į sveikatos ir aplinkos apsaugos galimybes Brazilijoje;
 - buvo įtraukta daugiau JAV gamintojų į Europos tiekimo grandines;
 - aprėptas aukštųjų technologijų sektorius Indijoje;
 - perimtas Šiaurės Rytų Azijos veiksmų planas su Šiaurės Korėja, Japonija ir Taivanu;
 - buvo informuota apie Rusijos teikiamas galimybes patyrusiems eksportuotojams.

Kiekvienoje iš šių rinkų JAV eksportuotojams iškilo dvi kliūtys - standartai ir intelektinės nuosavybės apsauga. TPCC kaip atsaką sukūrė nukreiptas į šias sritis iniciatyvas:

- a) *Standartai*. Bendrų standartų priėmimas tai energingos, sąžiningos ir laisvos prekybos pagrindas. Federalinė vyriausybė, vadovaujama JAV Prekybos atstovų biuro, pradėjo darbą siekiant pašalinti su standartais susijusias rinkos kliūtis, kurios kenkė prekybai ir to pasekoje kėlė grėsmę tarptautiniam JAV pramonės konkurencingumui. ITA ir NIST patobulino koordinavimą Komercijos departamento viduje ir bendradarbiavo su privačiuoju sektoriumi, kad nustatytų rinkas ir sritis, kuriomis JAV pramonė buvo labiausiai suinteresuota.
- b) *Intelektinės nuosavybės teisės (IPR)*. Pripažinus, kad intelektinė nuosavybė vaidina vis didesnę vaidmenį JAV ekonomikos augime, ir prisidėjus prie STOP iniciatyvos, TPCC išplėtė savo veiksmus, kad apšviestų JAV eksportuotojus apie žingsnius, kuriuos jie turėtų atlikti, norint apsaugoti savo IPR kitose šalyse. Taip pat agentūros siekė užtikrinti įsipareigojimų, teikti tinkamą IPR apsaugą, vykdymą.

Apibendrinant, šioje strategijoje Busho Administracija susikoncentravo į užtikrinimą, kad JAV kompanijos – ypač smulkūs verslininkai – sužinotų apie naujas galimybes ir labiau koordinuotus įrankius bei programas. TPCC agentūroms buvo aišku, kad šis momentas tai didžiulė galimybė sustiprinti JAV ateities konkurencingumą pasaulinėse rinkose. Remiantis sekretoriaus Carloso M. Gutierezo pasisakymu, „JAV įžengė į naują pasaulinio ekonominio augimo ir klestėjimo erą, kur vartotojiškoji ir pramoninė paklausa tradicinėse rinkose, tokiose kaip Europa ir Šiaurės Amerika, bei kylančiose rinkose, tokiose kaip Kinija ir Indija, tapo sveika ir pasiruošusi ilgalaikiam augimui“⁹. Dėl technologijų ir mažėjančių prekybos barjerų tarptautinio verslo vykdymas tapo paprastesnis, pigesnis ir mažiau rizikingas nei bet kada. 2005 metų NES taip pat buvo nurodytos tolimesnio JAV eksporto augimo sritys, išryškinant septynias pagrindines geografines rinkas (Kinija, Indija, Brazilija, Rusija, Japonija, Korėja ir Europos Sąjunga) ir nurodant jose pramonės sektorius, kurie turėjo tikėtinau augti eksporto srityje per ateinančius metus.

„Kintančios įmonių nuostatos apie prekybą reikalaus naujai sutelkti dėmesį ties prekybos augimu“, ¹⁰ teigė komercijos direktorius K. Gutierrezas federalinės vyriausybės TPCC 2006 metų strategijos įžangoje. Tarp klausimų, į kuriuos atkreiptas dėmesys, buvo:

⁹ Tas pats.

¹⁰ <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2006FINAL.pdf>; prisijungimo laikas: 2006-12-17.

- JAV ekonomikos klestėjimas ir JAV kompanijų buvimas tarp labiausiai konkuruojančių pasaulyje padarė eksportą JAV ekonomikos atrama, todėl TPCC agentūros neturėjo leisti JAV eksporto įmonių skaičiaus sumažėjimo.
- Federalinė vyriausybė neturėjo pakankamo susisieki su prekybos bendruomene, kad galėtų pati vykdyti bendrą supratimo kompaniją. Dėl to federalinės prekybos augimą skatinančios įmonės turėjo užmegzti platesnius ir gilesnius ryšius su privačiu sektoriumi, taip pat su valstybe ir vietine valdžia, kad būtų galima skatinti tarptautinę prekybą ir labiau sudominti tuos, kurie neeksportuoja arba eksportuoja retai.
- Federalinės prekybos augimą skatinančios įmonės ir toliau garantavo atsirandančių prioritetinių rinkų koordinavimą, tokių kaip Indija ir Kinija, taip pat Centrinė Amerika ir Vidurio Rytai.

Apibendrinant, JAV, kaip pasaulinis inovacijų ir produktyvumo lyderis, turėjo pasinaudoti atsiradusiomis pasaulinės ekonomikos tendencijomis. Iš praeities įrodymų matėsi, kad išitraukusios į tarptautinę prekybą ir investavimą JAV įmonės buvo ir yra produktyvesnės ir imlesnės naujovėms nei analogiškos įmonės, dirbančios tik šalies viduje. Deja, 2006 metais tik nedidelis procentas tokių JAV kompanijų sudarė esamą augimą. Daugybė prekiaujančių užsienio rinkose JAV kompanijų pastaraisiais metais nebeaugo taip, kaip pirmosios Administracijos NES įgyvendinimo metais, o eksportas sudarė tik apie 10 procentų JAV BVP. Nors bendrą eksporto vykdymo mastą lėmė daug veiksnių, svarbus faktorius, sulaikantis JAV kompanijas nuo siekimo daugiau parduoti užsienio rinkose, buvo JAV vidaus rinkos absoliutusias dydis ir patrauklumas. Požiūrio į prekybos verslą keitimui reikėjo iš naujo susikonsoliduoti į skatinimą. JAV vyriausybė toliau drąsino daugiau JAV kompanijų pradėti eksportuoti, o jau eksportuojančios į vieną ar dvi šalis kompanijos buvo skatinamos apsvaistyti papildomas rinkas. Federalinės vyriausybės prekybos skatinimo agentūros, kurios plėtė resursus prioritetinėse rinkose, ir toliau išliko strategiškesnio ir efektyvesnio koordinavimo siekimo jėga. Jos taip pat siekė daugiau bendradarbiauti su naujais partneriais, kad skatintų JAV kompanijas aktyviau dalyvauti pasaulinėje ekonomikoje.

2.3. JAV eksporto kontrolės sistema

JAV Valstybės departamentas ir JAV eksporto kodeksas *eksportu* įvardija tokias veiklas:

- faktinis prekių (įskaitant ir technologijas bei programinę įrangą) gabenimas, pardavimas ar siuntimas iš JAV bet koku būdu;
- prekių perdavimas į kitos šalies ambasadą ar kitos šalies įmonės filialą;

- prekių perdavimas kitam asmeniui JAV arba už JAV ribų, žinant, kad prekės bus gabenamos, perduodamos ar siunčiamos iš JAV.

JAV Muitinės ir pasienio apsauga (CBP) eksportą apibrėžia kaip „bet kokią gabenimą, kuris patenka už JAV ribų“ (CBP apibrėžia JAV kaip 50 valstijų plius Puerto Rico).¹¹

Eksportas yra neatsiejama bet kokio tarptautinio verslo dalis, nepriklausomai nuo to, ar įmonė yra didelė, ar maža, ar ji prekiauja vienoje šalyje, ar yra pasaulinės prekybos narys. Todėl prekės, pagamintos vienoje šalyje, o numatytos parduoti kitoje, turi būti gabenamos per šalių sienas.

Dauguma šalių kontroliuoja prekių gabenimą per savo sieną tiek eksportuojant, tiek importuojant ir JAV nėra išimtis. Eksporto ir importo dokumentai, muitai, kvotos ir kitos kliūtys laisvam prekių judėjimui tarp nepriklausomų valstybių, yra reikalavimai, kurių privaloma laikytis, norint užtikrinti teisėtą prekių judėjimą tarp šalių.

Papildomai prie tikslinės rinkos pasirinkimo, tinkamo produkto sukūrimo, kainos nustatymo, rėmimo programos suplanavimo ir platinimo kanalo pasirinkimo, tarptautinis prekiautojas turi atitikti juridinius reikalavimus, susijusius su prekių judėjimu tarp šalių.

Eksportavimo procesas (žr. 3 lent. prieduose) apima licencijas ir dokumentaciją, kuri būtina, norint palikti šalį; tarptautinį gabentoją, eksportuojantį prekes; bei importo reikalavimų išpildymą, kurio reikia, kad gabenimas į kitą šalį būtų teisėtas.

Yra daug priežasčių, kodėl prekių importui bei eksportui šalys taiko kokios nors formos taisykles ir apribojimus. *Eksporto taisyklės* yra sukurtos tam, kad išsaugotų tarptautinius mainus, tarnautų kaip ekonominiai atsakomieji veiksmai, apsaugotų šalies pramonę ar kad šalis gautų pajamų muitų pavidalu.

Kai eksportuotojas planuoja parduoti prekes užsienio pirkėjui, yra būtina žinoti tiek eksportuojančios, tiek importuojančios šalies apribojimus bei įstatymus.

Tarifai yra muito mokesčiai, taikomi iš kitos šalies importuojamoms prekėms. Jų dydis priklauso nuo vertės arba kiekio, arba nuo abiejų šių veiksnių. Tai, atitinkamai, vertybiniai (*ad valorem*), specifiniai (specific) ir bendrieji (compound) muitai.

Dažniausiai pasitaikantys netarifiniai apribojimai (NTBs) yra:

- a) *Valiutos keitimo leidimai*. Šie apribojimai kai kuriose užsienio šalyse taikomi valiutų srautams.
- b) *Kvotos*. Prekių, importuojamų per tam tikrą laikotarpį, kiekio apribojimas. Svarbiausia kvotų priežastis yra šalies pramonės ir tarptautinių mainų išsaugojimas.

¹¹Dun&Bradstreet. Exporter's Encyclopaedia 2004/2005. Baltimore: Port City Press, Inc, 2004, P. 3-49

- c) *Importo licencijos*. Mainų srautų ir tam tikros importuojamos prekės kiekio reguliavimo priemonė. Licencijuojant ribojamas kiekis pagal konkretų atvejį.
- d) *Boikotai*. Absoliutus prekybos su šalimi ar konkrečių prekių prekybos uždraudimas. Amerikos įmonės turi vykdyti JAV vyriausybės taikomus boikotus. Boikotai yra labiausiai ribojanti netarifinė kliūtis, kadangi jie draudžia bet kokią prekybą, tuo tarpu kitos kliūtys leidžia kažkiek prekiauti.
- e) *Standartai*. Sveikatos, saugos ir produkcijos kokybės standartai yra būtini, siekiant apsaugoti vartotojus. Be to importuotos prekės turi atitikti šalies vietinius reikalavimus. Deja, standartai taip pat gali būti naudojami importo procedūroms sulėtinti ar jas apriboti. Standartų atitikties reikalavimams įvykdyti gali prireikti papildomo laiko ar kaštų, taip jie tampa prekybos apribojimais.
- f) *Savanoriškos sutartys*. Tai daugybė įvairių užsienio šalių apribojimų. JAV yra viena iš tokių eksporto apribojimus taikančių šalių.

Nors JAV nereikalauja formalios ar specialios licencijos, kad užsiimti eksportavimo verslu, konkrečių prekių eksportavimui į tam tikrą šalį gali reikėti leidimų ar licencijų. Daugelį prekių, kurioms reikia specialių leidimų ar licencijų, kontroliuoja *Eksporto administravimo biuras* (BXA) prie Komercijos departamento.

Licencijos tipas priklauso nuo produkto, nuo to, kur jis gabenamas, nuo galutinio panaudojimo bei vartotojo. Licencijų tipai yra du:

1. *Bendroji licencija* – leidžia eksportuoti tam tikrus produktus, kuriems netaikoma *Eksporto administravimo taisyklių* (EAR) kontrolė, nereikalaujant nieko daugiau kaip produkto tipo, jo vertės ir jo tikslinės vietos deklaravimo.
2. *Patvirtintoji licencija* – išduodama tik pateikus formalų prašymą. Tai specifinis dokumentas, leidžiantis eksportuoti su tam tikrais apribojimais, nustatytais pagal EAR.

Prekės, kurioms nereikia licencijos konkrečiai šaliai, gali būti gabenamos su žyma NLR (no license required), dedama į gabentojo eksporto deklaraciją. Pagal EAR atsakomybė už nustatymą, ar eksportui reikalinga licencija, tenka eksportuotojui.

Pirmasis eksportuotojo žingsnis yra nustatyti tinkamą *Eksporto kontrolės klasifikacinį numerį* (ECCN) prekei, kuri bus eksportuojama. ECCN kodas, priskirtas kiekvienai prekei *Komercijos kontrolės sąrašė* (CCL), kad pažymėti prekę. ECCN numerį sudaro 5 simboliai, kurie žymi jo kategoriją, produktų grupę, kontrolės tipą ir šalies grupės lygį (žr. 4 lent. prieduose). Geriausia būdas nustatyti ECCN, yra pateikti užklausą Eksporto administravimo biurui. Šis prašymo tipas vadinamas patariamąja nuomone. Kai nustatomas tinkamas ECCN, tolesnis žingsnis yra nustatyti komercinės prekės, kuriai taikoma JAV eksporto kontrolė, numerį CCL. Toliau, nustatant licencijavimo reikalavimus eksportuojamam produktui, yra analizuojama

Komercinė šalių schema (CCC), kurios pagalba, remiantis su preke susijusios kontrolės priežastimi(s), galima nustatyti, ar reikalinga licencija, norint eksportuoti ar reeksportuoti prekę į konkrečią vietą ar į bet kurią pasaulio šalį ar ne. Vienas iš svarbiausių eksportuotojo žingsnių yra nustatyti, ar galutinis vartotojas neįrašytas į *nepatikrintų pirkėjų sąrašą* (LDP), kuriame pateikiami asmenys ar įmonės, neturinčios eksportavimo teisės. Jokiam šiame sąrašė esančiam asmeniui ar įmonei negalima nieko gabenti. Jei eksportuotojas nesilaiko šių žingsnių, tai jam gali būti uždrausta eksportuoti arba skiriama bauda, arba taikomos abi bausmės.

Pagal JAV konstituciją bendras eksporto reguliavimas yra vykdomas Kongrese. Dėl eksporto kontrolės priemonių derinimo nacionalinio saugumo ir užsienio politikos tikslais, Kongresas dalį įgaliojimų suteikė prezidentui dar 1979 metais išleidus *Eksporto administravimo aktą* (Export Administration Act / EAA). EAA buvo pirmasis didelis eksporto kontrolės įstatymas nuo Eksporto kontrolės akto įsigaliojimo 1949 metais. EAA nėra pastovus įstatymas, jis kas tris metus peržiūrimas ir tvirtinamas iš naujo.

1982 metais įsigaliojo *Eksporto prekybos kompanijų aktas* (ETC). Šios priemonės pagalba privačiajam JAV sektoriui buvo suteiktas eksporto ir paslaugų skatinimo įrankis bei pagerintos šio sektoriaus pozicijos tarptautinėje rinkoje. Jis paskatino verslininkus jungtis eksportavimo ar eksporto paslaugų teikimo tikslais:

- įvesdamas nepasitikėjimo apsaugos formą jungtiniam eksportavimui;
- leisdamas bankams gauti palūkanas iš šios ir kitų rizikingų eksportavimo veiklų;
- sumažindamas apribojimus dėl bankų priimtumo prekybos finansavimui;
- pakeisdamas nepasitikėjimo įstatymų taikymą tam tikroms eksporto rūšims.

