

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Tarptautinis verslas
Kodas 62403S113

ERNESTAS RAZULEVIČIUS

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

LIETUVOS UŽSIENIO PREKYBOS PLĖTROS PERSPEKTYVOS

Kaunas, 2010

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

ERNESTAS RAZULEVIČIUS

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

LIETUVOS UŽSIENIO PREKYBOS PLĖTROS PERSPEKTYVOS

Darbo vadovas _____
(parašas)

(darbo vadovo mokslinis laipsnis,
mokslo pedagoginis vardas,
vardas ir pavardė)

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos nr. _____

Kaunas 2010

TURINYS

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS	5
LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	6
IVADAS.....	8
1. TARPTAUTINĖS PREKYBOS ASPEKTAI	10
1.1. Tarptautinės rinkos	10
1.2. Tarptautinės prekybos privalumai ir trūkumai	11
1.3. Tarptautinę prekybą skatinantys veiksniai	13
1.4. Tarptautinės prekybos politika	15
1.5. Tarptautinės prekybos politikos instrumentai	15
1.6. Tarptautinę prekybą įtakojančios institucijos.....	17
1.7. ES bendroji prekybos politika	22
1.8. Aplinkosauginių apribojimų integravimas tarptautinėje prekyboje	23
2. LIETUVOS UŽSIENIO PREKYBOS ANALIZĖ	26
2.1 Lietuvos užsienio prekybos raida	26
2.2 Integracija į PPO	27
2.3 Integracija į ES	28
2.4 Lietuvos importo ir eksporto motyvai	31
2.5 Lietuvos užsienio prekybos rodikliai	34
2.6 Eksporto problemos Lietuvoje	43
2.7 Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizė	44
3. LIETUVOS UŽSIENIO PREKYBOS TENDENCIJŲ IR PERSPEKTYVŲ VERTINIMAS	46
3.1 Tyrimo tikslas, uždaviniai, objektas ir problemos	46
3.2 Tyrimo metodologija	47
3.3 Tyrimo aprašymas.....	47
3.4 Ekspertinio vertinimo organizavimas ir duomenų apdorojimas	48
3.4 Apklauskos duomenų analizė bei interpretavimas.....	50

IŠVADOS	63
PASIŪLYMAI	65
S U M M A R Y	66
LITERATŪRA	67
PRIEDAS Ekspertų anketinė apklausa	70

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

ES – Europos Sąjunga.

NVS – nepriklausomų valtybių sandrauga.

JAV – Jungtinės Amerikos Valstijos.

PPO - Pasaulinė prekybos organizacija.

GATT - bendrasis susitarimas dėl muitų tarifų ir prekybos.

PB - Pasaulio bankas.

TVF - Tarptautinis valiutos fondas.

ICC - International Chamber of Commerce (Tarptautiniai prekybos rūmai).

JTO - Jungtinių Tautų organizacijos.

OECD - Ekonominio bendradarbiavimo ir vystymo organizacija.

PVM – pridėtinės vertės mokestis

BIMT - bendrojo išorės maito tarifas.

BLS - Bendroji lengvatų sistema.

SSGG – stipriosios, silpnosios pusės, grėsmės, galimybės.

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė Prekybos politikos instrumentų klasifikacija.....	16
2 lentelė Taršos mažinimas ES valstybėse.....	25
3 lentelė Pagrindinės Lietuvos ir ES dvišalės prekybos sutartys	29
4 lentelė Lietuvos eksportas 1994 - 2003 m.....	34
5 lentelė Svarbiausi importo partneriai 1996 - 2003 m.....	36
6 lentelė Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizė.....	44
7 lentelė Kendall konkordacijos koeficientas – pagrindinės kliūtys eksportui	49
8 lentelė Kendall konkordacijos koeficientas – labiausiai trukdantys mokesčiai	49
9 lentelė Pagrindinės kliūtys eksportui.....	54
10 lentelė Mokesčiai kurie labiausiai trukdo vystyti užsienio prekybą	55
11 lentelė Lietuvos įmonių užsienio prekybos SSGG analizė	58

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Užsienio prekybos balansas 1995 - 2003m.....	34
2 pav. Svarbiausi eksporto partneriai 1996 - 2003 m.....	35
3 pav. Prekių eksporto komponentų dinamika 1998–2003 m.....	36
4 pav. Eksportas - importas 2004-2009 m.....	38
5 pav. Svarbiausi eksporto ir importo partneriai 2009 m.....	40
6 pav. Lietuvos eksporto rinkos	41
7 pav. Visos produkcijos eksporto dalis.....	42
8 pav. Tendencija Nr.1: daugelio prekių eksportas auga lėčiau.....	42
9 pav. Tendencija Nr.2: eksportas perorientuojamas iš vakarų į rytus	43
10 pav. Įmonės veikla.....	50
11 pav. Įmonės darbuotojų skaičius	51
12 pav. Įmonės veikla metais	51
14 pav. Priežastys lėmusios organizuoti eksportą.....	52
15 pav. Eksportuojamos produkcijos dalis.....	53
16 pav. Esami ir potencialūs eksporto partneriai	54
17 pav. Pagrindinės kliūtys eksportui	55

18 pav. Pagrindinės mokesčių kliūtys eksportui	56
19 pav. Prekybos sąlygos ES šalyse.....	57
20 pav. Dabartinės ir ateities eksporto tendencijos	59
21 pav. Verslo partnerių paieška.....	59
22 pav. Kriterijai atrenkant eksporto rinkas	60
23 pav. Eksporto prekių paskirstymas.....	60
24 pav. Pardavimų skatinimas.....	61
25 pav. Darbo patirtis su užsienio rinkomis.....	61
26 pav. Investicijos į eksporto vystymą	62

ĮVADAS

Pastaruoju metu daugelis valstybių eina globalizacijos keliu, visuomenės tampa atviresnės, susijusios įvairiais bendradarbiavimo ryšiais. Valstybes vis labiau sieja ekonominiai, finansiniai ir politiniai santykiai. Vienas iš tokių valstybių bendradarbiavimo ryšių yra tarptautinė prekyba. Tarptautinė prekyba apibūdinama kaip pardavimo-pirkimo procesas, vykstantis įvairiose šalyse tarp pardavėjų, pirkėjų ir tarpininkų. Kiekviena valstybė iš tarpusavio prekybos stengiasi gauti naudos, pakelti savo ekonomikos lygį. Tarptautinės prekybos pagrindas - tai mainai ir specializacija. Šių mainų ekonominė prielaida - gamybos sąlygų skirtumas, skirtingi našumo lygiai bei skonių ir prioritetų įvairovė.

Bendradarbiaudamos šalys vysto tarptautinę prekybą, skatina ekonomikos augimą. Tačiau toks augimas kartu daro įtaką gamtos išteklių naudojimui, klimato kaitai ir tarptautinės prekybos teikiama privalumai gali pavirsti trūkumais, jei prekyba taps visiškai nekontroliuojama. Todėl tarptautinės prekybos priežiūrai kuriamos įvairios organizacijos. Viena tokių yra Pasaulinė prekybos organizacija (PPO), kurios tikslas skatinti tarptautinės prekybos klestėjimą, užtikrinti pasaulinės prekybos liberalizaciją bei vykdyti priežiūrą.

Kiekviena valstybė, atsižvelgdama į savo ūkio būklę, vykdo skirtingą užsienio prekybos politiką. Kadangi pasaulinėje rinkoje yra mažai išsivysčiusios ir besivystančios šalys, reikia imtis priemonių besivystančiai nacionalinei ekonomikai apsaugoti nuo stiprios užsienio konkurencijos. Pasaulinėms rinkoms tenka rinktis ar vystyti laisvąją prekybą ar taikyti protekcionizmo priemones.

Lietuvos užsienio prekybos politika taip pat remiasi visais tarptautinės prekybos principais skatindama laisvąją prekybą bei taikydama kai kurias protekcionizmo priemones. Šiame darbe išsamiai aptariami Lietuvos užsienio prekybos ypatumai, jos efektyvumas bei galimos tolesnės plėtros perspektyvos.

Temos aktualumas ir sprendimo būtinumas – tarptautinės prekybos klausimas yra svarbus visoms valstybėms, siekiančioms savo šalies ekonominių rodiklių pagerinimo. Be to, šiuo metu ypač aktualūs aplinkosauginių susitarimų integravimo užsienio prekyboje klausimai, kurie Lietuvoje nebuvo plačiau nagrinėti. Lietuvos užsienio prekybos politikos tobulinimas leistų užtikrinti ilgalaikį ekonomikos augimą bei aplinkos apsaugos problemų sprendimą. Užsienio prekybos klausimus Lietuvoje nagrinėjo D. Bernatonytė, J. Bivainis, R. Ginevičius, J. Vėlyvis, G. Miškinis bei kt. Užsienio autoriai skyrė daugiausiai dėmesio tarptautinei prekybai ir aplinkosauginių susitarimų integravimui pasaulinės prekybos susitarimuose – M. J. Roarty, J. Dawson, P.A. Samuelson, A. Киреев ir daugelis kitų.

Darbo objektas – Lietuvos užsienio prekybos perspektyvos.

Darbo tikslas – ištirti galimas Lietuvos užsienio prekybos plėtros perspektyvas.

Uždaviniai:

1. Pateikti tarptautinės prekybos aspektus.
2. Išskirti tarptautinės prekybos politikos reguliavimo instrumentus ir institucijas, išryškinant aplinkosaugos politikos integravimo tarptautinėje prekyboje klausimus.
3. Apžvelgti bendrąją ES prekybos politiką ir Lietuvos užsienio prekybos situacijos pokyčius įstojus į ES.
4. Atlikti Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizę.
5. Atlikti Lietuvos įmonių vertinimą apie jų užsienio prekybos situaciją.
6. Pateikti Lietuvos užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas.

Hipotezė – Lietuvos užsienio prekyba turi neišnaudotas tarptautinės prekybos galimybes.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė (nagrinėjama literatūra), lyginamoji analizė, sintezės metodas (reikiamos informacijos atrinkimas), kokybinis tyrimo metodas, ekspertų anketinė apklausa ir kiekybinis duomenų apdorojimas.

Problemos ištyrimo lygis – šia tema parašyta nemažai straipsnių nagrinėjant užsienio prekybos politiką, reguliavimo instrumentus, tarptautinės prekybos privalumus ir trūkumus. Taip pat atlikta įvairių tyrimų, pateikta statistinių rodiklių, leidžiančių išsamiai analizuoti užsienio prekybos aspektus ir perspektyvas. Šis darbas **susideda** iš įvado, trijų pagrindinių dalių bei išvadų ir pasiūlymų.

Darbo pirmoje dalyje supažindinama su tarptautinės prekybos samprata, ją skatinančiais veiksniais, privalumais, trūkumais bei protekcionizmo esme. Taip pat šioje dalyje išskiriamos tarptautinę prekybą įtakančios organizacijos, aplinkosauginių aspektų taikymo būtinybė tarptautinėje prekyboje ir numatomi susitarimai bei instrumentai. Antrame darbo skyriuje pateikiama Lietuvos užsienio prekybos apžvalga, atskleidžiant užsienio prekybos politikos instrumentus. Šioje dalyje nagrinėjami pagrindiniai Lietuvos užsienio prekybos rodikliai ir jų pokyčiai iki ir po įstojimo į ES, atliekama Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizė. Trečioje dalyje pateikiamas Lietuvos įmonių užsienio prekybos tendencijų ir perspektyvų tyrimas. Šioje dalyje pateikiama įmonių anketinės apklausos apžvalga bei rezultatai, kartu su išanalizuotais pagrindiniais Lietuvos užsienio prekybos rodikliais. Viską apibendrinus pateikiami siūlymai ir rekomendacijos tolimesniam sėkmingam Lietuvos užsienio prekybos plėtojimui.

Darbo apimtis - 69 puslapiai, pirmąją darbo dalį sudaro 16 puslapių, antrąją - 20 puslapių ir trečiąją dalį sudaro 17 puslapių. Darbe pateikta 11 lentelių, 26 paveikslai, 38 literatūros šaltiniai ir 1 priedas.

1. TARPTAUTINĖS PREKYBOS ASPEKTAI

Apžvelgiant tarptautinės prekybos aspektus šioje dalyje bus nagrinėjama užsienio prekybos nauda, jos teikiami privalumai ir trūkumai. Be to, bus aprašytos įvairių šalių užsienio prekybos politikos formos, jos reguliavimo instrumentai bei užsienio prekybą įtakančios institucijos. Taip pat bus parodytas aplinkosauginių reikalavimų integravimo būtinumas vystant tarptautinę prekybą.

1.1. Tarptautinės rinkos

Kiekvienos šalies ūkis yra pasaulinio ūkio dalis. Pasaulinis ūkis suprantamas kaip technologinių, informacinių, ekonominių, ekologinių, kultūrinių ryšių visuma. Pasaulinio ūkio materialųjį pagrindą sudaro tarptautinis darbo pasidalijimas. Pasaulinis ūkis pradėjo formotis tarptautinės prekybos dėka. Jos vaidmuo pastoviai didėja (Jakutis ir kt., 1999, p. 241). Tai teikia akivaizdžius teigiamus rezultatus. Tarptautinio darbo pasidalijimo pranašumai realizuojami per užsienio prekybos ryšius, kurie įgauna naujas formas. Įvairėja ir užsienio prekybos politika. Kuriamos ir funkcionuoja tarptautinės, šias problemas sprendžiančios organizacijos ir institucijos. Esant ir gilėjant pasaulinio ūkio specializacijai, akivaizdu, kad kiekviena šalis stengiasi gaminti tas prekes, kurios dėl įvairių veiksnių jai labiausiai naudinga gaminti. Tai plečia užsienio prekybą.

C. Pass ir kiti autoriai teigia, jog tarptautinė prekyba – tai apsikeitimas prekėmis ir paslaugomis tarp valstybių (Pass ir kt., 1991, p. 485). Tarptautinė prekyba įgalina šalis gauti tam tikrų prekių ir paslaugų pigiau, negu jos pačios gali pasigaminti (lyginamasis pranašumas), arba sudaro sąlygas vartoti prekes ir paslaugas, kurių nebūtų galima gauti iš savo šalies tiekėjų (pavyzdžiui, mažai žaliavų arba pažangesnė technologija).

Taigi pasaulyje pastebimas labai spartus skverbimasis į naujas rinkas, didėjantis konkurencijos lygis, - tai veiksniai, verčiantys įmones ieškoti efektyvesnių būdų, kaip įsitvirtinti globalioje rinkoje.

Gyvename tokiais laikais, kada kai kurių žmonių, taip pat įmonių ir šalių veikla, gyvenimas ir pažanga vis labiau priklauso nuo dalyvavimo tarptautinėse rinkose. Namuose ar darbe nesunkiai rasime prekių, kurios pagamintos kitose šalyse ir jas įsigydami pasinaudojame tarptautinių prekiautojų paslaugomis. Kita vertus, aktyvus įsitraukimas į tarptautines rinkas didina šalies viduje pagaminamų prekių, kuriamų idėjų ir paslaugų galimybes parduoti jas užsienyje.

Kaip teigia V. Pranulis ir kt. (1999), įmonių apsirūpinimas įrengimais, medžiagomis, žaliavomis, kitomis gamybos priemonėmis, technologijomis, valdymo ir veiklos organizavimo

žiniomis, taip pat ir pagamintų prekių pardavimas dažnai yra susijęs su tarptautinėmis rinkomis, tarptautine rinkodara, kuri plečiasi iki globalizacijos lygio.

Taigi organizacijos, plėtodamos veiklą tarptautinėje rinkoje, siekia išitvirtinti globaliu lygmeniu, kur visa veikla, pradedant nuo produktų kūrimo iki realizacijos, būtų plėtojama vienoje bendroje pasaulinėje arba globalioje rinkoje (Ginevičius, 2006 p. 80).

Kiekviena verslo aplinka turi savitų neapibrėžtumo elementų. Savo ruožtu kiekviena užsienio šalis, kurioje organizacija veikia ar dar tik planuoja pradėti veiklą, prideda savų, tik jai būdingų neapibrėžtumų. Būtent juos reikia pažinti ir įveikti, norint sėkmingai plėtoti savo veiklą užsienio šalyse.

Kokią įmonę ar verslo bendrovę galima laikyti tarptautine? Tarptautine bendrove laikoma tokia organizacija, kuri siekia išnaudoti pasaulinės rinkos galimybes, naudoja kitų šalių žaliavų ir žmogiškuosius išteklius ir įgyvendina tarptautinės ar pasaulinės rinkodaros programą. Veikdama daugelyje skirtingų šalių, ji atlieka mokslinius tyrimus, plėtoja projektavimo, gamybos, vadybos veiklą.

Šis apibrėžimas nusako tik pagrindinius, gana bendrus tarptautinės organizacijos požymius. Praktikoje nėra paprasta tiksliai įvertinti ir pasakyti, kada organizacija tampa tarptautine ir juo labiau pasauline organizacija (Jakštienė, 2006, p. 81-83).

Taigi rinkų globalizacijos sąlygomis organizacijoms, veikiančioms vidaus ir globalioje rinkoje, šiandien svarbu parinkti tikslingiausias strategijas, kurios leistų kuo efektyviau save pozicionuoti tiek vidaus, tiek globaliu rinkos lygmeniu.

1.2. Tarptautinės prekybos privalumai ir trūkumai

Užsienio prekyba turi ir teigiamos, ir neigiamos įtakos šalių ekonomikai. Pirmiausia, užsienio prekyba labai naudinga, kai tarpusavyje prekiauja šalys, turinčios skirtingus gamtinius turtus, kapitalo išteklius, nevienodus darbo ir kapitalo kaštus įvairių prekių gamyboje. Tarptautinė prekyba yra priemonė, kurios dėka valstybės gali specializuotis, didinti resursų našumą, t.y. didinti bendrą gamybos apimtį. Suverenios valstybės gali pelnytis specializuodamosi tuose produktuose, kuriuos juos gali gaminti su didžiausiu santykinu pranašumu, ir pirkdamos tuos, kurių negali efektyviai gaminti (Bernatonytė, 2007, p. 65).

Visumoje, prekių eksportas didina bendrąsias šalies pajamas ir teigiamai veikia gamybą. Eksporto didinimas turi labai didelę reikšmę šalies ūkiui, todėl, paprastai, stengiamasi jį visokeriopai skatinti ir remti įvairiomis ekonominėmis bei įstatyminėmis priemonėmis. Pavyzdžiui, ekonominės

priemonės gali būti: valstybės priemokos gamintojams už eksportuojamas prekes, prekių pardavimas užsienyje mažesnėmis kainomis nei vidaus rinkoje.

Tarptautinė prekyba gali turėti ir neigiamą įtaką. Pirmiausia, ji gali padidinti eksportuojamų prekių kainas šalies viduje, nes mažėja jų pasiūla vidaus rinkoje. Be to, prekių eksportas paprastai visada naudingas gamintojui ir nenaudingas vartotojui šalyje.

Kitokį poveikį ūkiui, gyventojams daro prekių ir paslaugų importas. Importas padidina bendrąją prekių pasiūlą, nes vidaus rinką papildo importuojamos prekės. Tada mažėja kainos, atlyginimai bei užimtumas įmonėse, gaminančiose prekes, artimas importuojamoms. Taigi gamintojams importas nenaudingas, jis naudingas tik vartotojams.

Atsižvelgiant į šiuos tarptautinės prekybos privalumus bei trūkumus, galima teigti, kad pageidautina būtų įsivežti tik tokias vartojimo prekes, kurių šalyje pagaminti negalima. Tinkamai subalansuota užsienio prekyba skatina ekonominę vystymąsi, geriau tenkina vartotojų poreikius.

