

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Irma MIKONAITĖ

**LIETUVOS MĖSOS PERDIRBIMO SEKTORIAUS
KONKURENCINGUMO ĮVERTINIMAS IR KITIMO
TENDENCIJŲ PROGNOZAVIMAS**

Magistro darbas

Šiauliai, 2009

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Irma MIKONAITĖ

**LIETUVOS MĖSOS PERDIRBIMO SEKTORIAUS
KONKURENCINGUMO ĮVERTINIMAS IR KITIMO
TENDENCIJŲ PROGNOZAVIMAS**

**Magistro darbas
Socialiniai mokslai, ekonomika (04 S)**

Magistro darbo autorius _____

(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas _____

(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas _____

(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

SANTRAUKA

Irma Mikonaitė

Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencingumo įvertinimas ir kitimo tendencijų prognozavimas

Magistro darbas

Magistro darbe išanalizuoti ir apibendrinti įvairių autorių konkurencingumo įvertinimo modeliai ir būdai. Išnagrinėta konkurencingumo sąvoka ir reikšmė, konkurencingumą apibūdinantys rodikliai, parengta pramonės šakos konkurencingumo vertinimo metodika. Atlikto tyrimo metu įvertinta Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencinė situacija, identifikuoti šakos konkurencingumą ribojantys veiksniai, numatytos vystymosi perspektyvos bei sektoriaus konkurencingumo didinimo priemonės. Patvirtinta autorės hipotezė, kad siekiant efektyviai konkuruoti rinkoje, būtina didesnė mėsos perdirbimo įmonių koncentracija, bei vienodų Lietuvos perdirbėjų konkurencinių sąlygų užtikrinimas Europos Sąjungos ekonominėje erdvėje.

SUMMARY

Irma Mikonaitė

Lithuanian meat sector competitiveness evaluation and prognostication of variation tendencies. Master's work

Master's paper deals with the analysis and generalization of models and methods for theoretical competitiveness evaluation of different authors. Scrutinized the conception, importance and indexes of competitiveness, the methodology of industry competitiveness evaluation was prepared. The analysis discover Lithuanian meat sector competitiveness and factors of competitiveness restrictive, furthermore perspectives and competitiveness expansion implements was provided. The author's hypothesis that equal conditions of competition in European Union market and firm's consolidation can cause more effective competitiveness was confirmed.

TURINYS

ĮVADAS	7
1. TEORINIAI PRAMONĖS KONKURENCINGUMO VERTINIMO ASPEKTAI.....	10
1.1. Konkurencingumo samprata.....	10
1.2. Konkurencingumą įtakojantys veiksniai	12
1.2.1. M. Porterio penkių konkurencinių jėgų modelio analizė	14
1.2.2. Valstybinio reguliavimo įtaka šalies pramonės konkurencingumui.....	19
1.3. Pramonės šakos konkurencingumo tyrimo metodologija.....	20
1.3.1. Pagrindiniai pramonės šakos konkurencingumą apipūdinantys rodikliai	22
1.3.2. SWOT analizės panaudojimas.....	26
1.4. Konkurencingumo didinimo galimybės ir būdai.....	28
2. LIETUVOS MĖSOS PERDIRBIMO PRAMONĖS KONKURENCINGUMO TYRIMAS	30
2.1. Mėsos perdirbimo pramonės pagrindiniai bruožai ir reikšmė šalies ūkiui.....	30
2.2. Mėsos perdirbimo pramonė ES kontekste.....	31
2.3. Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriaus įvertinimas pagal M. Porterio	34
penkių konkurencinių jėgų modelį	34
2.4. Konkurencingumo rodiklių apskaičiavimas	37
2.4.1. Pramonės veiklos bei finansinių rodiklių apskaičiavimas.....	37
2.4.2. Užsienio prekybos rodiklių apskaičiavimas	39
2.5. Sektoriaus SSGG analizė.....	46
3. MĖSOS PERDIRBIMO SEKTORIAUS KONKURENCINGUMO KITIMO TENDENCIJŲ PROGNOZAVIMAS.....	49
3.1. Konkurencingumo kitimo tendencijų numatymas.....	49
3.2. Konkurencingumo rodiklių prognozavimas	49
REKOMENDACIJOS	54
IŠVADOS	56
LITERATŪRA	59
PRIEDAI	64

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė Konkurencingumo apibrėžimai	10
2 lentelė Mėsos sektoriaus makroekonominiai rodikliai 2003-2008 metais.....	30
3 lentelė Lietuvos importuojamų/eksportuojamų produktų kainų palyginimas.....	34
4 lentelė Darbo našumo rodiklių palyginimas	37
5 lentelė Materialinės investicijos į mėsos sektorių 2003-2006 m.....	38
6 lentelė Užsienio prekybos rodikliai Lietuvoje ir ES-27 šalyse 2003-2008 m.....	40
7 lentelė Lietuvos ir ES šalių produkto savikainos apskaičiavimas 2003-2008 m.....	43
8 lentelė SSGG Lentelė.....	46
9 lentelė Koreliacijos koeficientų palyginimas.....	50
10 lentelė Faktiniai ir prognozuojami užsienio prekybos duomenys.....	50

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. M. Porter konkurencinių jėgų modelis.....	17
2 pav. SWOT analizės metodas.....	27
3 pav. Mėsos produktų suvartojimas vidaus rinkoje ir eksportas 2003-2008 m.....	31
4 pav. Mėsos produktų eksportas pagal šalis 2007-2008 m.....	32
5 pav. Mėsos produktų importas pagal šalis 2007-2008 m.	33
6 pav. Pagrindinės mėsos perdirbimo pramonę veikiančios konkurencinės jėgos.	37
7 pav. RCA rodiklis ES narių viduje, už ES ribų, bendras RCA indeksas 2007-2008 m. ...	40
8 pav. RTB rodiklis lyginant su ES-27 duomenimis 2003-2008 m.	42
9 pav. Produkto savikainos sudėtis, proc. 2003-2008 m.	43
10 pav. Produkto savikainos palyginimas 2003-2008 m.....	44
11 pav. Vidinių išteklių savikainos indeksas 2003-2008 m.	45
12 pav. RCA ir RTB rodiklio prognozės.....	51
13 pav. Prognozuojamos pardavimo pajamos Trendo pagalba.....	52
14 pav. Prognozuojamos pardavimo pajamos ekstrapoliacijos metodu	52
15 pav. Prognozuojamas perdirbimo įmonių skaičius	53

ĮVADAS

Tyrimo aktualumas: Lietuvos mėsos perdirbimo pramonė pastaruosius kelerius metus patiria tam tikrų sunkumų. Dauguma perdirbėjų šiuo metu susiduria su tokiomis pagrindinėmis problemomis kaip žaliavų stygius, kvalifikuotos darbo jėgos stoka, augančios pardavimų centru globalizacija bei vis didėjanti konkurencija šalies viduje bei tarptautinėje rinkoje.

Kad mėsos sektoriuje padėtis įtempta rodo aštrėjantys santykiai tarp mėsos perdirbėjų ir gyvulių augintojų. Galvijų supirkimo kainos Lietuvoje pačios mažiausios visoje Europos Sąjungos rinkoje. Mėsinių galvijų, kurių ypač trūksta mėsos perdirbimo įmonėms, kainos taip pat dar gerokai atsilieka nuo ES šalių vidutinių kainų, augintojams neverta investuoti į galvijų bandas ir didinti jų prieauglį. Pastaraisiais metais net kelis kartus išaugo veršelių eksportas. Tokie procesai labai neigiamai veikia mėsos perdirbimo pramonės žaliavos rinką bei konkurencingumą. Šiuo metu yra susidariusi tokia situacija, kad šalis gyvus gyvulius eksportuoja, o skerdeną importuoja, todėl perdirbimo įmonės lieka be apkrovų.

Mėsos ūkis įvairiose šalies gairėse pripažintas kaip prioritetinga sritis. Lietuvoje nuo 2004 m. gegužės 1 d. pradėjo veikti ES tiesioginių išmokų sistema.: Europos Sąjungai priėmus politinį sprendimą dėl jos išplėtimo ir naujų narių priėmimo, dauguma Vidurio ir Rytų Europos šalių, tarp jų ir Lietuva, pasirinko integravimosi į Europos Bendriją kelią. Bendrija, norėdama, kad narystės siekiančios šalys pasirengtų įgyvendinti teisinius technologinius reikalavimus, nustatė paramos šaltinius bei jų skyrimo sistemą. Todėl 1999 m. birželio 21 d. Europos Taryba patvirtino reglamentą Nr. 1268/1999 dėl Bendrijos paramos žemės ūkiui ir kaimo plėtrai Vidurio ir Rytų Europos šalims-kandidatams. Remiantis šiuo dokumentu, narystės Europos Sąjungoje siekiančioms šalims 2000-2006 metų laikotarpiu buvo numatyta teikti finansinę paramą pagal Specialiąją žemės ūkio ir kaimo plėtros programą (SAPARD), Kaimo plėtros rėmimo programą, ES struktūrinių fondų paramą Lietuvai pagal bendrąjį programavimo dokumentą (BPD) ir kt. Skirtą paramą šalies įmonės daugiausia panaudojo gamyklų modernizavimui, investavo į įrenginius, padidino jų pajėgumus.

Šių programų įgyvendinimas turėjo padėti Lietuvai, įsijungusiai į Europos Sąjungos ekonominę erdvę, gebėti gaminti kokybiškesnę ir pigesnę produkciją nei konkurentai, tačiau neproporcingai padidinus įmonių pajėgumus ir neįvertinus žaliavos bei pagamintos produkcijos realizavimo rinkos dydžio, mėsos perdirbimo pramonės įmonės šiuo metu išnaudoja mažiau nei 50 proc. savo modernizuotų įrengimų, tokiu būdu tik dar labiau pabrangindama vieno produkto pagaminimo savikainą. Panašu, kad Europos Sąjungos parama, skirta mėsos sektoriui nebuvo būtina, o gal net pastūmėjo šio sektoriaus įmones prie dar didesnės tarpusavio konkurencijos šalies vidaus rinkoje.

Pramonės šakos konkurencingumas suprantamas kaip verslo įmonių, priklausančių tai pramonės šakai gebėjimas pelningai realizuoti savo gaminamą produkciją šalies ir užsienio rinkose. Nors konkurencingumas yra plati sąvoka reiškianti, kad kintančios rinkos sąlygos ir kiti veiksniai, keičia konkurencingumo lygį ir įgytos konkurencinės pozicijos yra laikinos, svarbu įvertinti, kiek dabartiniu metu mėsos perdirbimo sektorius yra konkurencingas Europos Sąjungos rinkoje, kur mūsų silpnybės ir į ką reikia atkreipti didesnę dėmesį. Šiuo metu Lietuvos mėsos pramonė ne tik negauna pelno, bet dirba nuostolingai. Visi minėti faktoriai smarkiai įtakoja sektoriaus konkurencingumą ir skatina gamintojus siekti tvirtų pozicijas tarptautinėje laisvos prekybos rinkoje.

Problema: Lietuvoje gyvulių supirkimo kainos yra vienos mažiausių Europos Sąjungoje, turėdami pigią žaliavą mes nesame rinkoje konkurencingi, todėl būtina iširti konkurencingumą sąlygojančius veiksniai. Suradus pagrindines neigiamą įtaką darančias priežastis, bei pritaikius tinkamus sprendimo metodus, sukurta strategija gali leisti tiek mėsos perdirbėjams, tiek gyvulių augintojams pelningai konkuruoti tarptautinėje rinkoje.

Tyrimo objektas: Lietuvos mėsos perdirbimo pramonės šaka.

Tyrimo dalykas: Sektoriaus konkurencingumą lemiantys veiksniai.

Tyrimo tikslas: Įvertinti ir numatyti tiriamos Lietuvos mėsos pramonės šakos konkurencinę situaciją, vystymosi perspektyvas, identifikuoti šakos konkurencingumą ribojančius veiksniai, ir, remiantis analizės metu gautais rezultatais, numatyti sektoriaus konkurencingumo didinimo priemones.

Uždaviniai:

1. Apibrėžti konkurencingumo sąvoką ir reikšmę.
2. Parengti mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencingumo įvertinimo metodiką.
3. Identifikuoti pagrindinius veiksniai, lemiančius esamą konkurencingumo lygį ir atlikti jų analizę Europos Sąjungos kontekste.
4. Įvertinti mėsos pramonės konkurencinę situaciją bei parengti rekomendacijas sektoriaus konkurencingumui stiprinti.

Hipotezė: Siekiant efektyviai konkuruoti rinkoje, būtina didesnė mėsos perdirbimo įmonių koncentracija, bei vienodų Lietuvos perdirbėjų konkurencinių sąlygų užtikrinimas Europos Sąjungos ekonominėje erdvėje.

Tyrimo bazė. atliekant įmonės pelningumo analizę ir prognozavimą, buvo remtasi įvairių autorių mokslinė literatūra, kurioje pateikti pagrindiniai pelno analizės metodai, pelningumo rodikliai.

Tyrimo metodika. Pagrindiniai darbe naudojami tyrimo metodai analizuojant mokslinę literatūrą – analizė, sintezė, lyginimas. Vertinant konkurencingumą taip pat naudojami tradiciniai (absoliučiu, santykiniu ir vidutiniu dydžiu taikymas, palyginimas, indeksų, atsiribojimo bei

balansinis metodai). Priklausomai nuo tyrimo siekiamų tikslų, konkurencingumo vertinimui naudojami skirtingi rodikliai. Mėsos produktų ir gamybos sektoriaus dinamikos įvertinimui buvo pasirinkta statistinių duomenų sisteminimas bei grafinio modeliavimo metodai, konkurencingumo rodikliai lyginami su atitinkamais ES šalių rodikliais.

Tyrimo laikotarpis: 2003-2008 m.

Šaltiniai. Atliekant mėsos sektoriaus konkurencingumo įvertinimą remtasi užsienio bei Lietuvos autorių mokomąja bei moksline literatūra, straipsniais. Analizės metu remtasi Lietuvos Respublikos statistikos departamento, Eurostat, Export Help duomenų bazių duomenimis.

Rezultatų reikšmingumas. Gauti rezultatai reikšmingi praktiniu požiūriu. Tyrimo metu įvardytos pagrindinės žemą perdirbimo pramonės konkurencingumo lygį lemiančios priežastys bei jų priežasčių ištakos. Pateikiami siūlymai konkurencingumui stiprinti.

Darbo struktūra. Magistro darbą sudaro trys dalys. Pirmoje – konceptualiojoje dalyje analizuojama konkurencingumo samprata, konkurencingumo veiksniai bei modeliai, apibūdinami konkurencingumo didinimo galimybės ir būdai. Antroje analitinėje – tiriamoje dalyje atlikta mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencinės aplinkos analizė, jos ryšis su žaliavos rinka, įvertinami kiti konkurencingumo rodiliai juos palyginant su atitinkamais ES šalių rodikliais. Trečioje darbo dalyje atliekamas prognozavimas bei numatomos perspektyvų galimybės. Darbas iliustruotas paveikslais, lentelėmis, diagramomis, formulėmis ir kitais priedais.

Magistro darbo apimtis – 69 puslapių. Darbe yra 5 priedai. Taip pat pateikiami 15 paveikslų ir 10 lentelių.

1. TEORINIAI PRAMONĖS KONKURENCINGUMO VERTINIMO ASPEKTAI

1.1. Konkurencingumo samprata

Nagrinėjant konkurencijos sampratą galima pastebėti, jog moksliniuose darbuose ir straipsniuose, sutinkamas ne vienas konkurencijos apibrėžimas. Konkurencingumo sąvoka pastaruoju metu tampa viena dažniausiai minimų ekonominėje literatūroje. Tai suprantama, nes konkurencingumas yra neatskiriamas rinkos ekonomikos bruožas, išskiriantis rinkos ekonomiką iš kitų ekonominių sistemų. Kita vertus, išskirtini labai įvairūs požiūriai į šios koncepcijos nagrinėjimą, be to, nėra vieno visuotinai priimtino konkurencingumo apibrėžimo. Ši neapibrėžtumą sąlygoja konkurencingumo sampratos platumas ir kompleksiskumas.

Tarptautinių žodžių žodyne žodis *konkurencija* turi dvi reikšmes - tai yra varžymasis, rungtyniavimas kurioje nors srityje norint pasiekti tą patį tikslą arba ekonominės rinkos situacija, kai yra pakankamai daug pirkėjų ir pardavėjų, galima laisvai įeiti į rinką ir išeiti iš jos. Konkurencijos sąvoka ekonomikos literatūroje dažniausiai siejama su rinkos dalyvių elgsena, rinkos ekonominiu veiksmingumu ar efektyvumu, dar apibūdinimas kaip šalies sugebėjimas gaminti prekes ir teikti paslaugas, kurios tenkintų tarptautinių rinkų poreikius ir kartu užtikrintų ir didintų savo piliečių realias pajamas.

Terminas „*konkurencingumas*“ (*angl. competitiveness*) naudojamas apibūdinant konkurencijos procesų dalyvių gebėjimus bei galimybes nugalėti konkurencinėje kovoje. Konkurencija – esminė ir būtina rinkos sąlyga. Plačiaja prasme konkurencingumas reiškia galimybę laimėti, puoselėjant savybes, suteikiančias subjektui pranašumo. Siauresne prasme konkurencingumui aprašyti naudojami tik atskiri užsienio prekybos (ypač eksporto) arba makroekonominiai (bendro vidaus produkto ir kt.) rodikliai (Valdymo problemos: teorija ir tendencijos, 2004, p. 227).

1 lentelė

Konkurencingumo apibrėžimai

Autorius	Apibrėžimas
L. Guobužaitė, 2008	Pramonės šakos ar šalies ūkio sektoriaus konkurencingumas turėtų būti suprantamas ne kaip „vienas laimi, kitas pralaimi“ konkurencinė kova, bet kaip ekonomikos sugebėjimas užtikrinti vis aukštesnius gyvenimo standartus.
Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (OECD) 1996	Konkurencingumas – tai įmonės sugebėjimas esant konkurencinės rinkos sąlygomis, gaminti prekes ir paslaugas, kuriomis sėkmingai konkuruojama rinkoje bei išlaikomos ar didinamos pajamos ilguoju periodu.

M. Porter 1998	Šalis yra konkurencinga, esant pakankamai aukštai konkurencingos pramonės ar pramonės įmonių koncentracijai
S. Valentukevičius, 2000	Ūkio šakos konkurencingumas – tai daugumos šalies įmonių gebėjimas sėkmingai konkuruoti vidaus ir užsienio rinkose.
A. Šeibokienė, 2002	Konkurencingumas – santykinė vieno konkurento padėtis kito atžvilgiu.
Knyga 2004 – 2008 seimo nariams ir rinkėjams	Konkurencija – galimybė visiems ūkio subjektams laisvai varžytis dėl vartotojų palankumo. Konkurencijos veikimo rezultatas – yra ne tiek geriausiųjų apdovanojimas, kiek blogiausiųjų (produktų, įmonių, verslo organizavimo formų) išstūmimas iš rinkos
Lietuvos pramonės konkurencingumo ir inovacijų plėtros studija, 2005	Pramonės konkurencingumas – pramonės šakos gebėjimas sukurti ir išlaikyti konkurencinį pranašumą tarptautiniu mastu
A. Kardokas, 2003	Pramonės konkurencingumas – tai sugebėjimas kurti, gaminti, ir parduoti tokias prekes ir paslaugas, kurių unikalių bruožų dėka yra įgyjami, padidinami ar išlaikomi konkurenciniai pranašumai, leidžiantys sėkmingai konkuruoti užsienio ir vidaus rinkose.

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Pramonės konkurencingumas – pramonės šakos gebėjimas sukurti ir išlaikyti konkurencinį pranašumą tarptautiniu mastu, kai šioje pramonės šakoje (Lietuvos pramonės konkurencingumo ir inovacijų plėtros studija, 2005, p. 9):

- yra pakankama konkurencija, kuri gerina produktyvumą ir skatina inovacijas;
- vartotojai yra reiklesni ir pažangesni už konkurentų;
- įmonės tobulina turimus gamybos veiksnius;
- egzistuoja sinergijos tarp įmonių, galimybės pradėti naują verslą ir pozityvi išorinė aplinka (informacijos gausa).

Europos Sąjungos taryba taip pat pabrėžia Europos pramonės konkurencingumo svarbą. Jos požiūriu analizuojant konkurencingumą svarbiausias dėmesys turėtų būti kreipiamas į šiuos veiksnius:

- investicijas ir į nematerialius aktyvus (taip įvardijami pagrindiniai pramonės konkurencingumo rodikliai);
- verslo aplinkos, ypač konkurencijos vaidmenį, sąlygojantį pramonės konkurencinių pranašumų įgijimą (dėka inovacijų, spartesnio prisitaikymo ir lankstumo);

- tinklo sudarymą, kuris įgalintų mažas ir vidutines įmones pasinaudoti restruktūrizacijos privalumais ir aplenkti didesnes firmas.

Siekiant efektyviai valdyti ir formuoti verslui aplinką numatyti tolesnes veiklos kryptis ir neatidėliotinus veiksmus, būtinas pastovus konkurencingumo monitoringas, nuolatinė konkurencingumo veiksnių įtakos bei pokyčių tendencijų analizė

Apžvelgus įvairių autorių siūlomus konkurencingumo apibrėžimus, matome, kad ši sąvoka yra labai plati ir nevieninga, dažniausiai apibūdinama kaip ekonominių subjektų gebėjimas egzistuoti kitų subjektų tarpe interesų konfliktų sąlygomis. Šalies konkurencingumo apibrėžimuose galima išskirti keletą pagrindinių elementų – dalyvavimą tarptautinėje rinkoje ir prekyboje, pajamų ir užimtumo augimą.

Šiame darbe pramonės konkurencingumas – tai verslo įmonių, priklausančių tai pramonės šakai gebėjimas pelningai realizuoti savo gaminamą produkciją.

1.2. Konkurencingumą įtakojantys veiksniai

Šalies pramonę sudaro įvairios pramonės šakos. Jų aplinką formuoja daugelis veiksnių, kuriuos įvairūs autoriai apibrėžia skirtingai. Kokia konkurencinė aplinka bus sukurta, pirmiausia priklauso nuo pačios šalies pasirtinktos strategijos ir nuo regiono, kuriame ji yra makrostabilumo. K.Šepučio nuomone pramonės plėtros sėkmė priklauso nuo makrostabilumo ir nuo mikromobilumo, nes nesant stabilumo sunku pasiekti, kad efektyviai funkcionuotų rinka ir būtų sukurtos sąlygos konkurencingai pramonei vystytis.

Pramonės konkurencingumas priklauso ne tik nuo susiklosčiusių gamybos veiksnių sąlygų, įmonių strategijos, struktūros ir sugebėjimo konkuruoti bei potencialių paklausos sąlygų. Pramonės konkurencingumo lygį tiesiogiai lemia tarptautinėse rinkose veikiančių įmonių veiklos rezultatai. Svarbus konkurencingumą įtakojantis veiksnys – įmonių bendradarbiavimo ir kooperacijos plėtra nacionaliniu bei tarptautiniu mastu, siekiant bendro bei efektyvesnio turimų išteklių panaudojimo. Disponavimas technologijomis, žiniomis, kapitalu tapo rimtu globalių gamintojų pranašumu. Įmonių kooperacijos bei dalyvavimo gamybiniuose tinkluose svarba sparčiai auga – įmonės kartu renka informaciją apie naujas rinkas, bendrai vykdo tyrimus, diegia inovacijas. Neoklasikiniuose modeliuose konkurencingumas jau siejamas ne tik su prekių pirkimo ir pardavimo santykiais, bet ir su kova dėl ribotų ekonominių gėrybių pasisavinimo. Daromos išvados, kad rinkoje susidariusi gėrybių paklausa ir pasiūla, kainų lygis ir kitos sąlygos suformuoja rinkos subjektų sprendimus, jų elgseną konkurencinėje kovoje, kurioje laimima geriausiai tenkinant ribotų gėrybių gavimo kriterijus.

M. E. Porteris yra įvedęs šalių konkurencingumo “deimanto” modelį, pagal kurį konkurencinis pranašumas galėtų būti suvokiamas, kaip “šalies sugebėjimas sukurti tokią aplinką, kuri įgalintų įmones tobulėti ir diegti naujoves greičiau negu užsienio konkurentai”. Tai pasiekti suteikia galimybių keturios veiksmų grupės:

1. *Konkurencijos struktūra* - tai šalies valdžios suformuota teisinė aplinka, sąlygojanti įmonių steigimąsi ir veiklą. Intensyvesnė konkurencija priverčia įmones labiau stengtis: diegti inovacijas, siūlyti aukštesnės vertės produktus ir taip didinti savo konkurencingumą.

2. *Paklausos charakteristikos* - tai šalies vartotojų ypatybės. Didesnės ir turtingesnės rinkos sugeba suaktyvinti įmonių steigimąsi ir pritraukti daugiau užsienio investicijų.

3. *Palaikančios ūkio šakos* - tai kiti, įvairiais ryšiais su įmone susiję ūkio sektoriai: tiekėjai, finansų institucijos, partneriai ir kitos paslaugos verslui, darančios rinką patrauklesne investuotojams.