ETC aktas suteikė galimybę smulkesnėms įmonėms apjungti pajėgas su kitomis panašiomis įmonėmis ir su patyrusiais prekybos specialistais, kurie tvarkė sudėtingas eksportavimo detales. Pagal šį įstatymą Komercijos sekretorius:

- įkūrė ETC ir eksporto prekybos asociacijų kūrimosi skatinimo biurą Komercijos departamente;
- įsteigė paslaugą, skirtą kontaktui tarp eksportuotinių prekių ir paslaugų gamintojų bei įmonių, siūlančių eksportavimo paslaugas, palengvinti;
- kartu su teisingumo ministru numatė nepasitikėjimo sertifikavimą nurodytoms su eksportu susijusioms verslo veikloms.

Pagal šį aktą, Ex-Im bankas administruoja paskolų eksportuotojams laidavimo programą, o Federalinės rezervų sistemos taryba prižiūri bankų investavimą į tam tikras sferas.

JAV pagrindinis eksporto ribojimo tikslas - išsaugoti produkcijos ir technologijų neplatinimo režimą branduolinio, cheminio ir biologinio ginklo, taip pat raketų, kosminės technikos ir technologijų gamybos sferose. To tikslu buvo pasirašytos keturios daugiašalės

eksporto kontrolės sutartys tarp NATO (Šiaurės Atlanto Sutarties Organizacija) ir kitų šalių grupių, kuriuose dalyvauja JAV. Tai yra Wassenaar'o susitarimas, Branduolinių tiekėjų grupė (NSG), Australijos grupė (AG) ir Raketų technologijų kontrolės režimas (MTCR):

(a) Wassenaar'o susitarimas. 1996 metais 33 šalys patvirtino sutartį, nustatančią Wassenaar'o susitarimą dėl įprastinių ginklų ir dvigubo panaudojimo produktų ir technologijų eksporto kontrolės. Susitarimo tikslas yra prisidėti prie šalies ir tarptautinio saugumo bei stabilumo, skatinant skaidrumą ir didesnę atsakomybę už sandorius dėl įprastinių ginklų ir dvigubo panaudojimo produktų ir technologijų (t.y. tų, kuriuos galima panaudoti ir civiliai, ir militaristiškai), siekiant išvengti destabilizuojančio šių daiktų kaupimosi. Wassenaar'o susitarimas sudaro prekių, kurioms šalys narės turi taikyti eksporto kontrolę, sąrašus. Šalių narių vyriausybės įgyvendina šią kontrolę, siekdamos užtikrinti, jog kontroliuojamos prekės neprisideda prie militaristinių pajėgumų, kenkiančių susitarimo tikslams, vystymo ar stiprinimo. Be to, Wassenaar'o susitarimas šalių narių vyriausybėms kelia atsiskaitomumo reikalavimų.

(b) Branduolinių tiekėjų grupė (NSG) yra 40 šalių grupė, įkurta 1992 metais ir orientuota į branduolinių ginklų plitimo stabdymą.

(c) Australijos grupės (AG) susikūrimą 1985 metais paskatino Irano-Irako kare (1980-1988 m.) panaudoti cheminiai ginklai. Australija, susirūpinusi tuo, kad Irakas kuria cheminius ginklus, rekomendavo cheminių ginklų pirmtakinių cheminių medžiagų tarptautinio eksporto kontrolės suderinimą. AG augant, dėmesys buvo išplėstas, kad apimtų ir cheminės gamybos įrangą bei technologijas ir priemones, skirtas biologinių ginklų plitimui sustabdyti. Šiandien AG sudaro 34 šalys narės.

(d) Raketų technologijų kontrolės režimas (MTCR). JAV yra MTCR narė nuo jo įkūrimo pradžios - 1987 metų. Šio režimo tikslas yra riboti raketų, galinčių panaudoti masinės destruktijos ginklus, plitimą. Pradžioje MTCE sudarė tik septyni nariai. 2002 metų pabaigoje MTCR buvo išaugusi iki 33 šalių narių, kurios sutiko koordinuoti savo nacionalinę eksporto kontrolę, siekiant išvengti raketų plitimo.

JAV eksportą reguliuoja tokie JAV vyriausybės skyriai:

- *Pramonės ir saugos biuras (BIS)*: agentūra, nustatanti eksporto kontrolę, taikomą JAV komercinių prekių, išskyrus tas, kurias reglamentuoja kiti departamentai, eksportui.
- *Valstybės departamentas*: prekės iš JAV amunicijos sąrašo.
- *Energetikos departamentas*: prekės iš JAV branduolinės įrangos sąrašo, gamtinės dujos ir elektros energija.
- *Teisingumo ministerija*: narkotikai ir pavojingi vaistai.
- *Jūrų agentūra*: visi laivai, kurių neto masė yra 5 tonos ar daugiau.

- *Finansų ministerija*: bet koks eksportas ar importas iš šalių ar asmenų, kuriems taikomos tarptautinės turtinės sankcijos.

Pagrindinės agentūros - *Pramonės ir saugos biuro* (BIS) misija yra tikslus, nuoseklus ir savalaikis prekių ir technologijų iš JAV eksporto ir reeksporto įvertinimas ir licencijų išdavimas. BIS tikslas yra apsaugoti JAV nacionalinį saugumą, užsienio politiką ir ekonominius interesus, nesudarant nereikalingų reguliacinių naštų teisėtai tarptautinei prekybai.

BIS taip pat pavesta vykdyti JAV eksporto kontrolės politikos dėl dvigubo panaudojimo prekių, programinės įrangos ir technologijų kūrimą, įgyvendinimą ir interpretavimą. *Dvigubo panaudojimo prekės*, kurios priklauso BIS kompetencijai, pirmiausia naudojamos komerciškai, tačiau gali būti naudojamos ir karinėje srityje. Siekdama šio tikslo, BIS stengiasi skelbti aiškius, trumpus ir savalaikius nurodymus. Tai BIS daro išleidžiant reglamentus - tai kodavimo taisyklės, pradėtos ruošti kai kontrolės jurisdikcija buvo perduota iš Valstybės departamento į Komercijos departamentą 1996 metais, bei patarimus – tai laipsniškos instrukcijos ir nurodymai, skirti padėti eksportuotojams, pateikiant prašymus licencijai gauti arba pateikiant pranešimą dėl NLR.

Be JAV eksporto kontrolės politikos dvigubo naudojimo prekėms, BIS taip pat atsakingas už *Eksporto administracijos akto* (EAA) antiboikotinių nuostatų kūrimą, įgyvendinimą ir interpretavimą ir už *Eksporto administravimo taisyklės* (EAR), kurios reguliuoja daugumos komercinių prekių eksportą ir reeksportą, įgyvendinimą ir palaikymą.

EAR eksporto kontrolės priemonės skirtos JAV nacionalinio saugumo, užsienio politikos ir branduolinio ginklo neplitimo interesams tenkinti bei, kai kuriais atvejais, tarptautiniams įsipareigojimams vykdyti. *EAR* taip pat apima eksporto kontrolę, skirtą apsaugoti JAV nuo neigiamo nekontroliuojamo ribotų išteklių prekių eksporto poveikio. *EAR* patiekti konkretūs nurodymai dėl licencijų naudojimo ir jų tipų bei aprašyti kontroliuojamų produktų tipai bei techniniai duomenys. *EAR* oficialus JAV eksporto kontrolės leidinys ir yra Federalinių įstatų kodekse. Konkrečiai *EAR* taikomos:

- JAV kilmės prekėms, įskaitant technologijas ir programinę įrangą;
- užsienyje pagamintiems produktams, kuriuose panaudotos JAV kilmės detalės ar medžiagos, kontroliuojamos nacionalinio saugumo ar užsienio politikos sumetimais;
- užsienyje pagaminti tiesioginiai produktai su JAV kilmės technologija ar programine įranga. Terminas „tiesioginis produktas“ reiškia betarpišką produktą (įskaitant procesus ir paslaugas), pagamintą naudojant technologiją ar programinę įrangą;
- užsienio gamybos produktai, pagaminti bet kokios gamyklos ar jos dalies, kuri yra tiesioginis JAV kilmės technologijos ar programinės įrangos produktas;
- produktai, eksportuojami iš JAV užsienio prekybos zonų;

- produktai su transportavimo dokumentais, kuriuose tikslinė vieta nurodoma JAV, kai vežėjas pasiekia JAV uostą, nepriklausomai nuo to, ar jis išsikrauna, ar ne;
 - dėl kokios nors priežasties iškrautos JAV prekės;
 - tam tikra JAV asmenų veikla;
 - vidinis technologijų ar programinių kodų, parduodamų užsienio piliečiams, eksportas.
- JAV prekės, kurioms netaikomas EAR, yra:
- a) viešai prieinamos technologijos ir programinė įranga, išskyrus šifravimo programinę įrangą ir technologijas;
 - b) produktai, kuriems taikoma išskirtinė kitos federalinės agentūros ar departamento jurisdikcija; ir
 - c) meninės bei netechninės publikacijos. Dauguma viešai prieinamų publikacijų patenka į šią kategoriją.

Techniniai patariamieji komitetai (TAC) pataria Komercijos departamentui dėl techninių eksporto kontrolės, taikomos dvigubo panaudojimo prekėms ir technologijoms, parametrų bei dėl šios kontrolės administravimo. TAC sudaro pramonės ir vyriausybės įgaliotiniai, atstovaujantys skirtingus eksportuojančios bendruomenės požiūrius. Pramonės atstovai pasirenkami iš įmonių, kurios gamina platų prekių, technologijų ir programinės įrangos spektrą, dabar kontroliuojamų dėl nacionalinio saugumo, užsienio politikos, branduolinio ginklo neplatavimo ir išteklių ribotumo priežasčių arba kuriuos yra siūloma kontroliuoti.

TAC skiriami į: vidinio eksporto, informacinių sistemų, medžiagų, medžiagų apdirbimo įrangos, taisyklių ir procedūrų, jutiklių ir prietaisų, transportavimo ir su juo susijusios įrangos.

JAV eksporto kodeksas taikomas tiek JAV kilmės produktams, tiek užsienio kilmės produktams. Ir atvirkščiai, užsienio eksporto kodeksai taip pat taikomi iš JAV importuojamoms prekėms. Kiekvienos šalies eksporto kodeksas taikomas ir tiems produktams, kuriuos jie gamina, ir tiems produktams, kuriuos importuoja. Taigi, JAV ir užsienio eksporto ribojimo jėgos greičiau susideda nei sumažėja, gabenant produkciją iš vienos šalies į kitą. Šis eksporto kontrolės kaupimasis tiesiog neleidžia pasinaudoti gabenimo maršrutu, siekiant apeiti kokius nors eksporto reikalavimus. Verslininkai turi laikytis visų šalių, kurios gauna jų produktus ar paslaugas, kodeksų.

Taip pat JAV ir užsienio eksporto kodeksai riboja reeksportą. *Reeksportavimo kodeksas* reglamentuoja produktų reeksportą iš importuojančios juos šalies. Paprastai yra leidžiamas reeksportas iš vienos šalies į kitas šalis, kurios galėtų gauti tiesioginį eksportą. Tiesą sakant, šie kodeksai draudžia tik pakartotinį eksportą į šalis, kurios negali gauti tiesioginio Eksporto.

Eksporto kontrolės priemonių visuma taikoma visiems produktams, dalyvaujantiems užsienio prekyboje. JAV verslininkai negali pakartotinai eksportuoti užsieninių produktų į tas šalis, į kurias draudžia atitinkama užsienio vyriausybė.

JAV eksporto kodeksai taikomi visoms prekėms, esančioms JAV teritorijoje ar per ją pravežamoms. Prekę laikoma esanti JAV nuo tada, kai vežėjas su preke atkeliauja į JAV uostą. BIS kodeksai atleidžia tik tuos komercinius produktus, kurie lieka laive ar lėktuve, keliaujančiame per JAV iš vienos šalies į kitą. BIS atleidimas produktams, gabenamiems per JAV, turi du reikalavimus:

- prekės turi likti neiškrautos;
- prekių gabenimo dokumentuose tikslinė vieta turi būti ne JAV teritorijoje.

Tačiau kiti JAV kodeksai taikomi visoms prekėms, esančioms JAV ar vežamoms per jas. Pavyzdžiui, Valstybės departamento kodeksas reikalauja licencijų visiems gynybiniais gaminiais, kurie patenka į JAV teritoriją, gabenami per ją ar ją palieka. Visi lėktuvai ir laivai turi gauti muitinės leidimus, norėdami patekti į JAV uostus ar iš jų išvykti.

Eksporto įstatymai atsakomybės našta numato visoms dalyvaujančioms prekyboje šalims. Niekas negali dalyvauti eksporto veikloje, žinodamas, kad vyksta arba žada vykti pažeidimai. Niekas negali parduoti, perduoti, eksportuoti, reeksportuoti, finansuoti, užsakinėti, pirkti, pašalinti, slėpti, saugoti, naudoti, skolinti, transportuoti ar kitaip aptarnauti bet kokią produktą, žinant, kad buvo, bus ar žada būti pažeidžiama kokia nors licencija, licencijos išimtis ar panašiai.

Kiekvienas eksportuotojas turi suvokti savo inicijuojamo eksporto pobūdį, laikytis tikslinių vietų apribojimų ir vykdyti reikalavimus, kurių reikia licencijoms gauti, nes eksportuotojams, tenka pagrindinė atsakomybė, nepriklausomai nuo sutarties sąlygų. Eksportuotojai turi dėti visas pastangas, siekdami nustatyti, ar nėra „raudonų vėliavėlių“, kurios galėtų rodyti nelegalų eksportą ir iš naujo įvertinti sandorius, jei jie jau įvyko. Šios „raudonos vėliavėlės“ (red flags) apima galimus indikatorius, kad:

- pirkėjas planuoja nelegaliai apgaule panaudoti prekes;
- neįprastas ar įtartinas aplinkybės (produktas neatitinka pirkėjo verslo srities, pirkėjas atsisako įprastinių paslaugų, ir pan.); arba
- pirkėjas yra BIS nepatikrintų pirkėjų sąrašė (LDP).

JAV eksportuotojai turi ir susilaikyti nuo draudžiamų ir atlikti reikiamus veiksmus. Suprantama, eksportuotojai turi neeksportuoti nieko nelegalaus. Be to, jie turi paruošti ir pateikti deklaraciją visoms kontroliuojamoms eksporto prekėms, joje nurodant eksporto pobūdį.