Kadangi tarptautinės prekybos apimtys ir struktūra nemažai lemia šalies gyventojų gyvenimo lygį, labai svarbi yra gerai parengta tarptautinę prekybą reguliuojanti politika. Tarp importą reguliuojančių priemonių paminėtinos tokios, kaip licencijos, importo kvotos, muitai ir pan. Kiekviena šalis per užsienio prekybos politiką stengiasi realizuoti savo šalies pranašumus ir gauti maksimalią naudą.

Palyginti dar neseniai užsienio prekyba buvo suprantama kaip paprasta prekių ir paslaugų pasikeitimo tarp valstybių visuma. Šiuo metu tai kur kas sudėtingesnis reiškinys. Jis suprantamas kaip tarptautinių integracijų svarbiausia sfera.

Integracinio pobūdžio prekybinės operacijos šiuo metu vystosi dviem pagrindinėmis kryptimis:

1. Pirma, auga tiekimai kooperuojančioms užsienio įmonėms, kontroliuojamoms tos pačios korporacijos.

2. Antra, stambios kompanijos sudaro ilgalaikes tarpusavio sutartis. Taip iš konkurentų pasaulinėje rinkoje tampama gerais partneriais, bendradarbiaujančiais mokslo, gamybos, bei prekių ir paslaugų realizavimo sferose (Bernatonytė, 2005, p. 94).

Dar vienas tarptautinės prekybos privalumas yra tas, kad siekdamas pasinaudoti tarptautinio darbo pasidalijimo privalumais, daugelis šalių savo teritorijoje kuria ypatingas ekonomines zonas. Čia galima laisvai įvežti kapitalą, kurti gamyklas, samdyti vietinius gyventojus, disponuoti didžiąja pagamintos produkcijos ir pelno dalimi. Tokiuose rajonuose tiek importuojamos, tiek eksportuojamos prekės neapmokestinamos, o įmonės, naudojančios naujas, perspektyvias technologijas netgi skatinamos įvairiomis ekonominėmis lengvatomis. Tokių ypatingos paskirties ekonominių zonų

pasulyje priskaičiuojama nemažai. Tai bandoma realizuoti ir Lietuvoje. Tokiose zonose investuojant kapitalą į ekonominę veiklą, galima gauti daug didesnę pelną. Tai naudinga tiek vienai, tiek kitai pusei.

Apibendrinus galima teigti, jog pasaulinis ūkis patiria naudą, kai vyksta mainai tarp atskirų valstybių. Tarptautinių mainų prielaida yra gamybos sąlygų skirtumas. Pavyzdžiui, subtropinio klimato šalys specializuojasi augindamos kavą, citrusinius vaisius, teikdamos paslaugas saulės ir šilto vandens mėgėjams. Atšiaurios klimato šalys tenkina kalnų slidinėjimo pomėgius ir t.t.

Tarptautinės prekybos naudą galima išvelgti ir tame, jog skirtingos šalys pasižymi skirtingu darbo produktyvumu. Naudojant pigią darbo jėgą pasaulinėje rinkoje gausu neaukštos kokybės, bet pigių prekių. Šalys taip pat importuoja prekes (paslaugas), kurių gamyba joms žymiai brangesnė, nei perkant pasaulinėje rinkoje. Vadinasi, tarptautinė prekyba skatina efektyviau naudoti turimus išteklius. Tarptautinei prekybai didelę įtaką daro ir skonių, polinkių bei prioritetų įvairovė. Neįmanoma įsivaizduoti Lietuvos rinkos be kavos, arbatos, citrusinių vaisių.

Tačiau tarptautinės prekybos teikiami privalumai gali pavirsti trūkumais, o tuomet patiriama ir žala. Prekių eksportas padidina eksportuojamų prekių kainas šalies viduje, nes sumažėja pasiūla. Taigi eksportas naudingas gamintojams, bet ne vartotojams. Importas padidina pasiūlą, nes vidaus gamybą papildo importuojamos prekės. Tai naudinga vartotojams, bet ne gamintojams. Taigi tarptautinės prekybos naudą visuomet reikia lyginti su žala (Dunn ir kt., 2005, p. 105).

1.3. Tarptautinę prekybą skatinantys veiksniai

Paskutiniojo dešimtmečio pokyčiai padarė didelę įtaką pasaulio ekonomikai, pagrindinių pramonės šakų žemėlapiui ir įmonių darbo metodams. Pasaulio ekonomikos plėtra greitėja dėl didėjančių prekybos ir kapitalo srautų, finansų rinkų, mažėjančių transportavimo sąnaudų bei esminių pasikeitimų informacijos ir ryšių technologijų srityje. Šie pokyčiai turi ir turės įtakos Europos Sąjungos (ES) ūkio plėtrai ir gyventojų gerovei, todėl ypač svarbu numatyti, kaip galima sukurti veiksmingesnę, į ateitį nukreiptą išorės prekybos politiką, didinančią Europos konkurencingumą.

ES importuoja ir eksportuoja beveik penktadalį viso pasaulio prekių, todėl auganti tarptautinė prekyba prisideda prie ES, jos valstybių narių ekonomikos augimo ir klestėjimo, daro poveikį mūsų kasdieniniam vartojimui. Išaugusi prekyba suteikia vartotojui galimybę rinktis iš platesnio gaminių spektro, o konkurencija tarp užsienio ir vietinių gamintojų mažina kainas bei didina kokybę. Tarptautinė prekyba skatina ekonomikos augimą, tačiau kartu daro ir didesnę įtaką tradicinėms pramonėms šakoms, gamtos išteklių naudojimui, klimatui ir kt. (zum.lt, 2008). Tačiau kokie veiksniai skatina pačią tarptautinę prekybą?

Tarptautinę prekybą skatinantys veiksniai yra tokie:

- ✓ prekybos liberalizavimas;
- ✓ prekių transportavimo laiko trumpinimas;
- ✓ technikos pažanga;
- ✓ daugianacionalinių įmonių steigimas (eroi.ktu.lt, 2008).

Daugelis pasaulio ekonominės integracijos pavyzdžių siejasi su prekybos liberalizavimu. Beveik visos pasaulio valstybės yra sudariusios dvišalių ar daugiašalių laisvosios prekybos sutarčių. Tokių sutarčių pagrindu yra šalinamos kliūtys tarpusavio prekybai, pirmiausia – muitai, taip pat kitos kliūtys: kiekybiniai prekybos ribojimai, rinkos apsaugos priemonės ir pan. Prekybos liberalizavimas tarp valstybių yra grindžiamas jau keletą šimtmečių gyvuojančiu supratimu, kad šalinant kliūtis tarptautinei prekybai yra sukuriamos geresnės sąlygos darbo pasidalijimui, specializacijai, o taip pat konkurencijai. Didesnė konkurencija skatina įmones dirbti efektyviau, geriau naudoti turimus išteklius, o vartotojai dėl to gali pigiau įsigyti prekių, turi didesnę pasirinkimą – taigi kyla visų mūsų gerovė. Būtent dėl to per pastaruosius penkiasdešimt metų importo muitai pasaulyje sumažėjo keletą kartų, o didžiosios dalies prekybos neriboja muitai (eroi.ktu.lt, 2008).

ES bendrosios rinkos pagrindinis elementas yra muitų sąjunga, besiremianti laisvu prekių, asmenų, paslaugų ir kapitalo judėjimu. Muitų sąjunga – kertinis ES bendrosios rinkos elementas, kuriuo remiantis panaikinami visi muitų mokesčiai prekybai tarp ES valstybių narių. Vienas svarbiausių muitų sąjungos bruožų – bendra muitų teritorija ir bendra užsienio prekybos ir muitų politika, pasireiškianti taikant bendrąjį muitų tarifą (Common Customs Tariff) (cust.lt, 2003, p.14). Tai reiškia, kad ūkio subjektai, eksportuojantys arba importuojantys prekes į ES šalis ir iš jų, nepatiria papildomų kaštų, laiko sąnaudų ir nepatogumų, kurie anksčiau atsirasdavo dėl muitinės formalumų taikymo.

Dėl mokslo ir technikos pažangos gilėja ir vystosi darbo pasidalijimas bei kooperacija tiek nacionaliniame, tiek ir tarptautiniame lygyje. Paskutiniame XX amžiaus dešimtmetyje labai paspartėjo tarptautinės ekonomikos internacionalizavimas. Kuriasi naujos ir plečiasi jau funkcionuojančios pasaulio ekonominės sąjungos, sparčiai vystosi apimančios atskirus kontinentus arba valstybių grupes regioninės integracijos, didėja skaičius ir mastai tarptautinių įmonių, veikiančių keliose ar keliolikoje valstybių. Greta multinacionalinių įmonių į rinką vis aktyviau įsitraukia vidutinės ir smulkios įmonės. Konkurencijos aštrėjimą didesniu mastu lemia dalyvių prekybos operacijose skaičiaus augimas. Konkurencijos plėtra spartina jai būdingus procesus: vyksta greitesnis jos formų ir metodų atsinaujinimas, daugėja naujų prekių, technologijų, vyksta naujų pardavimo rinkų paieška. Tokiu būdu

atsiranda visai kitoks konkurencijos lygis ir konkurencinės aplinkos vertinimo poreikis (Simanavičienė, 2005, p. 220).

1.4. Tarptautinės prekybos politika

Kiekviena valstybė, atsižvelgdama į savo ūkio būklę, įvairius kitus veiksnius, konkrečias sąlygas, tam tikru laikotarpiu vykdo gana skirtingą užsienio prekybos politiką. Užsienio prekybos politikos formas galima suskirstyti į dvi pagrindines kryptis: 1) laisvoji prekyba ir 2) protekcionizmas.

Laisvosios prekybos šalininkas A.Smitas teigė, jog kiekviena šalis turėtų plėtoti tik tas gamybos sritis, kurios tai šaliai yra patogiausios, palyginus su kitomis šalimis. Geriausias būdas plėtoti tarptautinį pasidalijimą yra konkurencija. Tam reikalinga laisva, valstybių nevaržoma užsienio prekyba. Svarbiausi užsienio prekybos privalumai yra šie: ji stimuliuoja abipusiai naudingą tarptautinį darbo pasidalijimą, didina visų šalių potencialiai realų nacionalinį produktą, sudaro prielaidas gerinti gyvenimo lygį pasaulyje.

Tačiau laisvoji prekyba turi ir nemaža trūkumų, todėl valstybių užsienio prekybos politika neretai pasukama protekcionizmo kryptimi. Protekcionizmu suprantama “valstybės užsienio prekybos politika, siekianti apsaugoti šalies ūkį nuo užsienio rinkos konkurencijos. Pagrindiniai protekcionizmo tikslai šie: ekonominėmis priemonėmis padaryti šalies ūkį kuo mažiau priklausomą nuo tarptautinio ūkio, išugdyti vidaus gamybos sferas” (Krugman ir kt., 2000, p. 309).

1.5. Tarptautinės prekybos politikos instrumentai

Prekybos politika apima ne tik prekybos, bet ir kitų sričių klausimus (ekonomikos, politikos, organizacinius, administracinius, teisės ir kt.). Šios sąsajos pasireiškia ekonomikos vystymosi įtaka tarptautinei prekybai, politinėmis valstybės nuostatomis, pozicijomis, teisinių aktų nuostatomis.

Tarptautinės prekybos apribojimai gali būti tarifiniai ir netarifiniai.

- ✓ Tarifinių apribojimų pagrindinis akcentas - muitais formuojami apribojimai.
- ✓ Netarifiniai apribojimai pasireiškia kaip kiekiniai ir paslėpto protekcionizmo metodai.

Apibendrinant aukščiau paminėtas protekcionizmo naudojimo priežastis, galima išskirti tokią jo naudojimo sferą: tarptautinės prekybos apribojimo instrumentai dažniausiai taikomi norint apriboti eksportą arba sudaryti palankesnes sąlygas eksportui.

Pagrindinė valstybės užduotis tarptautinės prekybos srityje:

- ✓ Padėti vietiniams gamintojams eksportuoti kuo daugiau produkcijos, padidinant jų konkurentabilumą tarptautinėje rinkoje.
- ✓ Riboti importą, sumažinant užsienio prekių konkurentabilumą vidaus rinkoje.

Dėl to dalis ribojančių metodų (žr.1 lentelę) skirti apsaugoti vidaus rinką nuo užsienio konkurencijos, t.y. nukreipti prieš importą. Kita dalis skirta eksporto skatinimui.

1 lentelė

Prekybos politikos instrumentų klasifikacija

<i>Metodai</i>		<i>Prekybos politikos instrumentai</i>
Tarifiniai		Muitų mokesčiai Tarifų kvotos
N e t a r i f i n i a i	Kiekiniai	Kvotos Licencijos Laisvas susitarimas
	Paslėpti	Valstybės užpirkimai Reikalavimas, kad į sudėtį įeitų vietinių žaliavų komponentai Techniniai apribojimai Mokesčiai ir rinkliavos
	Finansiniai	Subsidijos Kreditavimas Dempingas

Šaltinis: Bernatonytė, Dalia. Tarptautinės prekybos pagrindai: mokomoji knyga

Skirtingos pasaulio šalys naudoja skirtingą įvairių metodų santykį, nustatyti kokį nors vidurkį yra gana sunku, ypač tai pasakytina apie netarifinių prekybos metodų naudojimą.

Valstybės prekybos politika gali reikštis kaip:

- ✓ protekcionizmas;
- ✓ nuosaikus reguliavimas;
- ✓ laisva prekyba (Киреев, 1997, p. 201).

Dažniausiai sutinkama vyriausybės vykdoma nuosaiki prekybos politika, nors apibrėžti, kada prasideda protekcionizmas, o kada pereinama į laisvą prekybą, yra beveik neįmanoma. Todėl visi šie teiginiai ir svyruoja tarp dviejų kraštutinių: kada stengiamasi visai atsiriboti nuo tarptautinės prekybos ir kada valstybė visai nesikiša į užsienio prekybą. Pagal visų apribojimo priemonių kiekį, jų pasireiškimo laipsnį gali būti nustatomas tarptautinės prekybos reguliavimo intensyvumas.

Prieš nusprendžiant įvesti kokius nors prekybos apribojimus, valstybė pirmiausia turėtų apsvarstyti jų bendrą įtaką šalies prekybos politikai ir numatyti galimus kontraveiksmus iš prekybinių partnerių pusės.

1985 m. Ekonominio bendradarbiavimo ir vystymosi organizacija paruošė klausimyną, kuris plačiai naudojamas vyriausybių. Jis padeda įvertinti prekybos politikos tam tikrų veiksmų efektyvumą ir naudą. Jame minimi tokie klausimai:

- ✓ Kokia yra laukiama ekonominė nauda ūkio šakai ar konkrečiai įmonei ir koks bus sukurtas ar išsaugotas darbo vietų skaičius, panaudojus konkretų prekybos reguliavimo instrumentą?
- ✓ Kiek padidės biudžeto pajamos arba kokių prireiks išlaidų įgyvendinti konkretiems veiksams?
- ✓ Kiek išaugs vidaus kainos ir sumažės vartojimas, įvedus tam tikrą apribojimą?
- ✓ Kaip tai paveiks esančią rinkos struktūrą ir konkurenciją joje?
- ✓ Ar leis šios priemonės ilgalaikėje perspektyvoje konkuruoti ūkio šakai pasaulinėje rinkoje, ar neleis jai "užsikonservuoti" esančiame lygyje?
- ✓ Kokią įtaką turės numatoma priemonė giminingoms apsaugomai sferai ūkio šakoms, ypač toms, kurios tiesiogiai vykdo prekybinius mainus (perka - parduoda) su ginama ūkio šaka?
- ✓ Kaip sureaguos prekybiniai partneriai ir kitos šalys, kokie galimų jų atsakomieji veiksmai?
- ✓ Ar numatoma priemonė atitinka dvišales ir daugiašales sutartis, kurias yra pasirašiusi valstybė?¹

1.6. Tarptautinę prekybą įtakojančios institucijos

Kalbant apie tarptautinę prekybą, svarbu apžvelgi bent kelias su tarptautine prekyba susijusias organizacijas.

Pasaulio prekybos organizacija (PPO) yra vienintelė tarptautinė organizacija, reguliuojanti prekybinius santykius tarp tautų. Jos pagrindinis tikslas yra palengvinti prekių gamintojams ir paslaugų tiekėjams, importuotojams ir eksportuotojams veikti pasaulinėje rinkoje. Tai daroma liberalizuojant prekybą, šalinant prekybos barjerus tarp šalių.

PPO įkurta 1995 m. sausio mėn., tačiau jos pirmtake laikoma GATT (Bendrasis susitarimas dėl muitų tarifų ir prekybos (Pass ir kt., 1991, p. 138) (1948 m.). Per 50 metų PPO padarė milžinišką įtaką pasaulio ekonomikai: prekių eksportas kasmet augo vidutiniškai 6 %, 2000 m. prekybos apimtis 22 kartus viršijo 1950 m. lygį. PPO sukūrimas suteikė pasaulinei prekybai institucinę bazę, kurią galima palyginti su pasaulinės valiutos struktūra (Zeller, 1997, p. 30). GATT ir PPO padėjo sukurti stiprią ir klestinčią prekybos sistemą, prisidėjusią prie tokio neprecedentinio ekonomikos vystymosi.

¹ <http://www.straipsniai.lt/vadyba/puslapis/3637>

GATT sutartį 1948 m. pasirašė 40 narių, šiuo metu PPO narių skaičius viršija 140 (visos kartu jos sudaro 97 % pasaulio prekybos). Dar su beveik 30 šalių vyksta derybos dėl narystės organizacijoje. Būstinėje Ženevoje dirba apie 500 žmonių. PPO yra vienintelė tarptautine organizacija, besirūpinanti prekybos tarp šalių taisyklėmis. Ji remiasi sutartimis, kurias ji inicijavo ir kurias pasirašė daugelis pasaulio valstybių. Šios sutartys sudaro teisinį pasaulinės prekybos pagrindą.

Pagrindinis PPO tikslas yra sudaryti sąlygas kiek galima laisvesnei prekybai. Tai atliekama šalinant arba mažinant prekybos kliūtis, užtikrinant prekybos skaidrumą ir nuspėjamumą.

Funkcijos:

- ✓ PPO sutarčių administravimas;
- ✓ forumas prekybos deryboms;
- ✓ prekybos ginčų sprendimas;
- ✓ nacionalinių prekybos politikų monitoringas;
- ✓ techninė pagalba ir apmokymai besivystančioms šalims;
- ✓ bendradarbiavimas su kitomis tarptautinėmis organizacijomis.

Pagrindiniai PPO principai:

1. Prekyba be diskriminavimo. Tai pasireiškia tuo, jog a) visos šalys tarpusavio prekyboje taiko didžiausio palankumo statusą ir b) užsienio prekėms ir paslaugoms taiko tą patį nacionalinį režimą kaip ir savo šalyje pagamintoms.

Didžiausio palankumo statusas reikalauja, jog jeigu šalis kokiai kitai šaliai suteikė palankesnes sąlygas, tai ji turi jas taikyti ir visoms kitoms PPO narėms. Ankščiau šis principas buvo taikomas tik prekėms (GATT), o dabar ir paslaugoms (GATS) bei intelektualines nuosavybės (TRIPS). Tiesa, yra leidžiamos išimtys. Viena jų, tai teisė kurti laisvos prekybos zonas. Kita – tai teisė taikyti prekybos apribojimus prieš šalį, kuri taiko nesąžiningas priemones. Paslaugose taip pat numatytos tam tikros išimtys. *Nacionalinis režimas* reiškia, jog vietinėje rinkoje tiek savų gamintojų, tiek užsieniečių prekės ir paslaugos, kai jos perkirto sieną, turi būti traktuojamos vienodai. Apmuitinimas tuo atveju nelaikomas nusižengimu.