4. *Veiksmų charakteristikos* - tai gamtiniai išteklių, darbo rinkos išsilavinimo ir žinių lygis, technologija, infrastruktūra ir kt.

Iš esmės būtų galima pritarti M.Porterio, T. Palubinsko požiūriams, ir išskirti tokius pagrindinius konkurencingumą lemiančius veiksmus:

1. pardavėjų konkurencija ūkio šakoje;
2. produkto pakaitalų galingumas;
3. naujų konkurentų įėjimo grėsmė;
4. tiekėjai;
5. pirkėjai;
6. valstybinių institucijų veikla

Pardavėjų konkurencija ūkio šakoje yra vienas svarbiausių konkurencingumo veiksmų. Pardavėjų konkurencija paprastai sustiprėja, kai konkurentų padaugėja ir jie tampa pranašesni vieni už kitus. Kova dėl rinkos dalies dažnai baigiasi silpnesniojo pralaimėjimu, todėl įmonės stengiasi kaip įmanoma būti pranašesnėmis. Konkurencijos grėsmė, sukeliama produktų pakaitalų stipriausia tase, kai pakaitalų kainos patrauklios ir pirkėjams nebrangu pakeisti vieną prekę kita. Trečias konkurencingumo veiksnys ūkio šakoje yra naujų konkurentų įėjimo grėsmė. Įėjimo į šaką pavojaus rimtumas priklauso nuo esamų barjerų, nuo galimos esamų konkurentų reakcijos į bet kurią naują konkurentą. Tiekėjų poveikis konkurencingumui labai sumažėja, kai jų tiekiamas produktas yra standartinė prekė, gaunama iš daugelio tiekėjų. Prie konkurencingumo veiksmų priskiriama ir pirkėjų galia. Kai įmonė parduoda iš esmės tas pačias prekes, pirkėjai gali keisti vieną pardavėją kitu mažomis išlaidomis ar visai atsisakyti. Dar vienas iš pagrindinių šalies ūkio konkurencingumą lemiančių veiksmų yra įvairios valstybinės institucijos, kurios vysto ekonomikos politiką, nustato rinkos prioritetus tokiu būdu nukreipdamos investicijas, ten kur jų labiausiai reikia.

Taigi, siekiant sudaryti sąlygas verslo sektoriui sėkmingai konkuruoti vidaus rinkoje ir tarptautiniu mastu, būtina nuosekli, aiški verslo aplinka, stabili makroekonominė ir regionų vystymo politika, sisteminis konkurencingumo vystymas įmonių lygyje. Konkurencingumo didinimo strategijos turėtų integruoti pagrindines nacionalines strategijas, orientuotas į konkurencijos sąlygų užtikrinimą, rinkų liberalizavimą, tiesioginių užsienio investicijų pritraukimą, gyventojų realiųjų pajamų didinimą bei gyvenimo sąlygų gerinimą. Tik apgalvota valstybės politika gali tikslingai formuoti aplinką, palankią pramonės konkurencingumo lygio augimui (Lietuvos pramonės konkurencingumo ir inovacijų plėtros studija, 2005, p. 10).

Konkurencingumo analizės tikslas – nustatyti įmonės ar konkrečios prekės konkurencinio pranašumo tipą ir įvertinti, koku mastu šis konkurencinis pranašumas apsaugotas (Barzdenytė, B. 2000). Autorė išskiria tokius konkurencijos analizės kriterijus:

Kiekvienos iš keturių kainų teorijoje išskirtos rinkos struktūros pagrindinis kriterijus yra rinkos dalyvių skaičius. Papildomai konkurenciją galima analizuoti dar pagal keturis kriterijus

1. Pagal pardavėjo elgseną: skiriama polipolinė (atitinkanti tobulos ir monopolinės konkurencijos rinkos sąlygas ir galimybes, kai įmonė negali numanyti konkurentų reakcijos) ir oligopolinė konkurencija;

2. Pagal prekės diferencijavimo lygį: skiriama vienaarūšė (homogeninė, be diferencijavimo) ir įvairiarūšė (heterogeninė, su prekės diferencijavimu) konkurencija;

3. Pagal įėjimo į rinką laisvumą: atvira ir uždara konkurencija;

4. Pagal naudojamus veiksmus: kainų keitimas arba produkcijos modifikavimas.

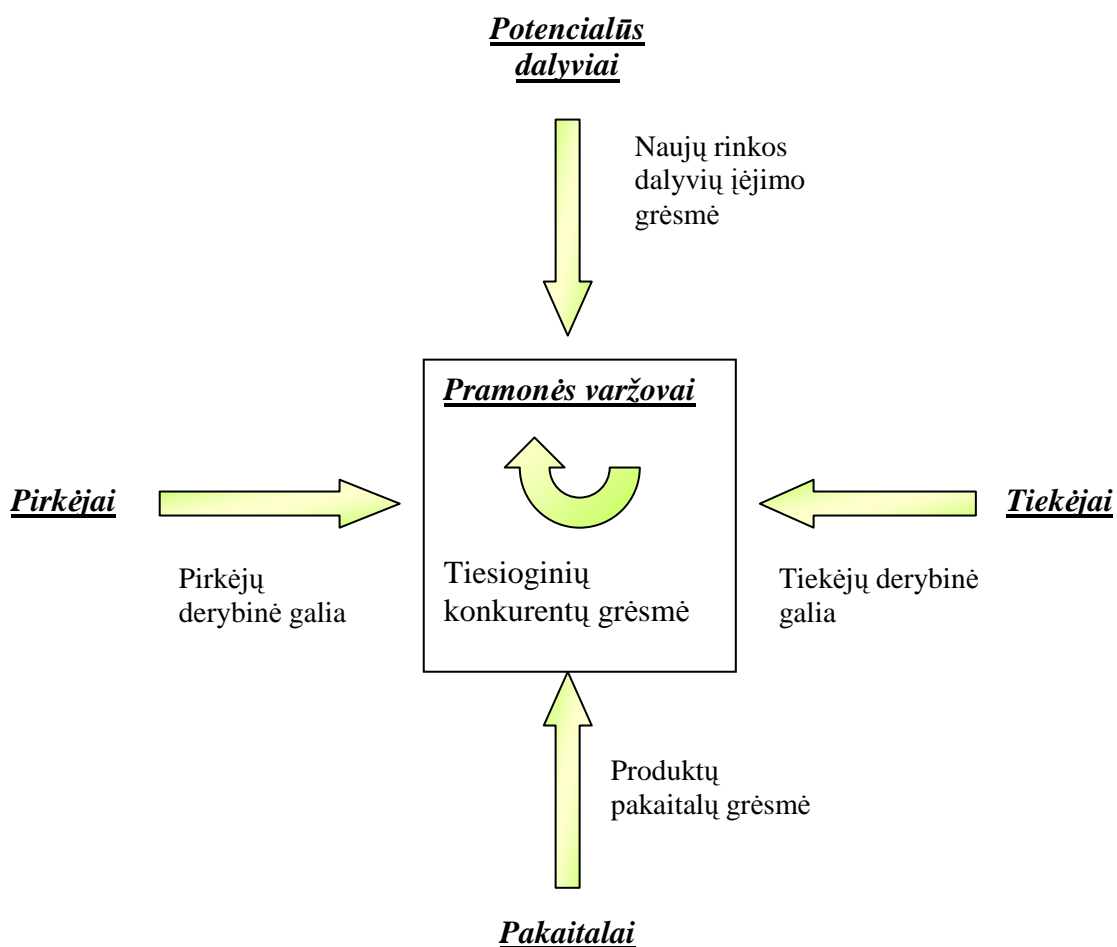
Taigi konkurencijos analizės tikslas – identifikuoti pagrindinius konkurentus, išsiaiškinti jų pranašumus, silpnąsias vietas, skirtumus (lyginant su sava įmone), netgi numatyti tolesnius jų veiksmus.

1.2.1. M. Porterio penkių konkurencinių jėgų modelio analizė

Konkurencingumo analizė gali būti atliekama svarbiausių jėgų, kurios veikia konkrečios verslo šakos įmones, bendru nagrinėjimu. Tiriant svarbiausias veikiančias jėgas, dažnai naudojamas M. Porterio pasiūlytas penkių jėgų modelis (žr. 1 pav.).

M. Porter siūlo nagrinėti penkias pagrindines konkurencines jėgas, kurios, jo manymu, parodo konkurencijos intensyvumą bet kurioje šakoje. Jo nuomone „įmonės, veikiančios tam tikroje verslo šakoje, konkurencinės kovos strategijos tikslas yra užimti šioje šakoje tokią poziciją, kuri galės įmonei padėti geriausiu būdu gintis nuo konkurencinių jėgų poveikio arba įtakoti jas savo naudai“. M. Porter šį modelį argumentavo tuo faktu, kad kuo stipresnė visų šitų jėgų įtaka, tuo įmonė turi mažiau galimybių padidinti kainas ir pelną. Organizaciją veikiančių jėgų analizės tikslas

yra išnagrinėti, kaip organizacija turi kurti savo strategiją tam, kad išnaudotų išorinėje aplinkoje susiklosčiusias palankias aplinkybes, išsilaikytų stiprioje konkurencinėje kovoje ir sėkmingai įveiktų kitas aplinkoje išskylančias grėsmes.



1. pav. M. Porter konkurencinių jėgų modelis

Šaltinis: M. Porter. Competitive Strategy

M. Porter (1980, p. 33) nuomone, pagrindinės konkurencinės jėgos yra tokios: tiesioginių konkurentų grėsmė; naujų konkurentų įėjimo grėsmė; tiekėjų derėjimosi galia; klientų derėjimosi galia; produktų pakaitalų grėsmė. Toliau trumpai apžvelgsime išvardintų konkurencinių jėgų esmę. Klientų derėjimosi galios analizė leidžia numatyti pagrindines kryptis, kuriomis reikia keisti strateginius santykius su klientais. Klientas turi didesnę derėjimosi galią, jeigu (A. Vasiliauskas, 2002, p. 71):

- klientai koncentruoti arba jų yra nedaug. Organizacija visuomet atsiduria sunkesnėje padėtyje derybose su klientais, kai turi mažai klientų pasirinkimo alternatyvų. Silpniausią poziciją ji turi tada, kai klientas yra apskritai vienintelis. Pavyzdžiui, įmonei, atliekančiai tik vyriausybinius užsakymus, derybos su vyriausybinėmis institucijomis yra sunkiausios. Taigi stipriausia pirkėjų jėga pasireiškia tada, kai jie yra stambūs bei perka dideliais kiekiais;

- organizacijos produktas yra nediferencijuotas. Jeigu organizacijos gaminama produkcija (teikiamos paslaugos) nesiskiria nuo kitų panašios veiklos organizacijų, klientas lengvai gali pakeisti tiekėją. Toks naujas kliento pasirinkimas tuo labiau tikėtinas, jei tiekėjo pakeitimas nepablogina paties kliento gaminamos produkcijos kokybės. Klientui pasirinkti kitą tiekėją tampa žymiai sudėtingiau, kai organizacija diferencijavo savo produktą, atsižvelgdama į specifinius to kliento reikalavimus;

- tiekiamos produkcijos kainos (paslaugų tarifai) neturi didelės svarbos apskaičiuojant bendras kliento išlaidas. Šiuo atveju pasirinkimas naujo tiekėjo, nors ir realizuojančio produkciją didesnėmis kainomis, kaip nors ypatingai nepadidina kliento bendrųjų gamybos sąnaudų;

- klientai gali perimti iš organizacijos dalį pridėtinės vertės. Organizacijai gali iškilti net grėsmė išlikti, jeigu klientai atranda galimybių patys plėtoti organizacijos teikiamą komplektuojančių gaminių arba paslaugų gamybą.

Lemiamą įtaką spaudimo jėgai turi paklausos-pasiūlos lygis, konkretaus pirkėjo ar jų grupės svarba pardavėjui, kainų struktūra ir pasirinkimo galimybės. Analizės tikslas yra išsiaiškinti ne tiek pačius klientus, kiek jų poveikio organizacijai galimybes bei įtaką, kad būtų galima kurti naudingą susitarimo, derybų strategiją (R. Jucevičius, 1998, p. 198).

Tiekėjų derėjimosi galios analizė leidžia numatyti pagrindines kryptis, kuriomis turi būti keičiami strateginiai santykiai su tiekėjais. Pardavėjų spaudimas konkurentams reiškiasi per: tiekėjo svarbą ir unikalumą pirkėjams, produkto diferenciaciją, paskirstymo kanalų koncentraciją, apribojančią galimybes pasirinkti naujus tiekėjus, specialius įsipareigojimus, resursų deficitą, siekį įvykdyti priekinę vertikalią integraciją į pirkėjo interesų sritį ir pan. (R. Jucevičius, 1998, p. 198).

Laikoma, kad tiekėjas turi didesnę derėjimosi galią, jeigu (A. Vasiliauskas, 2002, p. 71):

- alternatyvių tiekėjų yra nedaug. Jeigu tiekėjas pablogina tiekimo sandorių sąlygas, pakeisti tiekėją yra sudėtinga. Sudėtingiausia situacija yra tuo atveju, kai organizacija tam tikrai pozicijai turi tik vieną tiekėją;

- nėra alternatyvių pakaitalų tiekėjo pristatomoms žaliavoms, įrenginiams, teikiamoms paslaugoms. Šiuo atveju tiekėjai yra svarbūs techniniu požiūriu, kai tiekia svarbias gamybos proceso sudedamąsias dalis arba jų teikiama paslauga nulemia sklandžią gamybos organizacijoje eigą;

- tiekėjo kainos sudaro didelę organizacijos bendrųjų sąnaudų dalį. Bet koks tiekėjo kainos pakėlimas sumažins organizacijoje sukuriama pridėtinę vertę, jeigu konkurencinėje kovoje organizacija neturės galimybių kompensuoti tai savo produkcijos kainų padidiniu;

- tiekėjai gali perimti iš organizacijos pridėtinės vertės dalį. Gali net iškilti organizacijos išlikimo grėsmė, jeigu tiekėjas, diversifikuojamas savo veiklą, perims kai kurias arba net visas organizacijoje atliekamas operacijas.

Pakaitalų grėsmė. Pakaitalų įtaka konkurencinei aplinkai reiškiasi per kitokių produktų siūlymą tiems patiems vartotojams, tikintis, kad šie produktai savo savybėmis gali pakeisti kitos organizacijos produktus. Spaudimo jėga daugiausia reiškiasi per šių produktų savybių ir kainos palyginamumą (R. Jucevičius, 1998, p. 198). Kartais pakaitalai gali padaryti organizacijos produktą visai nereikalingą. Tačiau dažnai pakaitalai ne visiškai pakeičia ankstesnį produktą, o gali sumažinti organizacijos gaminamos produkcijos paklausą rinkoje, sumažinti jos kainas (tarifus), o kartu ir organizacijos veiklos pelningumo lygį. Pakaitalai gali turėti įtakos produktams net gretutinėse rinkose, nors iš pradžių ir nebuvo laukta tokios konkurencijos. Strateginiu požiūriu šiuo atveju turi būti analizuojamos tokios problemos (A. Vasiliauskas, 2002, p. 72):

- produkto moralinio nusidėvėjimo grėsmė;
- klientų galimybės persiorientuoti pirkti pakaitalus;
- aptarnavimo, stabdančio klientų persiorientavimą į pakaitalus, papildomos sąnaudos;
- galimas bendro organizacijų pelningumo lygio mažėjimas dėl pakaitalų grėsmės.

Naujų konkurentų grėsmė iškyla tada, kai kuriasi naujos konkuruojančios įmonės ir ateina į rinką, kuri yra patraukli savo pelno norma ir kurioje nėra barjerų, ribojančių naujų įmonių kūrimąsi. Didelių pelnų rinkos patrauklumas naujiems konkurentams ekonominiu požiūriu savaime suprantamas. Strateginiu požiūriu riboti naujų konkurentų atsiradimą gali šie svarbiausi atėjimo į rinką barjerai (A. Vasiliauskas, 2002, p. 72-73):

- masto ekonomija. Produkcijos vieneto gamybos sąnaudas kai kuriose veiklos šakose galima sumažinti didinant įmonių gamybinį pajėgumą. Kai per fiksuotą laiko periodą (pavyzdžiui, per metus) pagaminama daugiau produkcijos vienetų, gaunama fiksuotų sąnaudų produkcijos vienetui ekonomija. Masto ekonomija, kaip barjeras ateiti naujiems konkurentams į rinką, pasireiškia tuo, kad naujasis rinkos dalyvis turi iš karto pradėti veiklą dideliu mastu, kad pasiektų jau seniau rinkoje dalyvaujančių įmonių mažas vidutines produkcijos vieneto gamybos sąnaudas. Veiklos pradžia didžia dalimi yra susijusi su nemenkomis investicijomis ir didele rizika;

- produkto diferenciacija. Kai kuriose veiklos šakose sėkmę garantuoja produkto diferenciacijos strategija. Klientų poreikių pažinimas, specialaus aptarnavimo lygio užtikrinimas ir kiti aspektai, susiję su produkto diferenciacija, priverčia didinti išlaidas, reikalauja daug laiko ir specialios patirties. Visa tai gali atbaidyti naujų konkurentų atėjimą į rinką, kurioje jau veikia seniai įsikūrusios įmonės, besivadovaujančios produkto diferenciacijos strategija;

- kapitalo reikalavimai. Naujų konkurentų atėjimas į kai kurias rinkas reikalauja didelių kapitalo investicijų tyrimams ir konstravimui, technologijoms, produkto platinimo tinklui ir t.t. Sunkumai formuojant kapitalą, su didelėmis investicijomis susijusi ypatinga rizika riboja naujų konkurentų atsiradimą rinkoje;

- klientų perorientavimo išlaidos. Kai klientai patenkinti jau esamu produktu (paslauga), labai sudėtinga yra perorientuoti juos į naują rinkos dalyvį. Tokias perorientavimo išlaidas turi padengti naujas rinkos dalyvis ir šios išlaidos yra vienas iš barjerų, ribojančių naujų dalyvių atėjimą į rinką;

- ribotos galimybės pasinaudoti egzistuojančiais produkto platinimo kanalais. Nepakanka vien pagaminti puikios kokybės produktą. Jis turi būti paskirstytas tarp vartotojų platinimo kanalais, kuriuos kontroliuoja jau rinkoje veikiančios įmonės;

- dominuojančių kompanijų reakcija. Tikėtina seniai veikiančių rinkoje kompanijų aktyvi priešiška reakcija taip pat gali būti vienas iš barjerų, stabdančių naujų konkurentų atėjimą į rinką;

- valstybės politika. Daugelį metų įvairiose šalyse valstybė įstatymais gynė kai kurias šakas ir kompanijas (telekomunikacijos, energetika, komunalinės paslaugos ir pan.), ribodama naujų dalyvių atėjimą į rinką. Paskutiniaisiais metais Europos Sąjunga kartu su atskiromis šalimis mėgina šalinti kai kuriuos iš tokių barjerų.

Esamų konkurentų grėsmė skirtingose rinkose yra nevienoda. Ypatingu konkurencingumu pasižyminčiose rinkose kompanijos reguliariai tiria ir stebi konkurentus. Paprastai nuolat stebimi svarbiausių konkurentų kainų ir tarifų pokyčiai, konkurentų produkcijos ir paslaugų paketų pokyčiai, konkurentų investicijos ir t.t. Rinkose, kurioms nebūdingas didelis konkurencingumas, toks išsamus svarbiausių konkurentų tyrimas nėra būtinas. Visos jau anksčiau apibūdintos jėgos daro įtaką konkurencijos intensyvumui rinkoje. Tačiau egzistuoja ir kai kurios kitos sąlygos, kurios sukelia stiprią konkurenciją pramonės arba kitos veiklos šakose (A. Vasiliauskas, 2002, p. 73):

- kai konkurentai yra apytikriai lygiaverčiai dydžiu ir vienas iš jų siekia padidinti savo rinkos dalį kitų rinkos dalyvių sąskaita. Rinkoje su dominuojančia kompanija konkurencija yra mažesnė, nes didelė kompanija gali greičiau imtis priemonių prieš mažesnių įmonių bandymą plėsti savo rinkos dalį;

- jeigu rinka auga lėtai ir kompanija stengiasi įgyti dominuojančią padėtį rinkoje. Šiuo atveju ji didina savo dalį rinkoje kitų sąskaita ir didina konkurenciją;

- jeigu šakoje yra didelės fiksuotos išlaidos arba gatavos produkcijos sandėliavimo sąnaudos. Tai skatina kompanijas didinti savo dalį rinkoje ir stiprina konkurenciją;

- kai gamybinę galią galima sparčiai plėsti. Stengdamasi geriau panaudoti staiga padidėjusius gamybinius pajėgumus, įmonė turi motyvą plėsti savo rinkos dalį;

- jeigu sunku diferencijuoti produktą. Šiuo atveju konkurencija grindžiama kainų karu ir tampa sudėtinga įgyti klientų palankumą;

- kai sudėtinga arba labai brangu pasitraukti iš rinkos. Tokiu atveju veiklos šakoje susidaro pertekliniai gamybiniai pajėgumai, kurie sukelia konkurencijos paaštrėjimą;

- jei nauji dalyviai demonstruoja ryžtingumą užsitikrinti rinkoje strateginę padėtį. Tokiu atveju jie nepaiso dabartiniame periode didelių išlaidų, nes tikisi šiandieninius nuostolius kompensuoti pelnu ateityje.

M. Porter taip pat apibūdina ir nenumatytas aplinkybes, atsitiktinumus bei vyriausybės vaidmenį, kurie neįtraukti į jo modelį, tačiau šie veiksniai taipogi įtakoja šalies nacionalinę aplinką. Įmonės įgyja konkurencinį pranašumą ūkio šakoje, kai šalyje yra palankiausios minėtų veiksnių sąlygos (J. Sekliuckienė, V. Vengrauskas, 2001, p. 98).

1.2.2. Valstybinio reguliavimo įtaka šalies pramonės konkurencingumui

Didelį vaidmenį šalies pramonės konkurencingumui gali daryti valstybės politika.

M. Porter mano, kad vyriausybė gali veikti pramonės struktūrą tiek tiesiogiai, tiek netiesiogiai. Daugelyje pramonės šakų valstybė gali atlikti tiek pirkėjo, tiek tiekėjo vaidmenį, tokiu būdu savo vykdoma politika įtakoti rinkos dalyvių konkurencinį elgesį. Kuomet vyriausybės vaidmuo ekonomikoje yra tiekėjo ar pirkėjo, tai dažniausiai būna susiję labiau su politiniais aspektais, negu su ekonominėmis aplinkybėmis. Toks valstybinio reguliavimo poveikis gali varžyti rinkos dalyvių (pirkėjų bei tiekėjų) elgesį.

Valstybė gali įtakoti pramonės užimamas pozicijas naudodama tokias priemones kaip rinkos reguliavimas, mokestinis skatinimas, mokslinių tyrimų subsidijavimas ir pan. Pažvelgus dar plačiau, valstybė gali daryti įtaką pramonei per visas penkias jėgas, kurias apibrėžia M. Porter savo „deimanto modelyje“. Firmų santykiai su valdžios organais gali tapti palankiomis konkurencinėmis aplinkybėmis didesnėse rinkose, nes, kaip jau buvo minėta, vietos valdžia turi didelę mechanizmų įvairovę, galinčių riboti kitų rinkos dalyvių elgesį.

Anot Klimašauskienės D. (2007), atitinkamai formuojasi ir požiūris į tai, kokias valstybė turi ginti konkurencijos vertybes ir kokiomis priemonėmis. Išnagrinėjus įvairias ekonomistų pozicijas dėl konkurencijos teikiamos naudos visuomenei, kyla klausimas, kokie turėtų būti valstybinės konkurencijos politikos tikslai ir priemonės: turėtų būti skatinamas konkurencinis elgesys, skatinantis dinaminį ekonomikos efektyvumą ar turėtų būti siekiama palaikyti konkurencinę rinkos struktūrą, garantuojančią nemažiau svarbų statinį efektyvumą. Kai kurie šiuolaikiniai griežčiausi laisvos rinkos santykių teoretikai apskritai nemato priežasčių, dėl kurių valstybė turėtų kištis į rinkos procesus. Ši nuomonė remiasi nuostata, kad konkurencija ekonomikoje yra tas pats, kas ir laisvos rinkos sistema, tad sąlygų jai egzistuoti sudarymas (nevaržoma laisvė įeiti į rinką ir siūlyti savo produktus, išeiti iš rinkos, galimybės pirkti siūlomus produktus arba jų nepirkti) ir reiškia konkurenciją, taigi ir efektyvumą bei tarnavimą vartotojui. Lietuvos laisvosios rinkos instituto, nuo 1998 m. nagrinėjančio konkurencijos teisės problemas, „Vizijoje“ nurodoma, kad „būtina laikytis

realistinės konkurencijos sampratos, kurioje suvokiama, kad rinka yra dinamiška, ir svarbu jos nevaržyti reguliavimais, o įmonių susiliejimai, naudojimas lyderio padėtimi ar privačių įmonių susitarimai nėra žalingi atviros rinkos sąlygomis.“ Younkins taip pat mano, kad konkurencijos įstatymai ne tik kad neskatina konkurencijos, bet, atvirkščiai, ją slopina ir taip daro žalą vartotojams (Younkins, 2002). Jam pritaria ir Lal, jo teigimu, valstybė turėtų atsisakyti bet kokio didelių ar mažų firmų reguliavimo (Lal, 2000).