Eksportuotojai turi pasilikti eksportavimo įrašus. Jie turi saugoti savo laiškus, kainininkus, paraiškas dalyvauti konkursuose, sąskaitas-faktūras, eksportavimo dokumentus ir t.t. Muitinės ir pasienio apsauga ir kitos agentūros gali tikrinti šiuos įrašus bet kada, kai laiko tai

esant būtina. Eksportuotojai turi saugoti įrašus penkis metus nuo paskutiniojo produkto, technologijų ar programinės įrangos eksporto ar reeksporto. Kodeksai ypač reikalauja, kad asmenys susiję su eksportu, išsaugotų tokius eksporto kontrolės dokumentus:

Dokumentus, aprašytus EAR, įskaitant:

- Licenciją; prašymą išduoti licenciją; bet kokius dokumentus, pateiktus pagal EAR reikalavimus, susijusius su prašymu išduoti licenciją;
- Prašymą išduoti tarptautinį importo sertifikatą;
- Pristatymo patvirtinimo sertifikatą ar panašų įrodymą, kad prekės buvo pristatytos;
- Gabentojo eksporto deklaraciją (SED) arba automatizuotos eksporto sistemos (AES) įrašą, pateikiamą dėl gabenimo į bet kurią šalį;
- Važtaraštį arba uosto kvitą, išduodamą bet kurio gabentojo dėl bet kokio eksporto, kurį reglamentuoja EAR, ir visus kitus eksporto išmuitinimo dokumentus, ruošiamus ir pateikiamus eksportuotojų ir agentų;
- Prašymus boikotuoti – JAV eksportuotojo pranešimą apie prašymą, gautą informacijai, sertifikavimui ar kitam veiksmui, nusakančiam ribojančią prekybos veiklą ar boikotą, įvedamą kitos šalies prieš JAV draugišką šalį, pateiktą JAV komercijos departamentui pagal EAR nuostatas;
- Muitinės formą, transportavimo ir prekių deklaraciją, muitinės patikros dokumentus ir leidimą; bei bet kokius kitus dokumentus, išduotus vyriausybės agentūros, kaip licencijos pakrauti prekes eksportuojančiam gabentojui ar kitaip padėti eksportavimui iš JAV ar bet kokiam licencijos reikalaujančių prekių reeksportui egzistavimo įrodymą.

Taip pat memorandumus, notas, korespondenciją, sutartis, apskaitos knygas ir finansinius įrašus, ribojančių prekybinių veiklų ar boikoto dokumentus ir pranešimus, kitus dokumentus, susijusius su EAR aprašytais sandoriais.

2.3.1. Eksporto kontrolės sistemos pasiekimai per NES įgyvendinimą

Susikūrimo pradžioje, prezidento Klintono Administracija pripažino poreikį pertvarkyti ir supaprastinti *JAV eksporto kontrolės struktūrą*. Vyriausybės pastangos buvo sukoncentruotos į pasenusios kontrolės peržiūrėjimą ar jos atsisakymą. Taip pat į *Eksporto administravimo taisyklių* (EAR) bei licencijavimo proceso skaidrinimą ir paprastinimą. Per abiejų Administracijų NES įgyvendinimo metus daug buvo pasiekta visose minėtose srityse.

Remiantis TPCC rekomendacijomis, Administracija atliko kritinių nacionaliniam saugumui didelio galingumo kompiuterių panaudojimų tyrimą ir užbaigė eksporto kontrolės, taikomos didelio galingumo asmeniniams kompiuteriams, apžvalgą. Remiantis šiuo darbu, JAV vyriausybės buvo atliktas tolimesnis kompiuterių eksporto kontrolės liberalizavimas:

- eilėje sprendimų nuo 1993 metų spalio mėnesio JAV vyriausybė padidino kompiuterių dekontrolės lygį daugeliui šalių nuo 67 iki 260 MTOPS (milijonų teorinių operacijų per sekundę).
- išplėtė bendrosios licencijos tinkamumą kompiuteriams, gabenamiems į daugelį „laisvojo pasaulio“ šalių, iki 10 000 MTOPS (arba daugiau artimiems sąjungininkams). Tai reiškė, kad kompiuteriai ir toliau buvo kontroliuojami, tačiau eksportuotojai galėjo juos gabenti be iš anksto išduoto raštiško Komercijos departamento leidimo.
- taip pat įsteigė bendrąją licenciją, su kuria galima gabenti kompiuterius iki 7000 MTOPS galingumo civiliams - galutiniams vartotojams į buvusiojo COCOM nurodytas šalis (COCOM nustojo veikti 1994 metais, o esamus kontrolės ir draudžiamų prekių sąrašus šalys narės pasiliko tol, kol buvo sudarytas Wassenaar'o susitarimas). Ši ir paskesnė 1995 metų prezidento reforma liberalizavo kontrolę, kurią pramonė įvertino 42 milijardų USD dydžio licencijavimo naštos sumažėjimu JAV kompiuterių gamintojams;
- sukūrė bendrąją licenciją G-BETA, kuria naudojantis galima buvo gabenti bandomąją programinę įrangą tam tikriems galutiniams vartotojams be individualiai patvirtintos licencijos;
- išplėtė licencijos tinkamumą, kad jis apimtų daugelį puslaidininkių ir jų gamybos įrangą, apsaugos nuo virusų programinę įrangą ir tam tikrus mobiliuosius telefonus.

Taip pat buvo pašalinta būtinybė gauti išankstinį sutikimą eksportuoti didelę dalį *telekomunikacinės* įrangos į daugelį šalių ir plačiam spektrui galutinių vartotojų. JAV telekomunikacinės įrangos gamintojai galėjo lygiavertiškai konkuruoti kylančiose rinkose. 1993 ir 1994 metais atlikti liberalizavimo veiksmai net viršijo pirminį Administracijos tikslą, o jų rezultatas buvo Amerikos kompanijų įsiskverbimas į reikšmingas rinkas, ypač Kinijoje. Be to, 1994 metais JAV suderino tam tikrų *cheminių mišinių* kontrolę pagal daugiašales sutartis, atleisdama šiuos produktus nuo licencinių reikalavimų.

Šių pakeitimų poveikis buvo licencijavimo naštos sumažėjimas daugiau nei 60 procentų nuo Klintono Administracijos darbo pradžios.

1995 metų pabaigoje prezidentas Klintonas pasirašė vykdomąjį įsakymą, kuriuo buvo pertvarkytas tarpagentūrinis licencijų išdavimo procesas. Jame buvo pateikta išplėsta kitų agentūrų licencijų prašymų apžvalga mainais į didesnę agentūrų discipliną ir savalaikiškumą, išsakant savo požiūrius Komercijos departamentui.

1996 metais prezidentas priėmė sprendimą dėl prekių jurisdikcijos ginčų sureguliuavimo proceso. (Tai yra ginčai dėl to, ar prekė yra dvigubo panaudojimo ir jos kontrolė priklauso Komercijos departamentui, ar ji yra militaristinė ir jos kontrolę turi vykdyti Valstybės departamentas.) Sprendimo priėmimo rezultatas - riboto laiko, skaidrus procesas, iš kurio naudos

gavo JAV eksportuotojai. Tuo pat metu prezidentas Klintonas išsprendė dvi įsisenėjusias sektorines problemas, priimdamas nutarimą, kad komercinių komunikacijų satelitus ir komercinių reaktyvinių variklių technologijas kontroliuos Komercijos departamentas pagal savąjį dvigubo panaudojimo sąrašą.

Eksporto apimtys ir eksportuojančių kompanijų skaičius JAV labai išaugo. Šis augimas įvyko nepaisant eksportą varžančių Komercijos departamento taisyklių ir nuostatų. Siekiant ir toliau skatinti eksportą ir palengvinti daugelį eksportavimo procesų bei painiavų, po intensyvaus dialogo su eksportuojančia bendruomene, Administracija ėmėsi pirmojo visapusiško *Eksporto administravimo taisyklių* (EAR) atnaujinimo. Siekiant užtikrinti pramonės išitraukimą į pertvarkymų procesą bei aprašyti pakeitimų poveikį eksportuojančiai bendruomenei, buvo surengta daugybė viešųjų sesijų ir individualių susitikimų su pramonės atstovais. Be to, tarpagentūrinė grupė įsteigė nuolatinės peržiūros procedūras, siekiant nustatyti prekes Valstybės departamento ginkluotės sąrašė, kurias galima perkelti į Komercijos departamento kontrolinį sąrašą.

1996 metų pabaigoje Federaliniame registre JAV vyriausybė paskelbė pilną Komercijos departamento nuostatų perrašytą variantą per 40 metų. Šio veiksmo dėka buvo pašalinti apsunkinantys reikalavimai eksportuotojams, o trys prašymų formos apjungtos į vieną. Dėl šių ir kitų pakeitimų, EAR tapo paprastesni ir jį tapo lengviau laikytis, ypač smulkioms ar retai eksportuojančios įmonės. Tarp esminių eksporto kontrolės nuostatų pakeitimų buvo:

- sukurta nauja prekių ir šalių klasifikavimo sistema, o eksportuotojas tapo atsakingas už tinkamo numerio parinkimą eksportuojamai prekei. Klasifikacinis numeris, pavadintas *Eksporto kontrolės klasifikaciniu numeriu* (ECCN) yra nuoroda į Komercinės kontrolės sąrašo (CCL) aprašymą, kuris nusako prekės eksportuojamumo būseną;
- eksportuotojas vienašališkai pradėjo spręsti, ar prekei yra kokių nors galutinio panaudojimo apribojimų, tokių kaip galimas jos įtraukimas kuriant branduolinius, cheminius ar biologinius ginklus. EAR nurodė kontroliuojamus *dvigubo panaudojimo produktus*, kurie gali būti naudojami tiek militaristiškai ar kitose strateginėse srityse (pvz., branduolinėje), tiek komerciškai;
- eksportuotojas tapo atsakingas už galutinio vartotojo bei galutinio panaudojimo nustatymą, nepriklausomai nuo to, kas yra pirminis pirkėjas, arba kai jis susiduria su teisinėmis verslo vykdymo su nenustatytais prekybos partneriais pasekmėmis. Pagal EAR, gamintojai ir platintojai tapo atsakingi už kruopštų galutinių vartotojų ir panaudojimo atrinkimą, siekiant nustatyti, ar galiausiai produktas neatsiduria pas nepatvirtintą vartotoją ar nėra netinkamai naudojamas;

- sukurta atskira kontrolės kategorija kodavimo produktams. Kodavimas apėmė dokumentų, kompiuterinių programų, balso įrašų ir kitų duomenų šifravimą. Rūpinamasi, kad jei šifravimo procesai būtų eksportuojami JAV vyriausybei neturint reikiamų šifro kodų, tai vyriausybė netektų galimybės stebėti nelegalias veiklas, tokias kaip pinigų plovimas ir kitos. Pradžioje šifravimo programinės įrangos eksportavimas buvo griežtai draudžiamas. Tačiau, siekiant subalansuoti JAV karinių ir teisinių pajėgų bei pramonės poreikius konkuruoti pasauliniu mastu, eksportavimo taisyklės buvo palengvintos.

Sekančiais metais buvo tęsiamas darbas TPCC projekte, siekiant pagerinti sąsają tarp automatizuotų licencijavimo sistemų, naudojamų įvairių agentūrų, dalyvaujančių prašymų išduoti eksporto licencijas peržiūrėjime. To pasekoje kanceliarinių darbų ir laiko, reikalingo eksporto licencijoms gauti, sumažinimui, buvo sukurtos keturios inovacijos:

- Eksporto licencijų prašymų ir informacijos tinklas (ELAIN) – kurio pagalba eksportuotojai gali pateikti paraiškas dėl licencijų elektroniniu būdu;
- Eksporto licencijų prašymų sekimo sistema (STELA) - automatizuota balso atsakiklių sistema, kuria galima pasinaudoti, naudojant mygtukinį telefono aparatą;
- Elektroninė prekių klasifikavimo užklausa (ERIC) - Eksporto administravimo biurui (BEA) pateikiamos užklauskos dėl prekių klasifikavimo elektroniniu būdu;
- Supaprastintasis prašymų svarstymo tinklas (SNAP) - alternatyva popierinių licencijų pateikimui.

Prasidėjus Bušo Administracijos kadencijai, šie keturi Komercijos departamento padaryti pakeitimai padėjo pereiti nuo popierinės biurokratijos prie skaitmeninio departamento.

Komercijos, Valstybės, Krašto apsaugos ir Energetikos departamentai inicijavo daugelį kitų patobulinimų, skirtų nebūtinai ar neefektyviai JAV verslo kontrolei sumažinti ir daugiašalės eksporto kontrolės sistemos efektyvumui padidinti:

- Komercijos departamentas sustiprino savo ekonominę eksporto kontrolės analizę, kad pagerintų ekonominio saugumo interesų svarstymus eksporto kontrolės procese. Jų analizė buvo fokusuojama į ekonominius kaštus ir eksporto licencijų atsisakymo naudą šalies pramonininkams ir įmonėms, įskaitant produkto prieinamumo užsienyje ir daugiašalės kontrolės efektyvumo įvertinimą;
- 1996 metais, derinant su JAV nacionalinio saugumo ir ginklų neplatavimo atsakomybėmis, buvo liberalizuotas eksporto kontrolės procesas bei ištirti kovos su kyšininkavimu ir korupcinėmis verslo veiklomis, kurios iškreipia prekybą ir sąžiningą konkurenciją būdai;
- Administracija sustiprino savo bendravimą su privačiuoju sektoriumi dėl nagrinėjamų eksporto kontrolės iniciatyvų. Komercijos departamentas surengė eilę viešųjų sesijų dėl

pasiūlytų EAR pakeitimų ir daugiau nei 140 seminarų apie eksporto licencijas bei 23 seminarus apie apsaugos pajėginimą ir resursų atitikimą;

- užbaigtas eksporto kontrolės reguliacinių reikalavimų paprastinimas, perrašant EAR;
- Komercijos, Krašto apsaugos, Energetikos ir Valstybės departamentai patobulino tarpagentūrinės eksporto kontrolės peržiūrėjimo sistemą, sustiprinant ryšį tarp savo automatizuotų informacinių sistemų, siekiant palengvinti dalijimąsi informacija ir galutinių bylos sutvarkymo duomenų perdavimą;
- Energetikos departamentas pakeitė savo branduolinių technologijų kontrolės nuostatus, kad sumažintų licencijavimo našą JAV prekybiniais partneriais, pripažindamas teigiamus žingsnius, kurių šalys ėmėsi stabdydamos branduolinio ginklo plitimą;
- JAV suvaidino aktyvų vaidmenį, didinant daugiašalių kontrolės režimų efektyvumą, įskaitant sutarčių persvarstyti Raketų technologijų kontrolės režimą, kad jis atspindėtų technologinius pasiekimus, sudarymą bei dabartinės Branduolinių tiekėjų grupės dvigubo panaudojimo kontrolės sąrašo reguliavimo skaidrinimą ir atnaujinimą. Taip pat JAV vadovavo kuriant COCOM perimančių režimą – Wassenaar'o susitarimą, siekiant skatinti skaidrumą ir atsakingą prekybą ginklais bei jautriomis dvigubo panaudojimo prekėmis;
- kaip dalį savo Eksporto administravimo akto (EAA) įgaliojimų atnaujinimo pasiūlymo, Administracija pateikė naujus vienašalės kontrolės plėtros kriterijus;
- siekiant nuostatų aiškumo ir „pagaukime visus“ priemonių peržiūrėjimo, Administracija baigė sustiprintos branduolinio ginklo plitimo kontrolės iniciatyvos apžvalgą;
- Valstybės departamentas vadovavo JAV vyriausybės pastangoms įgyvendinant OECD rekomendacijas, kuriose visi nariai buvo raginami imtis efektyvių priemonių kovoje su kyšininkavimu, tiek šalies, tiek tarptautiniu mastu;
- Komercijos departamentas toliau skaidrino dvigubo naudojimo prekių ir technologijų licencijavimo reikalavimų taikymą ir galimybes, pavaldžias Sustiprintos ginklų plitimo kontrolės iniciatyvai (EPCI). Tokiu būdu visi JAV eksportuotojai buvo savalaikiai informuojami apie probleminius galutinius vartotojus ir susijusius projektus;
- per ginamosios advokatūros veiksmus, Komercijos departamentas labai artimai dirbo su JAV pramone, paveikta gynybos sumažėjimo. Buvo inicijuota ir koordinuota tarpagentūrinė komanda, kuri kūrė ir vykdė vyriausybinių strategijų;
- taip pat buvo sumažinti potencialūs prekybos barjerai, padedant Amerikos įmonėms atitikti reguliacinius užsienio šalių reikalavimus, paskatintas JAV standartų priėmimas ir paremtas tarptautinių standartų harmonizavimas bei sertifikavimo procedūros.