2. *Laisvėjanti prekyba*, pasiekama derybų metu. Laisvesnė prekyba pasiekama mažinant įvairius prekybos barjerus tokius kaip muitai, kvotos, valiutos politika ir panašai. Nuo GATT įkūrimo pradžios 1947-48 metais, jau praveisti 8 derybų raundai. Iš pradžių jų tikslas buvo mažinti tarifus, bet vėliau išsiplėtė ir į kitas sritis (paslaugas, intelektualinę nuosavybę). Industrinės valstybės liberalizuoja prekybą sparčiau nei besivystančios.

3. *Prekybos sąlygų nuspėjamumas*. Įmonės, investuotojai ir vyriausybės turi būti tikri, jog prekyboje niekad staiga neatsiras kliūčių. Vis daugiau ir daugiau prekybos sąlygų yra "priirišamos".

Prekybos sąlygų stabilumas ir nuspėjamumas skatina investicijas ir prekybą, o tai veda prie naujų darbo vietų sukūrimo ir pigesnių prekių vartotojams. Visos PPO narės prisiima įsipareigojimus pririšdamos savo muitus, tai yra įsipareigodamos jų nekelti aukščiau tam tikrų ribų. Urugvajaus raundo rezultate industrinės valstybės įsipareigojo pririšti 99 procentus tarifų, o besivystančios 73. Žemės ūkyje 100 procentų tarifų yra pririšta. Šalis gali pakeisti savo tarifų lubas, bet tik derybų metu ir kompensavus prekybos partneriams nuostolius. Kitas būdas padidinti nuspėjamumą – tai apriboti kvotas ir kitus kiekybinius apribojimus, kurie veda prie korupcijos ir nesąžiningos konkurencijos. Dar vienas būdas - tai užtikrinti šalies prekybos taisyklių skaidrumą. Šalys turi pastoviai informuoti apie prekybos taisyklių pakeitimus, yra įkurtas prekybos politikos peržiūros mechanizmas.

4. Sudaromos *palankesnės sąlygos konkurencijai* šalinant nesąžiningus veiksnius, tokius kaip eksporto subsidijos ar dempingas (prekių pardavimas kainomis žemiau kaštų ar vidaus rinkos kainų). PPO taisyklės siekia apibrėžti, kas yra sąžininga ir kas ne, ir kokias priemones šalys gali taikyti, kai su jomis vykdoma nesąžininga prekyba. Daugelis PPO sutarčių yra skirtos sąžiningai konkurencijai užtikrinti.

5. *Palankesnių prekybos sąlygų sudarymas besivystančioms šalims*. Dauguma prekybos sutarčių numato įvairias lengvatas besivystančioms šalims. Urugvajaus raundas numatė joms pereinamuosius laikotarpius įsipareigojimams įgyvendinti. Specialus statusas numatytas labiausiai atsilikusioms šalims.

PPO, Pasaulio bankas (PB) ir Tarptautinis valiutos fondas (TVF) veikia globaliai, tačiau yra nemažai ir regioninio lygmens tarptautinių organizacijų, padedančių skatinti prekybą tarp atskirų šalių grupių:

- ✓ Europos Sąjunga (ES);
- ✓ Bendroji Andų rinka (ACM);
- ✓ Europos laisvosios prekybos asociacija (EFTA);
- ✓ Vidurio Europos laisvosios prekybos asociacija (CEFTA);
- ✓ Šiaurės Amerikos laisvosios prekybos asociacija (NAFTA);
- ✓ Lotynų Amerikos ekonominės integracijos asociacija (ALADI);
- ✓ Pietryčių Azijos šalių asociacija (AFTA);
- ✓ Azijos ir Ramiojo vandenyno šalių ekonominio bendradarbiavimo sutartis (APEC) ir kt.

Dar viena pagrindinių organizacijų, susijusių su tarptautiniu verslu ir prekyba yra Tarptautiniai prekybos rūmai (toliau - ICC, International Chamber of Commerce). ICC - tai pasaulio verslo organizacija, atstovaujanti visų verslo ir pramonės šakų įmonių ir verslo organizacijų interesus bet kuriame pasaulio krašte. Įkurta daugiau nei prieš 85 metus, organizacija šiandien jungia verslininkus iš daugiau nei 130-ies šalių, o savo nacionalinius komitetus turi 90-tyje valstybių. ICC - vienintelė

organizacija, galinti kalbėti pasaulio verslo visuomenės vardu. ICC kuria ir platina tarptautinius verslo ir prekybos standartus, rekomendacijas bei taisykles, bendradarbiauja kuriant ir tobulinant tiek nacionalinius, tiek ir tarptautinius įstatymus, įtakojančius verslą. Nors ICC standartai, rekomendacijos ir taisyklės nėra visiems privalomos, tačiau pripažįstamos ir plačiai naudojamos visame pasaulyje. ICC tikslas - verslas “be sienų” visame pasaulyje. Tarptautiniai prekybos rūmai siekia skatinti užsienio prekybą, investicijas ir rinkos ekonomiką, taip pat teikia verslui įvairias paslaugas (Arbitražo teismas, Tarptautinis pramonės ir prekybos rūmų biuras, kovos su komerciniais nusikaltimais biuras). ICC tiki, kad tarptautinė prekyba yra stipri jėga, galinti užtikrinti taiką ir klestėjimą pasaulyje. ICC aktyviai bendradarbiauja su tarptautinėmis ir tarpvyriausybėmis organizacijomis, o per savo nacionalinius komitetus padeda savo nariams suformuluoti verslo interesus, ir teikia pasiūlymus nacionalinėms vyriausybėms (Simanavičienė, 2002, p. 125).

Nuo pat Jungtinių Tautų organizacijos (JTO) įkūrimo, ICC buvo suteiktas aukščiausiojo rango konsultanto statusas, o pastaraisiais metais JTO ir ICC bendradarbiavimas įgauna vis aktyvesnį, įvairiapusiškesnį ir produktyvesnį turinį. Šiandien ICC yra išskirtinis, privilegijuotas tarptautinių ir regioninių organizacijų partneris, turintis teisę kartu spręsti pasaulinės reikšmės verslo klausimus.

Panaudojus ICC Nacionalinių komitetų tinklą ir pripažintus ryšius su pagrindinėmis tarpvyriausybėmis organizacijomis, ICC parengė informacinę kampaniją, kuri atkreipė vyriausybių dėmesį į verslo reikalus ir Pasaulio prekybos organizacijos derybose buvo pasiekta daug palankių sprendimų dėl prekybos liberalizavimo.

Be to, ICC įgijo pasaulinį pripažinimą, skatindama muitines laikytis Tarptautinių muitinių taisyklių, kurios numato pašalinti “raudoną juostą” ir sutrumpinti nepagrįstai ilgai trunkančias procedūras muitinėse.

ICC iškovojo teisę verslo atstovams dalyvauti pasaulio šalių vyriausybių svarstymuose apie globalią politiką verslo informacijos kodavimo srityje, t.y. įvykdė persilaužimą esminiuose elektroninės komercijos klausimuose. 2000 m. kovo mėnesį vykusiame ICC 33-jame Pasauliniame Kongrese Budapešte buvo aiškiai įvardinta elektroninio verslo reikšmė ir įtaka beveik visuose ekonomikos sektoriuose.

ICC aktyviai kovoja su korupcija. Tam tarnauja šios organizacijos parengtos taisyklės kovai su kyšininkavimu bei reketu tarptautinėse verslo transakcijose. ICC rengdama taisykles, aktyviai bendradarbiauja su Ekonominio bendradarbiavimo ir vystymo organizacija (OECD) ir Pasaulio banku.

ICC dirba 18 skirtingų sričių komisijų. Komisijų veikloje dalyvaujantys verslininkai bei įvairių sričių specialistai reguliariai susitinka nagrinėti probleminių klausimų, atstovauja tarptautinėms kompanijoms ir pasaulinėms organizacijoms. Jie atlieka įstatymų, jų projektų ir kitų norminių aktų,

įtakojančių įvairias verslo sritis, analizę, teikia pastabas, pasiūlymus bei vertinimus vyriausybėms bei svarbioms tarptautinėms organizacijoms. ICC komisijų veikla - tai pagrindas verslo standartų ir rekomendacijų kūrimui bei tobulinimui. Be ataskaitų ir kitų svarbių dokumentų, ICC komisijos dar leidžia vadovus, žinynus ir kitus leidinius, skirtus sparčiai verslo plėtrai mažiausiomis sąnaudomis.

Kita svarbi institucija yra Tarptautinis valiutos fondas (TVF). Ši tarptautinė nevyriausybinė organizacija, specializuota Jungtinių Tautų įstaiga, įkurta 1945 metais Jungtinių Tautų Breton-Vudo konferencijos nutarimu. Lietuva taip pat yra priimta į šią organizaciją (1992m.) (Grižas, 1997, p. 12).

Oficialus TVF uždavinys - skatinti tarptautinį bendradarbiavimą valiutų sferoje ir prekybą. Fondas kontroliuoja tarptautinių valiutinių-prekybos sutarčių vykdymą, teikia valstybėms trumpalaikius kreditus mokėjimų balansui išlyginti, skatina ir remia daugiašalės atsiskaitymų sistemos kūrimą.

Kiekvienos valstybės kvota TVF kapitale apskaičiuojama atsižvelgiant į tos valstybės bendrąjį nacionalinį produktą vienam žmogui, užsienio prekybos apimtį ir daugelį kitų ekonominių rodiklių, tuo apsprendžiant kiekvieno dalyvio balsų skaičių priimant sprendimus.

Šiuo metu kuriasi daug tarptautinės prekybos kompanijų. Vienas pagrindinių tarptautinių kompanijų iškilimo priežasčių, anot K.B.Paulavičiaus, yra verslo, finansų, prekybos ir kapitalo internacionalizavimas. Šis vyksmas pasireiškia “stambių pramonės įmonių ir bankų ekspansija tarptautinėje arenoje, steigiant savo padalinius ir dukterines kompanijas kitų šalių teritorijoje” (Paulavičius, 2001, p. 8).

Tarptautinės prekybos kompanijos suinteresuotos įtraukti užsienines kompanijas į savo prekybos sandorius. Taip yra dėl to, kad pajamos, gaunamos iš sandorių perkant prekes vienoje šalyje ir parduodant jas kitoje šalyje, kaupiamos užsieninėje kompanijoje, kuri yra atleista nuo mokesčių pagal registracijos vietą.

Dėl mažų mokesčių tarifų tokių kraštų kaip Meno Sala, Madeira ir Kipras jurisdikcija yra labai palanki verslininkams, vykdančioms sandorius Europos Sąjungoje. Norintiems sudaryti tokius sandorius privaloma būti registruotiems ES teritorijoje kaip PVM mokėtojams. Su tuo yra susijęs mokesčių sumažinimo klausimas. Naudotis Karibų kompanijomis tokiais atvejais netinka, tad dėl šių sumetimų pačios populiariausios yra Meno Salos, Kipro ir Madeiros jurisdikcijos.

Lėšų pervedimas į mažų mokesčių jurisdikcijos šalis per kompanijas, įsteigtas mažų mokesčių jurisdikcijos šalyse, leidžia didelių mokesčių jurisdikcijos šalyse įregistruotoms kompanijoms kompensuoti prekybos nuostolius (Douglass ir kt., 2003, p 140).

1.7. ES bendroji prekybos politika

Europos Sąjunga – didžiausia pasaulio prekiautoja, kurios importas ir eksportas sudaro 20 % pasaulio importo ir eksporto. Laisva jos narių tarpusavio prekyba beveik prieš 50 metų padėjo sėkmingai sukurti ES. Todėl Sąjunga yra dedanti daugiausiai pastangų siekiant liberalizuoti pasaulio prekybą abipusei ir turtingų, ir neturtingų šalių naudai.

Dėl išaugusios prekybos spartėja viso pasaulio ekonominis augimas, tai teikia naudos visiems. Vartotojai turi platesnį prekių pasirinkimą. Dėl importuotų ir vietos prekių konkurencijos mažėja kainos ir didėja kokybė. Liberalizavus prekybą, našiausi gamintojai gali sąžiningai konkuruoti su konkurentais kitose šalyse, kurių vyriausybės turi sumažinti importo muitus, taikomus nacionalinėms bendrovėms apsaugoti.

Pagrindinis ES principas yra atverti savo rinką importui iš išorės, jei jos prekybos partneriai daro tą patį. Kartu ji siekia liberalizuoti prekybą paslaugomis. Tačiau ES yra pasirengusi daryti nuolaidų besivystančioms šalims, leisdamą joms savo rinkas atverti lėčiau negu pramoninėms šalims, ir padeda joms integruotis į pasaulio prekybos sistemą.

Kliūčių laisvai prekybai ES panaikinimas daug prisidėjo prie jos klestėjimo, tai sutvirtino ES įsipareigojimą siekti pasaulio prekybos liberalizavimo. ES valstybės narės panaikindamos tarpusavio prekybos tarifus, taip pat suvienodino tarifus iš išorės importuojamoms prekėms. Tai reiškė, kad prekėms taikomas vienodas tarifas, nesvarbu, ar jos į ES įvežtos per Atėnų, ar per Hamburgo uostą. Todėl automobilis iš Japonijos, už kurį muftas sumokamas jį atvežus į Vokietiją, gali būti nuvežtas į Belgiją ar Lenkiją ir ten parduotas taip pat, kaip ir vokiškas automobilis. Papildomu muftu jis neapmokestinamas.

Suderinto Bendrojo išorės mufto tarifo (BIMT), kaip jis buvo vadinamas, sukūrimas reiškė, kad ES šalys tarptautinėse prekybos derybose turėjo dalyvauti kaip viena grupė. Taigi, išorės prekyba tapo viena iš pirmųjų Europos integracijos priemonių, kuriai valstybės narės turėjo sutelkti savo suverenitetą.

ES prekybos politika glaudžiai siejasi su jos plėtros politika. Sąjunga suteikė galimybę didžiąjai importo iš besivystančių ir pereinamojo laikotarpio ekonomikos šalių daliai patekti į jos rinką be mufto arba taikant sumažintus lengvatinius tarifus pagal jos Bendrąją lengvatų sistemą (BLS). ES žengė dar toliau 49 neturtingiausių pasaulio šalių atžvilgiu – visas jų eksportas (vienintelė išimtis – ginklai) į ES rinką pagal 2001 m. pradėtą programą gali būti įvežamas be mufto (europa.eu, 2007).

Be šių vidinių, plėtrą skatinančių ir vienijančių veiksnių egzistuoja ir išoriniai. Nuolat auganti Japonijos ir kitų naujai industrializuotų valstybių konkurencinė prekyba gali paskatinti ES imtis

griežtesnių protekcionistinių priemonių, kurios taps savotišku politiniu atsaku nesąžiningos ir neteisėtos prekybos pareiškimams. Be to, Rytų Europos perėjimas prie rinkos ekonomikos ne tik padidino prekybos mastus, bet ir iškėlė tokias problemas kaip didėjantis valstybių poreikis prisijungti prie bendros ES prekybos rinkos.

Kol Urugvajaus derybų ratas (angl.k. - *Uruguay Round*) liberalizuos prekybos politiką tokiuose svarbiuose sektoriuose kaip agrokultūra ir tekstilė, nėra jokių prielaidų, jog protekcionizmo poreikis išnyks ir egzistuojančios protekcionistinės priemonės susilpnės. Dabartinės ES rinkos dydis ir besitęsiantis augimas ES vidaus rinkoje kelia klausimą, kaip ES prekybos politika reaguos ir prisitaikys prie šių įtakojančių veiksnių. Ar bendroji rinka suteiks kokių nors galimybių ne ES bloke esančioms valstybėms, o gal ji vystys “Europos tvirtovės” politiką? (Roarty, 1996, p.3).

1.8. Aplinkosauginių apribojimų integravimas tarptautinėje prekyboje

Šiandien yra labai svarbu suprasti, kaip prekyba gali įtakoti mus supančią aplinką. Ryšiai tarp aplinkos ir prekybos nėra atskiri, tačiau jie fundamentaliai susiję. Labai daug žalos aplinkai yra padaroma dėl žymiai padidėjusios ekonominės veiklos globaliu mastu. Taigi besivystant ekonominei globalizacijai iškyla vis daugiau aplinkosauginių problemų.

Plačiaja prasme prekybą ir aplinkosaugą sieja tai, jog ekonominės veiklos kaip tik ir yra vykdomos konkrečioje aplinkoje. Tai pagrindas visų žinomų sąnaudų (metalų, mineralų, žuvininkystės, miškų). Ta pati aplinka sugeria visas nereikalingas atliekas, kurias išskiria mūsų vykdomos ekonominės veiklos.

Kitu požiūriu aplinkosauga ir prekyba sudaro dvi skirtingas tarptautinės teisės dalis. Prekybos teisė išreikšta tokiose struktūrose kaip Pasaulio Prekybos Organizacija ir regioninės prekybos susitarimuose. Aplinkosaugos teisė yra išreikšta daugiašaliuose aplinkosaugos susitarimuose, regioniniuose susitarimuose, o taip pat kaip nacionalinės ar subnacionalinės taisyklės. Žinoma, šios dvi teisinės sistemos turi tarpusavyje sąveikauti. Tarptautinė aplinkosaugos teisė vis labiau pabrėžia, kaip valstybės formuos savo ekonomines veiklas, o tarptautinė prekybos teisė pabrėžia, kaip šalys turėtų kurti vietos įstatymus, pavyzdžiui, intelektualinės nuosavybės teisių, investavimo politikos ir aplinkosaugos įstatymus.

Galiausiai daugiausia klausimų kyla būtent dėl prekybos-aplinkos sąveikos. Kokios institucijos gali padėti užtikrinti, jog vykdomos prekybinės ir aplinkosaugos politikos bus abipusiai naudingos? Kur ir kaip ginčytini klausimai turi būti išspręsti? Ar turėtų būti įvertintas prekybinių susitarimų ir vykdomos prekybos politikos poveikis aplinkosaugai? Kokį vaidmenį turėtų atlikti pati visuomenė?

Tarptautinis aplinkos valdymas

Tarptautinės aplinkosaugos režimo struktūra turi atspindėti problemą, kuri yra iškelta. Šis režimas, saugantis biologinę įvairovę, turi pasitelkti daugybę skirtingų priemonių, remtis daugybe šalininkų ir skirtingais instituciniais sutvarkymais. Vis dėlto dauguma aplinkosauginių režimų turi remtis keletu fundamentalių principų:

1. **Prevencija.** Tai pakankamai brangus, sudėtingas ir beveik neįmanomas būdas siekiant atstatyti jau pažeistą aplinką, todėl pirmiausia reikia stengtis bet koku būdu išvengti šios žalos.
2. **Atsargumas.** Žalos tikimybę apskaičiuoti yra pakankamai sudėtinga, nes mūsų ekologinių ir aplinkosauginių procesų žinios yra per daug primityvios, ir jos yra paremtos tik atliekamais moksliniais tyrimais. Deja, mokslas ne visada pateikia aiškių patarimų, kokius skaičiavimus būtina atlikti, todėl dažnai tenka susidurti su daugybe neaiškumų. Šio principo esmė ta, kad įtikinamų mokslinių įrodymų trūkumas nepateisina neveiklumo, ypač kai neveiklumo padariniai gali būti pribloškiantys neigiama prasme arba kai veiklos kaštai nežymūs.
3. **Subsidiarumo principas.** Aplinkosaugos valdymo organizacija kelia sau iššūkį – išnagrinėti ryšius tarp individų ir globalinių jų veiksmų pasekmių. Tai reiškia, kad taisyklės, išvystytos viename lygmenyje, pavyzdžiui - tarptautiniame, turi būti pritaikytos sąlygoms plačioje regioninių ar vietinių aplinkų įvairovėje. Subsidiarumo principas reikalauja priimti sprendimą - nusileisti iki žemiausio vyriausybės ar politinės organizacijos lygmens, kur galima efektyviai imtis veiksmų.
4. **Bendra, bet diferencijuota atsakomybė.** Dauguma aplinkosauginių režimų reikalauja daugybės turtingų bei skurdžių valstybių įsitraukimo į šį procesą. Tačiau ne visos šalys yra vienodai atsakingos už praeityje padarytą žalą aplinkai, juolab, kad skirtingos valstybės naudoja ir skirtingus išteklius. Taigi nors ir vieningai valstybės pripažįsta bendrą atsakomybę už aplinką, jos taip pat diferencijuoja savo pastangas aplinkos išsaugojimo procese.
5. **Atvirumas.** Atvirumas turi du elementus: aiškumą ir viešą dalyvavimą politikos kūrimo procese. Efektyviam aplinkos valdymui yra būtini abu elementai, kadangi siekiant tinkamai apsaugoti aplinką reikia kuo didesnio žmonių srauto įsijungimo kuo didesnėje erdvėje. Dauguma aplinkosauginių režimų yra pakankamai atviri, pajungiantys įvairias aplinkos išsaugojimo organizacijas, žiniasklaidą ir internetą (komunikacija su visuomene). Daugelis leidžia nevyriausybiniams organizacijoms dalyvauti diskusijose ir derinti įvairias kitas sąlygas.
6. **Teršėjo apmokestinimo principas.** 1972 m. šis principas buvo pateiktas Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijai (OECD) apsvaistyti. Tuo metu buvo paskelbta, kad

teršėjai turi padengti visas išlaidas, numatytas aplinkosaugos reguliavimo taisyklėse ir standartuose. Tokiu atveju subsidijavimas negalimas (2000, *Environment and trade*).