R. Šimakšiaus (1998) nuomone, konkurencijos politika priklauso nuo konkurencijos sampratos. Konkurencijos esmės supratimas kelia tikslą – visuomenėje turi būti tokia sistema, kuri nevaržytų ūkio subjekto galimybės gaminti ir parduoti, pirkėjo galimybės pirkti ir nepirkti.

Aptardamas įvairių požiūrių į konkurenciją, Robertas Borkas mano, kad konkurencijos traktavimas kaip varžybų proceso nėra tinkamas, siekiant pagrįsti konkurencijos politikos tikslus (Bork, 1978). Šiuo atveju rinkos dalyvių varžybų skatinimas tampa savitikslu, neatsižvelgiant į tai, kad tam tikrais atvejais varžybų atsisakymas gali būti naudingesnis visuomenei. Nors Čikagos mokyklos atstovai abejoja dėl vienu ar kitu valstybinės konkurencijos priežiūros priemonių reikalingumo, jie nesiūlo atsisakyti konkurencijos politikos apskritai, nes supranta, jog laisva nereguliuojama rinka pati savaime negali užtikrinti sąžiningos konkurencinės elgsenos, kuri neribotų kitų rinkos dalyvių galimybių konkuruoti. Ypač didelį pavojų konkurencijai šios mokyklos atstovai mano esant horizontalius susitarimus tarp konkurentų (kartelius), kuriais siekiama monopolizuoti rinką. (Klimašauskienė, 2007)

1.3. Pramonės šakos konkurencingumo tyrimo metodologija

Kaip jau buvo minėta, ne visos pramonės šakos dirba pelningai net ir naudodamos pigesnius nei konkurentų išteklius. Todėl konkurencingumo tyrimas turėtų atskleisti pagrindinius veiksnius, įtakančius būtent tokį konkurencingumo lygį.

Užsienio, o pastaruosiu metu ir Lietuvos, specialistai yra sukūrę arba pritaikę savo šalių poreikiams įvairias konkurencingumo įvertinimo metodikas. Siekiant nustatyti atskirų pramonės šakų perspektyvas, neįmanoma apsiseiti be sektoriaus konkurencingumo tyrimo. Nagrinėjant atskirų ūkio šakų konkurencingumą yra atlikta daug tyrimų, tačiau sisteminio taikytino konkurencingumo vertinimo modelio – nėra.

Vykdamas pramonės konkurencingumo tyrimus dažniausiai naudojami du metodiniai požiūriai (Lietuvos įstojimo į Europos Sąjungą poveikio Lietuvos pramonės įmonėms studija, 2004 m.):

1. Visapusiškas šalies visos pramonės (kartais tik jos atskiro sektoriaus) konkurencingumo įvertinimas. Šių tyrimų pagrindinis bruožas – sistemiškai parinkus pramonę apibūdinančius rodiklius arba vieną kompleksinį rodiklį, nustatomas pramonės konkurencingumas tarptautinėse

rinkose. Tokio tyrimo tikslas - nustatyti konkurencingus šalies pramonės sektorius bei įvertinti jų plėtros perspektyvas tarptautinėse rinkose, identifikuoti pramonės konkurencingumą įtakančius veiksnius.

2. Klasterių analizė - tyrimų būdas, kuomet analizuojami pasirinkto sektoriaus ryšiai su kitais pagalbiniais sektoriais. Tokia analizė apima ne tik konkretaus pramonės sektoriaus įmones, bet ir jų tiekėjus, realizavimo kanalo dalyvius, paslaugų teikėjus bei kitokiais būdais susijusias įmones ir institucijas. Pramoninės grupės analizė praktiškai reiškia, jog nagrinėjamas visas produkto gamybos procesas nuo žaliavų gavimo iki jo pateikimo vartotojui.

Pramonės konkurencingumą vertinančius tyrimus pagal tyrimo tikslą sąlyginai galima suskirstyti į šias grupes (Lietuvos pramonės konkurencingumas, 2001.):

1. Įvairiapusis, tradicinis šalies visos pramonės arba tik jos atskiro sektoriaus konkurencingumo įvertinimas. Šio tyrimo tikslas – nustatyti konkurencingus šalies pramonės sektorius bei įvertinti jų plėtros perspektyvas tarptautinėse rinkose.

2. Dabartiniu metu itin paplitęs tyrimų būdas, kuomet analizuojami pasirinkto sektoriaus ryšiai su kitais pagalbiniais sektoriais, vadinamas pramoninių grupių analize, apimanti ne tik konkretaus pramonės sektoriaus įmones, bet ir jų tiekėjus, distributorius, paslaugų teikėjus bei kitas institucijas. Tad šia analize nagrinėjamas visas produkto gamybos procesas.

3. Šalies tarptautinio konkurencingumo aukštų technologijų bei sudėtingų produktų srityse, o taip pat kuriančių didelę pridėtinę vertę pramonės sektoriuose ir veiklose, įvertinimas.

4. Verslo aplinkos įvertinimas. Šiuo atveju gali būti atliekami specialūs pramonės ar net atskiro sektoriaus veiklos aplinkos įvertinimai, kitas verslo aplinkos įvertinimo būdas – panaudojami šalies, kaip ekonominio vieneto, konkurencingumo įvertinimai.

Siekiant išanalizuoti pramonės konkurencingumą, dar galime pasinaudoti M. Porterio pasiūlyta veiksmų seka ir prieš pradėdant tyrimą reikėtų atlikti tokius klausimus:

1. Nustatyti pagrindinius, labiausiai dominuojančius rinkos dalyvius,
2. Išstudijuoti pramonės šaką, įvardyti pagrindines jos problemas
3. Kaupti statistinius duomenis, tokius kaip metinės ataskaitos, apžvalgos ir pan.

Reiktų žinoti, kad yra du būdai duomenims gauti: tai viešai skelbiami duomenys ir tokie, kurie gaunami tiesiogiai iš pramonės dalyvių. Nagrinėjant bet kokį sektorių reikia atsižvelgti į jo specifiką ir tinkamai pasirinkti nagrinėjimo objektus bei metodiką. Vertinimui pasirinktus rinkos rodiklius lyginti su kitų šalių atitinkamais rodikliais, rodikliai pateikiami santykiniais dydžiais ar indeksais, kurie leidžia spręsti apie lyginamų šalių atitinkamų produktų konkurencingumo lygį; pasirinkti rodikliai turi apibendrinti statinį sektoriaus konkurencingumą.

Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto tirėjų A. Gapšio, D. Mikelionytės, L. Petrauskaitės nuomone konkurencingumo vertinimo rodikliai turėtų atitikti šiuos apibūdinimus:

- Vertinimo rodiklių neturi būti daug;
- Jų įtaka vertinimui gali būti diferencijuojama;
- Turi turėti ryšį su rinkos organizavimo rodikliais.

Konkurencijos analizė yra pakankamai sudėtinga ir reikalauja daug kainuojančių tyrimų, be to daugelis reikalingų duomenų sunkiai prieinami. Pagal M. E. Porter, konkurencijos analizė apima keturis diagnostinius komponentus: būsimus tikslus, konkurentų požiūrį į savo veiklą, dabartinę strategiją, galimybes. Konkurentų tikslų žinojimas duoda galimybę nusakyti kiek konkurentas yra patenkintas dabartine savo padėtimi ir finansiniais rezultatais. Remiantis tuo galima spręsti apie konkurentų strateginių pakeitimų tikimybę ir reaguoti į įvykius, kurie liestų juos. Konkurento tikslų žinojimą taip pat gali padėti nusakyti reakciją į pakeitimus strateginiame paveiksle. Kai kurie iš jų gali išgąsdinti konkurentą. Konkurentų tikslų diagnozė turi apimti ir tokias kiekybines charakteristikas kaip lyderiavimas rinkoje, technologinė pozicija ir socialinis statusas.

Norint pradėti tyrimą, reikia turėti daug sukauptų žinių apie tą ūkio šaką, jos specifines problemas, tam, kad tyrimas būtų nukreiptas jų analizei, taip pat žinoti, kokių pirminių duomenų reikės skaičiavimams pradėti.

1.3.1. Pagrindiniai pramonės šakos konkurencingumą apibūdinantys rodikliai

Kad įmonė būtų konkurencinga, būtina ne tik numatyti tai lemiančius veiksnius, bet ir įvertinti juos rodikliais. Pramonės ar ūkio sektoriaus konkurencingumo vertinimas yra sudėtingesnis nei įmonės ir atliekamas tyrimų būdu. Priklausomai nuo tyrimo siekiamų tikslų, konkurencingumo vertinimui naudojami skirtingi rodikliai. Paprastai ūkio šakos konkurencingumas analizuojamas pagal jos sukuriama bendrojo vidaus produkto dalį ar eksporto apimtis.

Mokslinėje literatūroje naudojamus pramonės konkurencingumą apibūdinančius rodiklius sąlyginai galima suskirstyti į dvi dideles grupes (Lietuvos pramonės konkurencingumas, 2001):

- užsienio prekybos rodikliai;
- pramonės veiklos bei finansiniai rodikliai.

Norint visapusiškai išnagrinėti pramonės konkurencingumą yra skaičiuojami abiejų grupių rodikliai.

Užsienio prekybos rodikliai parodo realų nagrinėjamų šalių pasiektą prekių konkurencingumo lygį. Dar visai neseniai šalies konkurencingumas daugiausiai buvo suprantamas kaip valstybės gebėjimas sėkmingai prekiauti pasaulio rinkose – gaminti ir eksportuoti kitų šalių vartotojams patrauklias prekes, tokiu būdu užtikrinant pajamas ir aukštą pragyvenimo lygį savo

šaliai. Nors šiandieninė konkurencingumo samprata yra žymiai platesnė ir apima kur kas daugiau negu vien tik tarptautinę prekybą, vis dėlto, šalių eksporto struktūros analizė padeda atskleisti jų ūkio specializaciją, atskirų ekonomikos sektorių gyvybingumą ir raidos tendencijas. O tai, savo ruožtu, įgalina spręsti, kas lemia ar galėtų sąlygoti visos šalies ekonomikos augimą, o kartu ir konkurencingumą. Pagrindiniai užsienio prekybos rodikliai – tai eksporto ir importo apimtys, grynosios pajamos iš užsienio prekybos, eksportuojamų prekių užimamos užsienio rinkos dalis kitų šalių eksporte, bei šių rodiklių kitimo dinamika, atskleistas santykinis pranašumas (RCA) ir kt.

Pramonės veiklos bei finansiniai rodikliai savo ruožtu gali būti suskirti į tokias grupes: produktyvumo rodikliai, rinkos dalies rodikliai, finansiniai rodikliai, plėtros rodikliai, kokybiniai rodikliai.

Pagrindiniu konkurencingumą įvertinančiu rodikliu paprastai laikomas darbo produktyvumas (per metus vieno darbuotojo sukurta pridėtinė vertė arba produkcijos apimtis). Nors ir paprastai apskaičiuojamas, produktyvumo rodiklis integruoja daugelio veiksnių įtaką, kadangi atspindi pelningumo ir darbo užmokesčio lygį, kurie savo ruožtu priklauso nuo daugelio kitų veiksnių; be to, šis rodiklis gali būti taikomas įmonės, sektoriaus ar viso ūkio mastu. Tačiau interpretuojant šį rodiklį, reikia turėti omenyje, jog aukštą darbo produktyvumą gali nulemti kapitalui imlios pramonės dominavimas, todėl kai kada yra papildomai skaičiuojamas kapitalo produktyvumo rodiklis. Jo matavimo būdas – pajamos, gaunamos iš įmonės nuosavo kapitalo. Produktyvumo pagal pagamintą produkciją rodiklio dydžiui žymią įtaką turi gamybos kooperavimo bei specializavimo lygis. Dėl to kyla klausimas, koks realus produktyvumo lygis yra pasiektas pramonėje bei konkrečiame sektoriuje, neskaitant pirktinių materialinių vertybių (medžiagų, pusfabrikačių, komplektuojamų detalių, mazgų) vertės.

Šio trūkumo neturi kitas produktyvumo rodiklis – metinė sukurta pridėtinė vertė. Produktyvumas pagal pridėtinę vertę gerai atspindi pramonės pelningumą bei darbo apmokėjimo lygį. Vienintelis jo trūkumas – dėl sudėtingo apskaičiavimo, lyginant su produktyvumo rodikliu pagal produkcijos apimtį, Lietuvoje šis rodiklis skaičiuojamas tik pagal sustambintas pramonės veiklos rūšis, todėl detali pramonės analizė šiuo aspektu kol kas negalima.

Rinkos dalies įvertinimui naudojama pramonės arba atskirų sektorių pridėtinės vertės (arba produkcijos apimtys, pardavimų apimtys) dalies, lyginant su visa rinka, rodiklis bei šios dalies augimo tempai. Tyrimuose dažnai naudojama trijų rodiklių – pridėtinės vertės, darbo produktyvumo ir užimtumo augimo tempų – sistema, kuri parodo, kas sąlygojo darbo produktyvumo pokyčius.

Finansiniai rodikliai plačiau taikomi, nagrinėjant įmonės konkurencingumą, tačiau sektoriaus lygyje itin aktualūs įvairūs pelningumo bei sąnaudų dydžio pagal išlaidų straipsnius rodikliai.

Plėtos rodikliai daugiau būdingi verslo aplinkos tyrimams, tačiau, analizuojant konkurencingumą skatinančius veiksnius, yra svarbios vietos bei užsienio investicijų į atitinkamus pramonės sektorius apimtys ir jų augimo tempai bei išlaidų mokslinio tyrimo ir plėtos darbams, reklamai, darbuotojų mokymams bei kitų nematerialių išlaidų santykiniai dydžiai ir jų augimo tempai.

Konkurencingumui vertinti taip pat naudojami ir kokybiniai rodikliai. Tačiau šiuos rodiklius įvertinti kiekybiškai yra pakankamai sudėtinga. Tarp tokių kokybinių rodiklių yra minėtini produkcijos kokybė, klientų aptarnavimo lygis, produkcijos realizavimo galimybės, produktų dizainas, žmogiškasis kapitalas ir kiti. Sektoriniame lygyje tokie rodikliai, kaip aukštos kvalifikacijos darbuotojų santykinė dalis, aukštos technologijos produkcijos santykinė dalis, aukštos technologijos prekių eksporto dalis visame eksporte ir kt., netiesiogiai parodo visos pramonės ar atskirų jos sektorių kokybinį potencialą, turintį ypatingos svarbos konkurencingumo didinimui.

Be to, įmonės konkurenciniam pajėgumui įvertinti naudojami tokie svarbūs kokybiniai rodikliai bei kriterijai kaip: produktų kokybinės charakteristikos; klientų aptarnavimas; technologijų panaudojimas; gamybinės galimybės; realizavimo tikslas; reklama; įmonės reputacija vartotojų akyse ir kt. (Pukelienė, Sabonienė, 2004).

Toliau plačiau apžvelgsime porą rodiklių šalies sektoriaus konkurencingumui apskaičiuoti tarptautiniu lygiu.

1.3.1.1. Atskleistojo santykinio pranašumo rodiklis (RCA)

Atskleistojo santykinio pranašumo rodiklį savo darbuose yra pritaikę įvairūs autoriai: Laursen, K., Mashabela T. E., Vitunskienė, V., ir kt. RCA rodiklis – vienas iš plačiausiai naudojamų tarptautiniams prekybiniams santykiams nagrinėti, šalies silpnosioms ir stipriosioms šakoms nustatyti, specializacijos įvertinimui.

RCA rodiklis skaičiuojamas struktūriniais tarptautinės prekybos rodikliais:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_i X_{ij}}{\sum_j X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}}.$$

Skaitiklyje išreikšta nagrinėjamo sektoriaus eksporto procentinė dalis nacionaliniame eksporte – X_{ij} yra eksportas iš sektoriaus i šalyje j . Vardiklyje išreikšta procentinė dalis viso nagrinėjamo eksporto dalis šalių grupės eksporte.

RCA indeksas skaičiuojamas naudojant užsienio prekybos rodiklius ir leidžia palyginti tam tikros prekės dalį visų prekių eksporte tiriamojoje šalyje su atitinkama jos dalimi tiriamojoje šalių grupėje. V. Vitunskienės nuomone jei indekso reikšmė, didesnė už vieneta, tai parodo, jog tam

tikros prekės viso šalies eksporto dalis didesnė už atitinkamą jos dalį nagrinėjamoje šalių grupėje. Tai reiškia, jog šalis specializuojasi tos prekės eksporte ir turi santykinį pranašumą tiriamosios bazės atžvilgiu. Jei rodiklio reikšmė lygi vienetui, šalis turi neutralų santykinį pranašumą, reiškiantį, kad jos padėtis rinkose panaši į vidutinę padėtį tiriamojoje bazėje. Mažesnė už vienetą indekso reikšmė rodo prastesnę šalies padėtį.

1.3.1.2. Santykinis prekybos balanso rodiklis (RTB)

RTB – santykinis prekybos balansas – palygina prekybos balansą (eksportas ir importo skirtumas) su bendra to produkto užsienio prekyba (eksporto ir importo suma).

$$RTB_i = \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)},$$

Kur X – eksporto vertė; M – importo vertė. Rodiklio reikšmės gali svyruoti nuo -1 iki 1, aukštas ir teigiamas. RTB rodiklis reaguoja į palyginti mažus eksporto ir/ar importo srautų svyravimus. Aukštas ir teigiamas RTB rodiklis liudija apie stiprą to sektoriaus konkurencingumą, aukštas ir neigiamas – apie silpnas sektoriaus pozicijas tarptautinėse rinkose.

1.3.1.3. Vidinių išteklių savikainos rodiklis (DRC)

Vidinių išteklių savikainos rodiklis (angl. Domestic Resource Cost) plačiai naudojamas išsivysčiusiose šalyse santykiniam pranašumui matuoti bei elgsenos pokyčių formavimui. Šis rodiklis stipriai priklauso nuo vidinių išteklių, tokių kaip žemė ir darbas. Iš esmės DRC rodiklis yra savikainos-pelno koeficientas, leidžiantis palyginti vidinių išteklių kiekį vienam gamybos vienetui su kitų šalių sunaudojamų išteklių kiekiu tam pačiam produkcijos vienetui pagaminti, ir parodantis uždirbamų ar sutaupomų pinigų kiekį iš produkcijos vieneto pardavimo užsienio rinkoje. Išanalizavus Azarcon, C. J, Masters, W. A., Nelson, A. W. autorių darbus, pati paprasčiausia DRC formulės išraiška būtų tokia:

$$DRC = \frac{\text{šalies savikaina produkcijos vienetui}}{\text{pardavimo kaina – užsienio savikaina prod. vnt.}}$$

Vardiklyje išreikšta suma vietine valiuta, skaitiklyje – užsienio valiuta. Šio rodiklio apskaičiavimui rekomenduotina naudoti įmonių lygio duomenis.

Išvardinti rodikliai naudojami siekiant nustatyti konkurencingiausias pramonės šakas tiek vietos, tiek tarptautinėse rinkose. Pastaruoju atveju, atliekant konkurencingumo vertinimus, rodiklius būtina lyginti su analogiškais užsienio valstybių rodikliais.

E. M. Ruiz (2003) teigia, kad DRC rodiklis yra pirmiausia santykinio pranašumo indikatorius, kuris palygina produkto vidaus savikainą su pridėtine verte tarptautinėmis kainomis. Autorės nuomone, DRC formulė būtų tokia:

$$DRC_i = \frac{DC_i}{VA_i};$$

kur:

DC_i – vidinė produkto savikaina;

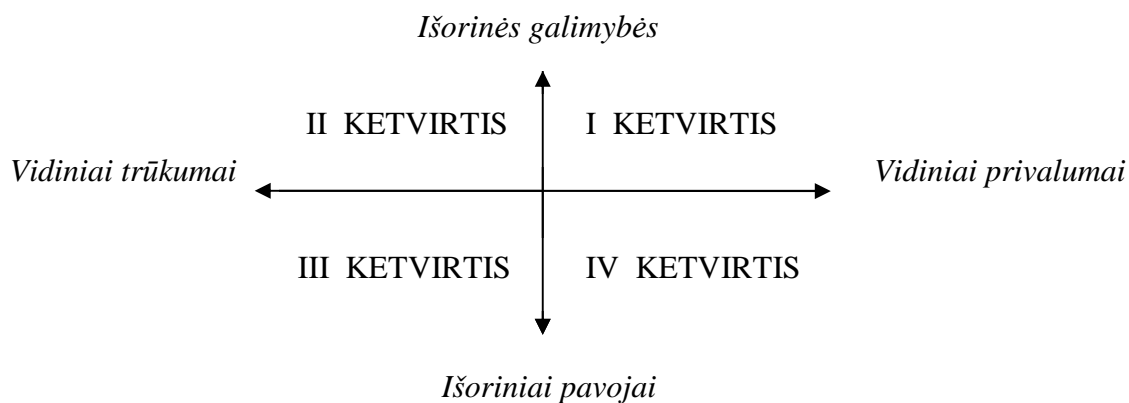
VA_i – pridėtinė vertė tarptautinėmis kainomis

DRC rodiklis yra vienintelis koeficientas, galintis įvertinti gaunamo pelno kiekį.

Kaip teigia M. Porter, lyginamasis pranašumas yra klasikinis rodiklis, įvertinantis globalinį konkurencingumą. Kuomet šalis turi reikšmingus privalumus produkcijos gamyboje, tokius kaip išteklių savikaina ar prekės kokybė, vadinasi jos gali juos panaudoti savo produkcijos eksportui į kitas šalis. Tokiose pramonės šakose firmų strateginė pozicija yra turimų konkurencinių pranašumų valdymas tarptautinėje rinkoje.

1.3.2. SWOT analizės panaudojimas

SWOT – tai iš anglų kalbos žodžių *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* ir *Threats* pirmųjų raidžių sudarytas žodis SWOT, kuriam naudojame tokį pat trumpą lietuvišką atitikmenį - *SSGG*. SWOT taikoma kuriant ar analizuojant strateginius planus. SWOT metodas yra skirtas vidiniams privalumams ir trūkumams bei išorinėms galimybėms bei grėsmėms apibendrintai analizuoti (žr. 3 pav.). Metodas priskirtas prie universaliųjų konkurencingumo vertinimo instrumentų.



2 pav. SWOT analizės metodas

Šaltinis: (L. Šliburytė, 2000, p. 64)

SWOT analizės pagalba įmonė, verslo šaka, šalis pasieks geriausius rezultatus maksimizuodama privalumus ir galimybes, bei minimizuodama trūkumus ir aplinkos pavojus.

- Kaip privalumai (Strength) modelyje įvardinami: teigiama vidinė padėtis, kuri suteikia pramonės įmonėms pranašumą prieš konkurentus (išskirtiniai sugebėjimai ir įgūdžiai, geresnės kokybės žaliavų šaltiniai, geri finansiniai ryšiai, išplėsti prekių paskirstymo kanalai, aukštos kvalifikacijos vadybininkai).

- Trūkumai (Weaknesses) – tai neigiama vidinė padėtis, kuri gali įtakoti įmonių veiklos silpnėjimą (reikalingų žaliavų šaltinių ar įgūdžių nebuvimas arba trūkumas, per didelė kreditinė sąskaita, pasenę įrengimai, technologijos).

- Galimybės (Opportunities) – tai dabartinė ar būsima aplinkos situacija, kuri yra palanki dabartinėms ar būsimoms verslo šakos įmonių prekėms (pokyčiai, suteikiantys įmonėms didesnę konkurencinę galią, didėjantis pirkėjų skaičius, naujos technologijos, kurias įmonės gali įsisavinti, atsiradimas).

- Pavojai (Threats) – tai dabartinė ar būsima aplinkos situacija, kuri yra nepalanki dabartinėms ar būsimoms įmonių prekėms (stambių konkurentų elgsena rinkoje, mažėjantis pirkėjų skaičius, naujos technologijos, kurios mažintų įmonių prekių paklausą, naujų taisyklių, kurios sumažins įmonių konkurencinę galią, patvirtinimas, problemos ieškant patikimų tiekėjų).

SWOT metodu galime nustatyti pramonės padėtį klasifikuojant ją ketvirčiais. I ketvirtis – aplinkos sukurtos gana palankios galimybės ir vidiniai verslo šakos įmonių privalumai papildo vienas kitą. II ketvirtis – sektoriaus įmonės nesugeba išnaudoti galimybių dėl savo vidinių trūkumų. Galimybės egzistuoja, tačiau įmonės negali jomis pasinaudoti, nes trūksta reikiamų žaliavų, įgūdžių ir kt. III ketvirtis – išoriniai aplinkos pavojai gali stipriai paveikti pramonės įmones dėl jų vidinių

trūkumų. IV ketvirtis – atspindi situaciją, kai išoriniai aplinkos veiksniai gali pažeisti įmonių privalumus.