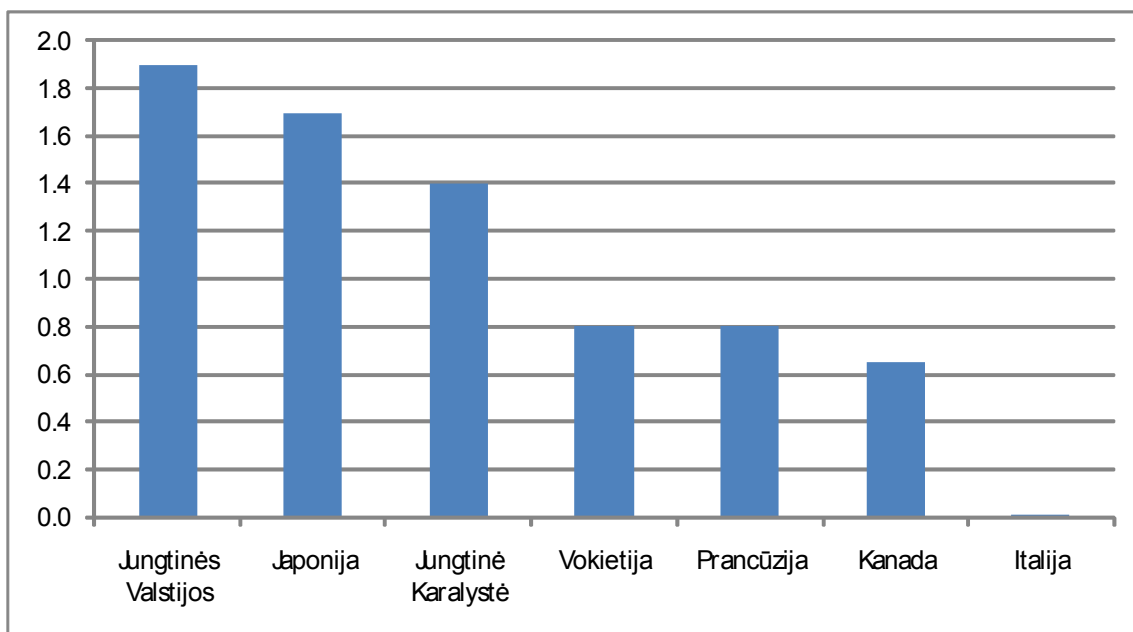
3. JAV eksportas pasaulinės ekonomikos kontekste

Pastaruosius keletą metų buvo stebėtas eksportuojančių JAV kompanijų skaičiaus bei BVP procentinės dalies, kurią sudarė eksportas, stabilizavimasis. Šios tendencijos iš dalies suprantamos, turint omenyje JAV ekonomikos patrauklumą ir absoliutųjį jos mastą. Tačiau pasaulinėje ekonomikoje toks vietinės rinkos akcentavimas gali būti ir trūkumas, ypač toms įmonėms, kurios tampa pernelyg patenkintos ir nusiraminusios dėl pardavimų užsienyje galimybių arba nepripažįsta naujų konkurentų atsiradimo tol, kol nebūna per vėlu.

2005 metais buvo sukurta du milijonai darbo vietų ir stebėtas 3,5 procento ekonominis augimas. Iki pirmojo 2006 metų ketvirčio imtinai, nepaisant uraganų sukeltų iššūkių ir didelių energijos kainų, BVP augo 12 ketvirčių iš eilės. Šio klestėjimo esmė buvo ypatingai palankios JAV ekonomikos sąlygos verslui. Jungtinių valstijų produktyvumo augimas buvo didesnis nei kitų Didžiojo septyneto (G-7) šalių. Nuo 2000 iki 2005 metų JAV produktyvumas didėjo vidutiniškai 1,9 procento per metus, tuo tarpu Japonijoje 1,7 procento, Jungtinėje Karalystėje 1,42 procento ir mažiau nei 1 procentu kitose G-7 šalyse (žr. 11 pav.).

11 pav. Produktivityvumo augimas G-7 šalyse 2000-2005.

y ašis: Vidutinis metinis produktyvumo augimo rodiklis



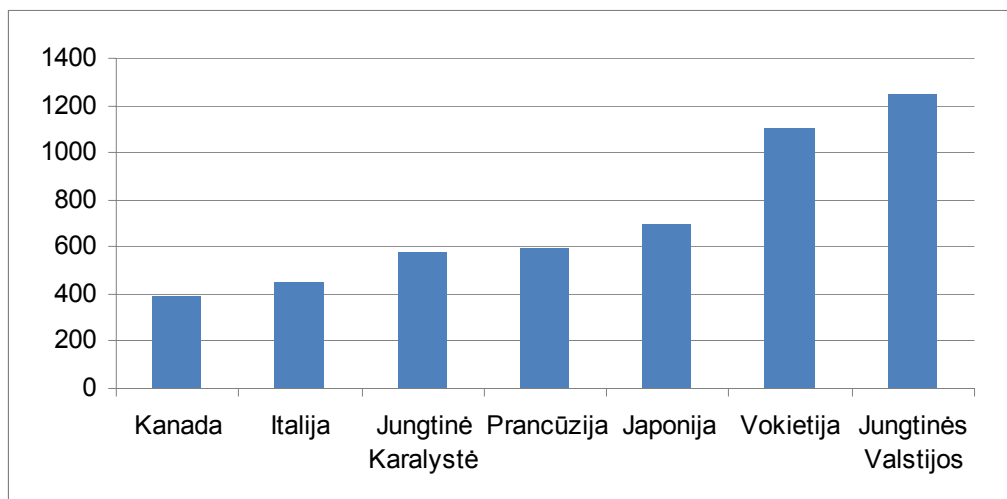
Šaltinis: Šalių ekonomikos ministerijos, prezidento Ekonomikos patarėjų taryba

Eksportavimas visada buvo svarbus JAV ekonominio augimo ramstis. Viena iš penkių gamybinių darbo vietų priklauso nuo eksporto. Įmonės, užsiimančios tarptautine prekyba ir investavimu, produktyvesnės ir siūlo didesnes algas bei pelnus. JAV prekių eksportas išaugo 11 procentų 2005 ir 13 procentų 2004 metais. Žemės ūkio eksportas 2005 metais pasiekė rekordinį mastą. Šios srities pardavimai buvo 62,4 milijardų USD ir jų dėka buvo išlaikoma 926 000

tūkstančiai darbo vietų. O paslaugų eksportas per pastarąjį dešimtmetį išaugo 59 procentais – nuo 239,5 milijardo USD 1996 iki 380,6 milijardo 2005 metais. JAV ir toliau turi stiprių konkurencinių pranašumų daugelyje produktų ir paslaugų kategorijų. Absoliučiosios vertės požiūriu, JAV pirmaujanti šalis eksporto srityje pasaulyje. (žr. 12 pav.).

12 pav. Prekių ir paslaugų eksportas iš G-7 šalių 2005.

y ašis: Milijardai USD

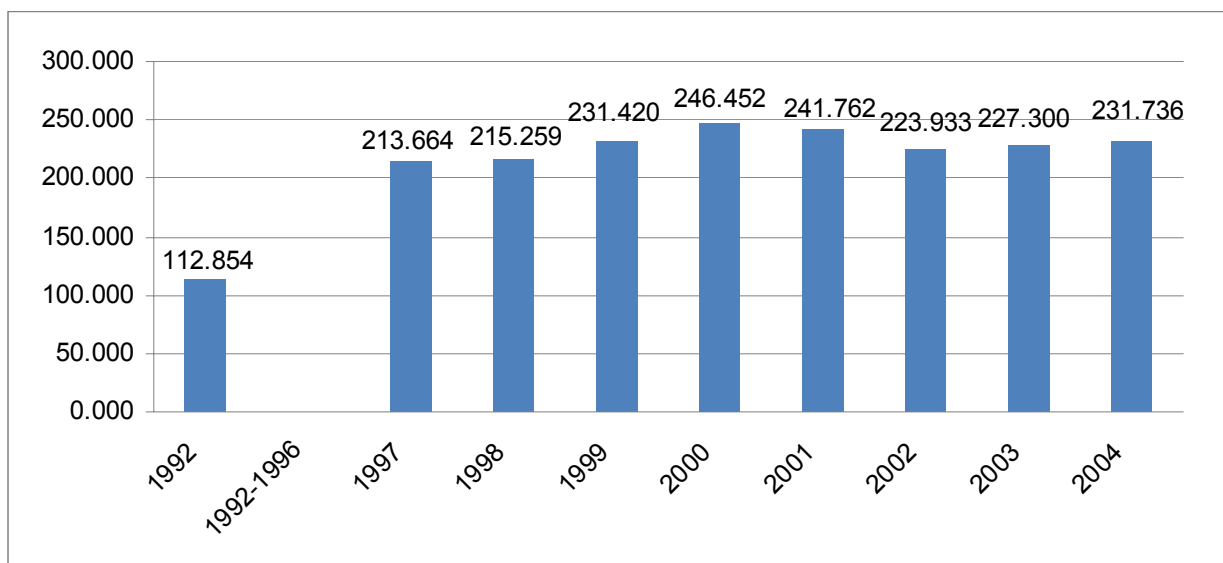


Šaltinis: WTO (www.wto.org/english/news_e/pres06_e/pr437_e.html)

Deja atsirado požymių, rodančių JAV verslo dalyvavimo pasaulinėje ekonomikoje pavienių kompanijų lygyje kilimo sustojimą. Eksportuojančių JAV kompanijų kiekis nuo 1997 metų (213 664 tūkstančiai) iki 2004 metų (231 736 tūkstančiai) padidėjo tik 8,5 procento, po beveik padvigubėjimo nuo 1992 metų (112 854 tūkstančiai). (žr. 13 pav.).

13 pav. Eksportuojančių JAV kompanijų skaičius 1992 ir 1997-2004.

Pastaba: 1993-1996 duomenys nepasiekiami



Šaltinis: Komercijos departamentas (U.S. Department of Commerce), Bureau of the Census.

JAV prekių eksporto dalis, kurią sudaro mažos ir vidutinės įmonės (SME), išliko apie 30 procentų. Per tą patį periodą prekių eksporto iš SME apimtis doleriais pakilo daugiau nei 16 procentų. Šios tendencijos sulaukė jau ir taip mažą eksportuojančių JAV kompanijų procentą nuo augimo. Iš 5,7 milijonų JAV kompanijų, kuriose dirba vienas ar daugiau darbuotojų, tik 4 procentai iš tiesų eksportuoja.

Tuo pačiu laikotarpiu vidaus prekyba tarp JAV įmonių ir jų filialų sudarė maždaug trečdalį JAV prekių eksporto. Tai išryškino nenutrūkstantį atvirumo užsienio investicijoms svarbą JAV nacionalinėje eksporto strategijoje.

Kad JAV išliktų konkurencinga, TPCC agentūros turi sudominti didesnę JAV verslo bendruomenės dalį pasauline ekonomika. Tai yra tūkstančiai kompanijų, didelių ir mažų, kurios turi eksportuotinų prekių ar paslaugų, tačiau dėl įvairių priežasčių to nedaro. Nors eksportuojančios kompanijos geriau išlaiko konkurencingumą ir savo pardavimų augimą esant užsienio konkurencijai.

Vykdyti prekybą su užsieniu lengviau nei kada nors, kadangi pasaulis tampa vis atviresnis, o ryšiai vis geresni. Sėkmingų pasaulinių ir dvišalių prekybos sutarčių dėka sumažėjo tarifiniai sienų kirtimo barjerai. Taip pat pradėjo mažėti daugelis netarifinių barjerų, kadangi vykdomos sėkmingos derybos dėl daugiašalių ar dvišalių sutarčių, apimančių platų problemų spektrą. Internetas ir kitos komunikacijos bei pasiekimai transporto srityje sumažino atstumą tarp eksportuotojo ir importuotojo iki pelės mygtuko paspaudimo.

Nepaisant didelio progreso, darbas, siekiant padaryti pasaulinę prekybos sistemą laisvesnę ir teisingesnę, dar toli gražu nėra baigtas. JAV ir likusios pasaulio dalies ekonominio augimo perspektyvos, ypač besivystančių šalių, labai priklauso nuo gebėjimo vykdyti prekybos liberalizavimo darbotvarkę. Pasimetęs tarp populiarių žiniasklaidoje temų apie nesutarimus tarp šalių, yra dramatiškas tarifinių ir netarifinių kliūčių sumažėjimo per dešimtmečius, įskaitant pastaruosius metus, mastas.

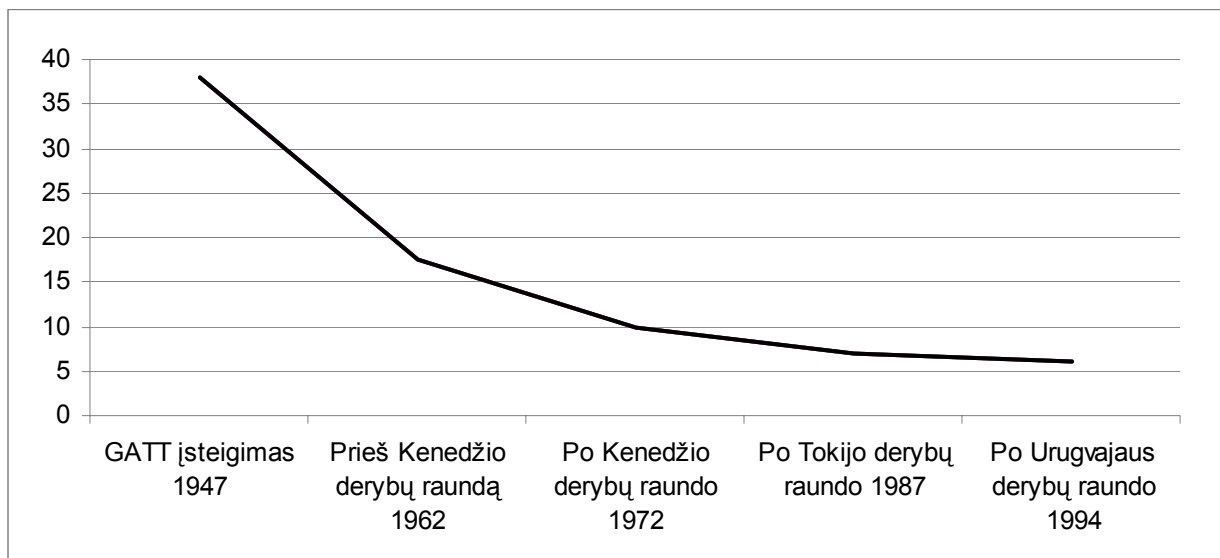
Per aštuonis daugiašalių prekybinių derybų raundus, įvykusius nuo 1947 metų, pramoninių šalių muitų tarifai sumažėjo nuo 38,5 procento iki 4 procentų (žr. 14 pav.).