Taigi reagavimas į klimato kaitos problemas reikalauja visuotinių pastangų. Subalansuota plėtra - tai bendras daugiau nei 180 šalių, pasirašiusių *Kioto protokolą*, tikslas. Beveik visos pramoninės šalys įsipareigojo mažinti bendrą išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekį 2008-2012 m. Taip pat buvo nustatytos konkrečios užduotys atskiroms šalims. Lietuvai, kaip ir daugeliui kitų valstybių (žr. 2 lentelę), buvo nustatyta užduotis minėtą periodą 8% sumažinti išmetamų į atmosferą šiltnamio dujų kiekį. 1990 m. šis taršos į atmosferą kiekis Lietuvoje apytiksliai siekė 50 mln. tonų, o 2004 m. – apie 17 mln. tonų, todėl manoma, kad Lietuvoje Kioto protokolo reikalavimas bus įvykdytas.

2 lentelė

Taršos mažinimas ES valstybėse

Kiekvienos iš ES-15 grupės valstybių indėlis siekiant bendro 8% taršos lygio sumažinimo pagal Kioto protokolą		ES valstybės narės, išsikėlusios individualius taršos mažinimo tikslus pagal Kioto protokolą	
Austrija	-13%	Bulgarija	-8%
Belgija	-7.5%	Čekijos Respublika	-8%
Danija	-21%	Estija	-8%
Suomija	0%	Vengrija	-6%
Prancūzija	0%	Latvija	-8%
Vokietija	-21%	Lietuva	-8%
Graikija	+25%	Lenkija	-6%
Airija	+13%	Rumunija	-8%
Italija	-6.5%	Slovakijos Respublika	-8%
Liuksemburgas	-28%	Slovėnija	-8%
Olandija	-6%		
Portugalija	+27%		
Ispanija	15%		
Švedija	+4%		
Didžioji Britanija	-12.5%		

Šaltinis: http://ec.europa.eu/environment/climat/campaign/actions/euinitiatives_lt.htm

Kampanija siekiama, kad žmonės pajustų asmeninę atsakomybę už klimato kaitą: tam teikiami praktiniai patarimai, kaip kiekvienas gali padėti sumažinti išmetamų teršalų, pakeisdamas įpročius, pvz., pasirinkdamas mažai elektros energijos naudojančias lemputes arba rūšiuodamas atliekas. Kampanijoje naudojamos įvairios informavimo priemonės – televizija, reklama internete ir gatvėse, tam skirtos tinklavietės ir speciali mokyklų programa (Klimato kaita, 2007).

Taigi, vystant užsienio prekybą, ieškant jos privalumų, būtina derinti ir aplinkosauginius klausimus. Tą turėtų pradėti daryti kiekviena šalis pirmiau žiūrėdama į save. Todėl toliau, tolimesnėse dalyse, bus atliekama Lietuvos užsienio prekybos analizė ir daromos išvados, kaip mūsų šaliai sekasi, bei kokios tolimesnės tendencijos ir perspektyvos.

2. LIETUVOS UŽSIENIO PREKYBOS ANALIZĖ

Atliekant Lietuvos užsienio prekybos analizę šiame skyriuje bus pateikta informacija apie Lietuvos užsienio prekybos raidą ir dabartinę situaciją. Apžvelgiant Lietuvos įstojimo į PPO ir ES niuansus, bus galima pateikti eksporto-importo motyvus bei problemas. Taip pat pasitelkus statistinius duomenis bus analizuojami Lietuvos užsienio prekybos rodikliai ir pateikiama SSGG analizė.

2.1 Lietuvos užsienio prekybos raida

Po nepriklausomybės atkūrimo įvykusios permainos iš esmės pakeitė Lietuvos ekonominius santykius su kitomis šalimis bei užsienio prekybos politikos kryptis. Prisijungimas prie Pasaulinės prekybos organizacijos (PPO), pasirašytos laisvosios prekybos sutartys su daugeliu šalių, sudarytos sąlygos laisvam kapitalo judėjimui į Lietuvą ir iš jos leidžia teigti, kad Lietuva tapo atviros ekonomikos šalimi. O atvirose ir nedidelėse šalyse ūkio augimui lemiamą reikšmę turi užsienio prekybos plėtra².

Buvo priimta daug vienašalių ir sutartinių sprendimų, kuriais remiantis sukurtas dabartinis Lietuvos užsienio prekybos režimas ir prekybos politikos formavimo struktūra. Derybos dėl stojimo į PPO ir su tuo susiję išipareigojimai užsienio prekybos, žemės ūkio politikos, konkurencijos politikos, mokesčių, viešųjų pirkimų ir kitose srityse atliko svarbų vaidmenį kuriant Lietuvos ekonominę politiką ir užsienio prekybos politikos strategiją. Dvišaliai ir regioniniai laisvosios prekybos susitarimai, ypač su Europos Sąjunga (ES) ir kitomis dviem Baltijos šalimis, buvo kitas svarbus veiksnys kuriant Lietuvos užsienio prekybos politiką.

Lietuvoje, kaip ir kitose Vidurio ir Rytų Europos šalyse, užsienio prekybos liberalizavimas buvo svarbi perėjimo į rinkos ekonomiką proceso dalis. Jis buvo susijęs su kainų liberalizavimu ir lūkesčiais, kad importuojamų prekių konkurencija darys įtaką kainų šalies viduje mažėjimui, tarptautiniu darbo pasidalijimu grindžiamai specializacijai ir technologinio gamybos lygio didėjimui, efektyvumo ir gerovės kilimui, o vartotojams ir gamintojams užtikrins didesnę prekių pasirinkimą. Lietuvos užsienio prekybos perorientavimas iš buvusios SSRS į Vakarų šalis ir jos integracija į pasaulio ekonomiką ne tik sudarė esminį šalies perėjimo į rinkos ekonomiką elementą, bet ir buvo siejama su Lietuvai svarbiais politiniais ir saugumo aspektais.

² http://www.lb.lt/lt/leidiniai/pinigu_studijos2003_4/rudzkis.pdf

Anksčiau Lietuvos užsienio prekybą vykdė valstybinės įstaigos, ji buvo griežtai reguliuojama kvotomis ir licencijomis. Dėl to buvo poreikis iš naujo kurti visą užsienio prekybos sistemą. Kadangi „centrinis planavimas pats savaime buvo pagrindinis netarifinis prekybą slopinantis barjeras, tai jo panaikinimas buvo didelis žingsnis atviros ekonomikos link“. Dėl šio sisteminio pasikeitimo po keleto metų užsienio prekyba buvo liberalizuota ir prasidėjo prekybos srautų persiorientavimas, atspindintis šalies santykinis pranašumas³.

Lietuvos užsienio prekybos politika buvo liberalizuojama įgyvendinant tiek vienašales, tiek ir sutartines priemones. 1993 m. priimtas naujas prekybos įstatymas ir panaikinti dar likę kiekybiniai eksporto apribojimai. Ribotam laikui buvo palikti eksporto muitai kai kuriems vietiniams žaliavų produktams (kailiams ir medienai). Importo srityje buvo nustatyti beveik vienodi ir santykinai nedideli muitai. Buvo panaikinti specifiniai 10 procentų dydžio maito mokesčiai už importą tvirta valiuta ir statistinės prekybos rinkliavos, kurios buvo nustatytos informacijai apie prekybos srautus registruoti. Kartu pamažu buvo šalinami mokėjimų apribojimai. Daugelio netarifinių prekybos barjerų pašalinimas ir santykinai nedideli importo muitai prisidėjo prie spartaus užsienio prekybos apimties didėjimo⁴.

2.2 Integracija į PPO

Narystė PPO suteikia Lietuvos prekybos režimui stabilumo ir patikimumo, tarpusavio prekyba tampa liberalesnė, skaidresnė ir nuspėjama. Taip pat narystė PPO turi didžiulę reikšmę skatinant eksporto plėtrą, gerinant verslo aplinką – šalies gamintojams suteikiama naujų galimybių plėtoti tarptautinius prekybinius santykius su 144 pasaulio valstybėmis, kartu suvienodinamos konkurencijos sąlygos. Svarbu yra tai, kad narystė PPO verčia visas šalis nares laikytis vienodų taisyklių, nepaisant šalies apyvartos reikšmingumo pasaulyje.

Lietuvai įstojus į PPO atsirado daug daugiau prekybos galimybių. Narystė PPO suteikia Lietuvos prekybai patikimumo ir stabilumo, tai yra svarbu prekybos partneriams ir investuotojams. Dėl to Lietuva tampa patrauklesnė užsienio kapitalo investicijoms. Lietuvos narystė šioje organizacijoje suteikia nemažai teisių ginant savo prekybos interesus, dalyvaujant pasaulinės prekybos liberalizavimo procese bei derantis dėl palankesnių prekybos sąlygų su stojančiomis šalimis. Lietuvai suteikta galimybė dalyvauti pasauliniame derybų procese ir daryti įtaką tolesniam pasaulinės prekybos

³ <http://www.lrinka.lt/Straipsn/Studija.phtml>

⁴ http://www.lbank.lt/lt/leidiniai/pinigu_studijos2000_3/vilpisauskas.pdf

liberalizavimui, dalyvauti daugiašalėse derybose ir išreikšti savo poziciją. Narystė PPO turi didžiulę reikšmę eksporto plėtrai. Lietuvai taikomas didžiausio prekybos palankumo režimas, ir nė viena šalis negali diskriminuoti lietuviškos produkcijos bei privalo Lietuvos eksportuotojams savo rinkoje suteikti tokias pat geras sąlygas kaip ir kitoms prekėms, importuojamoms iš PPO šalių. Taip pat po įstojimo į PPO Lietuva turi geresnes galimybes derėtis dėl palankesnių verslo sąlygų. PPO įpareigojo Rusiją peržiūrėti Lietuvos žemės ūkio produktams importo ir eksporto muitus bei netarifinius apribojimus. Tai gera galimybė Lietuvai išsiderėti palankesnių prekybos su Rusija sąlygų. PPO suteikia Lietuvai teisę pasinaudoti tam tikromis priemonėmis prieš nesažiningą konkurenciją: imti antidempingo muitus įvežamai į Lietuvą produkcijai mažomis dempingo kainomis, naudoti kompensacinius muitus ir pan.

Tačiau be privalumų egzistuoja ir tam tikrų narystės trūkumų. Lietuvai įstojus į PPO, padidėjo konkurencija. Importuojama produkcija sudaro konkurencinį spaudimą vietos gamintojams, todėl atsiranda bankroto grėsmė, ypač tuo atveju, jeigu nebuvo užtikrinta rinkos apsauga. Lietuvai atsisakius subsidijuoti žemės ūkio eksportą pagal PPO reikalavimus, ši ūkio šaka atsidūrė gana sudėtingoje padėtyje dėl nevienodų konkurencijos rinkose sąlygų. Manoma, kad jei kitos šalys subsidijuoja žemės ūkį, tai taip turėtų daryti ir Lietuva. Tačiau subsidijavimas padarytų neigiamų padarinių, nes pabrangintų vartotojų perkamą produkciją ir tai sukeltų prieštarinę reakciją į kainas ir konkurenciją. Dar vienas minusas, kad Lietuvai tapus PPO nare į vietos rinką patenka pigesnių ir prastesnių prekių. Tokiu būdu sumažėja vartotojų išlaidos ir jiems sudaromos geresnės pasirinkimo sąlygos, atsižvelgiant į prekių kokybę, vartotojų galimybes ir poreikius. Tačiau nepaisant visų šių trūkumų, Lietuvai PPO narystė yra labai reikšminga dėl galimybės dalyvauti pasauliniame derybų procese ir veikti tuos procesus⁵.

2.3 Integracija į ES

ES diplomatinių santykių su Lietuva pradžia laikoma 1991 m. rugpjūčio 27 d., kai ES pripažino Baltijos šalių nepriklausomybę. Netrukus Baltijos šalys buvo įtrauktos į PHARE programą, o maždaug po pusmečio ES pasirašė su jomis dvišales prekybos ir bendradarbiavimo sutartis (žr. 3 lentelę).

⁵ http://www.lrinka.lt/Straipsn/Studija.phtml#_ftn1

Pagrindinės Lietuvos ir ES dvišalės prekybos sutartys

Sutartis	Pasirašyta	Įsigaliojo	Pagrindinės nuostatos
Prekybos ir bendradarbiavimo sutartis	1992 05 11	1993 02 01	Didžiausio palankumo statusas prekyboje, nediskriminavimas; ES bendrosios preferencijų sistemos taikymas Lietuvai; ekonominis bendradarbiavimas kai kuriose srityse.
Sutartis dėl laisvosios prekybos ir su ja susijusių reikalų (Laisvosios prekybos sutartis)	1994 07 18	1995 01 01	Prekybos liberalizavimas remiantis BSTP principais; laisva prekyba pramoninėmis prekėmis (KN 25-97); Lietuvai suteiktas 6 metų pereinamasis laikotarpis laipsniškam importo iš ES liberalizavimui; standartinės apsaugos nuostatos; Jungtinis komitetas prižiūrėti, kaip įgyvendinama sutartis.
Asociacijos (Europos) sutartis	1995 06 12	1998 02 01	Pripažintas Lietuvos siekis tapti ES nare; įtrauktos laisvosios prekybos sutarties nuostatos; politinis dialogas; ekonominis bendradarbiavimas tokiose srityse kaip konkurencijos politika (ES taisyklių įgyvendinimas), paslaugų, kapitalo ir darbo jėgos judėjimas, laisvė steigti įmones, intelektinės nuosavybės teisių apsauga, vartotojų apsauga, įstatymų derinimas, bendradarbiavimas kitose srityse, tokiose kaip pramonės politika, mokslas ir technologija, energetika, aplinkos apsauga ir t. t.; Asociacijos taryba ir Asociacijos komitetas.

Šaltinis: Vilpišauskas R. Lietuvos užsienio prekybos politika ir jos raida: veiksmų analizė

Nuo 2004 m. gegužės 1 d. Lietuva perėmė visus ES sutartinius santykius su trečiosiomis šalimis bei tarptautinėmis organizacijomis. Tokiu būdu, užsienio prekybos režimo nustatymas yra deleguotas ES Tarybai bei Europos Komisijai ir LR įsijungė į bendrąją ES prekybos politikos erdvę, kur visa užsienio prekyba yra reglamentuojama vieningai.

Lietuva nuo šiol dalyvauja formuojant vieningą ES rinką ir bendrąją prekybos politiką - pirmiausia – tai muitų sąjungos režimą: Lietuva trečiųjų šalių atžvilgiu taiko ES prekybos režimą ir trečiosios šalys Lietuvos atžvilgiu taiko tą patį prekybos režimą kaip ir kitoms ES šalims.

Pokyčiai prekyboje su trečiosiomis šalimis:

1) ES muitų tarifas:

- žaliavoms – labai nedidelis arba nulinis;
- pramoninėms prekėms – 5-7 %;
- žemės ūkio produkcijai – priklausomai nuo sudėties.

2) Antidempingo priemonės – taikomos dažniau, taip pat ir prekėms, kurios Lietuvoje

negaminamos.

3) Kiekybiniai apribojimai:

- Kvotos plieno importui – aktualiausia prekiaujant su Rusija, Ukraina, Kazachstanu;
- kvotos tekstilei – iki 2004 12 31;
- specialios kvotos Kinijai – avalynei ir virtuvės keramikai – iki 2004 12 31.

4) ES atsakomosios priemonės.

Importo pokyčiai - didesnis importo pabrangimas yra susijęs su taikomais ES didesniais muitų tarifų dydžiais, kiekybiniais apribojimais, nemaža apimtimi taikomomis antidempingo priemonėmis;

Atskirų prekių importo “pabrangimas”:

- žemės ūkio produktų “pabrangimas”, susijęs su taikomais aukštesniais ES muitais;
- galimas transporto priemonių, įrenginių iš JAV, Japonijos, iš dalies Korėjos “pabrangimas”;
- kai kurių vartojimo gaminių importo iš Kinijos “pabrangimas”, susijęs su kiekybinių priemonių taikymu tekstilei, avalynei ir keramikos dirbiniais;
- kai kurių žaliavų importo iš NVS “pabrangimas”, susijęs su ES kiekybinių apribojimų ir antidempingo priemonių taikymu (plienas);
- importo sąlygų pasikeitimas kitiems produktams, aktualus atskiroms įmonėms.

Eksporto pokyčiai:

- eksporto į Ukrainą “pabrangimas”, susijęs su laisvosios prekybos sutarties su šia šalimi denonsavimu – santykinis eksporto pabrangimas į šią šalį sudarytų 12,82 % (Lietuvos eksportas į Ukrainą sudarė 2,38 % viso Lietuvos eksporto);
- tam tikras galimas eksporto “pabrangimas” į Australiją, JAV, Japoniją, Kanadą ryšium su šių šalių bendrosios preferencijų sistemos Lietuvai atšaukimu;
- eksporto į trečiąsias šalis “atpigimas”, nagrinėjant tradicinius prekybos srautus būtų nežymus, tačiau verslininkams reiktų pagalvoti apie šiuo metu galiojančių ES laisvosios prekybos sutarčių su trečiosiomis šalimis nuostatų pasinaudojimą⁶.

Trišalės Baltijos šalių prekybos sutartys. Trišalės Baltijos laisvosios prekybos erdvės idėja buvo svarstoma nuo pat nepriklausomos užsienio politikos vykdymo pradžios. Kaip ir daugelį kitų siūlymų dėl Baltijos šalių ekonominio bendradarbiavimo, šią koncepciją, grindžiamą nuorodomis į Beneliukso šalis ir kitus regioninio bendradarbiavimo pavyzdžius, ne kartą kėlė trijų valstybių politikai ir ekspertai,

⁶ <http://www.ukmin.lt/index.php/Lt/Prekyba/Uzsienio>

tačiau ilgą laiką nepavyko sutarti dėl jos turinio, formos ir įgyvendinimo. Trišalės prekybą tarp Baltijos šalių liberalizuojančios sutartys buvo tiesioginis ES politikos rezultatas.