1.4. Konkurencingumo didinimo galimybės ir būdai.

Nurodomi tokie svarbiausi pramonės konkurencingumą didinantys veiksniai (L. Juozaitienė, 2001, p. 106):

- *investicijos į nematerialųjį turtą* (informacinių sistemų kūrimas, gyventojų išsilavinimo didinimas, administracinių gebėjimų plėtojimas, kūrybinio potencialo telkimas ir pan.);
- *verslo aplinkos gerinimas* (darbo jėgos kvalifikacijos kėlimas, finansinio sektoriaus ir jo teikiamų paslaugų plėtojimas, mokesčių lengvatos, geresnis jų administravimas);
- *kūrimas tinklų*, padedančių mažoms ir vidutinėms įmonėms pasinaudoti restruktūrizacijos privalumais ir taip, palyginti su stambiomis įmonėmis, siekti didesnio lankstumo bei efektyvumo.

Taigi, įmonės, siekdamos padidinti konkurencingumą, turi užtikrinti aukštą produkcijos kokybę, tobulinti gamybos procesą, kelti darbuotojų kvalifikaciją ir pan. Konkurencingumo didinimo būdus iš esmės galima suskirti į tokias grupes:

1. Naujų technologijų diegimas;
2. Logistikos metodų taikymas;
3. Jungimasis į klasterius.

Įmonės turi įvertinti tiek vidinius, tiek išorinius konkurencingumo veiksnius. Visa tai gali duoti įmonei didelę vertę konkuruojant vietinėje rinkoje, taip pat siekiant įsitvirtinti tarptautinėje rinkoje. Praktikoje dažnai pastebima, kad iš tam tikrą išsivystymo lygį jau pasiekusių valstybių ekonomiškai stipriausios, sugebančios ilgiausiai išlaikyti nemenką ekonomikos augimą, yra tos šalys, kurių ekonomikos auga naujų technologijų, inovacijų bei darbuotojų kvalifikacijos kilimo dėka.

Įmonė ar pramonė šaka norėdama pagerinti savo konkurencines sąvybes gali panaudoti konkurencinės strategijos sukūrimą. J. Vijeikis teigia, kad konkurencinės strategijos – tai tokios strategijos, kurios įgalina įmones užimti tvirtas pozicijas kovoje su konkurentais ir sukuria patį stipriausią iš galimų konkurencinį pranašumą prieš konkurentus.

Remiantis R. Jucevičiaus mintimis, trumpai galima aptarti šias tris konkurencinės strategijas:

- Žemos kainos strategija. Žemų kainų strategija vertinama kaip pagrindinė verslo strategija, kuria siekiama įgyti konkurencinį pranašumą. Jos šerdis – įmonės sugebėjimas efektyviai valdyti savo resursus ir taip pasiekti mažesnių veiklos kaštų negu konkurentas.

- Diferenciacijos strategija. Diferenciacijos strategijos esmė yra pelno gavimas, kuriant vartotojui vertę, kuri yra skirtinga ir didesnė nei siūlo konkurentai. Diferenciacija negali būti siejama tik su produkto ypatumais, bet turi apimti visą organizacijos ir vartotojo santykių kompleksą, apčiuopiamus (dydis, spalva, forma, gamybos technologija ir kt.) ir neapčiuopiamus (siekis statuso, išimtinumo, individualumo ir kt.) aspektus. Diferenciacijos veiksmi, siekiant naudoti vartotojui, turi būti susiję su veiksmi, kuriais siekiama naudoti įmonei.

- Koncentracijos strategija. Koncentracijos strategijos esmė ta, kad įmonė koncentruoja savo pastangas ribotoje visos galimos rinkos dalyje – ribotoje geografinėje rinkoje ar tenkindama tik tam tikrus specialius poreikius. Konkurencinį pranašumą įmonė šiuo atveju įgyja dėl geresnės savo produktų/paslaugų diferenciacijos arba žemesnės kainos, arba dėl abiejų šių veiksnių, realizuojamų konkrečioje lokalinėje rinkoje.

Pramonės lygmenyje vienas iš priimtinių būdų konkurencingumui stiprinti būtų lobizmo panaudojimas. Lobizmas yra suinteresuotų grupių veikla, siekiant paveikti valdžios institucijas, kad jos priimtų neišvengiamus, reikiamus arba palankius tik išskirtoms grupėms politinius sprendimus. Kitaip tariant, lobizmas, arba veiksmi, kuriais interesų grupės siekia paveikti įstatymų leidybos procesą, egzistuoja todėl, kad įstatymais įtvirtinamos ne visiems vienodos taisyklės, o specifinės normos, veikiančios atskirų visuomenės grupių gyvenimą. Interesų grupių veikla ir lobizmo procesas yra neišvengiami tol, kol yra priiminėjami įstatymai. Kuo daugiau įstatymų yra priimama, kuo daugiau valdžia kišasi į žmonių veiklą ir nori ją reglamentuoti, tuo daugiau bus teikiama privilegijų atskiroms interesų grupėms ir tuo daugiau žmonės sieks įtakoti valdžios sprendimus visais įmanomais būdais.

Taigi, siekiant padidinti pramonės šakos konkurencingumą, galimas verslo įmonių jungimasis į grupes ar asociacijas ir lobistinės veiklos panaudojimas.

2. LIETUVOS MĖSOS PERDIRBIMO PRAMONĖS KONKURENCINGUMO TYRIMAS

2.1. Mėsos perdirbimo pramonės pagrindiniai bruožai ir reikšmė šalies ūkiui

Maisto produktų gamybos ir vartojimo struktūroje mėsos sektorius išlieka gana svarus. Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto duomenimis, šalies bendrosios žemės ūkio produkcijos struktūroje mėsos gamyba sudaro 29 proc., o gyventojų vartojimo krepšelyje – apie 7 proc. Šalies vidaus rinkoje daugiausia perkama kiaulienos (51 proc.), mažiau paukštienos (25 proc.)

Supirktus gyvulius ir paukščius skerdzia ir mėsos produktus gamina 185 mėsos ir 20 specializuotų įmonių: 15 paukštienos, 4 žvėrienos ir 1 triušienos įmonė. 159 mėsos perdirbimo įmonės ir skerdyklos turi teisę savo gaminius ir skerdieną eksportuoti į ES šalis. Tuo tarpu teisę eksportuoti į Rusiją, kuriai tenka 40 proc. šalies mėsos eksporto, turi tik 21 įmonė (tarp jų 5 paukštienos).

2007 metais iš supirktų gyvulių ir importuotos mėsos šalies perdirbimo įmonės pagamino apie 183,1 tūkst. t mėsos ir jos gaminių – 12 proc. daugiau nei 2006-aisiais. Sparčiai didėjo kiaulienos ir paukštienos gamyba, tuo tarpu jautienos sumažėjo.

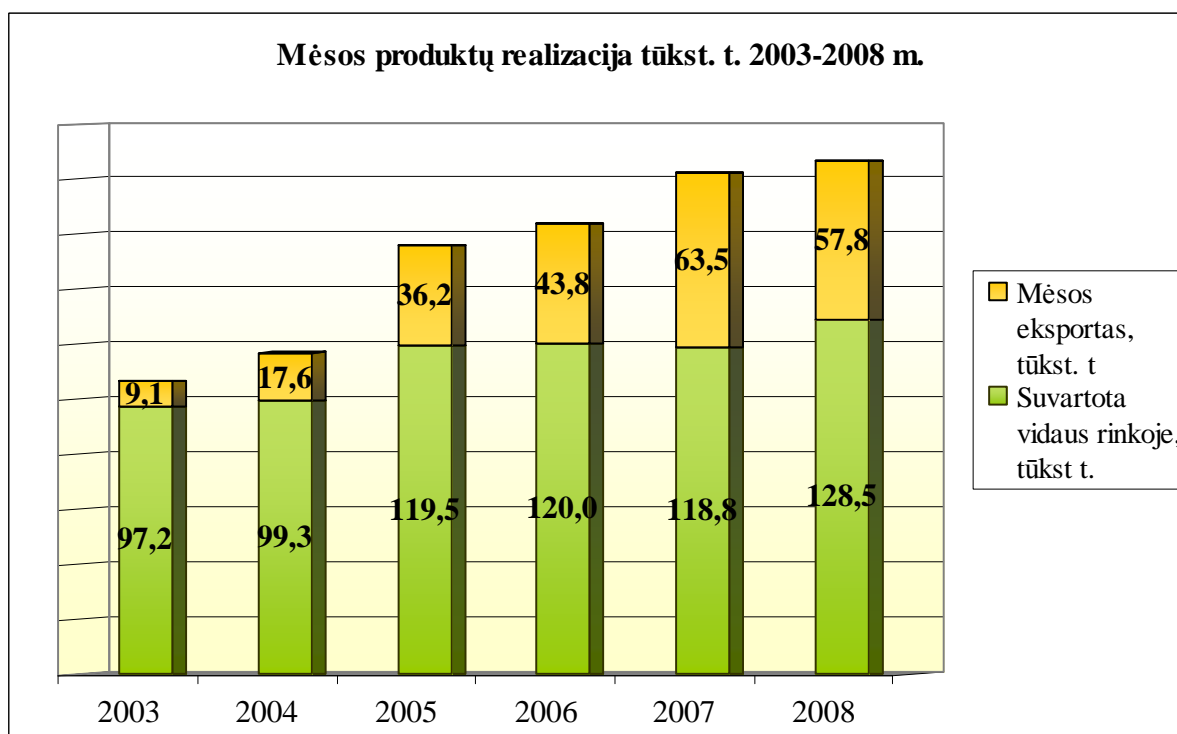
Mūsų šalyje populiariausia kiauliena. 2007 metais vienas gyventojas jos suvartojo 42 kg. LAEI duomenimis, pagal 2007 metų mėsos balansą šalis jautiena buvo apsirūpinusi 170 proc., kiauliena – 79 proc., paukštiena – 78 proc.

2 lentelė

Mėsos sektoriaus makroekonominiai rodikliai 2003-2008 metais

Rodikliai	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Mėsos gaminiai, tūkst. t	106,3	116,9	155,7	163,8	182,3	186,3
Eksportuojamų mėsos produktų vertė, mln. Lt	45,7	96,6	230,3	305,9	419,8	448,3
Mėsos produktų dalis visame eksporte, proc.	0,22	0,37	0,70	0,79	0,97	0,81
Importuotų mėsos produktų vertė, mln. Lt	106,2	211,0	274,1	318,0	482,2	704,4
Mėsos produktų dalis visame importe, proc.	0,36	0,61	0,64	0,60	0,78	0,97
Užsienio prekybos mėsos produktais balansas, mln. Lt	-60,45	-114,35	-43,78	-12,09	-62,44	-256,08
BVP to meto veikusiomis kainomis, mln. Lt	56804,0	62586,7	71380,4	81905,2	96739,7	111498,7

Šaltinis: Statistikos departamentas prie LRV. Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/lt/>



3 pav. Mėsos produktų suvartojimas vidaus rinkoje ir eksportas 2003-2008 m.

Šaltinis: <<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?languageId=EN>>

Pagal pateiktus duomenis 2-oje lentelėje matome, kad mėsos produktų gamyba kasmet palaiptamsiui didėja, 2008 m. pagamintos produkcijos kiekis išaugo net 1,8 karto lyginant su 2003-iais metais – nuo 106,3 tūkst. tonų iki 186,3 tūkst. t. Didžiausias santykinis pokytis buvo 2005 m., kuomet gamybos apimtys išaugo 33 proc. lyginat su praėjusiais metais. Nuo 2005 m. labai išaugo mėsos eksportas – net du kartus, sekančiais metais ekportas augo, tačiau nebe tokiais dideliais tempais, pagamintos produkcijos suvartojimas vidaus rinkoje visu analizuojamu laikotarpiu augo pamažu, išskyrus 2007-uosius metus, kuomet suvartojimas nežymiai sumažėjo.

Mėsos produktų eksportas ir importas kasmet auga, tačiau visu analizuojamu laikotarpiu tesudaro mažiau negu 1 proc. nuo visos Lietuvos eksporto/importo dalies. Nors užsienio prekyba žemės ūkio ir maisto produktais yra svarbi bendros Lietuvos prekybos dalis, tačiau įvertinus tai, kad mėsos perdirbimo pramonės užsienio prekybos balansas yra neigiamas, galime teigti, kad tai nėra būtent ta stiprioji šalies ūkio šaka užsienio prekyboje.

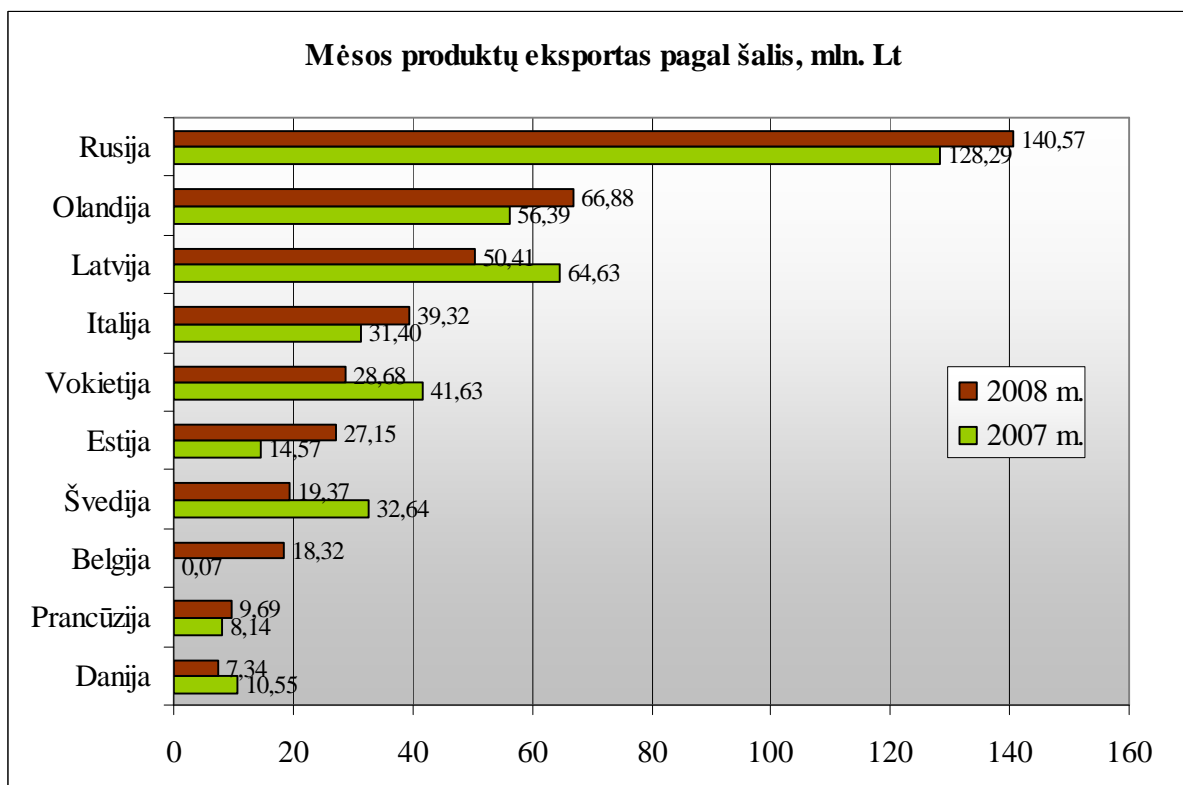
2.2. Mėsos perdirbimo pramonė ES kontekste

Lyginant Lietuvos mėsos perdirbimo pramonės struktūrą su mėsos perdirbimo pramone Europos Sąjungos šalyse, reikšmingiausias skirtumas yra tas, kad Lietuvoje skerdyklos ir mėsos perdirbimo įmonės iš esmės veikia kaip apjungtos struktūros, tuo tarpu ES šalyse skerdyklų sektorius buvo atskirtas nuo mėsos perdirbimo įmonių. Europos Sąjungoje šie du sektoriai veikia

savarankiškai, atsirado galimybės susikurti prekybos urmu tinklui visoje Sąjungoje. Kaip rašo LAEI, kai kurie mėsos perdirbėjai išima kaulus iš skerdenos ir gamina mėsos produktus (dažnai specializuotus maisto produktus), o kiti gamintojai perka jų pagamintus mėsos produktus be kaulų pagal specifikacijas.

Daugelis ES mėsos perdirbėjų atsisakė praktikos pardavinėti plataus asortimento mėsos produktus. Dauguma jų specializuojasi gaminti tam tikrus produktus, arba naudoja tikrai tam tikras technologijas, todėl ir superkama žaliava turi atitikti jų specifinius reikalavimus. Kai kurios kompanijos išpjausto mėsą pačios, kitos perka kiaulės puses, kiaulių kojas su kaulais, kiaulienos file be kaulų arba jautienos ketvirčius.

Priklausomai nuo verslo apimties ir rūšies, o taip pat klientų rato, daugelis mėsos perdirbimo įmonių nebeužsiima savo produkcijos paskirstymu. Šiaurinėse ES šalyse mažmeninė prekyba koncentruota dideliuose prekybos centruose, ir visi gamintojai pristato savo produkciją į šioms centrams priklausančius paskirstymo centrus. Vėliau patys prekybos centrai paskirsto prekes į savo taškus (taip pat naudodamiesi transporto kompanijų paslaugomis).



4 pav. Mėsos produktų eksportas pagal šalis 2007-2008 m.

Šaltinis: <<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?languageId=EN>>

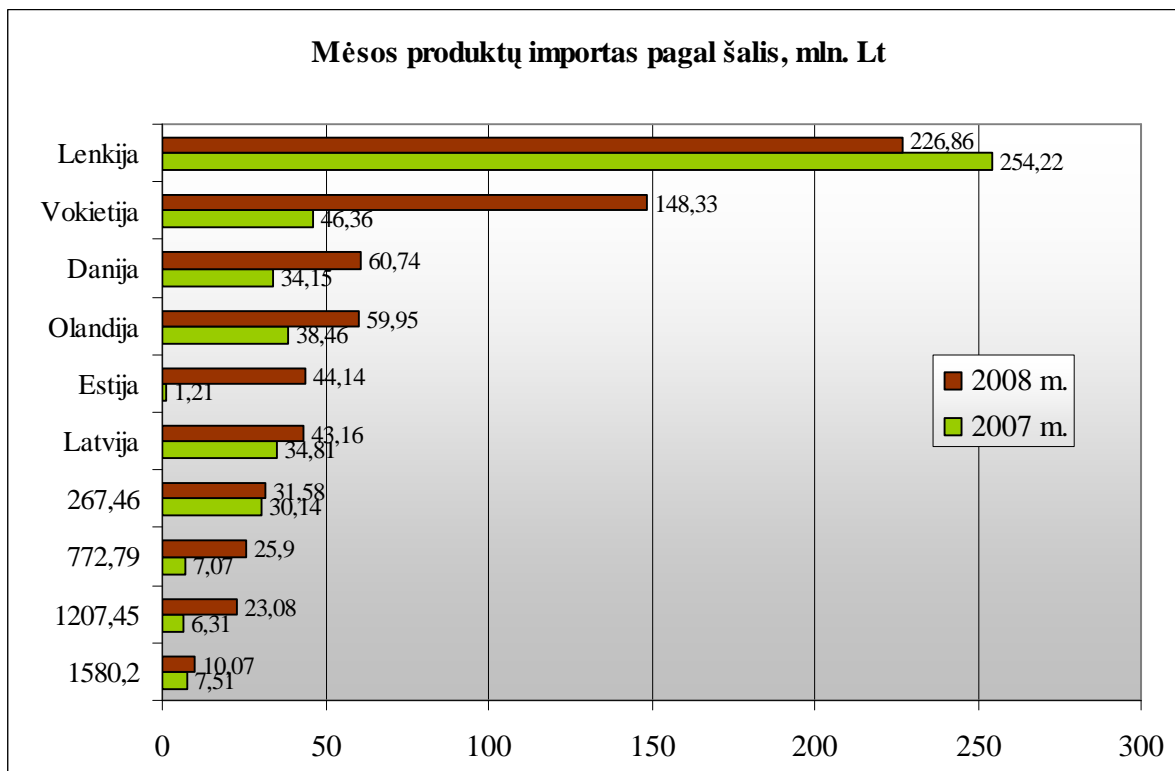
Lietuvos užsienio prekyba mėsos produktais vystosi sparčiai ir kasmet sudaro vis didesnę bendros Lietuvos užsienio prekybos dalį. Daugiausia savo produkcijos Lietuva išveža į ES šalis ir Rusiją. Rusija yra pagrindinė ES (ir Lietuvos) eksporto rinka, į kurią mėsos eksportas auga kasmet

2007-aisiais buvo eksportuota beveik 40 proc. viso mėsos produktų eksporto. Likęs eksportuojamos produkcijos kiekis yra realizuojamas 27-iose Europos Sąjungos šalyse. Pagrindinės eksporto partnerės šioje rinkoje yra Latvija, Olandija, Italija. Potencialiomis mėsos rinkomis Lietuvai galėtų būti Japonija, Honkongas, Korėja, kadangi šios šalys importuoja daugiausia mėsos produkcijos iš ES šalių. Jei remtumėmės Lenkijos pavyzdžiu, iš kurios Lietuva daugiausia mėsos importuoja, potencialiomis eksporto rinkomis dar galėtų būti Baltarusija, Kazachstanas bei Moldova.

Svarbiausios užsienio prekybos partnerės eksporto atžvilgiu:

- NVS šalys (Rusija);
- Kaimyninės šalys (Latvija, Estija);
- Senosios ES šalys (Vokietija, Italija ir kt.).

Pagal atliktą eksporto plėtros veiksnių tyrimą, Lietuvai nepavyksta pasiekti eksporto tendencijų stabilumo su dauguma šalių partnerių (Jakutis, 2007). Potencialių rinkų suradimas eksportui, jo geografijos išplėtimas užtikrina gamintojų, perdirbėjų pajamų saugumą ir šalies politikos nepriklausomumą nuo vieno ar kelių pagrindinių importuotojų. Visapusiškos analizės verta Suomijos ir Estijos santykių su Rusija patirtis – tiek teigiama, tiek neigiama. Nors Estijos ūkis yra labiau integruotas į ES rinką nei Lietuvos, santykių su Rusija komplikacijos turėjo juntamą neigiamą poveikį jos ekonomikai (Rudzkis, 2008).



5 pav. Mėsos produktų importas pagal šalis 2007-2008 m.

Šaltinis: <<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?languageId=EN>>

Svarbiausios užsienio prekybos partnerės importo atžvilgiu:

- Kaimyninės šalys (Lenkija, Latvija, Estija);
- Senosios ES šalys (Vokietija, Danija, Jungtinė Karalystė, ir kt.).

Lietuva daugiau nei pusė mėsos produktų importuoja iš Lenkijos, svarbiomis ES šalių partnerėmis išlieka Danija, Vokietija, Olandija. Bendrai paėmus, Lietuva 98 proc. mėsos įsiveža iš Europos Sąjungos šalių, o iš trečiųjų valstybių aktyviomis partnerėmis išlieka tik Rusija bei Argentina. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad importuojamų mėsos produktų vertė ženkliai išaugo 2008-aisiais metais, net 46 proc. lyginant su 2007-aisiais, tai yra susiję su išaugusiu mėsos importu iš ES šalių - Vokietijos, Danijos.

3 lentelė

Lietuvos importuojamų/eksportuojamų produktų kainų palyginimas

	2006	2007	2008
Importuojamo mėsos produkto iš Lenkijos vidutinė kaina, Eur/kg	1,31	1,34	1,63
Eksportuojamo mėsos produkto į ES vidutinė kaina Eur/kg	2,16	2,22	2,51

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis „Export help“ duomenų baze. Prieiga per internetą: <http://exporthelp.europa.eu>

Didelis mėsos produktų importas iš Lenkijos atskleidžia silpnas lietuviškų produktų konkurencines galimybes. Išnagrinėjus importuojamų mėsos produktų kainas iš Lenkijos, pastebėta, kad jos yra vos ne dvigubai mažesnės, negu Lietuvos eksportuojamų produktų kainos į kitas Europos Sąjungos šalis. Pavyzdžiui, 2008 m. eksportuojamo į ES šalis mėsos kilogramo vertė buvo net 54 proc. didesnė už importuojamo produkto iš Lenkijos vertę. Tai atskleidžia, kad Lietuvos gamintojų produkcija yra nekonkurencinga.

Šiam procesui turėjo neigiamos įtakos ir 2008 m. prasidėjusi pasaulinei finansinei krizei. Šiuo metu lito ir euro kursas yra vis dar fiksuotas. Aplinkinėse šalyse, Lenkijoje, Ukrainoje, Baltarusijoje, Rusijoje, devalvuotos nacionalinės valiutos euro atžvilgiu. Lietuvos gamintojų produkcija šiose rinkose pradėjo stipriai brangti ir darytis nekonkurencinga, nes lito kursas euro atžvilgiu yra fiksuotas. Todėl galime daryti prielaidą, kad esant tokiai valiutų kursų situacijai, nukentės Lietuvos gamintojai.