Taip pat žymiai sumažėjo besivystančių šalių tarifai, įskaitant daugelį greičiausiai augančių JAV eksporto rinkų. Kinijos įstojimas į WTO ir prieigos prie rinkos išipareigojimų įgyvendinimas labai sumažino muitų tarifų, taikomų JAV produkcijai, dydžius. Kinija sumažino svarbiausių JAV pramonei prekių tarifų dydžius nuo vidutiniškai 25 procentų 1997 iki 7 procentų 2006 metais. Indijos muitų tarifai daugelio pramoninių prekių importui sumažėjo nuo 35,6 procentų 1997 iki 12,5 procentų 2006 metais.¹²

¹² <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2006FINAL.pdf>; prisijungimo laikas: 2006-12-17.

14 pav. Prekybos apsaugos pasienyje mažinimas

y ašis: Vidutiniai pramoninių prekių muitų tarifai, procentais



Šaltinis: Pasaulio prekybos organizacija (WTO), „Trading into the Future“, 1995.

Kitas didelis pasiekimas buvo prekybos su „surišančiais“ įsipareigojimais kiekio padidėjimas. Susiejusios muitų tarifų dydžius, šalys pasižadėjo išlaikyti muitus mažesnius nei maksimalūs. To pasekoje eksportuotojai žino, ko tikėtis, kadangi atsirado skaidrumas ir prognozuojamumas. Susietų tarifų procentas labai išaugo Urugvajaus derybų raunde, beveik iki 100 procentų pramoninėms šalims (žr. 3 lentelę). Žemės ūkio prekyboje 100 procentų produktų turi naujus susietuosius tarifus. Pagrindinės besivystančios šalys taip pat susiejo daugelį savo tarifų.

5 lentelė. Urugvajaus raundo susietieji tarifai

Procentais, tarifai prieš 1986-94 metų derybas ir po jų.

	Prieš, %	Po, %
Išsivysčiusios šalys	78	99
Besivystančios šalys	21	73
Pereinamosios ekonomikos	73	98

Šaltinis: WTO, „Trading into the Future“, April 1999

Muitų tarifų dydžiams pasiekus istorines žemumas, daugiašalėse prekybinėse derybose vis labiau buvo deramasi dėl netarifinių kliūčių, kaip ir dėl naujų prekybos sričių, tokių kaip prekyba paslaugomis ir intelektine nuosavybe. 1995 metais sausio mėnesį baigiantis Urugvajaus derybų raundui, tarptautinė bendruomenė padarė didelį žingsnį įkūrė Pasaulio prekybos organizaciją (WTO). Nors WTO pirmtakas Bendrasis susitarimas dėl muitų tarifų ir prekybos

(GATT) daugiausia apėmė tik prekybą prekėmis, WTO apima ir paslaugas ir intelektinę nuosavybę. WTO susitarimas dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba (TRIPS) kartu su *Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos* (WIPO) vykdomais susitarimais sukūrė intelektinės nuosavybės teisių apsaugą su bendromis tarptautinėmis taisyklėmis ir sudarė nuoseklesnę šių teisių saugojimo ir stiprinimo struktūrą.

Bendrasis susitarimas dėl prekybos paslaugomis (GATS) buvo pirmasis daugiašalis teisiškai įvykdomas susitarimas dėl tarptautinės prekybos paslaugomis. Šis susitarimas apima visus paslaugų sektorius ir visoms WTO šalims narėms taiko sąžiningos prekybos principus, tokius kaip didžiausio palankumo tautų režimas, tautinis režimas ir skaidrumas.

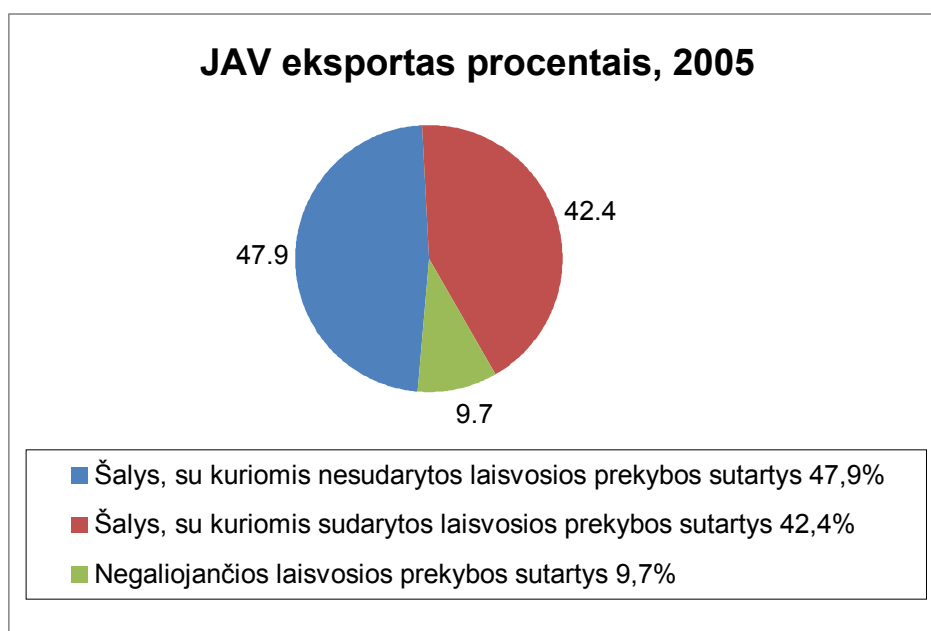
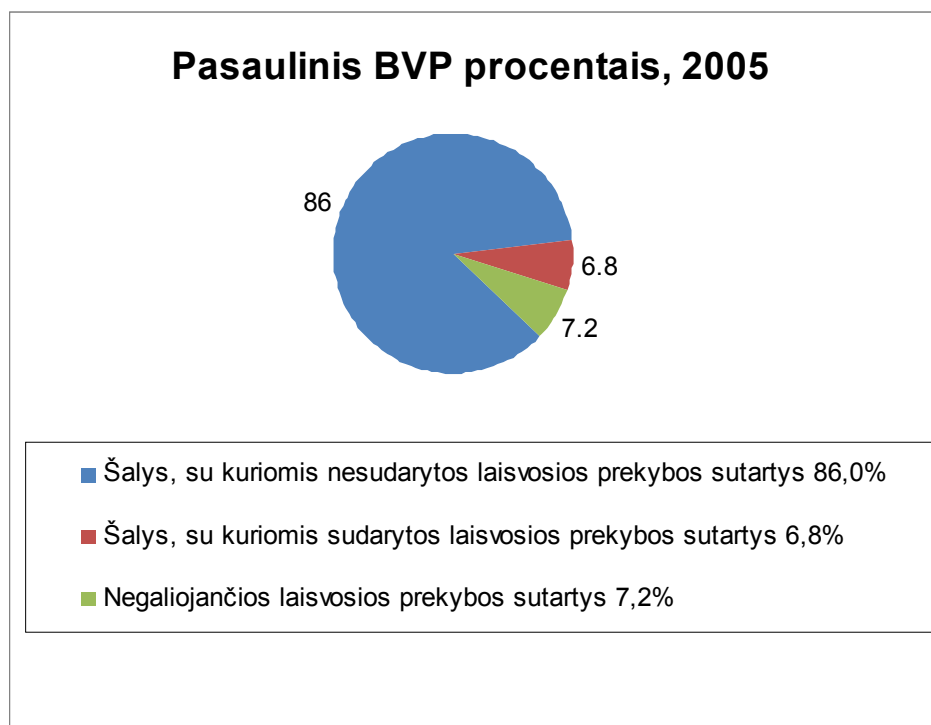
JAV taip pat įgijo daug naujų prieigų į užsienio rinkas per derybas su prekybos partneriais dėl dvišalių ir regioninių sutarčių. Šių sutarčių nauda akivaizdi:

- Nuo tada, kai 1994 metais įsigaliojo *Šiaurės Amerikos laisvosios prekybos sutartis* (North American Free Trade Agreement / NAFTA), JAV eksportas į Kanadą ir Meksiką padidėjo nuo 142 milijardų USD 1993 iki 332 milijardų USD 2005 metais – tai 134 procentų padidėjimas per šį periodą, o, palyginimui, į likusias pasaulio šalis buvo eksportuota tik 77 procentais daugiau.
- Nuo tada, kai 2001 metais buvo įgyvendinta laisvosios prekybos sutartis (FTA), JAV eksportas į Jordaniją padidėjo 103 procentais.
- Nuo tada, kai 2004 metais buvo įgyvendinta FTA, JAV eksportas į Čilę padidėjo 92 procentais.
- Nuo tada, kai 2004 metais buvo įgyvendinta FTA, JAV eksportas į Singapūrą padidėjo 25 procentais.
- Nuo tada, kai 2005 metais buvo įgyvendinta FTA, JAV eksportas į Australiją padidėjo 11 procentų.

Šios ir kitos suderėtos dvišalės ir regioninės sutartys įrodė kad nebetoli yra tarifinių ir netarifinių kliūčių pašalinimas iš didelės dalies svarbių JAV eksportuotojams užsienio rinkų. 2005 metais prekybos partneriai, su kuriais JAV sudarė FTA, sukūrė apie 7 procentus pasaulinio BVP, tačiau sudarė daugiau nei 42 procentus viso JAV eksporto (žr. 15 pav.)

15 pav. JAV laisvosios prekybos sutarčių partneriai pasaulinėje ekonomikoje

Pastabos: Pasaulinis BVP neapima JAV BVP vertės. BVP procentinės dalys apskaičiuotos pagal BVP skaičius, gautus remiantis perkamosios galios paritetu (PPP). Eksporto skaičių sudaro visas JAV eksportas. Šalys, su kuriomis sudarytos laisvosios prekybos sutartys, yra visos šalys, kurių laisvosios prekybos sutartys galiojo 2005 metais (Australija, Kanada, Čilė, Izraelis, Jordanija, Meksika ir Singapūras). Laisvosios prekybos sutartys dėl kurių deramasi ar susiderėta, bet kurios 2005 metais dar negaliojo, apima Bahreiną, Botsvaną, Kolumbiją, Kosta Riką, Dominikos Respubliką, El Salvadorą, Gvatemalą, Hondūrą, Korėją, Lesotą, Malaiziją, Maroką, Namibiją, Nikaragvą, Omaną, Panamą, Peru, Pietų Afriką, Svazilandą, Tailandą ir JAE.



Šaltinis: Tarptautinis Valiutos fondas (IMF), *World Economic Outlook Database*, April 2006, TRIPS, Komercijos departamentas (U.S. Department of Commerce)

3.1. Eksporto bazės plėtimas, naudojantis strategine partneryste.

Kad padėtų kompanijoms pasinaudoti užsienio prekybos galimybėmis, JAV turėjo pastoviai skatinti geresnį eksporto galimybių žinomumą ir viešosios bei privačiosios pagalbos prieinamumą, kai siekiama susitvarkyti su neaiškumais dėl užsienio prekybos. Iškeltas tikslas - eksporto išaugimas, didinant eksportuotojų skaičių bei rinkų, kurias pasiekia kiekvienas eksportuotojas, kiekį.

Federalinė vyriausybė sukūrė platesnes ir gilesnes partnerystes su JAV privačiuoju sektoriumi – tikrąja Amerikos ekonomikos stiprybe – bei su valstybinėmis ir vietinėmis vyriausybėmis, kad sudomintų verslo bendruomenę bei skatintų eksportą. Partnerystė tapo centriniu 2006 metų Administracijos prekybos skatinimo darbotvarkės punktu, sukvietusiu visus potencialius privačius partnerius prisijungti prie vyriausybės veiklos, plečiant JAV eksportuotojų bazę. Siekiant šio tikslo, kvietimas partnerystei buvo remiamas tuo, kad:

- buvo svarbios tendencijos, apibrėžiančios smulkaus verslo sektorių ir ribojančios vyriausybės gebėjimą pasiekti šias įmones;
- išloštų tiek vyriausybė, tiek privatus sektorius, kadangi partnerystėje jie sujungtų savo unikalius gebėjimus;
- galima kurti tikslingas rinkodaros strategijas, kurios pagerins partnerysčių susitelkimą ir padarys jas sėkmingesnėmis;
- jau pradėti inovatyvių partnerysčių socialiniai tyrimai, pristatantys pagrindines prekybos skatinimo agentūras, ir jie jau parodė reikšmingą šios strategijos potencialą;
- JAV vyriausybės koordinavimo pastangos pagerintų klientų aptarnavimą.

Pastaraisiais metais daug JAV eksportuotojų išliko statiški. Tuo pat metu šių kompanijų profilis vystėsi ir kai kuriais atvejais vyriausybei darėsi sunkiau jas pasiekti. Vyriausybė susidūrė su tokiais iššūkiais:

- bendro JAV eksportuotojų skaičiaus augimas per pastaruosius septynerius metus buvo gana vangus, nuo 1997 iki 2004 metų jų padaugėjo tik 8,5 procento;
- eksportuojančios kompanijos sudarė mažiau nei 4 procentus visų JAV kompanijų, kurios turėjo vieną ar daugiau darbuotojų;
- SME dalis prekių eksporte ir toliau buvo mažesnė nei 30 procentų;
- beveik 60 procentų SME eksportuotojų eksportavo tik į vieną užsienio rinką;
- virš 40 procentų visos SME eksporto vertės pasiskirstė tik keturiose užsienio rinkose;
- 70 procentų visų eksportuojančių įmonių sudarė labai mažos kompanijos (mažiau nei 20 darbuotojų);
- negamybinės kompanijos sudarė 68 procentus visų SME eksportuotojų.

Partnerystė vardan prekybos skatinimo davė naudos kaip federalinėms prekybos skatinimo agentūroms, taip ir privačiajam sektoriui.

Sėkmingos viešosios-privačiosios partnerystės prekyboje buvo galimos, nes partneriai:

- turėjo vienodus strateginius tikslus;
- didino eksportavimo matomumą, kaip verslo vystymo strategiją;
- skatino kompanijas iš savo pačių klientų duomenų bazių prekiauti tarptautinėje rinkoje;
- siekė priimti unikalios federalinės vyriausybės sprendimus, skirtus rizikos ir netikrumo valdymui ir padaryti, kad jos pasaulinis prekybos ekspertų tinklas būtų prieinamas daugiau kompanijų;
- kartu siekė kelti klientų aptarnavimo kartelę ir atitikti JAV kompanijų poreikius.

Pradėjus partnerystę, potencialūs partneriai kartu nustatė galimus tikslinius rinkos segmentus JAV verslo bendruomenėje ir geriausias šių grupių pasiekimo strategijas, kurios buvo sudarytos pagal konkrečios rinkos segmentą bei nukreiptos į specifinę geografinę rinką ar prekybos sutartį. Šios strategijos iškelė tokius tikslinės partnerystės tikslus:

- a) *Skatinti eksportuotojus plėstis į gretimas rinkas.* Kai vienoje rinkoje iškyla naujos galimybės, partneriai informuoja JAV kompanijas, eksportuojančias į gretimas šalis, apie šias galimybes (pavyzdžiui, CAFTA-DR rinkų verslo aplinka, nes panaši į Meksikos).
- b) *Eksportuotojų į vieną šalį pavertimas daugiakrypčiais eksportuotojais.* Įmonių išvedimas už jų pirminių patirčių eksportavimo srityje į globalesnes perspektyvas - viena iš labiausiai atsiperkančių strategijų. Partneriai gautų greitesnės investicijų grąžos ir greitesnio verslo proceso, kurio dėka jų klientų pardavimai būtų sėkmingi. Kad tai pasisektų, partneriai turėtų pademonstruoti galimybes ir priemones, kaip palaipsniui pereiti prie pardavimų daugelyje šalių.
- c) *Mažų eksportuotojų pasiekimas per internetą.* Internetas tai raktas į didėjančių kompanijų, kurios sudaro daugiau nei 70 procentų visų eksportuojančių JAV įmonių, gretų pasiekimą. Daugelis šių kompanijų internetą naudoja tik kaip vienintelį savo prekybos fasadą, tačiau jis yra pasiekiamas pasauliniu mastu. Partneriai pasitarnautų šiam rinkos segmentui, teikiant savipagalbos informaciją ir paslaugas internete.
- d) *Neeksportuotojų pavertimas eksportuotojais.* Nors dažniausiai praeina mėnesiai ar net metai, kol potencialus eksportuotojas pirmąsyk parduoda užsienyje, tačiau federalinė vyriausybė pastoviai ieško partnerių, kurie dalyvautų ilgalaikiame naujos eksportuotojų kartos švietime. Čia turi būti susikoncentruota į vidinius verslo tinklus (prekybos rūmus, prekybos asociacijas ir t.t.) bei valstybines ir vietines vyriausybes. Produktivi strategija - žinomumo apie eksportavimo į Kanados ir Meksikos rinkas lengvumą kėlimas.