ES suteikė konkretų turinį trišalėms sutartims, išspręsdama Baltijos šalių bendradarbiavimo kolektyvinio veiksmo problemą, ir sustiprino paskatas plėtoti trišalį bendradarbiavimą, susiedama jį su Baltijos šalių integracijos į ES raida. Laisvosios prekybos erdvės idėja susilaukė didelės politinės paramos kai ES aiškiai pritarė Baltijos šalių laisvosios prekybos sutarties idėjai. 1993 m. rugsėjo mėn. Taline Laisvosios prekybos sutarties projektui pritarė visų trijų šalių ministrai pirmininkai, o 1993 m. rugsėjo 13 d. pasirašė „svarbiausią iš visų kada nors tarp Baltijos šalių pasirašytų sutarčių“ – trišalę Baltijos šalių laisvosios prekybos sutartį⁷.

Tam, kad būtų užtikrintas vieningos užsienio prekybos politikos įgyvendinimas, Lietuva nutraukė visas iki narystės ES sudarytas laisvosios prekybos sutartis. Pasikeitęs prekybos režimas reiškia, kad nuo šiol Lietuva taiko muitų tarifus, kiekybinius ir kitokius apribojimus trečiosioms valstybėms, kokius taiko ES. Lietuvoje pagaminti produktai nuo šiol įgyja ES kilmę ir trečiosios šalys taiko jiems tokius pat muitų tarifus, kaip ir kitose ES valstybėse narėse pagamintiems produktams. Lietuvai nuo šiol galioja ES sudarytos laisvosios prekybos (preferencinės) sutartys su Makedonija, Alžyru, Egiptu, Izraeliu, Libanu, Maroku, Palestina, Sirija, Tunisu, Jordanija, Pietų Afrika, Meksika, Čile, ir ACP (Afrikos - Karibų jūros - Ramiojo vandenyno) šalimis⁸.

2.4 Lietuvos importo ir eksporto motyvai

Importo motyvai. Importas – tai prekės ar paslaugos pagamintos užsienyje ir nupirktos kitoje šalyje. Importui priskiriami sekantys prekių srautai: laikinasis prekių įvežimas perdirbti, perdirbtų prekių importas vidaus vartojimui, prekių importas į muitines ir prekių importas vidaus vartojimui. Importuojamos prekės skirstomos pagal importo valstybę, kurioje jos išgautos arba pagamintos, kitaip sakant pagal prekės kilmės šalį. Eksporto prekės pagal valstybes nustatomos priskiriant joms šalies gavėjos kodą. Importuotos prekės klasifikuojamos pagal LR kombinuotąją muitų tarifų ir užsienio prekybos statistikos nomenklatūrą.

Importo motyvai skirstomi:

- *Gamybos veiksmų trūkumas*

⁷ <http://www.lrinka.lt/Straipsn/Studija.phtml>

⁸ http://www.urm.lt/data/6/LF918112937_uprekyba.htm

Lietuvoje pvz. neauginami apelsinai ar bananai nes nėra palankių klimato sąlygų. Šis pavyzdys parodo, jog netinkamas klimatas sąlygoja nepakankamą tam tikrų prekių gamybą. Taip pat galima įvardinti naudingą iškaseną - naftą ir uraną, kurios neišgaunamos Lietuvoje. Šiuo atveju importas leidžia įsigyti prekes, kurių šalies viduje arba nėra, arba prekes, kurių gamybai šalis neturi reikalingų gamybos veiksnių.

- Prekių trūkumas

Prekių trūkumo sąvoką apima tas prekes, kurių šalies viduje gali būti pasiūlyta labai mažai arba nepakankamos kokybės.

- Prekių įvairovė

Prekės importuojamos, kai užsienio šalyse yra produktų skirtumai. Pavyzdys būtų automobilių pramonė. Lietuva automobilių negamina, tačiau daugelyje šalių, kur tokios gamybinės įmonės veikia, parduodami ir importuoti automobiliai.

Kaštų ir kainų skirtumai:

- Veiksnių proporcijų teorema

Jeigu tam tikrų prekių kokybė šalyje yra tokia pati kaip užsienyje, tai prekių trūkumas negali būti importo motyvas. Importo motyvas gali būti užsienio gamintojų kaštų ar kainų privalumai, o kaštų pranašumai skatina eksportą. Pranašumai gali būti žaliavų, pusfabrikačių ar gatavų produktų gamyboje. Prekių gamyboje naudojamų gamybos veiksnių kaštai priklauso nuo to:

- ✓ ar tų veiksnių šalis turi daug;
- ✓ kokios jie kokybės.

Tai vienodai galioja žemės plotams, žaliavoms, klimato sąlygoms, darbiui ir kapitalui. Skirtinga kokybė atsispindi skirtingame gamybos veiksnių našume. Šalyje, kur mažai darbo jėgos, ji bus brangesnė nei šalyje, kur yra darbo jėgos perteklius. Jei tam tikros prekės gamyba labai imli darbiui, tai, žinoma, pranašumą turės ta šalis, kur mažesni atlyginimai. Tai paaiškina kodėl Kinijoje pagamintos prekės yra pigesnės ir jas apsimoka eksportuoti į ES.

Apibendrinant galima teigti:

- ✓ šalys, kurios žaliavų ar darbo jėgos turi santykinai daug (ir šie gamybos veiksniai yra pigūs), bus pranašesnės darbiui ir žaliavoms imlių prekių gamyboje;
- ✓ šalys, kurios turi daug kapitalo ir pažangias technologijas, bus pranašesnės kapitalui ir technologijoms imlių prekių gamyboje (*veiksnių proporcijų teorema E. Heckscher*).
- ✓ Lietuva kol kas daugiau naudojami pigesne darbo jėga nei naujomis technologijomis, kurios pamažu vystomos.

- Prekės gyvavimo ciklai

Pagal Vernon ir Hirsch prekės gyvavimo ciklo teoriją industriniai produktai pereina tris fazes:

- ✓ produkto vystymo fazę - kai reikia santykinai daug kvalifikuotos darbo jėgos;
- ✓ gamybos pajėgumų išplėtimo fazę - kai reikia santykinai daug kapitalo, ir jo lygis turi būti techniškai aukštas;
- ✓ serijinę gamybą - kur naudojamos jau žinomos technologijos ir santykinai mažiau kvalifikuota darbo jėga. Masinėje gamyboje kaštų pranašumus turi besivystančios šalys.

Tačiau didelė importo dalis sąlygoja:

- ✓ didelę priklausomybę nuo užsienio šalių;
- ✓ jei tos prekės (analogiškos kokybės) gaminamos ir šalies viduje, sudaro konkurenciją vidaus gamintojams.

Todėl dažnai būna užsienio prekybos apribojimai, kurių tikslas - apsaugoti šalies gamintojus nuo pigesnių ar geresnių užsienio prekių.

Eksporto motyvai. Eksportas – tai prekės ir paslaugos pagamintos šalyje ir parduotos užsienyje. Užsienio paklausą Lietuvos prekėms galima panašiai nagrinėti kaip ir importo motyvais. Kitos šalies pirkėjai perka Lietuvos prekes, nes:

- ✓ Lietuvos įmonės gamina tas prekes, kurių užsienio įmonės negamina (pvz. gamybos veiksmų trūkumas arba specifinė technologija);
- ✓ Lietuvos įmonės gamina analogiškas prekes pigiau arba aukštesnės kokybės.

Kiti eksporto skatinimo motyvai:

- ✓ Eksportuodama prekes, įmonė siekia padidinti apyvartą ar gauti didesnę pelną.
- ✓ Eksportas padidina įmonės gamybinių pajėgumų apkrovimą ir užimtumą įmonėje.
- ✓ Didinant gamybą eksporto sąskaita, gali būti pasiektas kaštų sumažėjimas dėl gamybos masto ekonomijos, o tai padidina įmonės konkurencingumą užsienyje ir šalies viduje.
- ✓ Eksportuojant vykdomas gamybos diversifikavimas ir kartu rizikos valdymas, nes įmonė tuomet nėra priklausoma tik nuo vienos šalies rinkos.

Išskirtinis eksporto atvejis yra pasyvus apdirbimas, kai nebaigtos prekės papildomam apdorojimui eksportuojamos į užsienį, kur mažesni gamybos kaštai (ypač darbo užmokestis), o paskui vėl importuojamos į šalį (pvz. Tekstilė)⁹.

⁹ <http://www.ukmin.lt/index.php/Lt/Prekyba/Uzsienio>

2.5 Lietuvos užsienio prekybos rodikliai

Apžvelgiant Lietuvos eksportą prieš įstojant į ES pastebima tiek augimo tiek kritimo tendencijos. 1994 m. smarkiai išaugo eksportas Lietuvoje, bet vėliau jo augimas lėtėjo. 4 lentelėje matome kad, labiausiai eksportas sumažėjo 1998–1999 m., o pagrindinė priežastis buvo krizė Rusijoje. Vėliau augimas buvo matomas 2000 – 2002 m. 2000 metais eksportas išaugo 27 proc. ir buvo kaip 1997 metais iki krizės Rusijoje. 2001 metais eksporto augimas buvo jau mažesnis nei 2000 metais ir siekė tik 20 proc., o 2003 metais nukrito iki 9 proc.

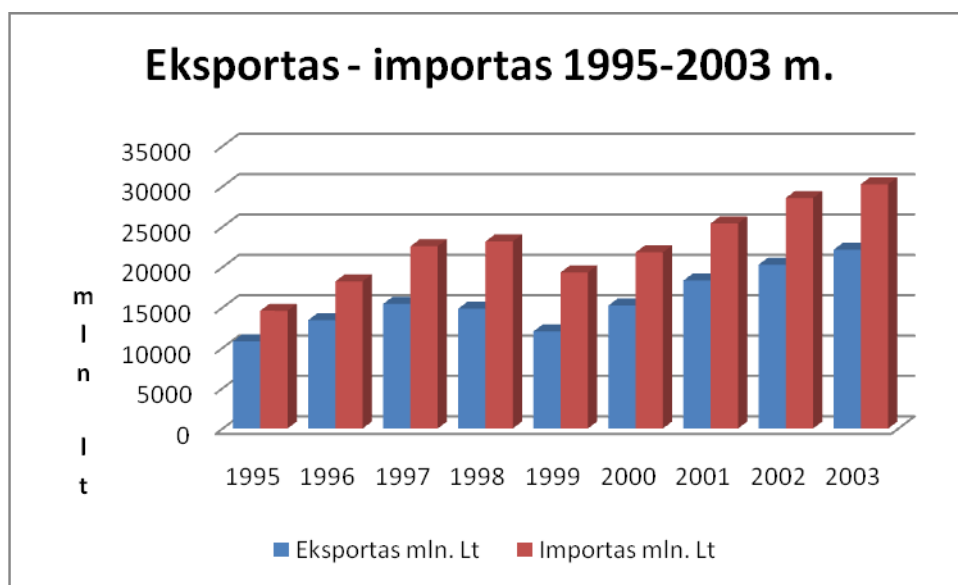
4 lentelė

Lietuvos eksportas 1994 - 2003 m.

Iš viso	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Eksportas mln. litų	8077	10820	13420	15441	14842	12015	15238	18332	20291	22145
Eksporto augimas lyginant su ankstesniais metais, %		34	24	15	-4	-19	27	20	11	9

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamento duomenys - www.stat.gov.lt

Iš 1 pav. matome, kad užsienio prekybos balansas per visą laiką buvo neigiamas ir deficitas vis didėjo. Sparčiai didėjantis eksportas ir importas buvo tiesioginis Lietuvos ekonomikos atvėrimo ir kliūčių mainams su kitomis šalimis šalinimo rezultatas.

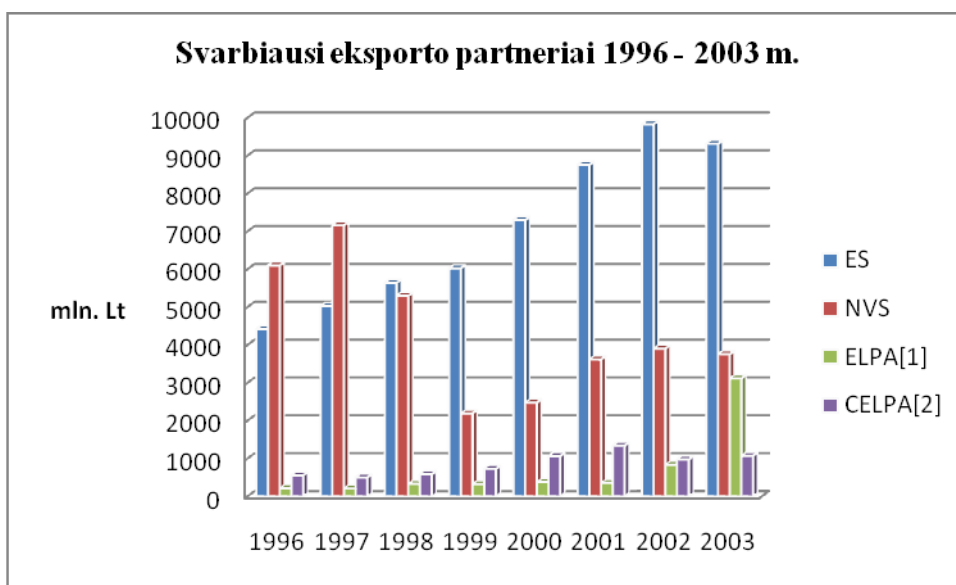


Šaltinis: sukurta autoriaus

1 pav. Užsienio prekybos balansas 1995 - 2003m.

Pavyzdžiui, 1997 m. Lietuvos eksportas sudarė daugiau 40 procentu šalies BVP, o importas sudarė apie 59 procentus BVP. Nors 1999 m. eksportas ir importas atitinkamai sumažėjo iki 28 ir 45 procentų Lietuvos BVP, ši tendencija tikriausiai yra laikina dėl sumažėjusio eksporto į NVS. Kitos tendencijos, apibūdinančios Lietuvos prekybos srautų raidą, – tai ES ir Baltijos šalių dalies didėjimas ir NVS dalies mažėjimas Lietuvos užsienio prekybos apyvartoje. Nors NVS santykinė reikšmė Lietuvos eksporte sumažėjo, tačiau Rusija, ir toliau lieka svarbus importo šaltinis. 1999 m. importas iš jos sudarė beveik 20 procentų bendro Lietuvos importo. Apie pusę importo iš Rusijos sudarė mineralinės žaliavos, naudojamos Lietuvos naftos perdirbimo pramonės.

Užsienio prekybos struktūros pasikeitimai liberalizavus išorės ekonominius ryšius buvo susiję ne tik su pardavimų geografija, t. y. su prekybos partnerių kaita, bet ir su gaminių struktūros pokyčiais. Kaip parodė neseniai EBPO atlikti Baltijos šalių ūkių tyrimai, 1998 m. Lietuvos santykinis pranašumas buvo gaminant gamtos ištekliams ir darbo jėgai imlią produkciją – drabužius, mineralines trąšas, naftos produktus, elektros srovę, medieną ir baldus (McGrath, 1999, p. 179-180).



Šaltinis: sukurta autoriaus

2 pav. Svarbiausi eksporto partneriai 1996 - 2003 m.

Iš 2 pav. matome, kad 1996-1997 m. pagrindiniai Lietuvos eksporto partneriai buvo NVS šalys, o nuo 1998 m. situacija pradėjo keistis ir eksportas į NVS šalis susivienodino su eksportu į ES. Nuo 1998-1999 m. po krizės Rusijoje pagrindinis eksportas vyko į ES šalis ir sudarė 50%, o į NVS šalis liko 18%. Bendra eksporto apimtis nuo 1996 m. iki 2003 m. padidėjo 65%.

Svarbiausi importo partneriai 1996 - 2003 m.

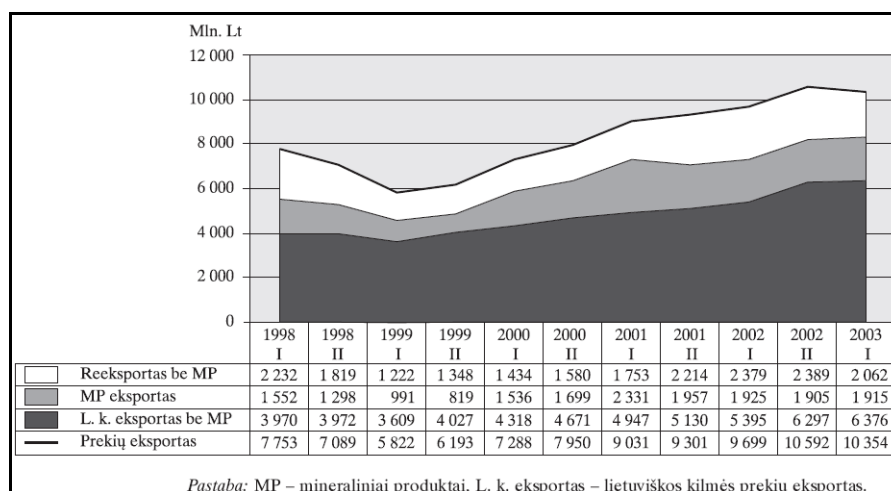
Sąjunga, valstybė	1996		1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003	
	mln. Lt	%	mln. Lt	%	mln. Lt	%	mln. Lt	%	mln. Lt	%	mln. Lt	%	mln. Lt	%	mln. Lt	%
Iš viso	18235,3	100	22576,9	100	23174,3	100	19337,9	100	21826,0	100	25413,2	100	28562,2	100	30268,7	100
ES	7254,7	39,8	9997,2	44,3	10939,9	47,2	8990,5	46,5	9443,7	43,3	11178,2	44,0	12714,4	44,5	13457,6	44,5
NVS	6601,5	36,2	6940,2	30,7	6035,2	26,0	4725,9	24,4	6910,0	31,7	7469,0	29,4	7431,0	26,0	7663,8	25,3
CELPA	1480,8	8,1	1983,9	8,8	2094,2	9,0	1869,8	9,7	1776,6	8,1	2022,3	8,0	2231,9	7,8	2585,1	8,5
ELPA	432,4	2,4	390,3	1,7	466,3	2,0	398,2	2,1	383,5	1,8	480,6	1,9	711,4	2,5	641,0	2,1

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamento duomenys - www.stat.gov.lt

5 lentelė rodo, kad 1996 - 1997 m. buvo du pagrindiniai importo partneriai t.y. ES ir NVS šalys kurių importo apimtys mažai skyrėsi. Nuo 1998m. po krizės Rusijoje didžioji dalis importo teko ES šalims.

Prekių eksportas ir reeksportas

Lietuvos eksporte nemažą dalį užima reeksportas ir didėjanti prekių eksporto apimtis dar nereiškia eksportuojančios pramonės plėtros. Todėl reiktų atskirti reeksportą ir lietuviškos kilmės eksportą. Pastarojo didelę dalį sudaro mineraliniai produktai (naftos produktai, elektros energija). Priešingai nei daugumos kitų prekių, naftos produktų kaina labai keičiasi, o jų eksporto iš Lietuvos apimtis labai svyravo ir dėl nereguliarus žaliavos tiekimo naftos perdirbimo AB „Mažeikių nafta“. Be to, šios įmonės gamyba eksportui daro mažą įtaką Lietuvos ūkiui. Todėl, siejant eksporto rodiklius su visos šalies ūkio būkle, mineralinius produktus tikslinga atskirti. Kadangi lietuviškos kilmės eksporto rodikliai skelbiami tik nuo 1998 m. pradžios, nuo šio laiko matome prekių eksporto trijų komponentų dinamiką 3 paveiksle.



Pastaba: MP – mineraliniai produktai, L. k. eksportas – lietuviškos kilmės prekių eksportas.

Šaltinis: R. Rudzkis, V. Kvedaras (2003) Lietuvos eksporto tendencijos ir ekonometriniai modeliai.