2.3. Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriaus įvertinimas pagal M. Porterio penkių konkurencinių jėgų modelį

Vertinant Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencingumą, svarbu nustatyti, kaip rinka įtakojama pagrindinių konkurencijos procesų intensyvumą lemiančių veiksnių (jėgų). Šiai

analizei atlikti naudojamas M. Porter penkių konkurencinių jėgų modelis. Remiantis šiuo modeliu galima aptarti mėsos perdirbimo sektoriaus dalyvių konkurenciją įtakančias jėgas:

- esamus konkurentus;
- naujus konkurentus;
- tiekėjus;
- vartotojus;
- pakaitalus.

Esamų konkurentų įtaka. Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriuje veikiančių įmonių skaičius mažėja kiekvienais metais: 2003 m. veikė 312 įmonių, 2004 m. – 275 įmonės, 2005 m. – 239 įmonės, 2006 m. – 216 įmonių, 2007 m. – tik 206 mėsos perdirbimo įmonės. Didžioji dalis šiuo metu neveikiančių įmonių bankrutavo, ir tik maža dalis jungėsi į stambesnes įmones. Net ir ženkliai sumažėjus perdirbimo įmonių skaičiui pastaraisiais metais, šiuo metu esančios rinkoje įmonės vis dar susiduria su labai aštria konkurencija. Tokią susidariusią situaciją rinkoje galime vertinti kaip intensyvią konkurenciją, kadangi visos įmonės turi panašias veikos charakteristikas, lėtai auga realizavimo rinka. Rinkos augimą galima vertinti atsižvelgiant į bendras ekonominės situacijos tendencijas Lietuvoje. Pastaraisiais metais sparčiai gerėjęs pragyvenimo lygis krenta, užgriuvusi pasaulinė finansų krizė daug žmonių paliko be darbo, mažėja jų perkamoji galia, todėl šiuo metu rinkos augimo perspektyvos išlieka nedidelės.

Įeinant į mėsos perdirbimo rinką reikalingas didelis pagrindinis kapitalas brangiems įrengimams pirkti, gamybos technologijai diegti, personalo apmokymui, taip pat būtina atitiktikti aukštus veterinarinius standartus. Įmonių išėjimo iš rinkos sąnaudos (personalo perkvalifikavimas, įrengimų permontavimas, paskirstymo tinklo praradimas, ir kt.) taip pat yra pakankamai didelės.

Konkurenciniai pranašumai tarp mėsos įmonių – aukšto lygio technologijos, efektyviai išnaudojami įrengimai, aukšta produktų kokybė, jų įvairovė, nedidelė pardavimo kaina, taip pat maža gaminio pagaminimo savikaina ir kt.

Naujų konkurentų įtaka. Lietuvos mėsos perdirbimo rinkoje potencialūs konkurentai yra silpna jėga, nes yra pakankamai aukšti įėjimo/išėjimo į rinką barjerai. Naujoms įmonėms mėsos perdirbimo rinkoje pradėti verslą reikalingas didelis pagrindinis kapitalas brangiems technologiniams gamybos procesams diegti, veterinariniams reikalavimams įgyvendinti, be to, gali būti sunku prieiti prie išteklių (šiuo metu ir taip pat nepakankama žaliavų rinka).

Potencialius konkurentus taip pat stipriai įtakoja viešai skelbiama neigiama situacija apie esamą sektoriaus padėtį, jo žemą pelningumą.

Tiekėjų įtaka. Pagrindiniai mėsos perdirbimo sektoriaus tiekėjai yra žaliavos augintojai: žemės ūkio bendrovės, pavieniai augintojai. Šiuo metu susiklostę verslo santykiai tarp mėsos perdirbėjų ir augintojų yra įtempti – pastarieji taip pat skundžiasi savo veiklos nepelningumu ir

aktyviai traukiasi iš žaliavos tiekimo sektoriaus. To pasekoje, mėsos perdirbimo įmonėms trūksta žaliavos, stoja įrengimų darbas.

Tiekėjų galiai taip pat galėtume priskirti perpardavinėtojų (agentų) veiklą.

Pirkėjų įtaka. Pirkėjai vertinami analizuojant tokius rodiklius kaip jautrumas kainai, pirkėjų koncentracija, pirkėjų skaičius, jų perkamoji galia, ir kt. Perdirbtų mėsos produktų pirkėjus galėtume suskirti į dvi pagrindines vartotojų grupes:

- vidaus rinka
- užsienio rinka

Vertinat vidaus rinką, galime teigti, kad ji yra nepakankama daugiau nei 200 šiuo metu veikiančioms įmonėms ir jos turi mažinti parduodamų gaminių kainas. Kritus vartotojų perkamajai galiai, pirkėjai pasidarė jautresni kainai ir dar dažniau renkasi pigesnius produktus, tiekiamus iš kaimyninių šalių gamintojų.

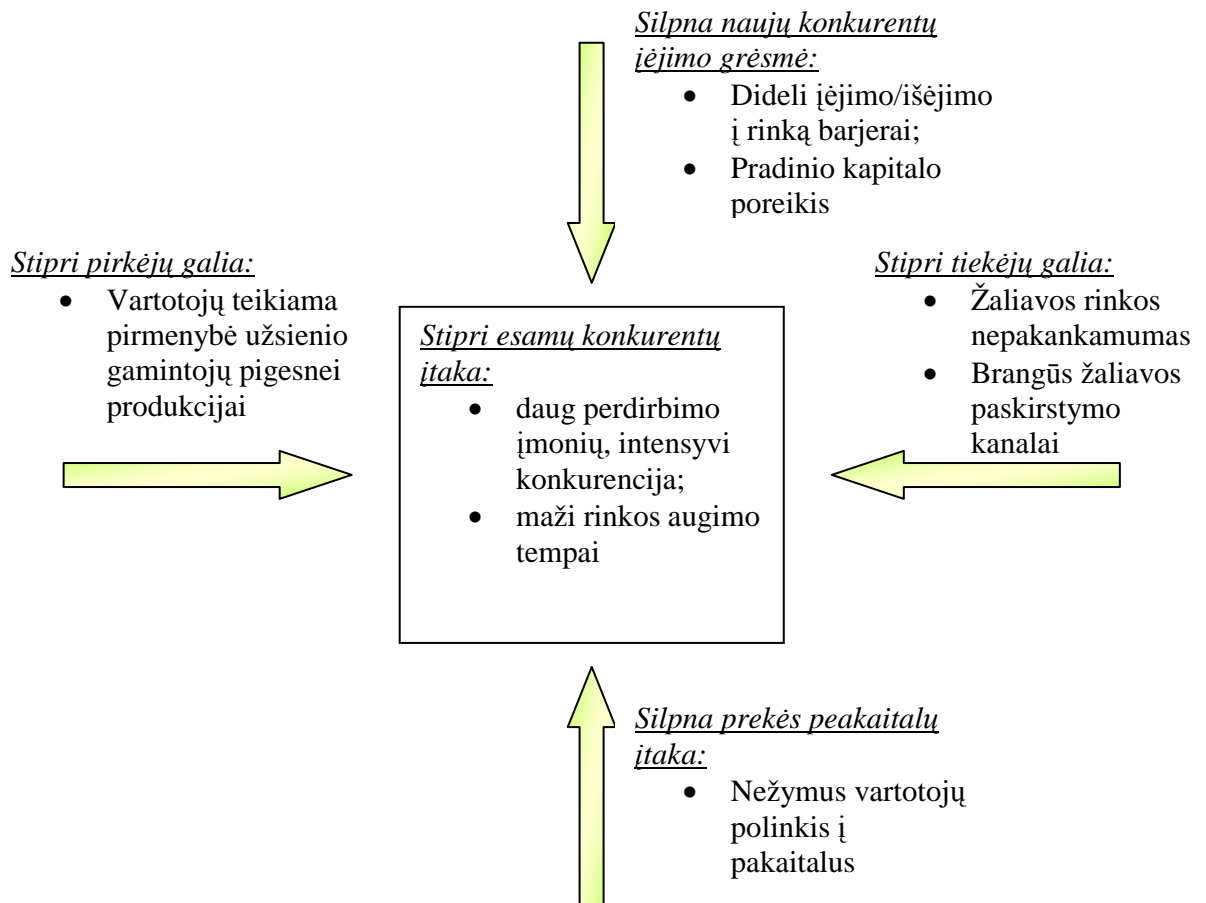
Užsienio rinkoje susiduriama su tokiomis problemomis kaip nekonkurencinga kaina, dažnai manoma, kad lietuviška produkcija yra nekokybiška, neatitinka ES aukščiausių kokybės reikalavimų. Pirkėjų daromą įtaką galime vertinti kaip vidutiniškai stiprią

Naujų pakaitalų įtaka. Nagrinėjant pakaitalų daromą įtaką konkurencijai, išskiriami du pagrindiniai aspektai: vartotojų polinkis į pakaitalus ir pakaitalų kaina.

Mėsos produktams nelengva atrasti pakaitalų, vadinasi, vartotojų polinkis į pakaitalus nėra žymus, tačiau prie pagrindinių šių prekių pakaitalų galima priskirti paukštienos gaminius (vištieną, kalakutieną). Paukštienos produktai dažnai esti pigesni, o pastaruoju sunkmečiu prekės kaina tapo dažno vartotojo pasirinkimo prioritetu.

Vis dėl to, pakaitalų daroma įtaka yra tik teorinė, kadangi nėra statistinės informacijos ir sunku kiekybiškai įvertinti, kaip dažnai vartotojai keičia mėsos gaminius į paukštieną.

Apibendrinant galima teigti, kad prie palankių veiksnių, nulemiančių konkurencijos lygį, galima priskirti nedidelę naujų konkurentų įėjimo į rinką grėsmę, silpną prekių pakaitalų įtaką. Prie veiksnių, kurie padidina konkurencijos lygį, priskiriami esamų konkurentų stiprus spaudimas ir vidutiniškai stipri tiekėjų bei pirkėjų derybinė galia (žr. 6 pav.).



6 pav. Pagrindinės mėsos perdirbimo pramonę veikiančios konkurencinės jėgos.

2.4. Konkurencingumo rodiklių apskaičiavimas

2.4.1. Pramonės veiklos bei finansinių rodiklių apskaičiavimas

Konkurencingumo vertinimui sukurti pramonės veiklos ir finansiniai rodikliai skirtomi į tokias pagrindines grupes: produktyvumo, rinkos dalies, finansinius bei plėtros rodiklius. Pagrindiniu tai įvertinančiu rodikliu paprastai laikomas darbo produktyvumas, kuris parodo vieno darbuotojo sukurtą pridėtinę vertę per metus.

4 lentelė

Darbo našumo rodiklių palyginimas

	2003	2004	2005	2006	2007
Mėsos sektoriaus sukurta bendroji pridėtinė vertė, tūkst. Lt per metus	311963	368284	478382	529046	596165
Darbuotojų skaičius	6636	5983	5945	5579	5697
Darbo produktyvumas	46,9	61,6	80,5	94,8	104,6

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Statistikos Departamento duomenimis. Prieiga per internetą:

<http://www.stat.gov.lt>

Darbo produktyvumas kiekvienais metais vis augo, šis rodiklis liudija apie gerėjančias konkurencingumo tendencijas.

Kitas svarbus konkurencingumo rodiklis yra materialinės investicijos. Ekonomikos augimas yra susijęs su didėjančia investicijų koncentracija tiek visos šalies tiek apskrities mastu. Ilgalaikė ir efektyvi firmų veikla, jų teisingas vystymasis ir konkurentabilumo gerinimas didele dalimi priklauso nuo investicinio aktyvumo lygio bei investicinės veiklos apimčių. Investicija reiškia kapitalo padėjimą, siekiant vėlesnio jo padidėjimo.

Kapitalo įdėjimas ir pelno gavimas gali vykti skirtingais periodais. Užsienio investicijos – vienas svarbiausių ekonomikos augimo variklių. Išvystyta infrastruktūra, rinkos galimybės plėstis – vieni iš pagrindinių veiksnių pritraukiant užsienio investicijas. Investicijų dydis į mėsos perdirbimo pramonę ypač gerai parodo investuotojų norą kurti ir plėtoti verslą šiose srityse bei jų konkurencingumo sąlygas.

Daugelis autorių sutinka, kad investicijos yra teigiamas veiksnys konkurencingumui didinti. Tiesioginė parama įmonėms iškraipo rinkos santykius ir sudaro nevienodas sąlygas konkuruoti, į Lietuvos mėsos sektorių vien 2003-2006 m. buvo investuota daugiau negu 376 mln. litų. Daugiausia šios investicijos pasiekė sektorių per ES struktūrinius paramos fondus ir buvo skirtos gamybiniam pajėgumams plėsti, naujoms technologijoms diegti bei darbo našumui efektyvinti.

M. Porter rašo, kad jeigu investuoja ne kelios tos pačios pramonės šakos įmonės, o dauguma, išplėsti gamybiniai pajėgumai gali nebeatitikti rinkos dydžio. Padarius materialines investicijas, bet neapskaičiavus rinkos dydžio, konkurencinė kova tarp dalyvių gali tik dar labiau paaštrėti. Autorius pabrėžia, kad konkurencinė kova negali egzistuoti tokiose rinkose, kuriose nėra pakankamos paklausos.

Naudodamiesi M. Porter teorija, savo darbe dėmesį atkreipiame į žaliavos rinką. Lyginsime du dydžius: materialines investicijas į sektorių ir žaliavos rinkos dydį, t.y. gyvulių skaičių. Kad būtų lengviau įvertinti materialinių investicijų mastą, jos pateikiamos greta pardavimo pajamų.

5 lentelė

Materialinės investicijos į mėsos sektorių 2003-2006 m.

Rodikliai	2003	2004	2005	2006	2007
Bendrosios investicijos į materialųjį turtą, tūkst. lt	108979	135503	66978	64681	-
Bendrosios pajamos, tūkst. lt	89156	1098066	1428869	1607444	1801607
Gyvulių skaičius metų pabaigoje tūkst., tame tarpe	1869,5	1865,3	1915,0	1965,9	1711,1
galvijai	812,1	792	800,3	838,8	787,9
kiaulės	1057,4	1073,3	1114,7	1127,1	923,2

Šaltinis: Lietuvos Statistikos departamentas . Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/>>

2003-iaisiais metais materialinės investicijos į mėsos sektorių sudarė daugiau nei 120 proc. pardavimo pajamų. Sekančiais metais investicijos palaipsniui mažėja. Padarius tokias materialines injekcijas į šią pramonę, nuo 2003-ių iki 2007-ų metų bendras gyvulių skaičius sumažėjo nuo 1869,5 iki 1711,1 tūkst. (8,5 proc.). Paskutinius keletą metų gyvulių supirkimo kainos Lietuvoje mažėjo ir pasiekė tokį lygį, kai jos yra pačios mažiausios Europos Sąjungoje. Vis daugiau mėsos augintojų priversti pasitraukti iš užimamos veiklos, nes pardavinėti gyvulius pigiau nei už savikainą yra nuostolinga. Lietuvoje auginamų gyvulių skaičius nuolat mažėja.. Analizuojant susidariusią situaciją žemės ūkio sektoriuje ir atsižvelgiant į šios veiklos ypatumus, galima konstatuoti, kad svarbi problema, vertinant sektoriaus konkurencingumą, yra ekonominių (žaliavos supirkimo kaina, valstybės paramos mastas, struktūra ir kt.), veiklos aspektų suderinimas, siekiant išlaikyti šių sektorių konkurencingą

Šiuo metu skerdyklos dirba mažesniu negu 50 proc. pajėgumu, arba kitaip – pusė jų neturi ką skersti. Galime teigti, kad dalis investicijų buvo panaudotos netiksliai.

2.4.2. Užsienio prekybos rodiklių apskaičiavimas

Vis dėlto šalies eksporto sėkmė nėra visiškai išbraukta iš konkurencingumo sampratos. Kaip teigia A. Misiūnas, ir šiandien pritariama, kad subalansuota užsienio prekyba, didesnę pridėtinę vertę sukuriantis eksportas bei gebėjimas pritraukti užsienio investicijas skatina šalies konkurencingumą.

RCA rodiklio apskaičiavimas

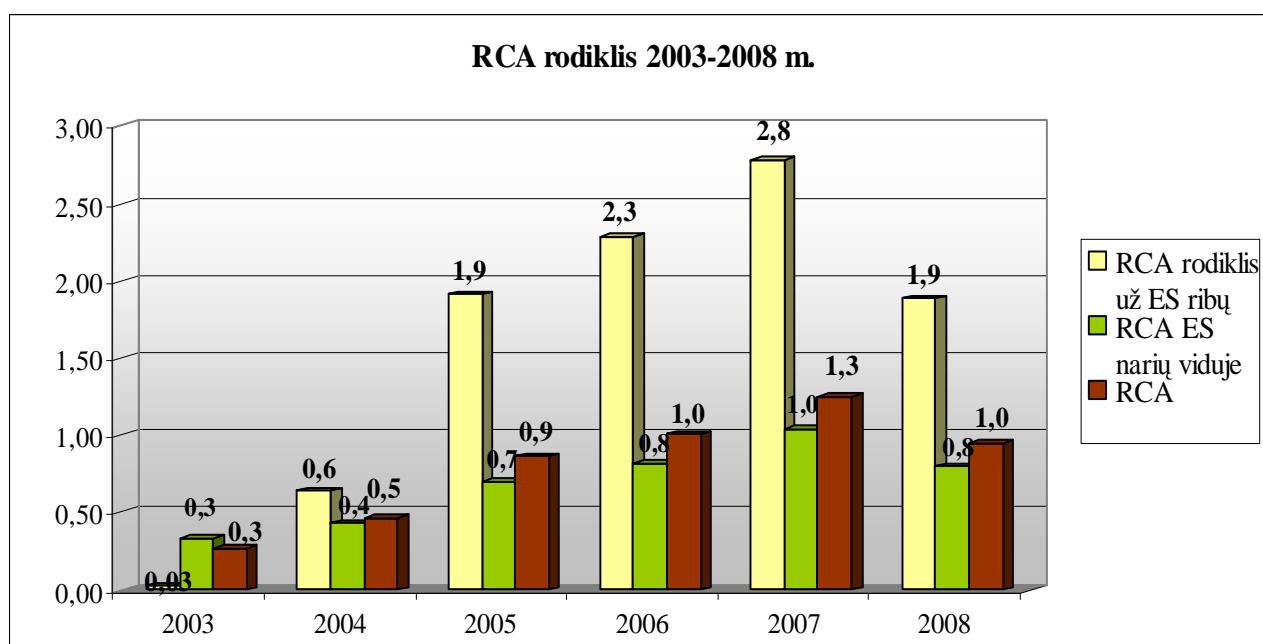
RCA rodiklis naudojamas siekiant nustatyti pramonės šakos konkurencingumą tiek vietos, tiek tarptautinėse rinkose. Šioje dalyje bus atliekamas Lietuvos mėsos sektoriaus konkurencingumo vertinimas lyginant jį su 27-ių Europos Sąjungos valstybių, analogiškais rodikliais. Skaitiklyje išreikšta nagrinėjamo sektoriaus eksporto procentinė dalis nacionaliniame eksporte – X_{ij} yra eksportas iš sektoriaus i šalyje j . Vardiklyje išreikšta procentinė dalis viso nagrinėjamo eksporto dalis ES eksporte. RCA rodiklis leidžia palyginti nacionalinio eksporto struktūrą su Europos Sąjungos eksporto struktūra būtent to sektoriaus atžvilgiu. Jei rodiklis lygus 1, vadinasi, kad šalies sektoriaus eksporto dalis yra identiška Europos Sąjungos.

Konkurencingumo rodikliai patys savaime konkurencingumo neįtakoja. Jie yra tik kaip konkurencingumo matas, padedantis įvertinti nagrinėjamos ūkio šakos tarptautinės prekybos atlikimą. Priklausomai nuo tyrimo siekiamų tikslų, konkurencingumo vertinimui naudojami skirtingi rodikliai. Paprastai ūkio šakos konkurencingumas analizuojamas pagal jos sukuriama bendrojo vidaus produkto dalį ar eksporto apimtį.

Užsienio prekybos rodikliai Lietuvoje ir ES-27 šalyse 2003-2008 m.

mln. EUR		2003	2004	2005	2006	2007	2008
Lietuvos UP duomenys	Mėsos produktų eksportas už ES ribų	0,2	6,0	21,0	30,1	37,5	46,7
	Mėsos produktų eksportas ES narių viduje	13,0	22,0	45,7	58,5	84,0	83,1
	Bendras mėsos produktų eksportas	13,2	28,0	66,7	88,6	121,6	129,8
	Visų produktų eksportas už ES ribų	2291,1	2454,8	3259,6	4096,7	4409,1	6383,1
	Visų prod. eksportas ES teritorijos viduje	3867,0	5023,0	6230,5	7166,2	8100,3	9684,5
	Bendras visų produktų eksportas	6158,1	7477,7	9490,1	11262,8	12509,4	16067,6
	Bendras mėsos produktų importas	30,7	61,1	79,4	92,1	139,7	204,0
	Bendras visų produktų importas	8525,8	9958,2	12497,7	15429,4	17812,7	21024,4
	ES-27 valstybių UP duomenys	Mėsos produktų eksportas už ES ribų	2924	3629	3551	3727	3797
Mėsos produktų eksportas ES narių viduje		18682	20852	23045	24810	26346	29003
Bendras mėsos produktų eksportas		21606	24480	26597	28537	30143	34078
Visų produktų eksportas už ES ribų		862807	953766	1053380	1159450	1241422	1308606
Visų prod. eksportas ES teritorijos viduje		1873383	2070781	2214236	2496957	2648091	2701691
Bendras visų produktų eksportas		2736190	3024547	3267616	3656407	3889513	4010297
Bendras mėsos produktų importas		20499	22815	25371	27472	28891	31020
Bendras visų produktų importas		2692375	3020563	3320411	3768725	4010967	4172620

Šaltinis: „Export help“ duomenų bazė. Prieiga per internetą: <<http://exporthelp.europa.eu/>>



7 pav. RCA rodiklis ES narių viduje, už ES ribų, bendras RCA indeksas 2007-2008 m.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis „Export help“ duomenų baze. Prieiga per internetą: <<http://exporthelp.europa.eu/>>

Tačiau reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad RCA rodiklis itin stiprus užsienio prekyboje ne su Europos Sąjungos šalimis. Tai liudija apie stiprų Lietuvos mėsos produktų eksportą į trečiąsias šalis. Lyginat santykinį pranašumo rodiklį, RCA rodiklis tarp ES narių yra keliskart silpnesnis už tą patį rodiklį, skaičiavimams naudojant tarptautinės prekybos duomenis su valstybėmis už ES teritorijos, vidutiniškai svyruojantis apie 2,8 karto.

Iki 2005 m. buvusi mažesnė už vienetą indekso reikšmė rodo prastesnę šalies padėtį konkurencinės aplinkos atžvilgiu. 2007 m., kai indekso reikšmė tapo didesnė už vienetą, tai parodo, jog mėsos produkcijos viso šalies eksporto dalis didesnė už atitinkamą jos dalį nagrinėjamoje ES šalių grupėje. Tai reiškia, jog šalis specializuojasi tos prekės eksporte ir turi santykinį pranašumą tiriamosios bazės atžvilgiu.

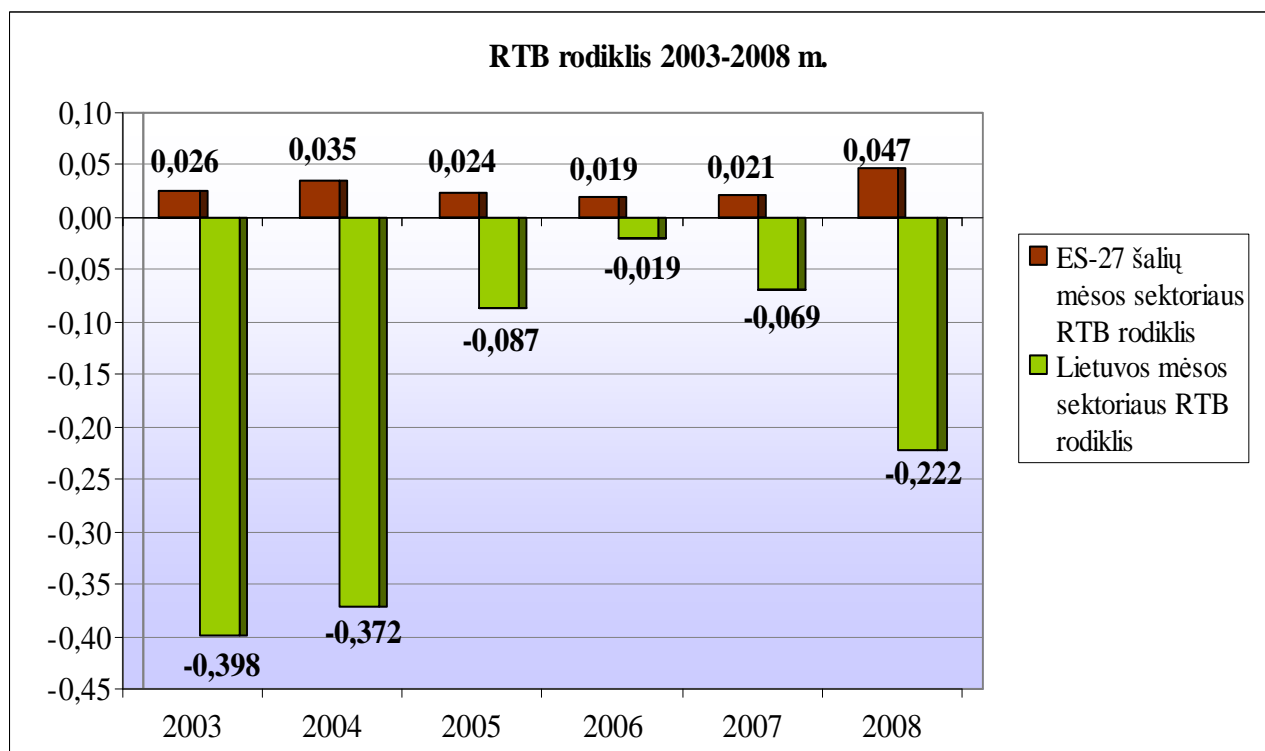
Taigi, galime daryti išvadą, kad 2008 m., kuomet RCA indekso įgyta reikšmė kaip ir 2006 m. yra „1“, šalis turi neutralų santykinį pranašumą, reiškiantį, kad jos padėtis rinkose panaši į vidutinę padėtį tiriamojoje bazėje.