- e) *Suteikti kompanijoms rizikos valdymo įrankius.* Vienas iš didžiausių rūpesčių eksportuojant - kad būtų apmokėta. Dauguma JAV kompanijų sprendimo pirmiausia ieško savo vietiniame banke, tačiau didžioji dalis tokių bankų nenori remti tarptautinių sutarčių. Taigi, federalinė vyriausybė turi siekti partnerystės su vietiniais bankais, brokeriais ir kitomis finansinėmis institucijomis, kurios padėtų šviesti jų klientus apie tarptautinių sandorių sudarymo strategijas bei rizikos valdymą.
- f) *Ne JAV importuotojų (užsienio pirkėjų) pasiekimas.* Internetas tampa vis didesne tarptautinių sandorių varomąja jėga. Nors JAV vyriausybė jau sukūrė keletą savo vietų pasauliniame tinkle, kur gali susitikti pirkėjai ir pardavėjai, privatūs partneriai galėtų teikti daug didesnę prieigą prie internetinių rinkų bei šių rinkų tyrimų.

JAV Prekybos skatinimo agentūros palaikė vienodą tempą su besikeičiančiais eksportuotojų poreikiais. Jos pagerino tarpagentūrinį koordinavimą ir supaprastino vyriausybės paslaugas. Nors šie pokyčiai dar nepakankamai išplėtė vyriausybės prieigą prie verslo, jų dėka vyriausybė tapo perspektyvesniu privataus sektoriaus įmonių partneriu.

Pastaraisiais metais prekybos skatinimo agentūros perorientavo savo programas, kad užtikrintų, jog vyriausybė teikia pasaulinės klasės klientų aptarnavimą. Didžioji dėmesio dalis buvo skiriama smulkioms ir vidutinėms įmonėms, kurios buvo ir yra JAV ekonomikos ir naujų darbo vietų kūrimo pagrindinė jėga. Smulkioms ir vidutinėms įmonėms visada reikėjo daugiau vyriausybės pagalbos, kad jos įžengtų į užsienio rinkas. Šie programų ir valdymo patobulinimai buvo skatinami TPCC.

Daugeliu atvejų koordinavimo rezultatas buvo artima veiklos partnerystė tarp federalinių, valstijų ir vietinių vyriausybių bei kitų natūralių sąjungininkų, tokių kaip prekybos rūmai. Federalinės prekybos skatinimo agentūros ir daugelis valstybinių bei vietinių partnerių per savo viešuosius biurus šalyje, esančiuose JAV Eksporto pagalbos centro tinkle, į kurį įėjo 109 biurai, išsidėstę visose JAV. Per JAV eksporto pagalbos centrus vietiniai partneriai bendradarbiavo dėl įvairių aprėpimo ir mokymo veiklų, skirtų verslo bendruomenei. Naujausios 2006 metų iniciatyvos apėmė:

- Ex-Im bankas ir Komercijos departamentas ir toliau tobulino savo rinkodaros veiksmus, o praeitais metais įvykdė tiesioginio marketingo kampaniją, kuri apėmė mokymus ir seminarus;
- Ex-Im bankas ir SBA realizavo trumpalaikius eksporto kreditų draudimus su nuolaida abiejų agentūrų darbinio kapitalo programų vartotojams, siekiant sumažinti eksportuotojo riziką dėl apmokėjimo bei paskatinti užsienio prekybos plėtrą, ypač tarp smulkaus verslo eksportuotojų;

- JAV prekybos atstovybė, Valstybės bei Prekybos ir Vidaus apsaugos departamentai, Teisingumo ministerija ir Maisto ir vaistų administracija sujungė savo jėgas strategijos, nukreiptos prieš organizuotą piratavimą (STOP) iniciatyvoje, siekiant kovoti su prekyba klastotėmis bei piratiniais produktais.

Vyriausybinių ir privataus sektoriaus partneriai labiau suprato savo abipusius interesus ir padarė sekančius žingsnius:

- Padidino JAV eksportuotojų bazę;
- parinko užsienio klientams JAV tiekėjus;
- investavo materialiai į partnerystes;
- vyriausybėms prekybos skatinimo agentūroms suteikė papildomo klientų patikimumo ir atvirkščiai;
- toliau apsikeitinėjo vertinga informacija ir rinkodaros žiniomis;

2007 metais JAV vyriausybės prekybos skatinimo agentūros nusprendė didinti partnerysčių su privačiuoju sektoriumi kiekį ir plėsti veiklos sritis, kad padaryti partnerystes prieinamas visiems, kas to nori ir yra kvalifikuoti.

3.2. Tarpagentūrinis koordinavimas prioritetinėse rinkose

2005 metais TPCC išskyrė septynias pagrindines rinkas, kuriose koordinuota prekybinė politika ir skatinamoji veikla galėtų turėti didžiausią poveikį padedant JAV eksportuotojams, tai Kinija, Indija, Brazilija, Rusija, Japonija, Korėja ir Europos Sąjunga. Kiekvienoje iš šių rinkų TPCC agentūros nustatė prioritetinius sektorius ir jiems teikė tikslingą pagalbą, taip pat kreipė dėmesį į ryšius tarp prekybos skatinimo ir politinių problemų. TPCC agentūros iš naujo išipareigojo resursų išnaudojimo procesui tose rinkose, kuriose eksportuotojams atsiskleidė didžiausios galimybės ir kur buvo reikalinga vyriausybė pagalba.

TPCC agentūros ir toliau maksimaliai išnaudoja savo programas ir resursus visose prioritetinėse rinkose. 2006 metų strategijoje Indija, Kinija, CAFTA-DR ir FTA partneriai Vidurio Rytuose nusipelnė ypatingo dėmesio. Indija ir Kinija tai didelės rinkos, einančios per naujas savo pramoninio vystymosi ir jų vietos pasaulinėje ekonomikoje fazes. Teigiamos reformos šiose rinkose išlaisvino milžinišką ekonominį potencialą. Kadangi vartotojiška ir pramoninė paklausa nenustojamai augo, šios rinkos tapo svarbesnėmis JAV prekių, paslaugų ir žemės ūkio produktų tikslinėmis vietomis. Tačiau, išliko pagrindiniai iššūkiai dėl ilgalaikio augimo ir padidinto JAV priėmimo, kadangi jų susitarimų su tarptautine prekybos sistema sąlygos dar vystomos. Nenutrūkstamas JAV kompanijų dalyvavimas CAFTA-DR ir Vidurio Rytų FTA procesuose bei rinkose, pateikė modelį, kaip JAV vyriausybė galėtų padėti JAV kompanijoms suprasti FTA naudą, pasinaudoti mažesniais barjeriais ir sukurti prekybinius šių prioritetinių

partnerių pajėgumus. Dėl visų šių priežasčių JAV kompanijoms tai kritinis metas pažvelgti į savo interesus šiose rinkose.

3.2.1. JAV užsienio prekybos balansas

JAV užsienio prekybos ir tarptautinės ekonominės politikos prioritetai smarkiai pasikeitė nuo tų laikų, kai Jungtinės Valstijos daugiausiai rūpinosi plėtoti savo pačių ekonomiką, nekreipdamos dėmesio į tai, kas dėjos užsienyje. Po antrojo pasaulinio karo JAV siekė liberalizuoti tarptautinę prekybą ir koordinuoti tarptautinę ekonominę sistemą.

Pokario laikotarpiu eksporto dalis bendrojoje JAV gamyboje labai išaugo. JAV ilgai vyravo daugelyje eksporto rinkų dėl to, kad jos pramonė nenukentėjo nuo karo, ir dėl pranašesnės technikos bei pažangesnių gamybos metodų. Tačiau aštuntajame ir devintajame dešimtmetyje skirtumas tarp Jungtinių Valstijų ir kitų šalių eksporto konkurencingumo sumažėjo, o kai kurių gaminių eksportą kitos šalys didino sparčiau negu JAV.

Aštuntojo dešimtmečio du (1973-1974 ir 1979-1980) naftos kainų šuoliai, pasaulio ekonomikos nuosmukis ir pakilęs dolerio kursas kitų valiutų atžvilgiu devintajame dešimtmetyje sutrikdė *JAV prekybos balansą* ir susilpnino paramą prekybos liberalizavimui šalies viduje.

Tarptautinės ekonomikos nuopuolis, prasidėjęs po antrojo naftos kainų šoko, nulėmė tarptautinės prekybos stagnaciją. 1983 metais pasaulinės prekybos apimtis labai sumažėjo. Jungtinės Valstijos ir daugelis kitų šalių pridėjo daug pastangų kovodamos su infliacija ir nuosmukiu ir siekdamos ekonomikos pagyvėjimo bei plėtos.

Tuo pat metu pradėjo keistis šalių, prekiaujančių tarptautinėse rinkose, konkurencingumas. Daugelis šalių, ypač sparčiai pramonėjančios valstybės - Pietų Korėja, Honkongas, Meksika ir Braziliją pradėjusios gaminti ir eksportuoti plieną, tekstilę, avalynę, automobilių dalis ir daugelį vartojamųjų prekių, parodė, kad jų pajėgumas konkuruoti pasaulio rinkose sparčiai didėja. Naujosios sąlygos pakeitė pasaulio prekybos modelį ir vyraujančią JAV vaidmenį jos struktūroje.

Didžiausią neigiamą poveikį *JAV prekybos balansui - importo ir eksporto santykiui* - padarė netikėtai pakilęs dolerio kursas. Nuo 1980 iki 1985 metų dolerio vertė pagrindinių JAV prekybos partnerių valiutų atžvilgiu padidėjo apie 40 procentų. Dėl to JAV eksportas tapo tarsi apmokestintas, o importas iš užsienio – subsidijuojamas. 1972 metais JAV *importas viršijo eksportą* 5,7 milijardo dolerių. Iki 1985 metų *importo ir eksporto* vertės skirtumas išaugo iki 100 milijardų dolerių, o 1987 metais *prekybos balanso trūkumas* pasiekė didžiulę 152 milijardų dolerių sumą. Vis dėlto doleriui nuvertėjus *prekybos deficitas* ėmė mažėti. 1990 metais jis nukrito iki 101 milijardo dolerių.¹³

¹³ JAV ekonomikos apybraiža. Jungtinių Valstijų informacijos agentai, 1991, P. 36.

Bet kodėl dolerio kursas buvo pakilęs? Padidėjusią jo kainą nulėmė JAV ekonomikos pakilimas po pasaulinės 1981-1982 metų krizės ir didžiulis JAV federalinio biudžeto deficitas. Abu šie veiksniai sukūrė užsienio kapitalo poreikį. Kylant ekonomikai, Jungtinėse Valstijose padidėjo prekių paklausa, tarp jų ir įvežtinių. JAV importas nuo 1983 iki 1984 metų pašoko 24 procentais. Kadangi kitose šalyse ekonomikos pakilimas dar nebuvo prasidėjęs, JAV prekių paklausa užsienyje augo ne taip greitai.

Be to, pagyvėjusi konjunktūra JAV padidino lėšų, reikalingų investicijoms šalies viduje, poreikį, tačiau, esant rekordiniam federalinio biudžeto deficitui, JAV turimų santaupų nebepakako patenkinti besiplečiančiai šių investicijų paklausai. Didelis biudžeto trūkumas ir griežta pinigų kiekio kontrolė, turėjusi pažaboti infliaciją, labai padidino palūkanų normas, palyginti su kitų pramoninių valstybių normomis. Didelės palūkanų normos skatino užsieniečius investuoti JAV. Taigi dolerio vertę pakėlė užsienio paklausa doleriams. Kurį laiką stiprus doleris buvo labai naudingas JAV ekonomikai. Nupiginęs *importą*, jis sulaikė infliaciją ir įgalino Jungtines Valstijas finansuoti ir didžiulį biudžeto deficitą, ir padidėjusias privačias investicijas. Tačiau padidinęs santykinę JAV eksporto kainą, stiprus doleris nulėmė milžinišką *JAV prekybos deficitą*.

Dolerio kurso kilimas buvo ne vienintelė *JAV prekybos deficito priežastis*, tačiau daugumos planuotojų ir ekonomistų nuomone, jis sąlygojo apie 50 procentų šio deficito. Valdžios atstovai sutarė, kad prekybos deficitas tik tada žymiai sumažės, kai bus sumažintas federalinio biudžeto trūkumas, taigi ir tarptautinių kreditų poreikis.

Devintajame dešimtmetyje JAV turėjo keblumo dėl aukšto dolerio kurso, išstūmusio iš tarptautinių ir vidaus rinkų daugelį JAV prekių ir padidinusio *JAV prekybos deficitą*. Didėjant *JAV prekybos deficitui*, Jungtinės Valstijos pasiūlė, kad turinčios palankius mokėjimų balansus Vokietija ir Japonija pakeltų savo valiutų kursą. Šiomis priemonėmis norėta priversti Europą ir Japoniją sumažinti prekybos barjerus JAV gaminiams.

1983 – 1990 metais bendras gyventojų, valstybės ir nefinansinių korporacijų išiskolinimas padidėjo 2,2 karto, pasiekęs 10 trilijonų dolerių, t.y. beveik dviejų metų BVP. Pramonės gamybos nuosmukis 1990 – 1992 metų laikotarpyje vyko dešimt mėnesių su keliomis nedidelėmis pertraukomis ir sudarė vidutiniškai po 5%.

Geresnėje padėtyje atsidūrė šakos su stipria *eksportine* orientacija. Visų pirma tai *elektrotechnikos mašinų* bei *prietaisų gamyba*, kurių paklausa išliko.

1992 metų gale JAV prasidėjo ekonomikos pakilimo fazė. BVP vidutinis augimas 1995 – 1999 metais sudarė 2 – 2,4%, bedarbystės lygis – apie 5%, infliacija – 2,8 - 3%.¹⁴ Gerėjo

¹⁴ Ramutis Alfredas Grižas. Užsienio šalių ekonomika ir ekonominė politika. Vilnius, 2004. P. 67

federalinio biudžeto padėtis. Dar 1993 metais buvo priimtas prezidento B.Klintono pasiūlymas pakelti pajamų mokestį iki 39,6%. Tai užtikrino papildomas biudžetines įplaukas.

Užsienio prekybos balanso deficitas išliko, žymiai išaugęs dešimtajame dešimtmetyje, ryšium su šalies ekonominiu augimu. Pastovi užsienio gaminių paklausa, ypač *mašinų* ir *vartojimo prekių*, apsprendė importo augimą. JAV importo dinamika žymiai aplenkė eksportą. (žr. 6 lent.)