3 pav. Prekių eksporto komponentų dinamika 1998–2003 m.

Mineraliniai produktai sudaro apie ketvirtadalį visų išvežtų prekių. Matyti, kad mineralinių produktų eksportas sparčiai mažėjo visus 1999 m. Tuo tarpu jau nuo 2000 m. pradžios šių produktų eksportas, skaičiuojant vertine išraiška, ženkliai išaugo. 2000 m. 78,8 procento metinį prieaugį labiau lėmė naftos kainų šuolis, o 2001 m. didėjo mineralinių produktų eksporto kiekis, nors kainos šiek tiek ir sumažėjo. Tais metais AB „Mažeikių nafta“ dirbo visu pajėgumu, todėl naujas mineralinių produktų išvežimo šuolis galimas tik modernizavus įmonę (2002 m. šių produktų eksportas sumažėjo 10,7%). Tačiau ūkio analizei daug informatyvesnis yra bendras visų kitų lietuviškos kilmės prekių eksportas. Jo apimtis 1999 m. pirmąjį pusmetį smuko 9,1 procento, bet jau antrąjį pusmetį šiek tiek padidėjo (1,4%), o nuo 2000 m. pradžios didėjo gana tolygiai – vidutiniškai apie 15 procentų per metus. Vis dėlto šio svarbiausio eksporto komponento augimo tempas lėtai, bet buvo pradėjęs kristi ir 2001 m. antrąjį pusmetį padidėjo tik 9,7 procento. Be abejo, tam nemažos įtakos turėjo viso pasaulio ūkio plėtros ženklus sulėtėjimas. Tačiau 2002 metais augimo tempas vėl šoktelėjo iki ankstesnio lygio ir sudarė apie 16 procentų, o 2003 m. pirmąjį pusmetį – 18 procentų.

Reeksportas iš Lietuvos daugiau juda į Rytus nei į Vakarus, todėl nenuostabu, kad po Rusijos krizės iš trijų eksporto komponentų jis smuko labiausiai – 1999 m. sumažėjo net 34 procentais. Nors 2000 m. reeksportas pradėjo didėti, tais metais jo augimo tempas buvo mažesnis nei lietuviškos kilmės prekių eksporto ir sudarė 13,5 procento. 1998 m. reeksportas sudarė 27,5 procento viso Lietuvos prekių eksporto, o 2000 m. sumažėjo iki 20,1 procento. Tačiau, atsigaunant Rusijos ūkiui ir augant kitų NVS šalių ekonomikai, 2001–2002 m. reeksportas iš Lietuvos jau augo sparčiau negu bendras eksporto rodiklis. Jo dalis 2002 m. pakilo iki 23,5 procento viso eksporto. Tačiau Rusijos vyriausybei padidinus kai kuriuos importo muitus, 2003m matomas reeksporto mažėjimas¹⁰.

Lietuvos importas ir eksportas Lietuvai įstojus į ES (2004 – 2009 m.)

Augant tarptautinės prekybos reikšmei, šalies užsienio prekyboje skatinamos naujovės, pažangių technologijų diegimas, ugdomos darbuotojų kompetencijos. Kadangi Lietuva turi nedidelę vidaus rinką, natūralu, kad šalies verslininkai stengiasi pasiekti ekonominį augimą, per užsienio prekybą. Todėl Lietuvos integracija į ES erdvę atvėrė naujų plėtros ir konkurencingumo didinimo galimybių. Tačiau užsienio prekybos plėtra tarptautinėse rinkose yra iššūkis Lietuvos valstybei, siekiant įsitvirtinti didėjančios konkurencijos sąlygomis.

¹⁰ http://www.lb.lt/lt/leidiniai/pinigu_studijos2003_4/rudzkis.pdf

Lietuvos užsienio prekyba dėl narystės ES 2004 metais smarkiai pasikeitė. Nuo 2004 metų gegužės 1 d. pasikeitė statistinių duomenų rinkimo ir apskaitos tvarka. Pirmiausia užsienio prekybos duomenys buvo išskaidyti į dvi dalis: apskaitomus pagal Intrastato (prekyba su ES šalimis) ir Ekstrastato (mainai su ne ES valstybėmis) sistemas. Ekstrastato duomenų šaltinis liko tas pats – Bendrasis muitinės dokumentas, o prekybai su ES šalimis apibendrinti pradėti naudoti įmonių deklaracijų duomenys. Nuo 2004 m. gegužės 1 d. Ekstrastato duomenys pateikiami pagal specialią prekybos sistemą. Dar vienas svarbus pokytis įvyko eksporto apskaitos sistemoje. Nuo narystės ES datos Lietuvos eksporto partneriai skirstomi ne pagal pirminę eksporto šalį, kuri gali būti tik tarpininkė parduodant produkciją kitoms valstybėms, bet pagal galutinę eksporto prekių pardavimo vietą. 2004 m. vyko itin sparti užsienio prekybos plėtra. Lietuvos prekių eksportas 2004 m. ūgtelėjo net 21,0 %, iki 25 728,0 mln.Lt, o importas – 15,8 %, iki 34 096,0 mln.Lt. Užsienio prekybos deficito ir apyvartos santykis buvo geriausias nuo 1996 m. ir sudarė 11,1 %. 2004 m. veržliausiai didėjanti eksporto dalis – reeksportas per pirmus devynis mėnesius, palyginti su analogišku 2003 m. laikotarpiu, buvo išaugęs net 32,8%, iki 3 480,5 mln. Lt. Lietuviškos kilmės prekių eksportas padidėjo 15%, tačiau šis pokytis iš esmės buvo lemtas mineralinių produktų eksporto šuolio: lietuviškos kilmės mineralinių produktų išvežimas ūgtelėjo 43,9%, iki 4 490,4 mln.Lt, o lietuviškos kilmės prekių išvežimas be mineralinių produktų padidėjo tik 5,6% iki 10288,3 mln. Lt.

Statistikos departamento duomenimis, palyginus 2008 m. spalio mėn. su 2007 m. spalio mėn., eksportas ir importas padidėjo atitinkamai 23,9 ir 8,8 procento; be mineralinių produktų, eksportas padidėjo 6,2, importas sumažėjo 12,7 procento.



Šaltinis: sukurta autoriaus

4 pav. Eksportas - importas 2004-2009 m.

Kaip matyt iš 4 pav. 2008 m. eksportuota 55,5 mlrd. litų, importuota 73 mlrd. litų vertės prekių. Lietuvos užsienio prekybos deficitas sudarė 17,5 mlrd. litų ir buvo mažesnis nei 2007 m.

2008 m., palyginti su 2007 m., eksportas ir importas padidėjo atitinkamai 32,8 ir 22,1 procento; be mineralinių produktų, eksportas padidėjo 15,1, importas – 2,8 procento. Lietuviškos kilmės prekių eksportas 2008 m., palyginti su 2007 m., padidėjo 35,9 procento; be mineralinių produktų – 8,7 procento.

Eksporto augimui įtakos turėjo apdorotų naftos alyvų ir alyvų, gautų iš bituminių mineralų (2,5 karto), trąšų (91,1%), javų (2,4 karto) eksportas. Importo augimą lėmė žalios naftos ir gamtinių dujų (2,6 karto), gamtinių kalcio fosfatų ir neapdorotos sieros (3,6 karto), geležinkelio lokomotyvų, vagonų ir jų dalių (4,4 karto), trąšų (2,3 karto) importas.

2008 m. didžiausią Lietuvos eksporto dalį sudarė mineraliniai produktai (25,7%), mašinos ir mechaniniai, elektros įrenginiai (10,5%), chemijos pramonės ir jai giminingų pramonės šakų produkcija (9,9%). Didžiausią importo dalį sudarė mineraliniai produktai (30%), mašinos ir mechaniniai, elektros įrenginiai (14,2%), transporto priemonės ir pagalbinių transporto įrenginiai (12,4%)¹¹.

Svarbiausi Lietuvos eksporto ir importo partneriai

Nuo nepriklausomybės laikų pagrindine eksporto partnere buvo Rusija. Paskui situacija įvairiai keitėsi ir 2003 m. Lietuvos eksporto partnere - lydere tapo Šveicarija. Per 2003 m. Lietuvos eksportas į Šveicariją sudarė 2260 mln. Lt. Pagal eksporto apimtį Šveicarija iš 18 vietos pakilo į pirmą vietą ir aplenkė Rusiją bei Vokietiją. Importas iš Šveicarijos 2003 m. sudarė 236 mln. Lt. Tačiau 2006 m. eksportas sumažėjo ir yra panašus į importą.

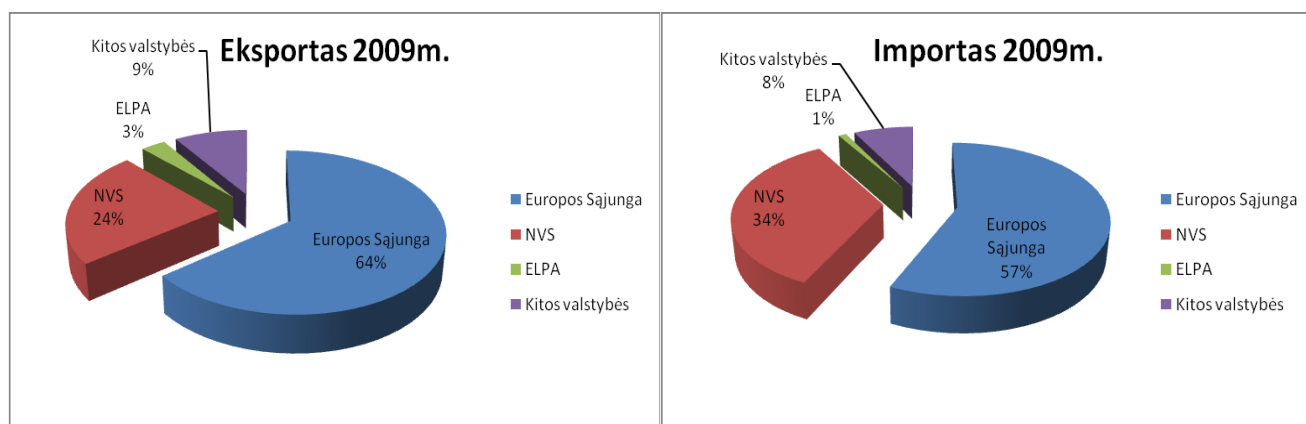
Keletą metų vienas pagrindinių Lietuvos eksporto partnerių buvo Didžioji Britanija. 1999 m. užsienio prekybos apimtis su šia šalimi siekė 354 mln. JAV dolerių. Lietuvos eksportas į DB 1999 m. sudarė 152 mln. JAV dolerių. 2004 – 2006 m. importas ir eksportas didėjo, ypač padidėjo importas 2006 m ir palyginti su 2004 m. jis padidėjo 30%. Daugiausiai į DB buvo eksportuojama tekstilės ir jos dirbinių. Ji sudarė apie 40 % viso Lietuvos eksporto. Pagrindiniai eksportuojami produktai: drabužiai ir jų priedai, medvilnė, ir kt. prekės. Antrą vietą pagal eksporto apimtį užima mineraliniai produktai (16 % viso Lietuvos eksporto į DB). Lietuva taip pat eksportuoja į Britaniją nemažai medienos dirbinių (11,8 %).

¹¹ <http://www.balsas.lt/naujiena/227859/spali-eksportas-ir-importas-mazejo/rubrika:naujienos-verslas-valdzia>

Lyginant atskiras šalis 2006 m. Lietuva didžiausią užsienio prekybą vykdė su Rusija. Eksportas siekė 4956 mln.Lt, importas 12975 mln.Lt. Antrojoje vietoje buvo Latvija, prekyba tarp jos išaugo labai žymiai paskutinius kelerius metus. Taip pat labai svarbi užsienio prekybos partnerė yra Vokietija, 2006 m eksportas siekė 3359,5 mln. Lt, o importas 7876,4 mln. Lt. Pagrindiniai eksportuojami produktai: drabužiai ir jų priedai, cheminiai siūlai, vilna, šiuurkščiavilnių gyvūnų plaukai, ašutų verpalai ir audiniai, medvilnė. Taip pat eksportuojama mediena ir jos gaminiai.

2008 m. svarbiausios Lietuvos eksporto partnerės buvo Rusija (15,6%), Latvija (11,6%), Vokietija (7,3%), Estija (5,8%). Svarbiausios importo partnerės – Rusija (30,6%), Vokietija (11,8%), Lenkija (10,1%), Latvija (5,2%).

2009 m. svarbiausios eksporto partnerės mažai keičiasi ir išlieka Rusija (13,2 proc.), Latvija (10 proc.), Vokietija (9,7 proc.), Lenkija (7,2 proc.). Svarbiausios importo partnerės – Rusija (30,1 proc.), Vokietija (11,2 proc.), Lenkija (10 proc.) ir Latvija (6,4 proc.).

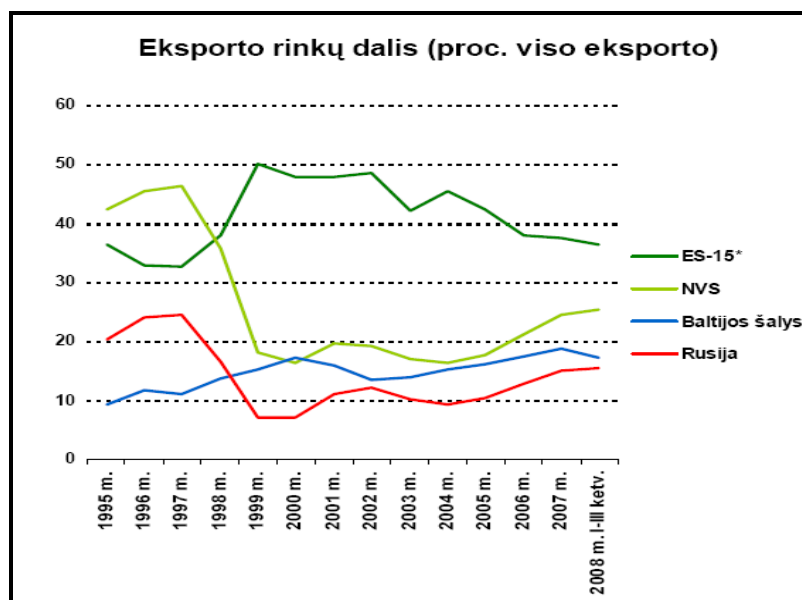


Šaltinis: sukurta autoriaus

5 pav. Svarbiausi eksporto ir importo partneriai 2009 m.

5 paveiksle galima matyti, kad po įstojimo į ES pagrindinėmis tiek eksporto, tiek importo partnerėmis išlieka ES valstybės. 64% viso eksporto tenka ES šalims, 24% - NVS ir likusi dalis eksportuojama į kitas šalis. Importas atitinkamai pasiskirsto: 57% iš ES ir 34% iš NVS. Proporcingai importas ir eksportas tarp ES šalių sudaro 7% skirtumą. Tačiau NVS šalių importo ir eksporto proporcijos sudaro 10% skirtumą ir tai sukuria didesnę užsienio prekybos balanso deficitą nei ES.

Vis dėlto paskutiniu metu matoma kitokia tendencija (žr. 6 paveikslą): eksportas į ES šalis mažėja, tačiau daugiau eksportuojama į NVS valstybes.



Šaltinis: http://www.seb.lt/Archyvas/makro_nr_34.pdf

6 pav. Lietuvos eksporto rinkos

Iki Rusijos krizės 1999 m. Lietuva eksportą plėtė į Rusijos, Baltijos šalių ir NVS rinkas, tačiau vėliau didžioji prekybos dalis atiteko ES valstybėms. Tačiau galima pastebėti, kad nuo 2002 m. eksporto dalis į ES pradeda mažėti, o nuo 2004 m. didėja eksportas į Rusiją. Eksportas į Baltijos šalis kilo nuo 1995 m. iki 2000 m, taip pat nuo 2002 m. iki 2007 m. Tai paaiškinama sumažėjusiu Lietuvos eksportu į kitas Europos šalių rinkas.

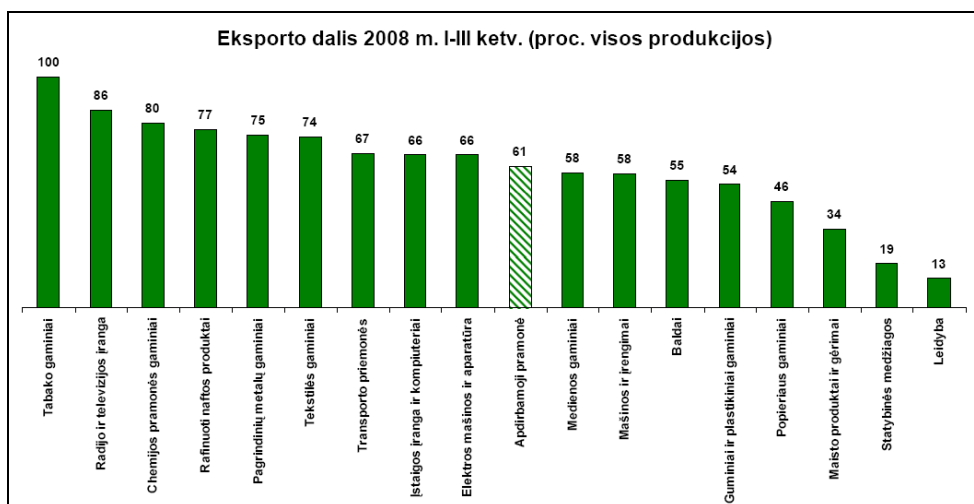
2009-ųjų pabaigos užsienio prekybos tendencijos patvirtina lūkesčius, kad Lietuvos ūkio atsitiesimą 2010 m. lems būtent eksporto pagyvėjimas. Labiausiai tai skatins atsigaunanti išorės rinkų – visų pirma, Vakarų Europos – paklausa.

2010 m. ekonomikos plėtros laukiama kone visose svarbiausiose rinkose – Vokietijoje, Lenkijoje, Nyderlanduose, Jungtinėje Karalystėje. Pastebimai geresnės nei 2009 m. bus Baltijos šalių ir Rusijos ekonomikos perspektyvos¹².

Eksportuojamų prekių pasiskirstymas

SEB analitikai taip pat skelbia, kad 2008 m. Lietuvos pramonė išsaugo ryškia orientaciją į eksportą. Pateikiami duomenys rodo dvi vyraujančias tendencijas paskutiniaisiais metais.