RTB rodiklio apskaičiavimas

Dar vienas santykinis užsienio prekybos rodiklis, padedantis įvertinti konkurencingumą yra santykinis prekybos balansas *RTB* – palyginantis prekybos balansą (eksporto ir importo skirtumas) su bendra to produkto užsienio prekyba (eksporto ir importo suma). 7 paveiksle pateikiamas Lietuvos mėsos perdirbimo pramonei apskaičiuotas šis indeksas, kuris palyginamas su Europos Sąjungos 27-ių šalių analogiškais duomenimis.

RTB rodiklis palygina prekybos balansą (eksporto ir importo skirtumas) su bendra to produkto užsienio prekyba (eksporto ir importo suma). 2-ame paveiksle lyginama Lietuvos mėsos sektoriaus RTB rodiklis su Europos Sąjungos 27-erių valstybių atitinkamais duomenimis. Matome, kad Europos šalių RTB rodiklis, skirtingai, nei Lietuvos, visu nagrinėjamu periodu išlieka teigiamas. Tai pažymi, kad Lietuvos mėsos produktų užsienio prekybos balansas yra neigiamas (importas viršija eksportą). Labiausiai importas viršijo eksportą (beveik 3 kartus) 2003-aisiais, po to palaipsniui šis atotrūkis mažėjo, kol 2006-ais metais užsienio prekybos rodikliai beveik susilygino. 2007 metais, RTB rodiklis „ūgtelėjo“ iki 0,07. tikėtina, kad rodiklis išliks neigiamas ir ateityje. Tuo tarpu 27-ių Europos Sąjungos mėsos produktų prekybos vidurkio RTB rodiklis yra teigiamas.

Skirtingai negu RCA rodiklis, šiuo atveju RTB rodiklis atskleidžia, kad Lietuvos mėsos sektorius nėra itin konkurencingas tarptautinės prekybos rinkoje, ir gerokai mažesnis už Europos Sąjungos vidurkį.



8 pav. RTB rodiklis lyginant su ES-27 duomenimis 2003-2008 m.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis „Export help“ duomenų baze. Prieiga per internetą: <http://exporthelp.europa.eu/> >

Pažymėtina, kad Lietuvos mėsos sektoriaus importas viršija eksportą santykinai didelėmis apimtimis, todėl Lietuvos RTB rodiklio absoliutinis dydis yra aukštas.

DRC rodiklio apskaičiavimas

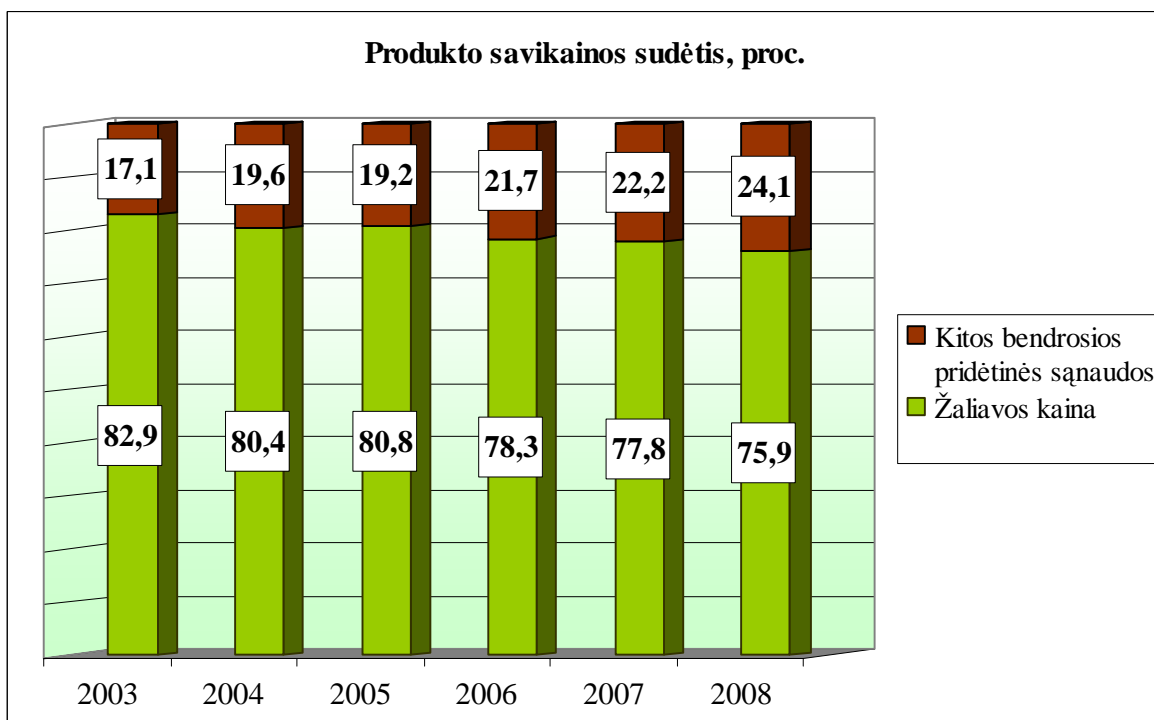
Vidinių išteklių savikainos rodiklis (angl. Domestic Resource Cost) taip pat naudojamas santykiniam pranašumui matuoti. Šis rodiklis stipriai priklauso nuo vidinių išteklių, tokių kaip žemė ir darbas. Iš esmės DRC rodiklis yra savikainos-pelno koeficientas, leidžiantis palyginti vidinių išteklių kiekį vienam gamybos vienetui su kitų šalių sunaudojamų išteklių kiekiu tam pačiam produkcijos vienetui pagaminti ir parodantis uždirbamą ar sutaupomų pinigų kiekį iš produkcijos vieneto pardavimo užsienio rinkoje.. Kadangi įvairūs autoriai (Azarcon, C. J, Nelson, A. W.) skirtingai aprašo DRC formulę, atliekamiems skaičiavimams buvo pasirinkta ši DRC formulės išraiška:

$$DRC = \frac{\text{šalies savikaina produkcijos vienetui}}{\text{pardavimo kaina} - \text{užsienio savikaina prod. vnt.}}$$

8-ame grafike pateikti gyvulių skerdyklos UAB „Agaras“ produkto savikainos sudėtis. Žaliavos kaina bendroje savikainoje sudaro daugiau negu 75-80 proc. visų sąnaudų. Likusioji dalis – bendrosios pridėtinės sąnaudos, kurių didžiąsą dalį sudaro darbo užmokestis, nusidėvėjimo, transporto, kuro, sandėliavimo ir kitos sąnaudos. Pagal pateiktą grafiką matome, kad kiekvienais

metais žaliavos dalis bendroje savikainoje palaipsniui mažėja, o kitos išlaidos sudaro vis didesnę santykinę sąnaudų dalį. Tam galėjo turėti įtakos darbo užmokesčio bei energetinių išteklių kainų augimas.

Žemiau esančiame paveiksle parodyta, kokia produkto savikainos dalį sudaro žaliavos kaina.



9 pav. Produkto savikainos sudėtis, proc. 2003-2008 m.

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės, remiantis UAB „Agaras“ duomenimis

Remiantis UAB „Agaras“ savikainos apskaičiavimo duomenimis, galime daryti prielaidą, jog ir kitose Europos Sąjungos valstybėse produkto pagaminimo sąnaudos pagal žaliavai tenkančią savikainos dalį yra proporcingos lyginant su Lietuvos gamintojais, todėl tolimesniam DRC (vidinių išteklių savikainos) rodiklio apskaičiavimui naudosime žaliavos pagal skerdeną supirkimo kainą, ir perskaičiuosime bendrą produkto pagaminimo savikainą, pagal žaliavai tenkantį savikainos dalies koeficientą.

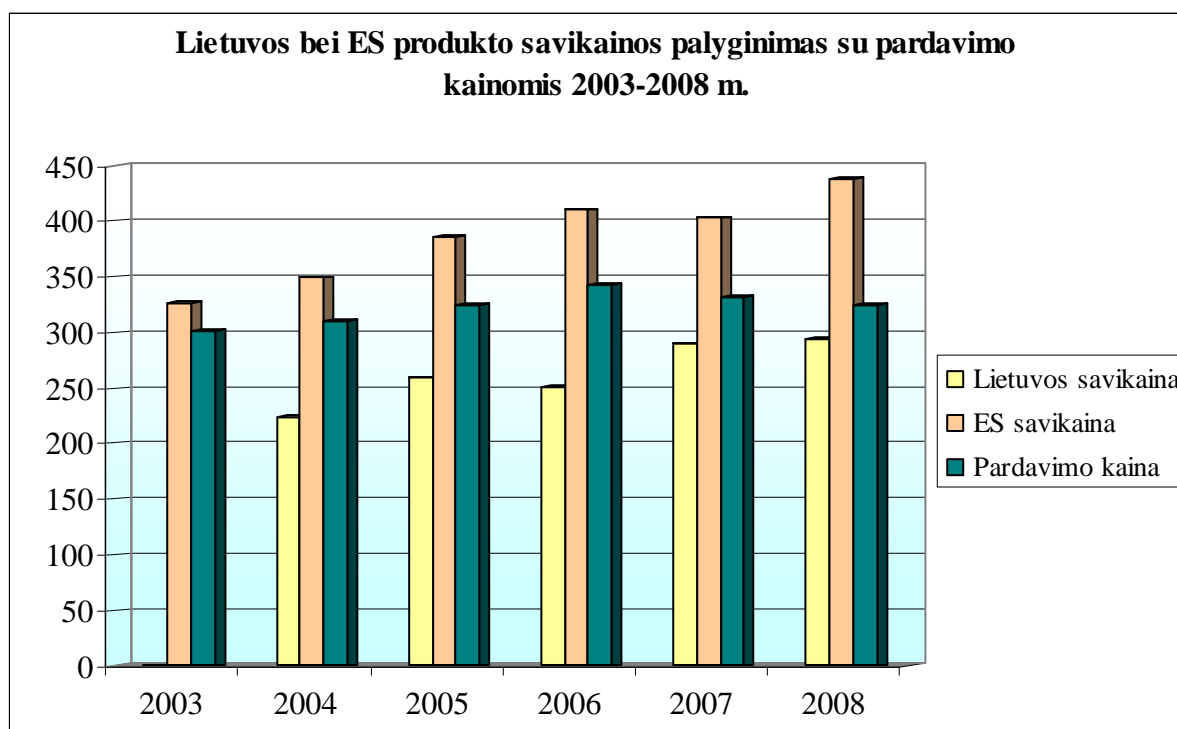
7 lentelė

Lietuvos ir ES šalių produkto savikainos apskaičiavimas 2003-2008 m.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Žaliavos dalis savikainoje, proc.	82,9	80,4	80,8	78,3	77,8	75,9
Lietuvos žaliavos supirkimo kaina pagal skerdenas EUR/100 kg	-	180,40	209,75	196,75	225,7	223,2
Lietuvos savikaina, EUR / 100 kg	-	224,38	259,59	251,28	290,16	294,11

ES vidutinė žaliavos supirkimo kaina pagal skerdeną, EUR/100 kg	270,86	280,95	312,02	321,46	313,60	332,81
ES savikaina, EUR / 100 kg	326,73	349,44	386,16	410,55	403,08	438,48
Savikainų skirtumas tarp ES ir Lietuvos	-	1,55737	1,48759	1,63382	1,38915	1,49089
E-27 vidutinė skerdenos pardavimo kaina, EUR / 100 kg	301,67	310,24	325,12	342,89	331,93	324,69

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės, , remiantis „Export help“ duomenų baze. Prieiga per internetą:
<<http://exporthelp.europa.eu/>>

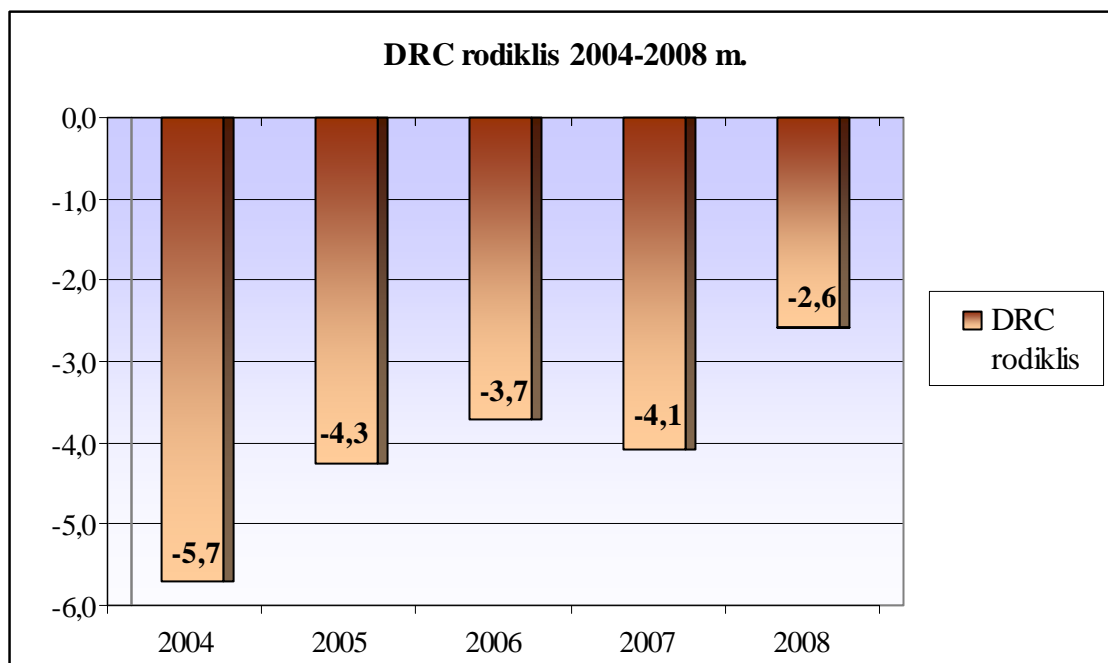


10 pav. Produkto savikainos palyginimas 2003-2008 m.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis „Export help“ duomenų baze. Prieiga per internetą:
<<http://exporthelp.europa.eu/>>

Pagal pateiktus duomenis matome, kad Europos Sąjungoje galvijų supirkimo kainos didesnės negu Lietuvoje vidutiniškai apie 50 proc. Perskaičiusus produkto savikainą pagal žaliavos koeficiento dalį bendroje savikainoje, matome, kad ES vidutinė savikaina netgi viršija pardavimo kainą. Esant tokiai situacijai, Lietuvos mėsos gamintojų produkcija turėtų būti konkurencinga užsienio rinkose ir eksporto apimtys neribojamos.

Pagal išvestinius duomenis, apskaičiuojame vidinių išteklių savikainos rodiklį. 10 pav. Grafiškai atvaizduojami gauti duomenys, matyti, kad DRC rodiklis neigiamas, lyginat jį su 27-ųjų Europos Sąjungos narių vidurkiu.



11 pav. Vidinių išteklių savikainos indeksas 2004-2008 m.

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Remiantis DRC rezultatais, gauti analizės duomenys leidžia teigti, kad Lietuva turi konkurencinį pranašumą panaudojant vidinius išteklius, kadangi jos produkto pasigaminimo savikaina yra mažesnė negu minėtų šalių. Kaip teigia M. Porter, kuomet šalis turi reikšmingus privalumus produkcijos gamyboje, tokius kaip išteklių savikaina ar prekės kokybė, vadinasi jos gali juos panaudoti savo produkcijos eksportui į kitas šalis. Tokiose pramonės šakose firmų strateginė pozicija yra turimų konkurencinių pranašumų valdymas tarptautinėje rinkoje. Taigi, žemesnis už vienetą DRC rodiklis liudija, kad užsienio produkto pasigaminimo savikaina yra daug didesnė už pardavimo kainą. Įvertinus šį faktą, reikia išskirti priežastis, kodėl Europos Sąjungos šalys, gaminančios produktus didesne savikaina, konkurencingumu nenusileidžia Lietuvos gamintojams.

Analizuojant gautus duomenis, galima daryti išvadą, jog stipriosios Europos Sąjungos šalys, spręsdamos vidines ekonomines problemas, skiria ženkliai didesnes lėšas savo šalių žemės ūkio produkcijos gamintojams ir perdirbėjams subsidijuoti, negu tai gali sau leisti naujųjų ES šalių Vyriausybės, o tai labai apsunkina kitų – silpnesnių rinkos dalyvių konkurencinį elegsį. Vyriausybė gali veikti pramonės struktūrą tiek tiesiogiai, tiek netiesiogiai, ir šiuo atveju, stipriosios šalys, panaudodama rinkos reguliavimo mechanizmus, tokius kaip subsidijavimas, sudaro palankias konkurencines aplinkybes savo šalių gamintojams ir perdirbėjams.

Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto duomenimis, daugiausia subsidijų (tiesioginių išmokų) galvijų augintojams išmokama Suomijoje – 1563 eurai/t, Prancūzijoje – 1225 eurai/t, Airijoje – 396 eurai/t, o Lietuvoje – tik 350 eurų/t. Subsidijos (tiesioginės išmokos) už produktus kiekvienoje šalyje mokamos vadovaujantis bendrais principais, tačiau nustatomas skirtingas jų

lygis, atsižvelgiant į savo šalies žemės ūkio veiklos sąlygas ir specifiką. Didžiausią bendrosios žemės ūkio produkcijos vertės dalį tiesioginės išmokos sudarė Suomijoje – 60 proc. ir Airijoje – 43 proc. Kitose šalyse išmokos sudaro gerokai mažesnę dalį: Austrijoje – 32 proc., Latvijoje, Liuksemburge ir Švedijoje – po 25 proc., Jungtinėje Karalystėje – 22 proc., Graikijoje – 21 proc., Čekijoje ir Slovėnijoje – po 20 proc., Vengrijoje – 19 proc., Estijoje, Ispanijoje ir Portugalijoje – po 18 proc., Maltoje ir Prancūzijoje – po 17 proc., Lietuvoje ir Vokietijoje – po 16 proc., Lenkijoje ir Slovakijoje – po 15 proc., Danijoje – 13 proc., Italijoje – 10 proc., Belgijoje – 9 proc., Nyderlanduose – 4 proc. Lietuvoje kai kurių produktų vieneto vertė gerokai žemesnė nei kitose ES šalyse. Tai lėmė palyginti žemos produktų supirkimo kainos ir paramos (tiesioginių išmokų) lygių dideli skirtumai.

Europos sąjungoje nėra sukurtos vieningos ekonominės erdvės, kurioje visi rinkos dalyviai turėtų vienodas konkurencines sąlygas. To pasekoje, nors ir pagamindami produktą mažesne savikaina, Lietuvos perdirbėjai negali sėkmingai konkuruoti rinkoje, nes kitose ES šalyse nemaža dalis produkto gamybos savikainos yra kompensuojama per subsidijas ir tiesiogines išmokas. Dėl nevienodų valstybių galimybių remti savo pramonės šakas, stipriai iškraipoma konkurencinė rinka.

2.5. Sektoriaus SSGG analizė

SWOT metodas yra skirtas vidiniams privalumams ir trūkumams bei išorinėms galimybėms bei grėsmėms apibendrintai analizuoti, bei, pasinaudoję šiuo metodu galime nustatyti pramonės padėtį.

8 lentelė

SSGG Lentelė

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Žemos gyvulių supirkimo kainos; 2. Nuolat augantis eksportas 3. Vyriausybės ir Europos Sąjungos parama įmonių modernizavimui; 4. Naujų technologijų pritaikymas ir darbo efektyvinimas 5. Palankios klimatinės sąlygos ir gera infrastruktūra; 6. Pakankamai aukšta mėsos produkcijos kokybė; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Žemas mėsos perdirbimo įmonių gamybinių pajėgumų panaudojimas 2. Žemas darbo našumas perdirbimo stadijoje, žema perdirbimo pramonės pridėtinė vertė 3. Didelė mėsos perdirbimo sektoriaus priklausomybė nuo žaliavų sektoriaus. 4. Veršelių (žaliavos) eksportas; 5. Pigių mėsos produktų importas iš kaimynių šalių.

7. Aktyvi mėsos perdirbėjų asociacijos veikla.	6. Įtempti santykiai tarp galvijų augintojų ir mėsos perdirbėjų. 7. Žemas mėsos perdirbėjų kooperavimosi lygis
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pagerės perdirbimo įmonių gamybinių pajėgumų panaudojimas 2. Bus pasinaudota lobistų teikiamomis paslaugomis derybose su ES dėl išmokų dydžio. 3. Koncentruosis perdirbimo pramonė, jungsis į klasterius, efektyvindama gamybą. 4. Galima sukurti didesnę pridėtinę vertę perdirbimo stadijoje 5. Didėjantis darbo efektyvumas kurs didesnę pridėdamąją vertę. 6. Didinti galvijų skaičių, jautienos gamybą bei jos eksportą; 7. Potencialios galimybės didinti kiaulienos vartojimą; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuolat augantis mėsos produktų eksportas į Rusijos rinką, kurioje susiduriama su valiutos kursų problema. 2. Mažėja eksporto išmokos, o ateityje gali būti visiškai nutraukta valstybės parama mėsos sektoriui; 3. Žaliavos stygius, gali sužlugdyti skerdyklas ir perdirbimo įmones; 4. Nepakankamas efektyvus paramos įsisavinimas, naujų technologijų diegimas; 5. Nepakankamai greitai jungsis į stambesnius objektus perdirbimo įmonės.

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Apibendrinant SSGG analizę pagrindiniais sektoriaus privalumais galėtume laikyti mažą produkto pasigaminimo savikainą, taip pat mėsos perdirbėjų asociacijos vaidmenį sprendžiant svarbius sektoriui klausimus atsakingose institucijose, tokius kaip PVM klausimas, dėl racionalios žaliavų bazės sukūrimo ir kt. Pagrindiniai trūkumai: didelė perdirbimo sektoriaus priklausomybė nuo žaliavų sektoriaus, nepakankamai išnaudojami turimi modernūs įrengimus, žemas konsolidacijos lygis.

Taigi, galime apibendrinti, kad konkurencija rinkoje skatina gamybos koncentraciją. Nepasiekus tam tikro gamybos koncentracijos lygio, gaminama produkcija nebus konkurencinga. Todėl smulkių įmonių stambinimas yra būtina sąlyga mažinti mėsos gamybos išlaidas, didinti produkto konkurencingumą bei pajamas gyvulių augintojams.

Mėsos perdirbimo įmonės nepakankamai dirba turimu pajėgumu. Tokioje situacijoje dėmesys nukrypsta į žaliavų rinką, kuri turi didelę įtaką šio sektoriaus konkurencingumui. Todėl, didindami galvijų bei kiaulių auginimo efektyvumą, galime pasiekti trūkstantį skerdžiamų gyvulių kiekį.

Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto nuomone, mėsos perdirbimo įmonių gebėjimas lanksčiai ir operatyviai prisitaikyti prie kintančių rinkos sąlygų bei siekti užsibrėžtų ilgalaikių veiklos tikslų diegiant naujas technologijas, įtraukiant į rinką naujus produktus. Konkurencinis šakos/sektoriaus konkurencingumas kuriamas dešimtmečius. Dabar pereinamosios ekonomikos valstybėms būdingas statinis konkurencingumas, kuomet pigesnės darbo jėgos bei gamtinių išteklių sąskaita vyrauja kainų konkurencija. Mėsos perdirbimo įmonių pelningumas ir gamybos efektyvumo rezervai – garantai stambių mėsos perdirbimo įmonių konkurencingumui.