6 Lentelė. JAV prekių ir paslaugų importas ir eksportas, prekybos balansas (mln.,USD)

Apyvarta	1999	2000	2001	2002	2003	2004	% real growth 1999-2004
<i>Eksportas</i>	695.797	781.918	729.100	693.103	724.771	818.520	3.7
<i>Importas</i>	1.059.440	1.259.300	1.179.180	1.200.230	1.303.050	1.525.680	27.0
<i>Prekybos balansas</i>	-363.643	-477.382	-450.080	-507.127	-578.279	-707.160	

Šaltinis: Euromonitor from IMF, International Financial Statistics

Ekonomikos augimas JAV tęsėsi aštuonis metus. Užimtųjų skaičius augo (tikrai 1996 metais buvo sukurta beveik 3 milijonai naujų darbo vietų), kompanijų pelnai didėjo, infliacija buvo nedidelė. Pagrindiniu šio pakilimo stimulu buvo labai dinamiškas informacinių technologijų vystymasis. 1994 – 2000 metais *kompiuterių, programinio aprūpinimo*, o taipgi ryšių *priemonių gamybos* tempai gerokai aplenkė visos JAV ekonomikos augimo tempus.

JAV ekonomikos smukimas 2002 – 2003 metais buvo susijęs su laikiniais neigiamais veiksniais: karo Irake laukimu, kainų energetinėms žaliavoms kilimu ir pagaliau su gamtinės stichijos įtaka bei teroristų puolimais. Bet pakankamai greitai užsibaigęs karas Irake teigiamai paveikė JAV ekonomiką. Pradėjo augti mažmeninė prekyba, sulėtėjo pramonės produkcijos dinamikos kritimo tempai. Darbo produktyvumo sąskaita didėjo JAV korporacijų pelnas. Žemo dolerio kurso dėka amerikiečių eksportuotojai pasaulio rinkose (kainų atžvilgiu) įgijo konkurencinę persvarą.

2003 metų pabaigoje galima buvo pastebėti dinamišką investicijų augimą į *įrangos gamybą*. Labiausiai padidėjo išlaidos *aukštųjų technologijų* gamybos plėtrai, kurių daliai teko 50% visų amerikietiškujų kompanijų išlaidų šiems tikslams. Aukštųjų technologijų gaminiai pastaraisiais metais JAV turėjo didelę vidaus ir išorės paklausą.

Apskritai dolerio kurso kritimas pagreitino JAV *eksportą* ir skatino *importo* mažinimą tuo pačiu „suminkštindamas“ blogėjančią padėtį Amerikos pramonėje. Tačiau dolerio kurso

kritimas JAV firmoms turi ir negatyvių pasekmių. Pagrindinė iš jų - padidėjusios išlaidos komplektuojančių detalių ir žaliavų importui, kurios yra būtinos kai kurioms pramonės šakoms.

Prezidento Dž. Bušo administracija buvo už tai, kad apginti *cukraus* rinką JAV viduje ir apsaugoti ją nuo cukraus eksporto iš Centrinės Amerikos valstybių. Pagal sutarties sąlygas Centrinės Amerikos valstybės gali be muitų įvežti į JAV *siuvimo pramonės gaminius*, tačiau jie turi būti pagaminti iš tekstilės žaliavų, užpirktų pas JAV firmas arba CAFTA šalyse.

Įvairios *mašinos, įrengimai ir transporto priemonės* sudaro apie 40–50%, *chemijos produktai* – apie 11-12%, *maisto prekės ir pramoninės* plataus vartojimo prekės (kartu paėmus) – apie 18-20% viso *JAV eksporto*. JAV įsiveža taipgi daug *žaliavų*. Tai – nafta ir naftos produktai, kobaltas, boksitai, nikelis, cinkas, geležies rūda ir kt.

JAV importuoja taip pat apie 90% sunaudojamų pramonėje marganco, kobalto, boksitų. Žymūs kiekiai vežami: nikelio, cinko, chromo, alavo, asbesto, volframo, geležies rūdos. Nemažai JAV *įsiveža* kavos, kakavos pupelių, bananų ir kitų tropinės žemdirbystės produktų. Apie 50% buitinės elektronikos, dviračių ir motociklų poreikių yra patenkinama *importo* sąskaita. Nuo ½ medicininių preparatų, tekstilės įrangos, metalo pjovimo staklių poreikio taipgi patenkinama *importo* sąskaita.

Apie 60% amerikiečių užsienio prekybos tenka industrinėms valstybėms. Stambiausi partneriai: Kanada, Vakarų Europa (pirmiausia D. Britanija, Vokietija), Japonija. (žr. 7 lent.)

7 Lentelė. JAV pagrindiniai prekybos partneriai 2004 (% nuo sumos).

Eksportuoja		Importuoja	
<i>Šalis</i>	<i>Dalis</i>	<i>Šalis</i>	<i>Dalis</i>
Kanada	23,0	Kanada	17,0
Meksika	13,6	Kinija	13,8
Japonija	6,7	Meksika	10,3
Jungtinė Karalystė	4,4	Japonija	8,7

Šaltinis: Euromonitor International from IMF

Plečiasi JAV prekyba su besivystančiomis šalimis ir pirmiausia su Lotynų Amerika, naujomis industrinėmis valstybėmis Azijoje. Stambiausias partneris iš besivystančių šalių yra Meksika, Saudo Arabija.¹⁵

¹⁵ Ramutis Alfredas Grižas, Užsienio šalių ekonomika ir ekonominė politika, Vilnius, 2004, P. 71

II. IŠVADOS

1. Eksporto skatinimo programų ir jo tobulinimo sėkmingą realizavimą lemia eksporto prekybą įtakojantys vyriausybės strateginiai sprendimai: eksportą skatinančių strategijų naudojimas; programų rengimas; pagalbos, siekiant padidinti eksportą, teikimas; užsienio prekybos taisyklių liberalizavimas; augančios užsienio produkcijos konkurencijos mažinimas.
2. Šalies eksporto tobulinimo politika, kuri pasireiškia parengiant atitinkamus ekonominius instrumentus ir vykdam eksporto skatinimo priemones, turi lemiamos reikšmės šalies užsienio prekybai. Todėl atitinkamos prekybos politikos parengimas yra pagrindinė eksporto skatinimo nacionalinės strategijos sėkmės prielaida.
3. Kiekvienai šaliai būtina turėti instituciją, kuri skatintų įmones įsilieti į užsienio rinkas. Šalies vyriausybė įkuria prekybos vystymo paramos organizacijas (PVPO) siekiant parengti ir įgyvendinti šalies eksporto skatinimo ir jo vystymo strategijas.
4. Nacionalinė eksporto strategija (NES) - reikšmingiausia visų laikų JAV vyriausybės pastanga strategiškai pažvelgti į prekybos skatinimą. Konkrečios strategijos, sukurtos pagal NES, labai patobulino JAV vyriausybės veiksmus šiose srityse:
 - *eksporto kontrolės*, kuri nebūtina nacionaliniam saugumui užtikrinti, mažinimo;
 - *advokatūros pagalbos tinklo* JAV įmonėms, siekiančioms laimėti užsienio projektus, sukūrimo ir koordinavimo;
 - eksporto *licencijavimo proceso* skaidrinimo ir paprastinimo;
 - *vyriausybinių kliūčių* eksportui, trukdančių JAV įmonių gebėjimui konkuruoti, pašalinimo;
 - geresnių *prekybos finansavimo* galimybių SME įmonėms suteikimo;
 - eksporto *pagalbos centrų* sukūrimo visoje šalyje;
 - bendro eksporto skatinimo *biudžeto* sudarymo;
 - artimesnio *bendradarbiavimo* tarp federalinių agentūrų, bei tarp vietinių ir valstybinių institucijų;
 - *viešosios-privačiosios partnerystės* konsultavimosi didinimo;
 - *biurokratijos* supaprastinimo;
 - pasikartojančių ir *painių programų* komplekso pašalinimo;
 - JAV eksportui daugiausia žadančių *rinkų atvėrimo* ir skatinimo jose dalyvauti;
 - *susietosios pagalbos*, panaudojimo ją skyrusioje šalyje, kiekio sumažinimo;
 - *koordinavimo* tarp finansinių agentūrų patobulinimo;
 - *informacijos prieinamumo* ir reguliacinių kliūčių pašalinimo, perrašant EAR;

- prekybos skatinimo vykdymo *priemonių* struktūros plėtimo;
- TPCC *eksporto skatinimo programų* įmonėms, kad jos taptų labiau reaguojančios, našesnės, lengviau naudojamos, efektyvesnės, orientuotos į klientą, patobulinimo;
- naujų *darbo vietų*, susijusių su eksporto augimu, kūrimo;
- prekybos finansavimo *programų harmonizavimo* užbaigimo;
- strateginės *komercinės politikos problemų* sprendimo;
- tinkamesnio *tarpagentūrinių resursų* išnaudojimo;
- *tarpagentūrinių apmokymų* suintensyvinimo;
- JAV kompanijų aktyvesnio *dalyvavimo pasaulinėje ekonomikoje* skatinimo;
- JAV ekonomikai *sveiko augimo* grąžinimo.

Iš to seka, kad hipotezė - JAV nacionalinė eksporto strategija yra efektyvi, pasitvirtino.

5. JAV kontroliuoja prekių gabenimą per savo sieną tiek eksportuojant, tiek importuojant, taikydama eksporto ir importo dokumentus, muitus, kvotas ir kitas kliūtis laisvam prekių judėjimui. JAV pagrindinis eksporto ribojimo tikslas - išsaugoti produkcijos ir technologijų neplatavimo režimą branduolinio, cheminio ir biologinio ginklo, taip pat raketų, kosminės technikos ir technologijų gamybos sferose. JAV eksportą reguliuoja vyriausybės įsteigtos institucijos, kurių tikslas yra apsaugoti JAV nacionalinį saugumą, užsienio politiką ir ekonominius interesus, nesudarant nereikalingų reguliacinių našų teisėtai tarptautinei prekybai.
6. Kad JAV išliktų konkurencinga, TPCC agentūros turėjo sudominti didesnę JAV verslo bendruomenės dalį pasauline ekonomika. Partnerystė tapo vienu iš esminių Administracijos prekybos skatinimo priemonių, sukvietusių visus potencialius privačius partnerius prisijungti prie vyriausybės veiklos, plečiant JAV eksportuotojų bazę, kurios pasekoje vyriausybė tapo perspektyvesniu privataus sektoriaus įmonių partneriu.
7. TPCC agentūros ir toliau maksimaliai naudojo savo programas ir resursus visose prioritetinėse rinkose, kuriose koordinuota prekybinė politika ir skatinamoji veikla galėtų turėti didžiausią poveikį padedant JAV eksportuotojams, kad tos rinkos taptų svarbesnėmis JAV prekių, paslaugų ir žemės ūkio produktų tikslinėmis vietomis.
8. Du naftos kainų šuoliai, pasaulio ekonomikos nuosmukis ir pakilęs dolerio kursas kitų valiutų atžvilgiu sutrikdė JAV prekybos balansą. JAV eksportas tapo tarsi apmokestintas, o importas iš užsienio – subsidijuojamas, dėl ko daugelis JAV prekių buvo išstūmtos iš tarptautinių ir vidaus rinkų. Padidinęs santykinis JAV eksporto kainą, stiprus doleris nulėmė milžinišką JAV prekybos deficitą. JAV importo dinamika žymiai aplenkė eksportą.

III. LITERATŪRA

1. Cornelia J. Strawser, Sohair M. Abu-Aish, Linz Andain. Foreign Trade of the U.S. Including State and Metro Area Export Data. Second Edition. 2001.
2. Bruce Stokes. Future Vision for U.S. Trade Policy. Council Policy Initiatives Series. 2001.
3. Stephen D. Cohen, Robert A. Blecker, Peter D. Whitney. Fundamentals of U.S. foreign Trade Policy. Second Edition. Copyright, by West view press, 2003.
4. Claude E. Barfield, John H. Makin. Trade policy and U.S. competitiveness. American Enterprise Institute for public Policy research. 1997.
5. Robert M. Stern. U.S. Trade Policies in a changing World Economy. Massachusetts Institute of Technology. MIT Press, 1998.
6. Frank Bradley. International Marketing Strategy. Third edition. University College. Dublin: Prentice Hall Europe, 1999.
7. Isobel Doole and Robin Lowe. International marketing strategy. Copyright, 1997.
8. Philip R. Cateora, John Graham. International Marketing. Eleventh Edition. Copyright, 2002.
9. Consumer USA 2006. Tenth edition. Euromonitor International PLC, 60-61 Britton Street, London.
10. Dun&Bradstreet. Exporter's Encyclopaedia 2004/2005, Port City Press, Inc, Baltimore, MD, 2004.
11. U.S. Industry & trade Outlook, 2000, The McGraw-Hill Companies, Inc, U.S. Department of Commerce/ International Trade Administration
12. Institutional Mechanisms for Foreign trade Policy Making in Developed and Developing Countries, 1992.
13. JAV ekonomikos apybraiža. Jungtinių Valstijų informacijos agentai, 1991.
14. Indira Carr. International trade law. London Sydney Portland. Oregon, 2005.
15. Business America. The magazine of international Trade. Volume 115. 1994, Nr. 4, April
16. Business America. The magazine of international Trade. Volume 110. 1995, Nr.7, August
17. Business America. The magazine of international Trade. Volume 117. 1996, Nr. 9, September
18. Ramutis Alfredas Grižas. Užsienio šalių ekonomika ir ekonominė politika. Vilnius, 2004.
19. http://www.unescap.org/tid/publication/tipub2107_chap3_rus.pdf
20. <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2002FINAL.pdf>

21. <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2003FINAL.pdf>
22. <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2004.pdf>
23. <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2005FINAL.pdf>
24. <http://www.ita.doc.gov/media/Publications/pdf/nes2006FINAL.pdf>
25. <http://www.bis.doc.gov/PoliciesAndRegulations/index.htm>
26. www.wto.org/english/news_e/pres06_e/pr437_e.html
27. <http://www.trade.gov/td/tic> (Trade Information Center / Prekybos informacijos centras)
28. <http://www.export.gov> (U.S. Government Export Portal / JAV Valstybinė Eksporto bazė)
29. <http://www.uschamber.com> (U.S. Chamber of Commerce / JAV pramonės ir prekybos rūmai)
30. <http://www.commerce.gov> (Department of Commerce / JAV komercijos departamentas)
31. <http://www.usitc.gov> (U.S. International Trade Commission / JAV tarptautinės prekybos komisija)
32. <http://www.ita.doc.gov>. (International Trade Administration / Tarptautinė Prekybos Administracija)
33. <http://www.fda.gov> (U.S. Food and Drug Administration / JAV maisto ir vaistų administracija)
34. <http://www.ams.usda.gov> (Agricultural Marketing Service / Agrikultūros marketingo paslaugos)
35. <http://www.census.gov> (U.S Census Bureau / JAV biuras)
36. <http://www.aaei.gov> (American Association of Exporters and Importers / Amerikos eksportuotojų ir importuotojų asociacija)
37. <http://www.bea.doc.gov> (The Bureau of Economic Analysis of the U.S. Department of Commerce/ Ekonomikos analizės biuras prie JAV komercijos departamento)
38. <http://www.otea.gov> (Office of Trade and Economic Analysis / Prekybos irs Ekonomikos Analizės ofisas)
39. <http://www.stats.bls.gov> (Bureau of Labor Statistics / Darbo statistikos biuras)
40. <http://www.usaengage.org> (Export controls / Eksporto kontrolė)
41. <http://www.federalreserve.gov>

IV. SANTRAUKA

Užsienio prekyba – seniausi tarptautiniai santykiai, todėl be jos analizės neįmanoma padaryti pilnaverčių išvadų apie šalies ekonomikos būklę. Šalies užsienio prekybos politika reguliuoja ekonominius santykius su kitomis šalimis, todėl kiekviena valstybė ją vykdo savaip.