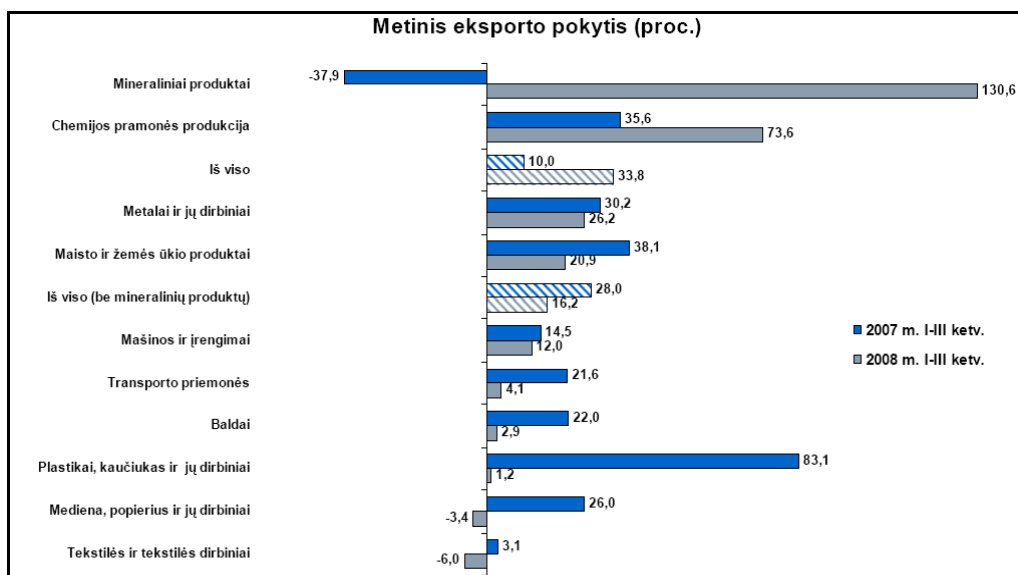
¹² <http://www.diena.lt/dienrastis/ekonomika/eksportas-pucia-gyvybe-ekonomikai-262707>



Šaltinis: http://www.seb.lt/Archyvas/makro_nr_34.pdf

7 pav. Eksportuojamų prekių grupės

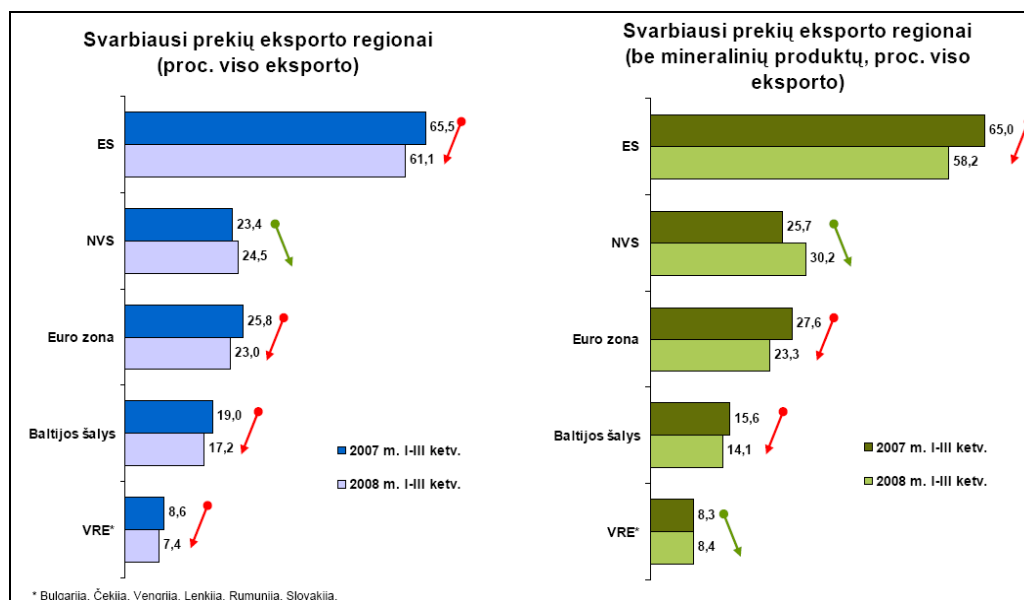
7 paveiksle matome, kad visos šalies eksportuojamų prekių grupės yra išvežamos į kitas šalis. Beveik kiekvienoje prekių grupėje virš 50% visos pagamintos produkcijos skiriama eksportui. Tarp jų didžiausią eksporto dalį sudaro tabako gaminiai, radijo ir televizijos įranga, chemijos pramonės gaminiai ir kt.



Šaltinis: http://www.seb.lt/Archyvas/makro_nr_34.pdf

8 pav. Tendencija Nr.1: daugelio prekių eksportas auga lėčiau

8 pav. matome tendenciją kad, vis dėlto, palyginus su praėjusių metų tuo pačiu laikotarpiu, 2008 m. I-III ketv. daugelio prekių eksportas yra sumažėjęs. Mažiausiai eksportuojama tekstilės, medienos, popieriaus, plastiko gaminių. Didžiausias eksporto apimtis sudaro mineraliniai ir chemijos pramonės produktai. Šių produktų eksportas padėjo padidinti bendrąjį Lietuvos eksportą.



Šaltinis: http://www.seb.lt/Archyvas/makro_nr_34.pdf

9 pav. Tendencija Nr.2: eksportas perorientuojamas iš vakarų į rytus

Antroji tendencija (žr. 9 pav.) atspindi eksporto perorientuojamą iš vakarų į rytus. Iš dalies tokia situacija susidaro dėl didinamos mineralinių produktų eksporto dalies į Rusiją. ES rinkos dalis mažėja 4%, o į NVS šalis didėja 1%. Tai nulemia po truputį senkanti ES rinka ir savo talpumo ribų nepasiekusi Rusijos rinka.

2.6 Eksporto problemos Lietuvoje

Lietuvos bendra ekonominė situacija didžiąja dalimi priklausoma nuo užsienio prekybos rezultatų. Taigi svarbus uždavinys yra plėsti užsienio prekybą gerinant šalies ekonominius rodiklius. Pagrindinis veiksnys skatinantis eksporto plėtrą Lietuvoje, yra pasirinkta eksporto politikos strategija. Strategijos tikslas – siekti, kad eksportas būtų didesnis nei importas taip mažinant užsienio prekybos einamosios sąskaitos balanso deficitą.

Iš anksčiau pateiktų duomenų galima matyti kad eksportas iki 2009m. kasmet didėjo, tačiau nepakankamai, kad pralenktų importo apimtį. Taigi galima daryti išvada, kad nesame labai gerai pasirengę eksportuoti į ES rinkos sąlygomis ir nesame visiškai konkurencingi.

Lietuvoje yra pramonės šakų, kurios sėkmingai konkuruoja ES ir užsienio rinkose, tačiau jos sudaro mažą eksporto dalį. Lietuvos eksporto šakinė struktūra būdinga besivystančioms šalims. Nedidelė dalis produkcijos gaminama naujomis technologijomis ir priskiriama šiuolaikinėms šakoms, sukuriančioms daug pridėtinės vertės. Todėl Lietuva norėdama išlaikyti eksporto augimo spartą, turi keisti šakinę eksporto struktūrą į tas, kuriose sukuriama daugiau pridėtinės vertės.

2.7 Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizė

Lietuvos užsienio prekyba yra pasaulinės prekybos sudedamoji dalis. Todėl žiūrint plačiau pasaulinė ekonomika yra aplinka, kurios tendencijos stipriai veikia Lietuvos užsienio prekybos galimybes ir grėsmes ir parodo stipriąsias bei silpnąsias puses. 6 lentelėje pateikti pagrindiniai argumentai kuo Lietuvos ekonomika yra stipri ar silpna, kokias mato galimybes ir grėsmes plėtojant užsienio prekybą.

6 lentelė

Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizė

Stipriosios pusės	Silpnosios pusės
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pigi ir kvalifikuota darbo jėga gaminant įvairius produktus ir juos eksportuojant. ✓ Priimtinos gamtinės sąlygos žemės ūkio produktam auginti ir eksportuoti. ✓ Gera geografinė padėtis prekių tranzitui, plėtojant prekybą tarp Azijos ir ES. ✓ Eksportas ir importas Baltijos jūra. ✓ Išvystyta transporto kelių infrastruktūra prekių pervežimui. ✓ ES finansinė parama užsienio prekybai. ✓ Lito pririšimas prie Euro ir palankios sąlygos ES vidaus prekyboje. ✓ Laisvos prekybos sutartis su ES ir šioje rinkoje galiojantys vieningi prekybos įstatymai. ✓ Narystė PPO. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atsilikimas technologijose, naujų produktų sukūrimui ir eksportui. ✓ Nepilnai išanalizuotos ES vidaus rinkos. ✓ Maža ir ne visada įdomi Lietuvos rinka užsienio prekybininkams. ✓ Silpnas geležinkelių transporto tinklas. ✓ Nekonkurencingas žemės ūkio sektorius ir per brangūs produktai eksportui.
Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Didelė ES vidaus rinka lietuviškoms prekėms. ✓ Didelė ir geografiškai patogi Rusijos rinka. ✓ Ekonominė integracija į aukštesnio išsivystymo lygio ekonominę ES struktūrą Lietuvai leis siekti technologinės pažangos. ✓ Bendros valiutos Euro įsivedimo galimybė suteiktu daugiau pasitikėjimo Lietuva ES vidaus rinkoje. ✓ Besiplečianti užsienio prekyba Baltijos jūra. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Eksperto struktūroje vyraujančios strategiškai neperspektyvios prekių grupės (pvz. tekstilė), kapitalui ir energijai imlios prekės. ✓ Per aukštas Euro kursas prekiaujant su trečiosiomis šalimis už ES ribų. ✓ Didelė ES šalių konkurencija. ✓ Per didelis importas ir per mažas eksportas iš ES taip didinant užsienio prekybos balanso deficitą. ✓ Nevienodo išsivystymo lygio šalių dalyvavimas ES vidaus prekyboje. ✓ Nestabili Rusijos užsienio prekybos situacija.

Šaltinis: sudaryta autoriaus.

Apibendrinus galima teigti, jog Lietuvai įstojus į PPO ir ES atsivėrė platesnės užsienio prekybos galimybės. ES šalims taikomi vienodi prekybos įstatymai leidžia efektyviai konkuruoti ir eksportuoti prekes ES viduje. Paaštrėjus Rusijos krizei 1999 m. eksportas buvo dar labiau

perorientuotas iš NVS šalių į ES. Dėka naujų Europos rinkų Lietuvos eksportas kasmet vis didėjo, o tai teikia vilčių tolesniam ekonomikos augimui. Tačiau importas į Lietuvą vis dar tebėra didesnis nei eksportas ir todėl susidaro neigiamas užsienio prekybos balansas. Be to, paskutiniaisiais metais pastebėta tendencija, kad Lietuvos eksportas pamažu didėja į NVS šalis, didžiają dalimi į Rusiją, ir mažėja į ES. 2008 m. pasaulinė finansų krizė dar labiau apsunkino užsienio prekybą, todėl tolimesnės ekonominės prognozės gali būti labai įvairios. Šis klausimas aktualus visoms užsienio prekyba užsiimančios įmonėms, ekonomistams bei užsienio prekybą reguliuojančioms institucijoms. Atlikus ekspertų apklausą, bus įmanoma prognozuoti užsienio prekybos vystymosi kryptis, pateikti Lietuvos užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas.

3. LIETUVOS UŽSIENIO PREKYBOS TENDENCIJŲ IR PERSPEKTYVŲ VERTINIMAS

Šiame skyriuje atliktas tyrimas pateiks Lietuvos eksportuojančių įmonių nuomonę apie užsienio prekybos situaciją, jų matomas kliūtis ir perspektyvas. Išanalizuoti ekspertų apklausos rezultatai leis išsiaiškinti kas trukdo vystyti efektyvesnę užsienio prekybą, kokios yra eksportuojančių įmonių silpnosios, stipriosios pusės, kokias jos mato grėsmes ir galimybes. Lietuvos įmonių situacijos vertinimas remsis ekspertų anketinės apklausos rezultatais, kurie bus analizuojami kartu su Lietuvos užsienio prekybos rodikliais. Atlikus šį tyrimą bei pasitelkus antros darbo dalies rezultatus, bus galima daryti išvadas apie Lietuvos užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas.

3.1 Tyrimo tikslas, uždaviniai, objektas ir problemos

Tyrimo tikslas – išsiaiškinti Lietuvos įmonių užsienio prekybos veiklos metodus, tendencijas ir perspektyvas.

Tyrimo objektas – Lietuvos įmonių užsienio prekybos perspektyvos.

Tyrimo uždaviniai:

- ✓ Nustatyti Lietuvos įmonių užsienio prekybos veiklos kryptis ir metodus.
- ✓ Išsiaiškinti Lietuvos įmonių užsienio prekybos stipriąsias, silpnąsias puses, grėsmes ir galimybes.
- ✓ Išskirti pagrindines kliūtis vykdant užsienio prekybą.
- ✓ Nustatyti Lietuvos įmonių užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas.
- ✓ Atsakytas anketas susisteminti, išanalizuoti rezultatus bei pateikti išvadas.

Šie išskirti tyrimo uždaviniai padės geriau išanalizuoti tiriamą problemą.

Sprendžiama problema (problema, reikalaujanti sprendimo) – Lietuvos užsienio prekybos kliūčių mažinimas ir efektyvumo didinimas.

Tiriama problema (problema, reikalaujanti tyrimo) – ar Lietuvos įmonės gali efektyviau išnaudoti užsienio prekybą mažinant kliūtis.

Atlikus tyrimą ir įvertinus Lietuvos užsienio prekybos plėtros perspektyvas, bus patvirtinta arba paneigta hipotezė, kad Lietuvos užsienio prekyba turi neišnaudotas tarptautinės prekybos galimybes.

3.2 Tyrimo metodologija

Tyrimas bus atliekamas pasitelkiant ekspertinio vertinimo metodą. Ekspertam bus pateikiama anketa su klausimais apie jų vykdomą užsienio prekybą.

Ekspertų, t.y. Lietuvos įmonių užsiimančių užsienio prekyba, pateikti atsakymai, padės susidaryti nuomonę apie dabartinę užsienio prekybos situaciją, bei leis pateikti Lietuvos užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas.

Ekspertinio vertinimo metodu gautos žinios yra subjektyvios, susijusios su asmeniška nuomone, tačiau pasak K. Kardelio (2005), specialiai parinktų respondentų, turinčių tam tikros srities žinių, apklausa leidžia pasiekti mokslinį objektyvumą. V. Boguslauskas (1999) teigė, kad pagal ekspertų vertinimus nustatytas nuomonių sutapimo laipsnis vertinamu klausimu, leidžia sumažinti subjektyvumo veiksnį.

3.3 Tyrimo aprašymas

Tyrimo atlikimo laikas – 2010 metų balandžio 15 – gegužės 6 d.

Tyrimo imtis: 35

Tyrimo metodas – darbe naudotas kokybinis tyrimo metodas – ekspertų apklausa ir kiekybinis duomenų apdorojimas.

Ekspertinis vertinimas atliktas laikantis socialinių tyrimų etikos reikalavimų:

- ✓ Ekspertai (respondentai) parinkti taip, kad užtektų kompetencijos atsakyti į klausimus.
- ✓ Ekspertams sutikus dalyvauti apklausoje.
- ✓ Tyrėjas neturi įtakos respondentams (K. Kardelis, 2005).

Tyrimo tipo parinkimas - įmonėms apklausti naudotas aprašomasis tyrimo tipas, kadangi:

- ✓ Galima sužinoti įmonių nuomonę apie joms būdingą užsienio prekybos situaciją, jų veiklos metodus.
- ✓ Iš gautų duomenų galima daryti išvadas, nustatant užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas.

Duomenų rinkimo metodo parinkimas

Pasirinktas duomenų rinkimo metodas - apklausa. Tai susistemintas informacijos iš respondentų (įmonių) rinkimas pateikus anketą. Šis duomenų rinkimo metodas pasirinktas, dėl šių priežasčių:

- ✓ Informacija gaunama iš pirminių šaltinių, t.y. eksportuojančių įmonių.
- ✓ Ekspertų atsakymai suteikia reikiamą informaciją apie užsienio prekybos situaciją.

- ✓ Gautus apklausos duomenis galima konvertuoti ir pateikti lentelėmis bei grafikais.
- ✓ Užduodami klausimai yra aiškiai suformuluojami ir gaunami tikslūs atsakymai.

Apklausos pobūdis ir duomenų rinkimo formos parinkimas

Pasirinktas apklausos pobūdis - internetinė apklausa. Šis apklausos tipas pasirinktas, nes:

- ✓ Užtikrinamas atsakymų tikslumas ir gaunami kokybiški duomenys.
- ✓ Respondentai turi laiko pagalvoti, ir pateikti tikslesnį atsakymą.
- ✓ Apklausa atliekama greitai, tiksliai ir yra patrauklesnės formos nei paprasta popierinė anketa.

Atrankos būdo parinkimas

Pasirenkant apklausti tam tikrus ekspertus (įmones), bus naudojamas netikimybinės atrankos metodas. Naudojantis netikimybinės atrankos būdu, bus pateikiamos anketos ekspertam. Šiuo atveju apklausa bus atliekama konkrečių įmonių užsiimančių užsienio prekyba. Į klausimus atsakinės įmonių vadovai ir savininkai, savo srities ekspertai, kurie ilgą laiką eksportuoja produkciją ir yra susidūrę su įvairiomis užsienio prekybos kliūtimis.

Atliekant tyrimą buvo apklausti 35 ekspertai (įmonės) susiję su užsienio prekyba. Daugumos respondentų darbo patirtis yra daugiau nei 5 metai ir jų praktinis patyrimas leidžia juos traktuoti savo srities ekspertais.

3.4 Ekspertinio vertinimo organizavimas ir duomenų apdorojimas

Gauti informacijai iš ekspertų (įmonių) buvo sudaryta preliminari anketa, kuri patikrinta anketuojant 10 ekspertų. Atsakymai ir rezultatai leido nustatyti anketos trūkumus, kuriuos pašalinus suformuotas galutinis jos variantas (1 priedas). Ekspertų apklausa buvo vykdoma patalpinant anketą internete arba siunčiant anketas elektroniniu paštu.

Analizuojant bei apdorojant anketinius duomenis buvo naudojamas programinis paketas Microsoft Excel ir statistinis duomenų analizės paketas SPSS 12.

SPSS 12 programa buvo pasitelkta formuojant ekspertinę grupę bei atliekant ekspertų nuomonių darnumo patikrinimą. Apklausoje dalyvavusių ekspertų nuomonių sutapimas vertintas Kendall konkordacijos koeficientu W , kartu tikrinant hipotezę apie jo reikšmės lygybę nuliui. Konkordacijos koeficiento reikšmių aibė yra $[0, 1]$. Kuo didesnis W , tuo stipresnė kintamųjų koreliacija, t.y. 0 - reiškia visišką nesuderinamumą, 1 – vieningą ekspertų nuomonę.

Šiuo atvejų buvo parinkti 5 iš 35 atsitiktiniai ekspertai, kurių nuomonė buvo analizuota kaip jie atsakė į 9-tą ir 10-tą anketos klausimus.

Ekspertinio vertinimo duomenų analizė pateikta 7 ir 8 lentelėse iš kur paskaičiuotas Kendall konkordacijos koeficientas W parodo penkių ekspertų nuomonių suderinimo laipsnį.