3. MĖSOS PERDIRBIMO SEKTORIAUS KONKURENCINGUMO KITIMO TENDENCIJŲ PROGNOZAVIMAS

3.1. Konkurencingumo kitimo tendencijų numatymas

Siekiant įvertinti konkurencingumo kitimo perspektyvas, pirmiausia reikia atsižvelgti į jį įtakančius veiksnius. Mėsos perdirbimo pramonės šakos vienas svarbiausių konkurencingumą lemiančių faktorių yra valstybės reguliavimas. Kaip jau buvo aptarta anksčiau, stipriosios ES šalys, sprendamos vidines ekonomines problemas, skiria ženkliai didesnes lėšas savo šalių žemės ūkio produkcijos gamintojams ir perdirbėjams subsidijuoti, negu tai gali sau leisti naujųjų ES šalių vyriausybės, o tai labai apsunkina kitų – silpnesnių rinkos dalyvių konkurencinį elegsį. Todėl lietuviškos mėsos eksportas susiduria ne tik su darbo efektyvinimo problemomis, bet ir su nelygiomis konkurencinėmis sąlygomis. Be to, prasidėjus 2008 m. pasaulinei finansų krizei, aplinkinėse šalyse (Lenkijoje, Ukrainoje, Baltarusijoje, Rusijoje), buvo devaluotos nacionalinės valiutos. Lietuvos gamintojų produkcija šiose rinkose pradėjo stipriai brangti ir darytis nekonkurencinga.

Jeigu ir toliau Europos Sąjungos šalys nevienodai remis savo gamintojus, egzistuos nevienodos sąlygos konkuruoti, Lietuvos perdirbėjai bus stumiami į Rusijos rinką, kur susiduriama su valiutos kursų problema, todėl galime teigti, kad Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencingumas nesikeis.

3.2. Konkurencingumo rodiklių prognozavimas

Prognozuojant rodiklius, būtina įvertinti šių rodiklių ryšius su kitais socialiniais bei ekonominiais rodikliais, arba rodiklių kitimo priklausomumą nuo laiko. Požymiai, apibūdinantys tiriamą objektą, dažnai būna susiję tarpusavyje, priklauso vienas nuo kito, sąlygoja vienas kitą ir kinta laike. Ypatingą vietą čia užima *priežastingumas*, kai vienas ar keli tarpusavyje susiję reiškiniai, vadinami *priežastimi*, sukelia kitus reiškinius, vadinamus *pasekme arba rezultatu*. Priežastiniai ryšiai gali būti nusakomi tik tikimybiškai, kadangi pakeitę tam tikrą sąlygą kaskart gausime vis kitą rezultatą.

Pasinaudoję koreliacijos formule, siekiame įvertinti atskirų dydžių priežastingumą.

Koreliacijos koeficientų palyginimas

	Mėsos perdirbimo įmonių sk.	Bendrosios pardavimo pajamos	Materialinės investicijos	Pagaminta mėsos produkcija
Mėsos perdirbimo įmonių skaičius	-	-0,988	0,797	-0,975
Bendrosios pardavimo pajamos	-0,988	-	-0,826	0,993
Materialinės investicijos	0,797	-0,826	-	-0,879
Pagaminta mėsos produkcija	-0,975	0,993	-0,879	-

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Apskaičiuoti koreliacijos koeficientai parodė, kad tarp pagamintos produkcijos ir pardavimo pajamų yra glaudus ryšys, o įmonių skaičių ir bendrąsias pardavimų pajamas sieja atvirkštinė priklausomybė. Šiems dviems koreliacijos koeficientams apskaičiuojame regresijos koeficientus, kurie atitinkamai yra 11,4 ir -8,4. Skaičiavimai pateikiami 5 priede.

Statistiniam prognozavimui yra naudojami įvairūs prognozavimo būdai: dinamikos eilučių ekstrapoliacija, tiesinis trendas, eksponentinis išlyginimas. Gauti rezultatai lyginami tarpusavyje. Pardavimų apimtys prognozavimas dinamikos eilučių ekstrapoliacijos būdu.

Užsienio prekybos rodiklių prognozė

Trendo analizės esmė – pagal praeityje buvusias tendencijas surandamos vienos ar kitokios išraiškos Trendo funkcijos, kurių pagalba perkeliama buvusieji dėsningumai artimesnei ar tolimesnei perspektyvai nustatyti. Pirmiausiai reikia nustatyti reiškinų vystimosi kryptį ir dinamiką, o po to – ekonominių procesų keitimąsi laiko požiūriu.

Naudojant Trendo funkciją buvo atskirai apskaičiuoti visi prognozuojami užsienio prekybos rodikliai. Duomenys 2009-2010-iesiems metams pateikiami lentelėje:

10 lentelė

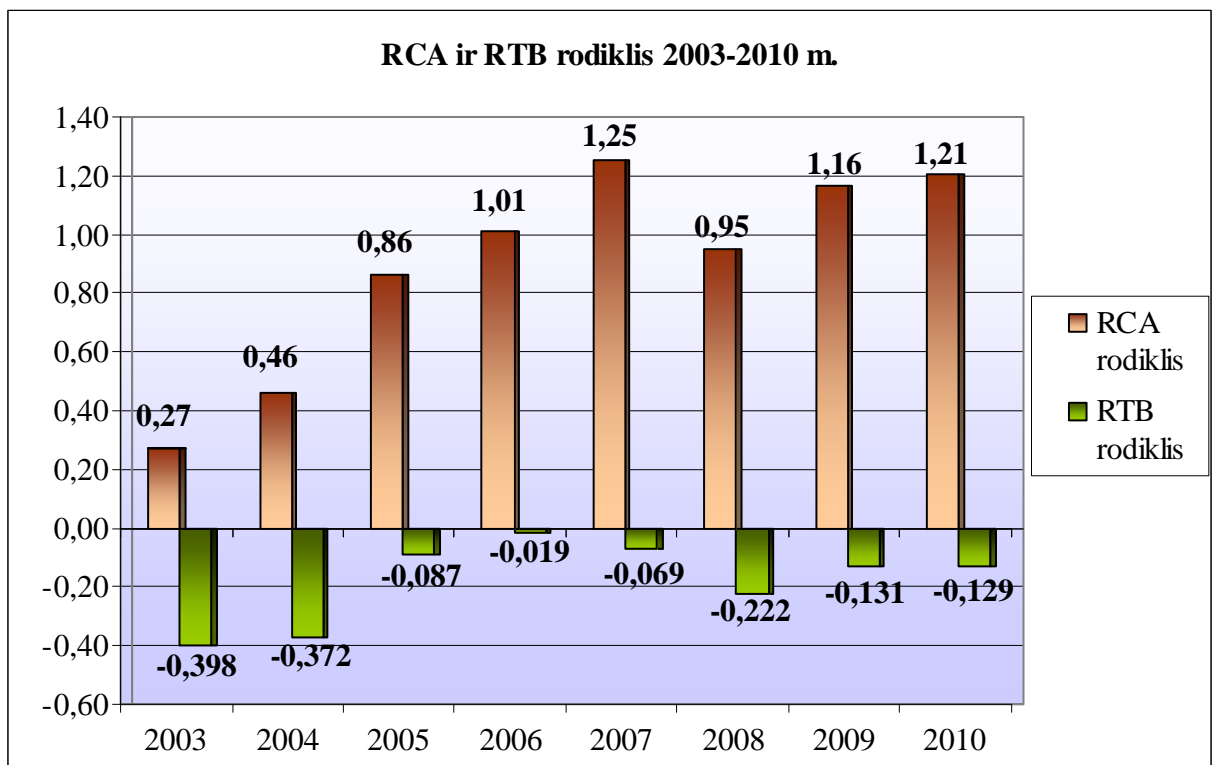
Faktiniai ir prognozuojami užsienio prekybos duomenys

Lietuvos duomenys mln. EUR	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Bendras mėsos produktų eksportas	13,2	28,0	66,7	88,6	121,6	129,8	163,2	188,5
Bendras visų produktų eksportas	6158,1	7477,7	9490,1	11262,8	12509,4	16067,6	17135,8	19033,4
Bendras mėsos produktų importas	30,7	61,1	79,4	92,1	139,7	204,0	212,6	244,5
Bendras visų produktų importas	8525,8	9958,2	12497,7	15429,4	17812,7	21024,4	23106,8	25649,3

ES-27 duomenys mln. EUR	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Bendras mėsos produktų eksportas	21606	24480	26597	28537	30143	34078	35702	38024
Bendras visų produktų eksportas	2736190	3024547	3267616	3656407	3889513	4010297	4366184	4633447
Bendras mėsos produktų importas	20499	22815	25371	27472	28891	31020	33304	35388
Bendras visų produktų importas	2692375	3020563	3320411	3768725	4010967	4172620	4579685	4888850

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Taigi matome, kad importo ir eksporto rodikliai tiek Lietuvos, tiek kitų Europos Sąjungos valstybių artimiausius du metus turėtų didėti. Naudodamiesi gautomis užsienio prekybos prognozėmis, apskaičiuojame konkurencingumo rodiklius RCA bei RTB. Gauti rezultatai grafiškai atvaizduojami paveiksle:



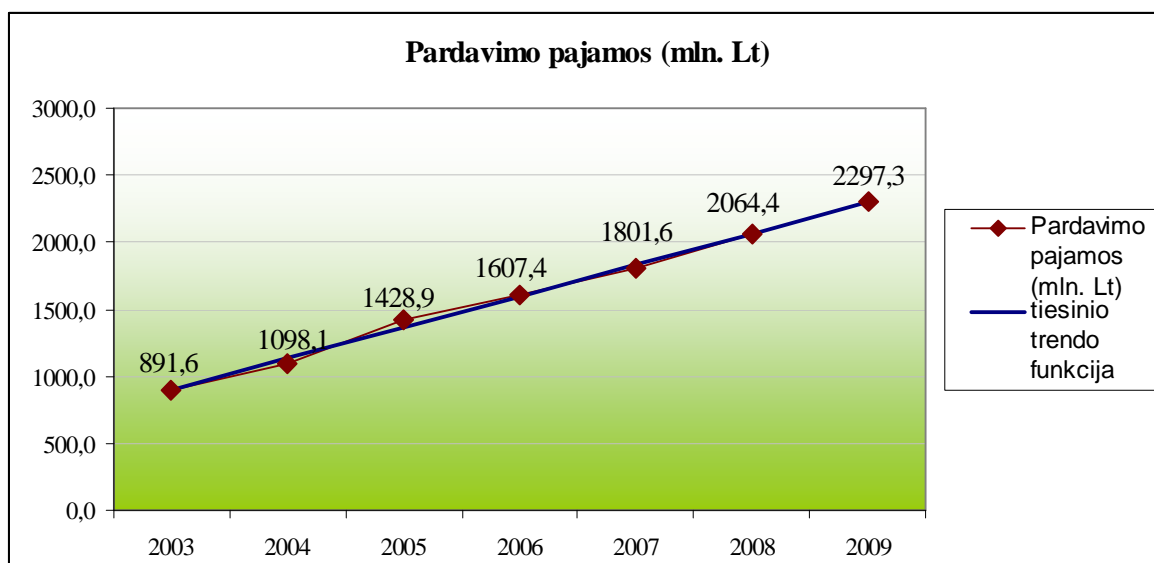
12 pav. RCA ir RTB rodiklio prognozės

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Matome, kad abu rodikliai turi tendenciją augti. Vadinasi, galime daryti prielaidą, kad 2009-2010 m. Lietuvos mėsos pramonės konkurencingumas užsienio prekybos atžvilgiu stiprės, mėsos produktai užims vis didesnę viso šalies ekporto dalį. Taip pat, RTB rodiklio kitimo tendencijos leidžia daryti prielaidą, kad mažės eksporto vertės atotrūkis nuo importo vertės. Jeigu ir toliau išliks tokios pat užsienio prekybos rodiklių kitimo perspektyvos, dar po kelerių metų užsienio prekybos balansas gali tapti teigiamas.

Pardavimo pajamų prognozė

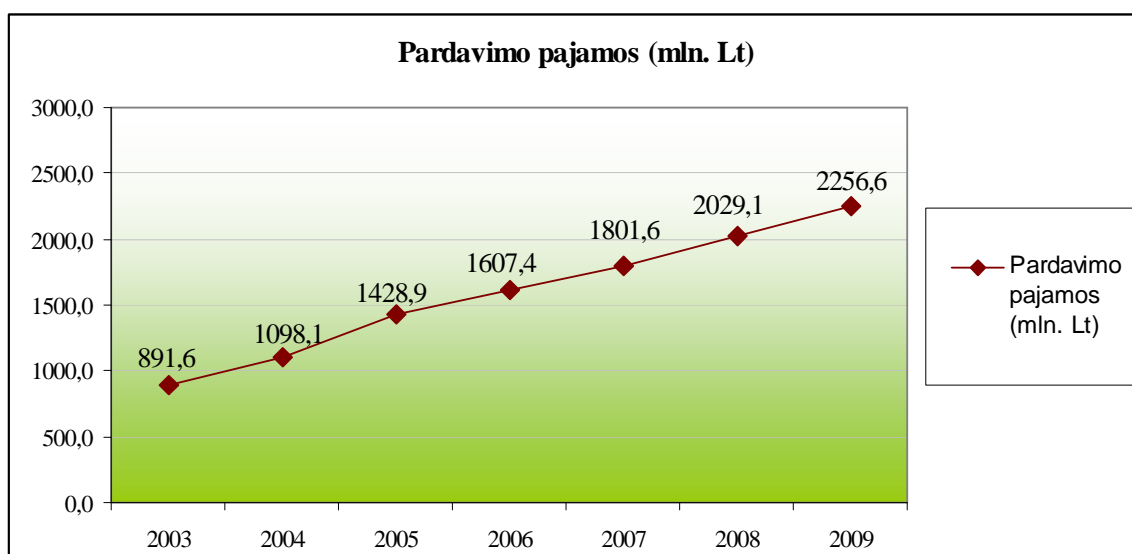
Pagal trendo funkciją, t.y. taikant mažiausių kvadratų metodą atlikta mėsos perdirbimo įmonių pardavimų apimtys prognozė 2008 – 2009 metams, matyti, kad mėsos perdirbimo sektoriaus prognozuojamos pardavimų pajamos nuolat didėja. Skaičiavimai pateikti 3 priede.



13 pav. Prognozuojamos pardavimo pajamos Trendo pagalba

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Pardavimų prognozes atliekame dar vienu plačiai taikomu ekstrapoliacijos metodu. Ekstrapoliacija – pakankamai efektyvus metodas, sudarant pirminius prognozių variantus, tačiau šio metodo patikimumas mažėja, didėjant prognozavimo periodui. To priežastis yra dinamikos dėsningumų pasikeitimas didesniu mastu, augant prognozavimo laikotarpiui. Remiantis atliktais skaičiavimais (4 priedas), gaunama prognozuojama 2008 – 2009 m. pardavimų apimtis kuri pateikta paveiksle.



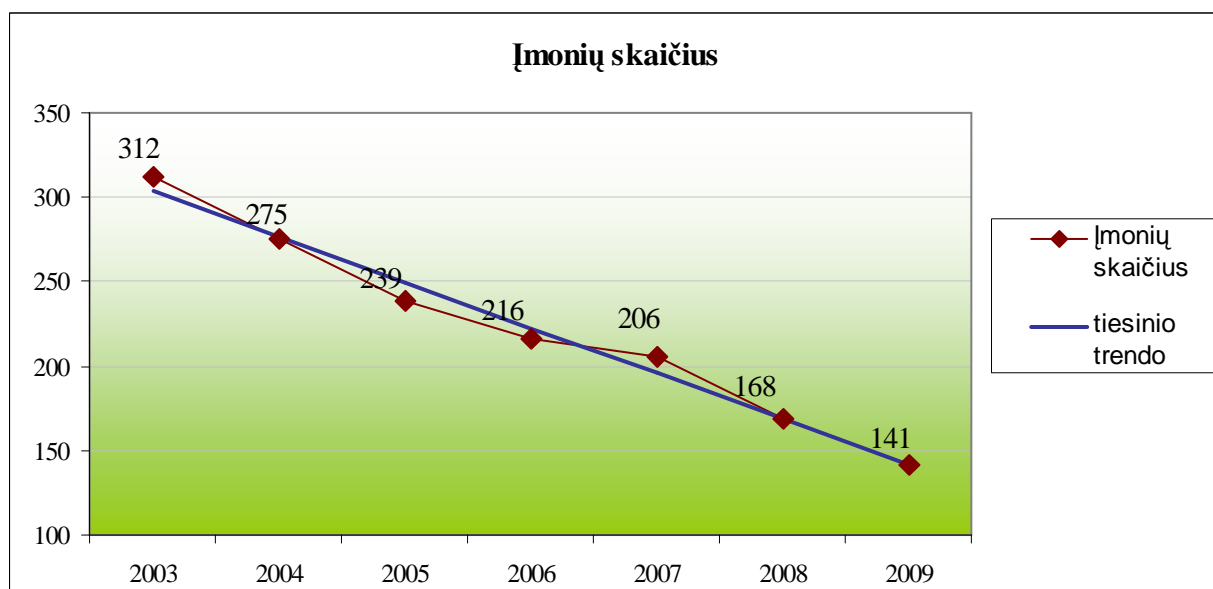
14 pav. Prognozuojamos pardavimo pajamos ekstrapoliacijos metodu

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

Perdirbimo įmonių skaičiaus prognozė

Lietuvos mėsos perdirbimo sektoriuje veikiančių įmonių skaičius mažėja kiekvienais metais: 2003 m. veikė 312 įmonių, 2004 m. – 275 įmonės, 2005 m. – 239 įmonės, 2006 m. – 216 įmonių, 2007 m. – tik 206 mėsos perdirbimo įmonės. Didžioji dalis šiuo metu neveikiančių įmonių bankrutavo, ir tik maža dalis jungėsi į stambesnes įmones. Net ir ženkliai sumažėjus perdirbimo įmonių skaičiui pastaraisiais metais, šiuo metu esančios rinkoje įmonės vis dar susiduria su labai aštria konkurencija, todėl atliekame prognozes, kaip keisis perdirbimo įmonių skaičius per dvejus artimiausius metus. Pagal trendo funkciją, t.y. taikant mažiausių kvadratų metodą atlikta mėsos perdirbimo įmonių skaičiaus prognozė 2008 – 2009 metams.

Remiantis atlikta analize, matome, kad per artimiausius du metus, veikiančių mėsos perdirbimo įmonių skaičius turėtų sumažėti: 2008 m. savo gamybinę veiklą vykdys 168 įmonės, o 2009 – tik 141 mėsos perdirbimo įmonė.



15 pav. Prognozuojamas perdirbimo įmonių skaičius

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės

REKOMENDACIJOS

Išanalizavus mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencinę padėtį, matome, kad ūkio šaka yra gana problematiška: neigiami užsienio prekybos rodikliai, progresuojantis žaliavos stygius, nepakankamai išnaudojami gamybiniai pajėgumai, silpna konkurencija su importuojamais produktais, didesnis negu kaimyninėse šalyse PVM tarifas ir pan. Pasaulio ir ES rinkų kainų augimo tendencijos ir toliau daro įtaką mūsų šalies mėsos kainų lygiui.

Problemiškiausia yra beveik dvigubai mažesnė negu Europos Sąjungos šalių vidurkis galvijų (bulių, karvių ir telyčių) supirkimo kaina. Dėl to didėja veršelių išvežimas į kitas ES šalis ir mažėja auginamų galvijų skaičius, ko pasekoje tuštėja šalies mėsos perdirbimo pramonės žaliavos rinka. Todėl Lietuvos Respublikos Vyriausybė, tęsdama tolimesnę šalies ekonominę ir politinę integraciją į Europos Sąjungos ekonominę erdvę, turi pasiekti, kad Lietuvos galvijų augintojams ir perdirbėjams būtų sudarytos vienodos konkurencinės sąlygos su kitais Europos Sąjungos perdirbėjais ir galvijų augintojais. Čia Lietuvos Respublikos Vyriausybei galėtų daugiau padėti ir patys perdirbėjai, jei susivieniję į asociaciją, daugiau dėmesio skirtų lobistinei veiklai Europos Sąjungos atsakingose institucijose.

Lietuvoje mėsinių galvijų palyginti mažai. Galvijininkystės sektoriuje pakankamai daug gaunama žemos kokybės jautienos. Tam tikslui siūlome toliau tęsti valstybės paramos teikimą veislinių gyvūnų įsigijimui, siekiant didinti gyvulių augimo spartą, gerinti pašarų panaudojimą, gerinti eksterjerą, raumeningumą, skerdenų ir mėsos kokybę, didinti geros veislinės vertės gyvulių skaičių.

Privalomai įvesta galvijų įkainojimo pagal skerdenų svorį ir kiekį sistema dar nėra tas svertas, skatinantis žemdirbius auginti geresnės kokybės galvijus. Labiausiai trūksta pasitikėjimo perdirbėjais. Norėdami, kad skerdenos vertinimo sistema funkcionuotų ne teoriškai, bet ja būtų vadovaujamasi, reikalinga atsisakyti tarpininkų superkant galvijus;

Lietuvoje gyventojų mėsos produktų suvartojimas vis dar atsilieka nuo Europos Sąjungos vidurkio. PVM tarifo sumažinimas mėsos gaminiams (šiuo metu jis siekia 19 proc.) leistų padidinti jautienos ir kitų mėsos gaminių vartojimą vidaus rinkoje. Dabartinis PVM tarifas skatina nelegalų skerdenos importą iš Lenkijos Respublikos, kuris tik didina „šešėlinę“ šios rinkos dalį, o mūsų šalies sąžiningai dibantys verslininkai tokioje rinkoje tampa nekonkurencingi.

Lietuvoje darbo užmokesčiui sparčiai augant, perdirbimo įmonės, norėdamos išlikti konkurencingos, turi didinti darbo našumą. Vienas iš kitose šalyse patikrintų ūkio vienetų stambinimo ir efektyvinimo kelių yra konsolidacija, kuriuo Lietuvos mėsos perdirbėjai ir gamintojai turėtų labiau naudotis.

Perdirbimo įmonės turėtų imtis priemonių savo prekės ženklo įtvirtinimui kitose Europos Sąjungos šalyse. Perdirbėjai turėtų atkreipti dėmesį į importo tendencijas ir aktyviai į jas reaguoti, taip pat rizikos išskaidymui turėtų daugiau diversifikuoti eksportą, neapsiriboti vien Rusijos rinka.

IŠVADOS

Apibendrinant magistro darbe atliktą analizę bei atsižvelgiant į iškeltus darbo uždavinius galima padaryti tokias išvadas:

1. Terminas „konkurencingumas“ (angl. competitiveness) literatūroje neturi vieno bendro apibrėžimo, dažniausiai naudojamas apibūdinti konkurencijos procesų dalyvių gebėjimus bei galimybes nugalėti konkurencinėje kovoje. Plačiaja prasme konkurencingumas reiškia galimybę laimėti, puoselėjant savybes, suteikiančias subjektui pranašumo. Siauresne prasme konkurencingumui aprašyti naudojami tik atskiri užsienio prekybos (eksporto) arba makroekonominiai (bendro vidaus produkto ir kt.) rodikliai. Mokslinėje bei taikomojoje literatūroje konkurencingumas paprastai nagrinėjamas nacionaliniu, pramonės šakos ar atskiros įmonės lygiu. Šiame darbe pramonės konkurencingumas – tai verslo įmonių, priklausančių tai pramonės šakai gebėjimas pelningai realizuoti savo gaminamą produkciją.

2. Ekonomikos specialistai yra sukūrę arba pritaikę savo šalių pramonės konkurencingumui vertinti įvairias metodikas. Pramonės konkurencingumas priklauso nuo susiklosčiusių gamybos veiksnių sąlygų įmonių strategijos, struktūros ir sugebėjimo konkuruoti bei potencialių paklausos sąlygų. Nurodomi tokie svarbiausi pramonės konkurencingumą didinantys veiksniai: investicijos nematerialųjį turtą (informacinių sistemų kūrimas, gyventojų išsilavinimo didinimas administracinių gebėjimų plėtojimas, kūrybinio potencialo telkimas ir pan.); verslo aplinkos gerinimas (darbo jėgos kvalifikacijos kėlimas, finansinio sektoriaus ir jo teikiamų paslaugų plėtojimas, mokesčių lengvatos, geresnis jų administravimas); kūrimas tinklų, padedančių mažoms ir vidutinėms įmonėms pasinaudoti restruktūrizacijos privalumais ir taip, palyginti su stambiomis įmonėmis, siekti didesnio lankstumo bei efektyvumo. Plačiausiai naudojamas M. Porterio penkių konkurencinių jėgų modelis. Taip pat šiam tikslui gali būti taikomi M. Porterio „deimanto“ modelis, SWOT analizė ir kiti konkurencingumo vertinimo metodai.