Šio darbo tema - „JAV nacionalinė eksporto strategija ir jo kontrolės sistema“.

Pasirinkta tema yra aktuali. JAV ekonominė ateitis labai priklauso nuo jos gebėjimų konkuruoti pasaulinėje ekonomikoje. Nacionalinė eksporto strategija atspindi tą faktą, jog eksportas yra JAV ekonominės sveikatos ir pragyvenimo lygio pagrindas. Kadangi su eksportu susiję darbai yra geriau apmokami, o eksportuojančios įmonės dažniau veikia sėkmingai, yra aišku, kad kuo stipriau JAV kreips savo ekonomiką į eksportavimo sritis, tuo labiau prisidės prie visuomenės stabilumo bei aukštesnio visų JAV gyventojų pragyvenimo lygio.

Darbo tikslas - išnagrinėti eksporto, kaip užsienio prekybos dalies, skatinimo bei tobulinimo svarbą šalies ekonomikai ir išanalizuoti JAV nacionalinės eksporto strategijos sukūrimo prielaidas ir pasiekimus, bei įvertinti JAV eksportą pasaulinės ekonomikos kontekste.

Siekiant numatyto tikslo darbe iškelti šie uždaviniai: apibūdinti eksporto skatinimo priemonės ir strategiją; išnagrinėti JAV nacionalinės eksporto strategijos prioritetus ir pasiekimus per 1994 – 2006 metus; apžvelgti JAV eksporto kontrolės sistemą, siekiant įvertinti eksportą lemiančius veiksniai bei jį skatinančias priemones; apibūdinti JAV eksporto vaidmenį pasaulinėje ekonomikoje, įtraukiant JAV užsienio prekybos balanso analizę.

Darbe keliama hipotezė - JAV nacionalinė eksporto strategija yra efektyvi.

Darbas suskirstytas į tris skyrius. Pirmame skyriuje nagrinėjamas eksporto, kaip užsienio prekybos politikos sudėtinės dalies, vaidmuo šalies ekonomikoje. Supažindinama su eksporto skatinimo priemonių svarbumu ir vyriausybės vaidmeniu, įgyvendinant eksportą skatinančias strategijas.

Antras skyrius skirtas JAV nacionalinės eksporto strategijos įgyvendinimo apžvalgai. Analizuojamos nacionalinės eksporto strategijos sukūrimo prielaidos, nagrinėjamos tradicinės prekybos skatinimo problemos, tokios kaip prekybos finansavimas, advokatūra, pagalba smulkiam verslui ir veiklos biudžetavimas bei pateikiami TPCC taikomi veiklos metodai, kad pasiekti NES numatytus tikslus. Aptariama JAV eksporto kontrolės sistema ir jos pasiekimai.

Trečiame skyriuje nagrinėjamas JAV eksportas pasaulinės ekonomikos kontekste, apžvelgiamas eksporto bazės plėtimas naudojantis strategine partneryste ir tarpagentūriniu koordinavimu prioritetinėse rinkose.

Pagrindinės sąvokos: užsienio prekybos politika, eksportas, importas, JAV nacionalinė eksporto strategija, kontrolės sistema, užsienio prekybos balansas.

SUMMARY

Foreign trade is the oldest kind of international relationships, so it is impossible to make solid conclusions about the state of country's economics without analyzing its foreign trade. Country's foreign trade policy regulates economic relations with other countries, this is why each nation differently administers and implements this policy.

Subject of the paper - „U.S. National Export Strategy and its control system“.

The subject chosen is relevant. U.S. economic future heavily depends on its ability to compete in the global economic environment. National Export Strategy reflects the fact that export is the backbone of U.S. economical health and standard of living. The export related jobs have higher salaries and the exporting companies more often are successful so it is clear that the more U.S. will orient its economics into the fields of export, the more the contribution to the stability of community and the higher standard of living for the U.S. population will be.

Objectives – to study the relevance of export promotion and improvement to the national economics and to analyze the background and the achievements of the U.S. National Export Strategy; and to evaluate U.S. export in the context of global economy.

The tasks raised in order to achieve the objectives: to describe export promotion measures and strategy; to analyze the priorities and achievements of the U.S. National Export Strategy during the period between 1994 and 2006; to review the U.S. export control system in order to evaluate the export determining factors and the export promoting measures; to characterize the role of U.S. export in the global economy including the analysis of U.S. foreign trade balance.

The hypothesis rose in this paper – the U.S. National Export Strategy is effective.

The whole paper is divided into three sections. In the first section the role of the export as component of the foreign trade policy for the national economy was investigated. The relevance of the export promotion measures and the role of the government in implementing export promotion strategies were introduced.

In the second section the U.S. National Export Strategy implementation was observed. The background of the National Export Strategy creation was analyzed, the traditional trade promotion problems, such as trade financing, advocacy, small business support and budgeting, were discussed, and the methods used by TPCC in order to achieve the targets foreseen in the NES were presented. Also the U.S. export control system and its achievements were discussed.

In the third section the U.S. export was studied in the context of global economy, the expansion of the exporting base by using strategic partnership and interagency coordination in the priority markets was reviewed.

Keywords: foreign trade policy, export, import, JAV National Export Strategy, control system, foreign trade balance.

V. PRIEDAI

2 lentelė. Advokaturos tinklas, tarpagentūrinis bendradarbiavimas padeda kurti eksportą

Pasaulinė komercinė aplinka					
Informacija apie užsienio projektus ir konkurentų veiklą - JAV ambasados - JAV įmonės - TPCC agentūros					
TPCC Advokatūros centras					
Valsybės departamentas (DOS)	Komercijos departamentas (DOC)	Eksporto-Importo (Ex-Im) bankas	Užsienio privačių investicijų korporacija (OPIC)	Prekybos ir vystymo agentūra (TDA)	Kitos agentūros
Advokatūra/Problemų sprendimas	Konsultavimas/Advokatūra	Eksporto finansavimas	Finansavimas ir draudimas	Įvykdomumo analizė	Advokatūra ir ekspertizė
JAV įmonė laimi sandėrį JAV eksportas = JAV darbo vietos					

3 lentelė. Eksportavimo procesas.

Išvežimas iš eksportuojančios šalies	Fizinis platinimas	Įvežimas į importuojančią šalį
Licencijos Bendrosios Patvirtintosios	Tarptautinis gabenimas ir logistika Draudimas	Muitai, mokesčiai
Dokumentacija Eksporto deklaracija Komercinė sąskaita-faktūra Pakrovimo važtaraštis Konsulinė sąskaita-faktūra Specialūs sertifikatai Kiti dokumentai		Netarifinės kliūtys Standartai Tikrinimas Dokumentacija Kvotos Rinkliavos Licencijos Specialūs sertifikatai Leidimai ir kitos kliūtys

4 lentelė. Komercijos kontrolės sąraše naudojami kontrolės, produktų kategorijų ir produktų grupių žymėjimai

Kontrolės priežastys

<i>AT</i>	<i>Antiteroristinės</i>
<i>CB</i>	<i>Cheminiai ir biologiniai ginklai</i>
<i>CC</i>	<i>Nusikaltimų kontrolė</i>
<i>CW</i>	<i>Cheminių ginklų konvencija</i>
<i>EI</i>	<i>Kodavimo prekės</i>
<i>FC</i>	<i>Šaunamųjų ginklų konvencija</i>
<i>MT</i>	<i>Raketų technologijos</i>
<i>NS</i>	<i>Nacionalinis saugumas</i>
<i>NP</i>	<i>Branduolinio ginklo neplatinimas</i>
<i>RS</i>	<i>Regioninis stabilumas</i>
<i>SS</i>	<i>Riboti ištekliai</i>
<i>XP</i>	<i>Kompiuteriai</i>
<i>SI</i>	<i>Svarbios prekės</i>

Produktų kategorijos

<i>0</i>	<i>Branduolinės medžiagos, įranga ir kt.</i>
<i>1</i>	<i>Medžiagos, cheminės medžiagos, mikroorganizmai ir toksinai</i>
<i>2</i>	<i>Medžiagų apdorojimas</i>
<i>3</i>	<i>Elektronika</i>
<i>4</i>	<i>Kompiuteriai</i>
<i>5</i>	<i>Telekomunikacinė ir informacinių technologijų sauga</i>
<i>6</i>	<i>Lazeriai ir jutikliai</i>
<i>7</i>	<i>Navigacija ir aviacinė elektronika</i>
<i>8</i>	<i>Jūrinės prekės</i>
<i>9</i>	<i>Varomosios sistemos, erdvėlaiviai ir susijusi įranga</i>

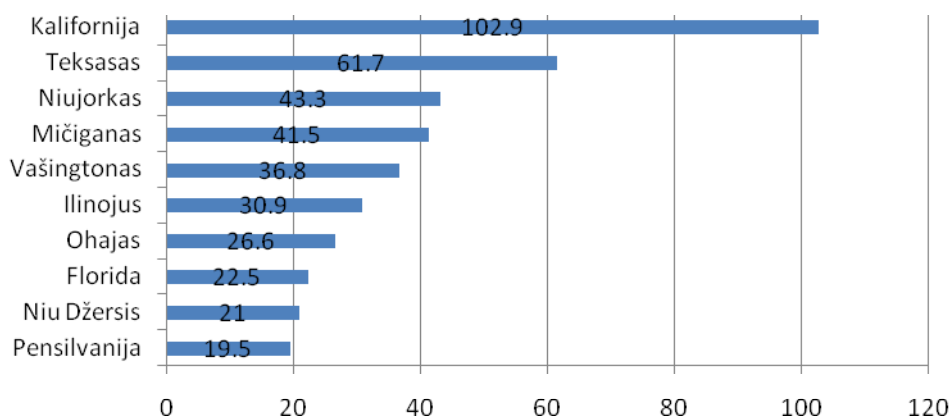
Grupės

Kiekvienoje kategorijoje prekės suskirstytos į penkias grupes. Jos žymimos raidėmis:

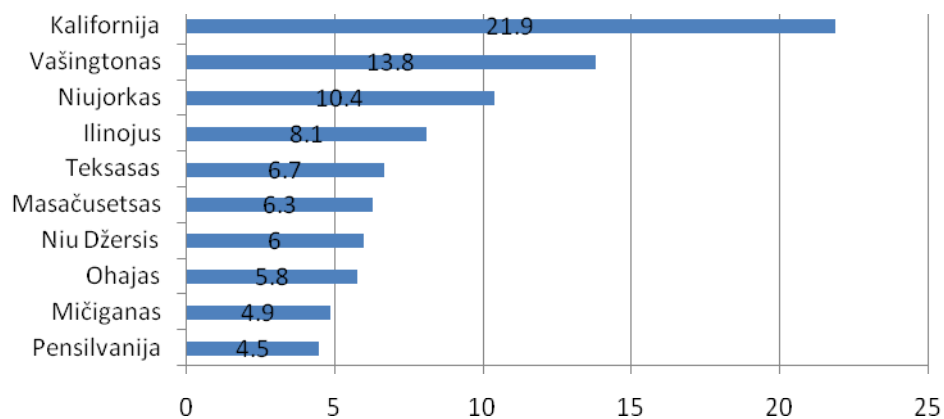
<i>A</i>	<i>Įranga, agregatai ir dalys</i>
<i>B</i>	<i>Bandymų, tikrinimo ir gamybinė įranga</i>
<i>C</i>	<i>Medžiagos</i>
<i>D</i>	<i>Programinė įranga</i>
<i>E</i>	<i>Technologijos</i>

16 pav. *Pirmaujančios valstijos pagal eksportą, 1999 (milijardais dolerių)*

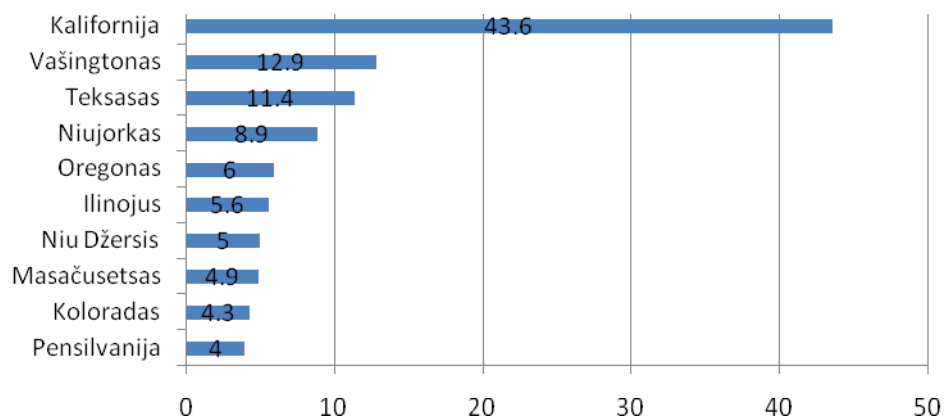
Top 10 eksportuotojų į visus tikslus



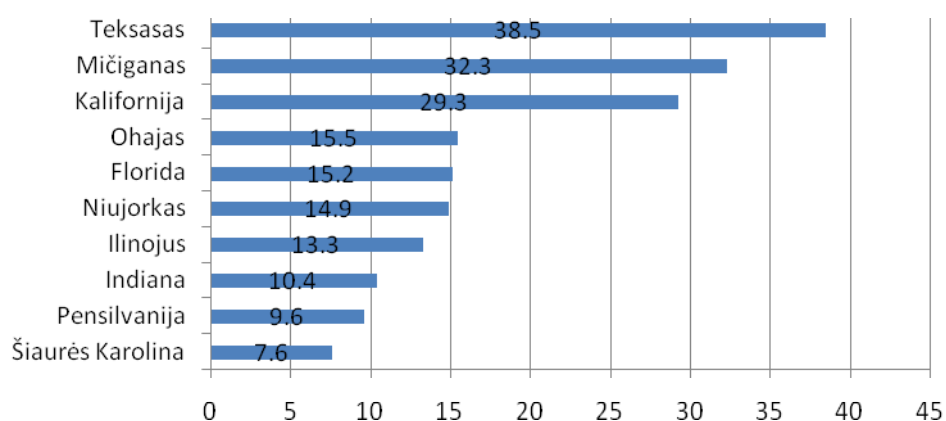
Top 10 eksportuotojų į Europos Sąjungą



Top 10 eksportuotojų į Aziją



Top 10 eksportuotojų į Latinų Ameriką



Šaltinis: Eksportuotojo enciklopedija 2000

17 pav. 25 JAV eksporto rinkos, 1993

Nr.	Valstybė	Milijonai, USD
1	Kanada	100.2
2	Japonija	48.0
3	Meksika	41.6
4	Jungtinė Karalystė	26.4
5	Vokietija	19.0
6	Taivanas	16.3
7	Pietų Korėja	14.8
8	Prancūzija	13.3
9	Olandija	12.8
10	Singapūras	11.7
11	Hongkongas	9.9
12	Belgija-Liuksemburgas	9.4
13	Kinija	8.8
14	Austrija	8.3
15	Šveicarija	6.8
16	Saudo Arabija	6.7
17	Italija	6.5
18	Malazija	6.1
19	Brazilija	6.0
20	Venesuela	4.6
21	Izraelis	4.4
22	Ispanija	4.2
23	Argentina	3.8
24	Tailandas	3.8
25	Filipinai	3.5

Šaltinis: Eksportuotojo enciklopedija 2000