3. Maisto produktų gamybos ir vartojimo struktūroje mėsos sektorius išlieka gana svarus. Šalies bendrosios žemės ūkio produkcijos struktūroje mėsos gamyba sudaro 29 proc., o gyventojų vartojimo krepšelyje – apie 7 proc. Supirktus gyvulius ir paukščius skerdykla ir mėsos produktus gamina 185 mėsos ir 20 specializuotų įmonių: 15 paukštienos, 4 žvėrienos ir 1 triušienos įmonė. 159 mėsos perdirbimo įmonės ir skerdyklos turi teisę savo gaminius ir skerdyklą eksportuoti į ES šalis.

4. Lietuvos užsienio prekyba mėsos produktais vystosi sparčiai ir kasmet sudaro vis didesnę bendros Lietuvos užsienio prekybos dalį. Daugiausia savo produkcijos Lietuva išveža į ES šalis ir Rusiją. Rusija yra pagrindinė ES (ir Lietuvos) eksporto rinka, į kurią mėsos eksportas auga

kasmet. 2007-aisiais buvo eksportuota beveik 40 proc. viso mėsos produktų eksporto. Likęs eksportuojamos produkcijos kiekis yra realizuojamas 27-iose Europos Sąjungos šalyse. Pagrindinės eksporto partnerės šioje rinkoje yra Latvija, Olandija, Italija. Bendrai paėmus, Lietuva 98 proc. mėsos įsiveža iš Europos Sąjungos šalių, daugiausia Lenkijos, o iš trečiųjų valstybių aktyviomis partnerėmis išlieka tik Rusija bei Argentina.

5. Į Lietuvos mėsos pramonės sektorių 2003-2006 m. buvo investuota daugiau negu 376 mln. litų. Daugiausia šios investicijos pasiekė sektorių per ES struktūrinius paramos fondus ir buvo skirtos gamybiniam pajėgumams plėsti, naujoms technologijoms diegti bei darbo našumui efektyvinti. Padarius tokias materialines injekcijas į šią pramonę, nuo 2003-ųjų iki 2007-ųjų metų bendras gyvulių skaičius sumažėjo nuo 1869,5 iki 1711,1 tūkst. (8,5 proc.). Tai reiškia, kad plečiantis perdirbimo įmonių pajėgumams, Lietuvoje auginamų gyvulių skaičius nuolat mažėja, ir skerdyklos priverstos dirbti mažesniu negu 50 proc. pajėgumu. Galime teigti, kad dalis investicijų buvo panaudotos netikslingai, arba nukreiptos ne ten, kur reikia.

6. Žaliavos pirkimo kaina galutinio produkto savikainoje siekia net iki 75-80 proc. Likusioji dalis – bendrosios pridėtinės sąnaudos, kurių didžiausią dalį sudaro darbo užmokestis, nusidėvėjimo, transporto, kuro, sandėliavimo ir kitos sąnaudos. Remiantis UAB „Agaras“ savikainos apskaičiavimo duomenimis, galime daryti prielaidą, jog ir kitose Europos Sąjungos valstybėse produkto pagaminimo sąnaudos išsaugo panašią procentuotę.

7. Lietuvoje galvijų supirkimo kainos vienos mažiausių visoje Europos Sąjungoje, todėl atsižvelgdami į žaliavos kainos įtaką bendrai produkto savikainai, galima daryti išvadą, jog stipriosios ES šalys, spręsdamos vidines ekonomines problemas, skiria ženkliai didesnes lėšas savo šalių žemės ūkio produkcijos gamintojams ir perdirbėjams subsidijuoti, negu tai gali sau leisti naujųjų ES šalių vyriausybės. Europos sąjungoje nėra sukurtos vieningos ekonominės erdvės, kurioje visi rinkos dalyviai turėtų vienodas konkurencines sąlygas. To pasekoje, nors ir turėdami tokius reikšmingus privalumus produkcijos gamyboje kaip išteklių savikaina, Lietuvos perdirbėjai negali sėkmingai konkuruoti tarptautinėje rinkoje, nes kitose ES šalyse nemaža dalis produkto gamybos savikainos yra kompensuojama per subsidijas ir tiesiogines išmokas. Dėl nevienodų valstybių galimybių remti savo pramonės šakas, stipriai iškraipoma konkurencinė rinka.

8. Išanalizavus mėsos perdirbimo sektoriaus konkurencinę padėtį, matome, kad ūkio šaka yra gana problematiška: neigiami užsienio prekybos rodikliai, progresuojantis žaliavos stygius, nepakankamai išnaudojami gamybiniai pajėgumai, silpna įmonių konsolidacija. Konkurencingumo didinimas šioje pramonės šakoje susijęs ne tik su efektyvumu, bet ir su rinkos apribojimais, kuriuos sukelia skirtingų šalių vyriausybių įsikišimas ir rinkos reguliavimo mechanizmų panaudojimas.

9. Lietuvos Respublikos Vyriausybė, siekdama išlaikyti mėsos perdirbimo sektorių konkurencingą, turi stipriai dirbti tęsdama tolimesnę šalies ekonominę ir politinę integraciją į

Europos Sąjungos ekonominę erdvę. Atsižvelgiant į tai, kad Europos Sąjunga buvo kuriama kaip vieninga ekonominė erdvė Vyriausybė turi pasiekti, kad Lietuvos galvijų augintojams ir perdirbėjams būtų sudarytos vienodos konkurencinės sąlygos su kitais Europos Sąjungos perdirbėjais ir galvijų augintojais, arba valstybė turi rasti išteklių ir remti taip, kaip remia kitos – stipriosios ES šalys.

10. Siekiant bendrai visos šalies mėsos perdirbimo pramonei naudingų tikslų, Lietuvos Respublikos Vyriausybei turi gailmybių padėti ir pačios perdirbimo įmonės. Mėsos perdirbėjai privalo vienytis tam, kad įgytų daugiau jėgos ir galėtų kovoti su dabartine nesažininga konkurencija ES rinkoje. Šiuo metu veikianti Lietuvos mėsos perdirbėjų asociacija (LMPA) galėtų skirti daugiau dėmesio lobistinės veiklos vykdymui atsakingose Europos Sąjungos institucijose.

LITERATŪRA

1. Barzdenytė, B. (2000), Kainodara ir konkurencija. Mokomoji knyga. Vilniaus universiteto leidykla.
2. Davulis, G., (2003), Ekonomikos teorija: vadovėlis neekonominių specialybių studentams. Vilnius: Lietuvos teisės universiteto leidybos centras, 2003. 359 p.
3. Gapšys A., Mikelionytė D., Petrauskaitė, L., (2007). Gyvulininkystės sektoriaus konkurencingumas. Žemės ūkio ir kaimo plėtros politikos įgyvendinimo, ekonominių ir socialinių tyrimų 2007 metų programos darbas Nr. 3. 1. Lietuvos Agrarinės Ekonomikos Institutas. [žiūrėta 2009-01-11] Prieiga per internetą: <http://www.laei.lt/leid_fls/nauj_fl/3.1_a.pdf>
4. Guobužaitė L. (2008), Čekijos Investicijų ir verslo plėtros agentūros „Čekijos konkurencingumo programa“. Lietuvos ekonominės plėtros agentūra. [Žiūrėta 2009-01-31] Prieiga per internetą: <http://www.lda.lt/files/File/News/20080616/kitu_saliu_konkurencingumo_centrai_l.guobuzaite.pdf>
5. Kardokas, A. (2003). Lietuvos grūdų perdirbimo pramonės konkurencingumo tyrimas. Magistro darbas. Kauno technologijos universitetas, Kaunas. p. 21.
6. Klimašauskienė, D. (2007). Konkurencijos samprata ekonomikos teorijoje. *Ekonomika* (79) p. 109-123.
7. Knyga 2004 – 2008 seimo nariams ir rinkėjams. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2007-11-16]. Prieiga per internetą: <www.lrinka.lt/Projektai/Konkurencija2.pdf>
8. Konkurencijos ir antimonopolinė politika (2001). *Laisvoji rinka*, Nr. 1. [Žiūrėta 2008 09 09] Prieiga per internetą: <<http://www.freema.org/Leidinys/reguliavimas/2001.1.isknygos.phtml>>
9. Konkurencijos politika Europoje ir pilietis (2002). Europos komisija. Bendrųjų oficialiųjų leidimų biuras. [žiūrėta 2008-10-05] Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/competition/publications/competition_p-olicy_and_the_citizen/brochure_lt.pdf>
10. Lobanova, L. (2001) Konkurencingumo modelis: žmoniškųjų išteklių kokybės potencialas // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Kaunas, Nr. 20
11. Lietuvos laisvosios rinkos instituto analizė, *Konkurencijos teisė ir jos taikymas Lietuvoje* (2006 06 21). Prieiga per internetą <http://www2.lrinka.lt/uploads/files/dir17/17_0.php>
12. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas (2008), Žemės ūkio ekonominės sąskaitos 1995-2006. [žiūrėta 2009-01-11] Prieiga per internetą: <http://www.laei.lt/leid_fls/leid_fl/Leidinio_Maketas.pdf>

13. Lietuvos žemės ir maisto ūkis 2007. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas, Vilnius. [žiūrėta 2008-10-05] Prieiga per internetą <<http://www.laei.lt>>
14. Lietuvos įstojimo į Europos Sąjungą poveikio Lietuvos pramonės įmonėms studija (2004) Vilnius.
15. Lietuvos pramonės konkurencingumo ir inovacijų plėtros studija bei pasiūlymai ateičiai Europos Sąjungos naujos pramonės politikos kontekste / Parengta EKT grupė, Vilnius, 2005, 142 p.
16. Lietuvos pramonės konkurencingumo studija // Lietuvos ūkio institutas. [žiūrėta per prieigą internete <http://www.ukmin.lt>]
17. Lileikienė, A., Šaparnis, G., Tamošiūnas, T. (1994). Magistro darbo rengimo metodika. Šiauliai: VšĮ Šiaulių universiteto leidykla.
18. Melnikas, B. (2002), Nacionalinė ekonomika rinkų internacionalizavimo ir globalizacijos sąlygomis: konkurencingumo ir inovacijų sąlygomis. *Ekonomika* 60 p. 88 – 106.
19. Misiūnas A., Konkurencingumas. Konkurencingumo sąvoka ir raida. Metodinė medžiaga. [žiūrėta 2008-04-10] Prieiga per internetą: <http://algmisiunas.home.mruni.lt/?page_id=3>
20. Palubinskas, G. T. (1997) Strateginio planavimo procesas. Kaunas: Technologija
21. Pukelienė, V., Sabonienė, A. (2004). Produkcijos konkurencingumo rodiklių svarba pramonės įmonių strategijos ir šalies pramonės politikos formavimui Europos Sąjungos bendrojoje rinkoje. Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. Nr. 30. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, p. 152-157
22. Rodomanskaitė A., Banytė J. Šalies konkurencingumo esmė ir pagrindinės nuostatos // *Inžinerinė ekonomika*, 2003, Nr. 1 (32).- p. 61-68.- ISBN 1392-2785
23. Rodomanskaitė A., Banytė J. Šalies konkurencingumo koncepcijos esmė ir pagrindinės nuostatos // *Inžinerinė ekonomika*, ISSN 1392-2785, Kaunas, 2003, nr. 1(32), p. 61-68
24. Stankaitis, R., Garškienė, A. (2006) Europos Sąjungos struktūrinių fondų parama Lietuvai // Lietuvos ūkio transformacija 1990-2005 metais. p. 160-184. Vilnius
25. Stankevičius, P. (2006) Lietuvos ūkio struktūros pokyčiai // Lietuvos ūkio transformacija 1990-2005 metais. p. 148-158. Leidykla Vilnius
26. Šeputis, K. (2003), Konkurencinga pramonė – Lietuvos sėkmė Europos Sąjungoje. [žiūrėta 2008-03-10] Prieiga per internetą: <<http://www.lpk.lt/LPKNAUJ/newsdir/lpknews/taryba0412/k.sepucio.htm>>
27. Šimakšius R. (1998), Konkurencijos samprata. [žiūrėta 2008-10-03] Prieiga per internetą <<http://www.lrinka.lt/Pranesim/Remigkonk.phtml>>

28. Šliburytė, L. (2000), Ekonomikos subjektų konkurencinės aplinkos vertinimas: daktaro disertacija: socialiniai mokslai, Kauno technologijos universitetas.- Kaunas,
29. Tarptautinių žodžių žodynas (2004). Vilnius.
30. Urbanskienė R., Vaitkienė R., Clottey B. (1998) Rinkos tyrimai ir analizė.- Kaunas: Technologija, , 201 p.,
31. Valdymo problemos: teorija ir tendencijos kolektyvinė monografija [mokslinis redaktorius Antanas Seilius].– Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2004.- 244 p
32. Vijeikis J. (2003) Rinkodara: nuo klasikinės teorijos iki šiuolaikinio pritaikymo. Vilnius: Rosma 187 p..
33. Vitunskienė, V., (2006), Atskleistas santykinis pranašumas: teorinis požiūris ir Lietuvos pieno sektoriaus analizė ES-15 atžvilgiu // Ekonomika. Nr. 73
34. Azarcon, C. J., (1983) The Critical Role of Trade and Industrial Statistics in Policy Formulation // Philippine Journal of Development. No. 10
35. Cook, P. (2001). Competition and its Regulation: Key Issues. Centre on Regulation and Competition Working Paper Series. Paper No. 2. [žiūrėta 2008-02-22] Prieiga per internetą: <http://www.competition-regulation.org.uk/publications/working_papers/>
36. Younkins, E. (2002) Antitrust Laws Harm Consumers and Stifle Competition. Le Quebecois Libre, No. 116. [žiūrėta 2008-10-05] Prieiga per internetą: <<http://quebecoislibre.org/021221-15.com>>
37. Lal, D. (2000) Competition and Monopoly. [žiūrėta 2008-10-05] Prieiga per internetą: <www.euro-know.org/articles/bustan60.htm>
38. Laursen, K., (1998) Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation //Danish Research Unit for Industrial Dynamics. No. 98-30
39. Mashabela, T. E., Vink, N., (2008) Competitive performance of global deciduous fruit supply chains: South Africa versus Chile // Agrekon. Vol 47. p. 240-257
40. Masters, W.A., Nelson, A.W. (1995), Measuring the Comparative Advantage of Agricultural Activities: Domestic Resources Cost and the Social Cost-Benefit Ratio// American Journal of Agricultural Economics Association 77
41. Porter M. E. (1985) Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. London.
42. Porter M. E. (1980) Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. London.
43. Ruiz, E. M., 2003, Autarkic Policy and Efficiency in the Spanish Industrial Sector. An Estimate of Domestic Resource Cost in 1985. [žiūrėta 2008-02-22] Prieiga per internetą: <<http://eprints.lse.ac.uk/22352/1/wp77.pdf>>

44. Statistikos departamentas prie LRV. [žiūrėta 2009-05-01] Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/lt/>
45. Europos galvijų supirkimo kainų duomenų bazė. [žiūrėta 2009-01-11] Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/beef/prica/>
46. Europos užsienio prekybos duomenų bazė *Export Help*. [žiūrėta 2009-03-19] Prieiga per internetą: <http://exporthelp.europa.eu/>
47. Eurostat duomenų bazė. [žiūrėta 2009-03-19] Prieiga per internetą: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/extraction/evalight/EVALight.jsp?A=1&language=en&root=/theme6/ext/ext_lt_introle
48. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema. Statistinė informacija. Prieiga per internetą: [žiūrėta 2008-11-21] <http://www.ris.lt>

PAGRINDINIŲ SĄVOKŲ ANALIZĖ

Šios sąvokos magistro darbe pateikiamos remiantis šaltiniais: Vainienė, R. (2005). Ekonomikos terminų žodynas. Vilnius: Tyto Alba; Norkuvienė, A. (1994). Rinkos ekonomikos terminų žodynelis. Šiauliai: Šiaulių pedagoginis institutas.

Konkurencija – verslo įmonių arba gamybos veiksnių varžymasis, siekiant patraukti vartotojus ir išsivirti rinkoje;

Konkurencijos sąlygos – pirkimo ar pardavimo ekonominiai parametrai, t.y. kaina, nuolaidos, antkainiai ir kt, bei juos įtakojantys veiksniai (ūkinės veiklos teisiniai ribojimai, valstybės valdymo ir savivaldos institucijų teikiama pagalba, gamybos technologijos ir sąnaudos, prekių naudojimo ypatybės, transportavimo galimybės ir pan.).

Konkurencinė rinka – rinka, kurioje yra daug pirkėjų ir pardavėjų, prekiaujančių vienodais produktais;

Konkurencingumas – pranašumų visuma, lyginant su konkurentais.

Konkurencingumo veiksniai – faktoriai, suteikiantys įmonei pranašumą prieš konkurentus.

Konkurencinis pranašumas – įmonės sugebėjimas aplenkti konkurentus tam tikroje vietoje.

Koreliacija – dviejų ar daugiau dydžių, reiškinių ar procesų tarpusavio priklausomybė.

Monopolinė konkurencija – tokia rinkos padėtis, kai daugelis įmonių gamina labai panašią produkciją;

Pajamos – ekonominės naudos padidėjimas, pasireiškiantis turto (arba jo vertės) padidėjimu per ataskaitinį laikotarpį arba išsipareigojimų sumažėjimu, dėl kurio padidėja nuosavas kapitalas,

išskyrus papildomus savininkų įnašus;

Rinka – tam tikros prekės pirkėjų ir pardavėjų ryšiai, sąlygojantys tos prekės kainos susidarymą;

Savikaina – prekės pagaminimo ar paslaugos suteikimo sąnaudos;

Sąnaudos – prekių gamybos, paslaugų teikimo metu sunaudotų ekonominių išteklių vertinė išraiška. Sąnaudos skiriasi nuo išlaidų, nes pastarosios reiškia pinigų išmokėjimą ir nebūtinai siejasi su prekių gamyba ir paslaugų teikimu.

Tobula konkurencija – padėtis, kai rinkoje veikia daug pirkėjų ir pardavėjų, kai įėjimas į rinką yra laisvas, o rinkos dalyviai turi visą informaciją apie kainas ir gaminių savybes. Tobula konkurencija yra loginė konstrukcija, o ne reali rinkos padėtis.

PRIEDAI

Atskleistojo santikinio pranašumo rodiklio apskaičiavimas

Atskleistojo santikinio pranašumo rodiklis (RCA) skaičiuojamas:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_i X_{ij}}{\sum_j X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}}.$$

Skaitiklyje išreikšta nagrinėjamo sektoriaus eksporto procentinė dalis nacionaliniame eksporte – X_{ij} yra eksportas iš sektoriaus i šalyje j . Vardiklyje išreikšta procentinė dalis viso nagrinėjamo eksporto dalis šalių grupės eksporte.

Duomenys RCA rodikliui apskaičiuoti:

mln. EUR	2003	2004	2005	2006
Lietuvos mėsos prod. eksportas	13,2	28,0	66,7	88,6
Lietuvos visų prod. eksportas	6158,1	7477,7	9490,1	11262,8
ES-27 mėsos produktų eksportas	21606	24480	26597	28537
ES-27 visų produktų eksportas	2736190	3024547	3267616	3656407

$$RCA_{2003} = \frac{13,2 / 6158,1}{21606 / 2736190} = 0,3$$

$$RCA_{2004} = \frac{28,0 / 7477,7}{24480 / 3024547} = 0,5$$

$$RCA_{2005} = \frac{66,7 / 9490,1}{265597 / 3267616} = 0,9$$

$$RCA_{2006} = \frac{88,6 / 11262,8}{28537 / 3656407} = 1,0$$

Santykinio užsienio prekybos balanso rodiklio apskaičiavimas

Santykinis užsienio prekybos balansas (RTB) skaičiuojamas pagal formulę:

$$RTB = \frac{X_i - M_i}{X_i + M_i}$$

kur: X_i – eksportas, M_i – importas

Duomenys RTB rodikliui apskaičiuoti:

mln. EUR	2003	2004	2005	2006
Lietuvos mėsos prod. eksportas	13,2	28	66,7	88,6
Mėsos prod. importas	30,7	61,1	79,4	92,1

$$RTB_{2003} = \frac{13,2 - 30,7}{13,2 + 30,7} = -0,399$$

$$RTB_{2004} = \frac{28,0 - 61,1}{28,0 + 61,1} = -0,371$$

$$RTB_{2005} = \frac{66,7 - 79,4}{66,7 + 79,4} = -0,087$$

$$RTB_{2006} = \frac{88,6 - 92,1}{88,6 + 92,1} = -0,019$$

Pardavimų apimtys prognozavimas naudojant tiesinę trendo funkciją

Gauti rezultatai ir pardavimų prognozei apskaičiuoti reikalingi duomenys pateikti lentelėje.

Metai	Metų eilės Nr., t	Pardavimų apimtys mln.Lt, y_t	t²	y_t²	y_t · t	ŷ_t
2003	1	891,6	1	794879,2	891,6	899,6
2004	2	1098,1	4	1205748,9	2196,1	1132,6
2005	3	1428,9	9	2041666,6	4286,6	1365,5
2006	4	1607,4	16	2583876,2	6429,8	1598,5
2007	5	1801,6	25	3245787,8	9008,0	1831,4
suma	15	6827,5	55	9871958,8	22812,1	6827,5

Pardavimų apimtys prognozavimas naudojant tiesinę trendo funkciją

$$\tilde{y}_t = a + b \cdot t$$

a, b – tiesinės regresijos lygties koeficientai;

t – metų eilės numeris;

ŷ_t – aplyginta faktinė reikšmė apskaičiuota pagal Trendo funkciją.

a ir b koeficientai apskaičiuojami iš šios lygčių sistemos:

$$\begin{cases} na + b \sum t = \sum y_t \\ a \sum t + b \sum t^2 = \sum (y_t \cdot t) \end{cases}$$

Čia: n – laikotarpių skaičius; y_t - ieškomasis kintamasis t laikotarpiu.

Iš pateiktos lygčių sistemos yra išvedami ir apskaičiuojami koeficientai a ir b

$$b = \frac{n \sum (t \cdot y_t) - \sum t \cdot \sum y_t}{n \sum t^2 - (\sum t)^2} = \frac{5 \cdot 22812,1 - 15 \cdot 6827,4}{5 \cdot 55 - 225} = 232,9$$

$$a = \frac{1}{n} (\sum y_t - b \sum t) = \frac{1}{5} (6827,4 - 985147,6 \cdot 15) = 3333,3$$

Apskaičiuoti koeficientai įstatomi į tiesinės regresijos lygtį $\tilde{y}_t = a + b \cdot t$, pagal kurią bus atlikti prognoziniai skaičiavimai. Įstačius koeficientus a ir b į tiesinės regresijos lygtį gaunama tokia tiesė:

$$\tilde{y}_t = 666,7 + 232,9 \cdot t$$

Kadangi dar nėra apskaičiuotų statistinių duomenų 2008-iesiems, pagal šią tiesę galima atlikti prognozinį skaičiavimą 2008 – 2009 metams:

$$\tilde{y}_8 = 666,7 + 232,9 \cdot 6 = 2064,4$$

$$\tilde{y}_9 = 666,7 + 232,9 \cdot 7 = 2297,3$$

Pardavimų apimties prognozavimas ekstrapoliacijos būdu

Atliekant prognozę ekstrapoliacijos metodu prognozuojamas dydis apskaičiuojamas taip (Bartosevičienė, 2001):

$$y_{n+L} = y_n + L \left(\frac{y_n - y_i}{n-1} \right)$$

kur:

y_n - galutinis dinamikos eilutės lygis;

y_i - eilutės pradinis lygis;

L – prognozuojamų metų skaičius;

y - vidutinis absoliutinis lygio pokytis;

n – eilutės lygių skaičius

Apskaičiuojamos pardavimų apimties prognozės 2008-2009 m. naudojant ekstrapoliacijos būdą:

$$y_{2008} = 1801,6 + 1 \cdot \left(\frac{1801,6 - 891,6}{4} \right) = 2029,1$$

$$y_{2009} = 1801,6 + 2 \cdot \left(\frac{1801,6 - 891,6}{4} \right) = 2256,6$$

Koreliacijos ir regresijos koeficientų apskaičiavimas

Koreliacijos koeficientas apskaičiuojamas pagal formulę

$$r = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\partial_x \cdot \partial_y}$$

Gauti rezultatai ir koreliacijai apskaičiuoti reikalingi duomenys pateikti lentelėje:

Metai	Gaminių gamyba, x	Pardavimo pajamos, y	xy	(x-'x)	(x-'x)2	(y-'y)	(y-'y)2
2003	106,3	891,6	94777,08	-38,7	1497,69	-473,92	224600,166
2004	116,9	1098,1	128367,89	-28,1	789,61	-267,42	71513,4564
2005	155,7	1428,9	222479,73	10,7	114,49	63,38	4017,0244
2006	163,8	1607,4	263292,12	18,8	353,44	241,88	58505,9344
2007	182,3	1801,6	328431,68	37,3	1391,29	436,08	190165,766
	145	1365,52	207469,7		829,304		109760,47

$$r = \frac{207469,7 - 145 \cdot 1365,52}{\sqrt{829,304} \cdot \sqrt{109760,47}} = 0,993$$

Regresijos koeficientas b skaičiuojamas:

$$b = r \frac{\partial_y}{\partial_x} = 0,993 \cdot \frac{\sqrt{829,304}}{\sqrt{109760,47}} = 11,4$$