7 lentelė

Kendall konkordacijos koeficientas – pagrindinės kliūtys eksportui

<i>Ekspertizės objektas</i>	<i>Eksperto vertinimas</i>					R_i	S_i	S_i^2
	1	2	3	4	5			
Kokios pagrindinės kliūtys jūsų produkcijos eksportui?								
Eksportas reikalauja didelių investicijų	4	3	4	3	2	16	-1,5	2,25
Menka valstybės finansinė parama eksportui	3	4	2	5	4	18	0,5	0,25
Per daug konkurentų užsienio rinkoje	2	2	3	1	3	11	-6,5	42,25
Įmonė nepakankamai žinoma rinkoje	6	5	6	6	6	29	11,5	132,25
Neužtenka informacijos apie užsienio rinkas	5	6	5	4	5	25	7,5	56,25
Nepakanka darbuotojų kvalifikacija	1	1	1	2	1	6	-11,5	132,25

Šaltinis: sukurta autoriaus

$$R = (16+18+11+29+25+6)/6=17,5;$$

$$S = 2,25+0,25+42,25+132,25+56,25+132,25=365,5$$

$$W = \frac{12 * 365,5}{5^2 (6^3 - 6)} = \mathbf{0,81}$$

8 lentelė

Kendall konkordacijos koeficientas – labiausiai trukdantys mokesčiai

<i>Ekspertizės objektas</i>	<i>Eksperto vertinimas</i>					R_i	S_i	S_i^2
	1	2	3	4	5			
Kokie mokesčiai labiausiai trukdo vystyti užsienio prekybą?								
PVM	2	2	2	1	2	9	-6	36
Akcizai	4	3	5	4	4	20	5	25
Pelno (pajamų)	5	5	4	5	5	24	9	81
Muitai	3	4	3	3	3	16	1	1
Kiti mokesčiai	1	1	1	2	1	6	-9	81

Šaltinis: sukurta autoriaus

$$R = (9+20+24+16+6)/5=15;$$

$$S = 36+25+81+1+81=224$$

$$W = \frac{12 * 224}{5^2 (5^3 - 5)} = \mathbf{0,86}$$

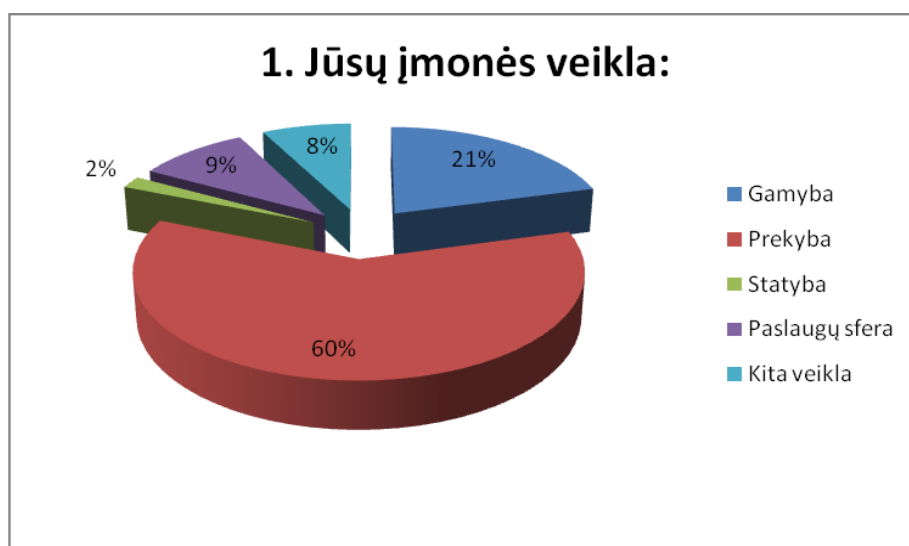
Matome, kad abiem atvejais W yra labai arti 1, todėl ekspertų nuomones galima laikyti pakankamai suderintomis. Šis koeficientas taip pat parodo, kad tinkamai pasirinkta imtis ir dauguma ekspertų sutaria tais pačiais klausimais. Tai leidžia daryti išvadą, kad tolimesnė duomenų analizė ir interpretavimas atspindės vieningą daugumos užsienio prekybos ekspertų nuomonę.

3.4 Apklauso duomenų analizė bei interpretavimas

Lietuvos įmonėms buvo pateikta anketa siunčiant ją elektroniniu paštu bei suorganizuota internetinė apklausa. Anketą sudarė 23 skirtingo tipo klausimai. Internetinė apklausa buvo pateikta svetainėje www.apklausa.lt. Dauguma klausimų buvo uždarojo tipo, kai respondentas gali pasirinkti vieną arba kelis iš pateiktų atsakymų. Taip pat, kai kuriuose klausimuose, respondentams buvo palikta galimybė vertinti atsakymus balų sistemoje, bei pateikti savo variantą su komentarais.

Iš viso buvo užpildytos 35 anketos. Žemiau pateikiami anketą sudarantys klausimai ir ekspertų apklausos rezultatai, jų analizė skirtingais pjūviais.

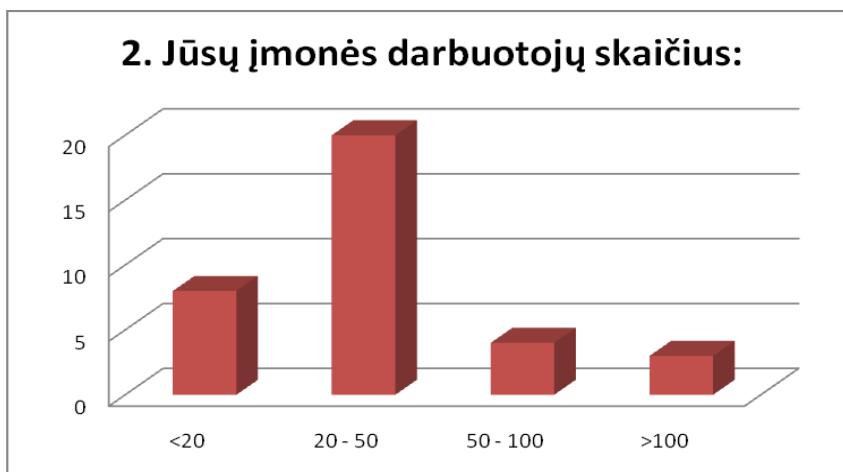
Pirmas klausimas buvo apie įmonės veiklą, kuriuo buvo aiškinamasi kuo verčiasi įmonės, ar tik prekyba ar užsiima ir kita veikla. 10 pav. matome kad didžioji dalis - 60% įmonių užsiima tik prekyba ir 21% gamyba. Tačiau 73% iš visų gamyba užsiimančių nurodė, kad pačios vykdo ir užsienio prekybą. Likę 27% gamybininkų nežymėjo prekybos, bet nurodė kituose atsakymuose, kad savo produkciją platint patiki didmenininkam ar kitom užsienio įmonėm. Kompanijos kurios žymėjo statybą, paslaugų sferą ir kitą veiklą, kartu nurodė ir prekybą. Tai rodo kad visos apklaustos įmonės verčiasi užsienio prekyba tiesiogiai ar per pasirinktus tarpininkus.



Šaltinis: sukurta autoriaus

10 pav. Įmonės veikla

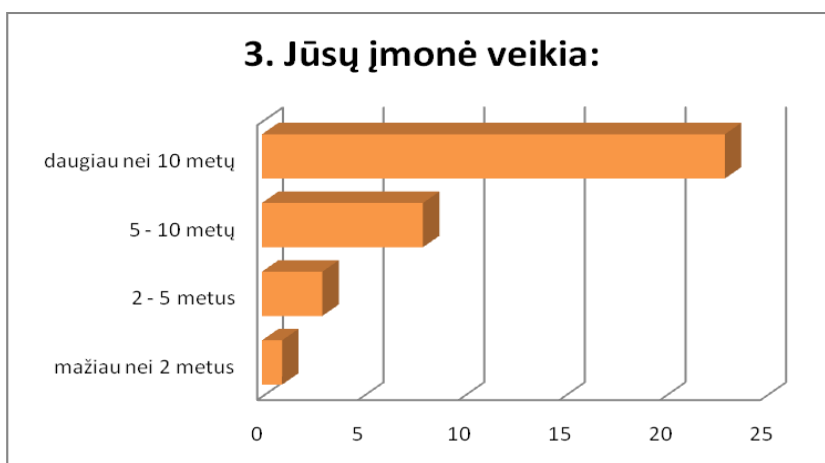
Antras klausimas (11 pav.) parodo, kad 57% apklaustų įmonių turi 20-50 darbuotojų ir tik 8% kuriose dirba daugiau nei 100 žmonių. Visos įmonės kurios nurodė didžiausią darbuotojų skaičių yra gamybinės įmonės. Viena iš jų verčiasi išskirtinai tik gamyba ir savo produkciją platina per tarpininkus. Šis klausimas parodo, kad buvo apklaustos smulkios ir vidutinės įmonės. Lietuvoje tokių įmonių yra dauguma todėl apklausti ekspertai turėtų geriausiai atspindėti visas užsienio prekyba užsiimančias įmones.



Šaltinis: sukurta autoriaus

11 pav. Įmonės darbuotojų skaičius

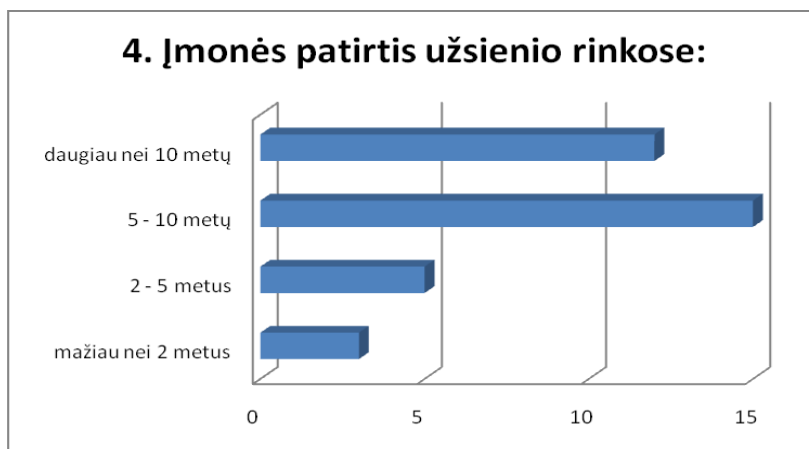
Kitame klausime buvo išsiaiškinta koks yra įmonių amžius. Buvo pasirinktos skirtingos įmonės, kad atspindėtų įvairesnes nuomones. Apklaustos įmonės kurios vykdo veiklą mažiau nei dvejus metus ir tos kurios gyvuoja daugiau nei 10 metų. Pasirinkta 65% įmonių kurios dirba daugiau nei 10 metų, nes didesnė patirtis rinkoje leidžia atsakyti į sudėtingesnius klausimus. Kompanijos, kurios nurodė ilgiausią veiklos amžių, turėjo ir daugiausiai darbuotojų. Tai rodo, kad ilgiau veiklą vykdančios įmonės gali plėstis dėka augančių pardavimų ir sukauptos patirties.



Šaltinis: sukurta autoriaus

12 pav. Įmonės veikla metais

13 pav. matome, kad 42% apklaustųjų įmonių turėjo 5-10 metų patirtį užsienio rinkose ir 34% turėjo daugiau nei 10 metų patirtį. Tai rodo, kad didžioji dalis įmonių jau senokai vykdo užsienio prekybą ir yra susidūrusios su įvairiomis prekybos kliūtimis. 55% įmonių, kurios nurodė kad vykdo gamybą, taip pat nurodė, kad užsiima užsienio prekyba 10 metų, o 36% šių įmonių užsienio prekybą vykdo 5-10 metų. Galima daryti išvada, kad dauguma (91%) didesnių gamybinių įmonių jau senokai vykdo užsienio prekybą, nes tai vienintelis būdas išlikti rinkoje.



Šaltinis: sukurta autoriaus

13 pav. Įmonės patirtis užsienio rinkose

14 pav. pateiktos priežastys kodėl įmonės nusprendė organizuoti eksportą. Dažniausiai įmonės pasirinkdavo keletą variantų bet, pagrindinis argumentas buvo didesnio pelno siekimas. Šį variantą pasirinko 77% respondentų, 51% atsakė perpildyta rinka ir 31% nurodė, kad tai konkurentų spaudimas. Mažiausiai 25% pasakė, kad eksportą pradėjo nes išplėtė naujas rinkas. Tai rodo, kad dauguma įmonių nusprendžia vykdyti užsienio prekybą siekdami didesnio pelno ir tai pagrindinis būdas plėsti savo veiklą išvengiant didesnės konkurencijos.



Šaltinis: sukurta autoriaus

14 pav. Priežastys lėmusios organizuoti eksportą

Sekantis klausimas parodo (15 pav.), kad < 10% savo produkcijos eksportuoja 34% respondentų; 20-50% - 42% respondentų; 50-80% - 14% respondentų; >80% - 8% respondentų. Įmonės, kurios eksportuoja >80% visos savo produkcijos, taip pat nurodė, kad užsienio rinkoje veikia daugiau nei 10 metų ir turi didesnę darbuotojų skaičių. Tai rodo tendenciją, kad didesnę patirtį turinčios įmonės lengviau randa užsienio prekybos privalumus ir eksportuoja daugiau produkcijos vardan didesnio pelno.

Mažesnę prekybos patirtį turinčios Lietuvos įmonės didžiąją dalį savo produkcijos palieka vidaus rinkoje ir mažai skiria eksportui. Ankstesniuose anketos atsakymuose matyt, kad organizuojant eksportą gaunamas didesnis pelnas už tas pačias prekes. Galima daryti išvadą, kad Lietuvos įmonės plėsdamos rinkas gali skirti daugiau savo produkcijos eksportui ir taip išnaudoti savo potencialą uždirbant didesnę pelną.



Šaltinis: sukurta autoriaus

15 pav. Eksportuojamos produkcijos dalis

16 pav. matome, kad ES šalis kaip pagrindinius savo eksporto partnerius nurodė 77% įmonių, 17% pateikė, kad tai NVS šalys, nurodydamos Rusiją ir 5% - JAV. Tai labai panašūs duomenys ką pateikia statistikos departamentas 2009m. apie Lietuvos užsienio prekybos partnerius (žiūrėti 5 pav.) ir kurie yra atitinkamai ES - 64% ir NVS - 24%.

ES šalis kaip potencialias savo eksporto rinkas nurodo 65% respondentų, o NVS - 31% taip pat pabrėždami, kad tai Rusija. Matome, kad didžioji dalis eksporto toliau teks ES. Pasak ekonomikos apžvalgininkų¹³ ypač vakarų Europai. Tačiau yra tendencija, kad ši dalis mažės ir atiteks Rusijos rinkai. Tokią pačią tendenciją pateikia ir SEB analitikai (žiūrėti 9 pav.), kurie pastebi, kad dalis eksportuojamos produkcijos pamažu perorientuojama iš vakarų į rytus ir tai nulemia po truputį senkanti

¹³ <http://www.diena.lt/dienrastis/ekonomika/eksportas-pucia-gyvybe-ekonomikai-262707>

ES rinka ir savo talpumo ribų nepasiekusi Rusijos rinka. Be to, 72% respondentų kurie nurodė Rusiją kaip potencialią rinką sako, kad ten juos veda didesnio pelno siekimas.



Šaltinis: sukurta autoriaus

16 pav. Esami ir potencialūs eksporto partneriai

Sekantis klausimas nurodo pagrindines kliūtyms vystant eksportą. 9 lentelėje matome įmonių pasiskirstymą ir išraišką procentais, kas joms trukdo mažiausiai (1) ir kas trukdo labiausiai (6) vykdant užsienio prekybą. Respondentai kiekvieną atsakymą galėjo reitinguoti tik skirtingu skaičiumi.

9 lentelė

Pagrindinės kliūtyms eksportui

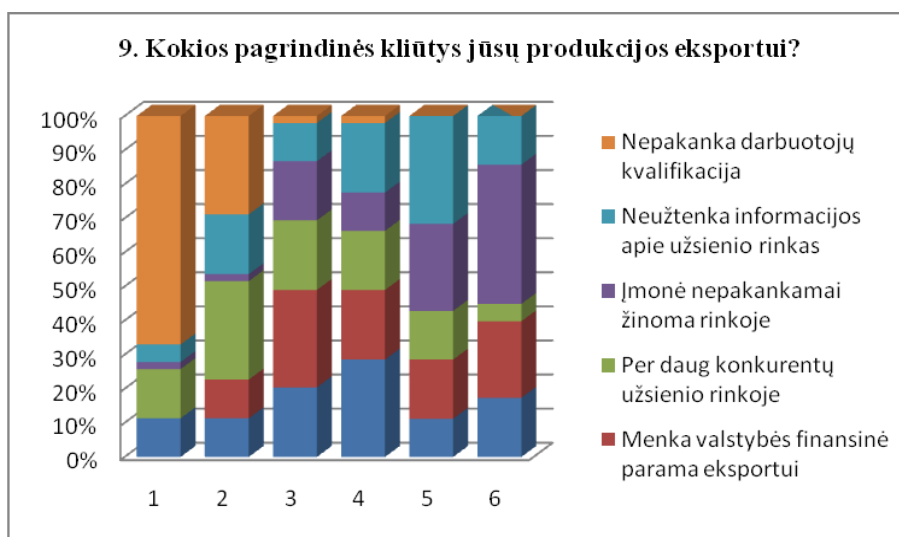
9. Kokios pagrindinės kliūtyms jūsų produkcijos eksportui?						
Atsakymų variantai	1	2	3	4	5	6
Eksportas reikalauja didelių investicijų	(4) 11%	(4) 11%	(7) 20%	(10) 28%	(4) 11%	(6) 17%
Menka valstybės finansinė parama eksportui	(0) 0%	(4) 11%	(10) 28%	(7) 20%	(6) 17%	(8) 22%
Per daug konkurentų užsienio rinkoje	(5) 14%	(10) 28%	(7) 20%	(6) 17%	(5) 14%	(2) 5%
Įmonė nepakankamai žinoma rinkoje	(1) 2%	(1) 2%	(6) 17%	(4) 11%	(9) 25%	(14) 40%
Neužtenka informacijos apie užsienio rinkas	(2) 5%	(6) 17%	(4) 11%	(7) 20%	(11) 31%	(5) 14%
Nepakanka darbuotojų kvalifikacija	(23) 65%	(10) 28%	(1) 2%	(1) 2%	(0) 0%	(0) 0%

Šaltinis: sukurta autoriaus

17 pav. matome, kad didžiausią kliūtį respondentai nurodo, kad įmonė nepakankamai žinoma rinkoje. Taip pat gan svarbus ir dažnas atsakymas, kad neužtenka informacijos apie užsienio rinkas. Tai rodo, kad įmonės mažai save reklamuoja ir galbūt yra per mažos, kad taptų žinomomis tam tikroje užsienio rinkoje. Šias dvi priežastis nurodė 70% įmonių, kurios eksportuoja iki 50% visos savo produkcijos. Tai rodo, kad Lietuvos įmonės per mažai savo produkcijos skiria užsienio prekybai, todėl joms sunku tapti žinomomis užsienio pirkėjams ir įsitvirtinti rinkoje. Šios kliūtyms iškyla ir dėl to, kad

28% respondentų visai neskiria lėšų rėmimui ir 20% respondentų visiškai neskiria lėšų eksporto vystymui. Galima teigti, kad daugiau resursų skirdamos rėmimui ir eksporto vystymui, įmonės galėtų tapti žinomesnės užsienio rinkose.

Informacijos trūkumas apie užsienio rinkas parodo, kad kompanijos mažai lėšų skiria rinkų tyrimam. Paklaustos apie darbuotojų patirtį, įmonės nurodė, kad tai mažiausia kliūtis ir darbuotojai yra kvalifikuoti, tačiau tik 5% nurodė, kad darbuotojai turi rinkų tyrimų patirties. Galima daryti išvadą, kad darbuotojai yra pakankamai kvalifikuoti atlikti savo darbus, tačiau jiems trūksta specifinių žinių kurios galėtų padidinti užsienio prekybos apimtis.



Šaltinis: sukurta autoriaus

17 pav. Pagrindinės kliūtys eksportui

10 lentelėje matome įmonių pasiskirstymą ir išraišką procentais, kokie mokesčiai joms trukdo mažiausiai (1) ir kokie trukdo labiausiai (5). Respondentai kiekvieną atsakymą galėjo reitinguoti tik skirtingu skaičiumi.

10 lentelė

Mokesčiai kurie labiausiai trukdo vystyti užsienio prekybą

10. Kokie mokesčiai labiausiai trukdo vystyti užsienio prekybą?					
Atsakymų variantai	1	2	3	4	5
PVM	(6) 17%	(17) 48%	(1) 2%	(3) 8%	(8) 22%
Akcizai	(0) 0%	(2) 5%	(11) 31%	(10) 28%	(12) 34%
Pelno (pajamų)	(0) 0%	(3) 8%	(8) 22%	(15) 42%	(9) 25%
Muitai	(0) 0%	(8) 22%	(14) 40%	(7) 20%	(6) 17%
Kiti mokesčiai	(29) 82%	(5) 14%	(1) 2%	(0) 0%	(0) 0%

Šaltinis: sukurta autoriaus

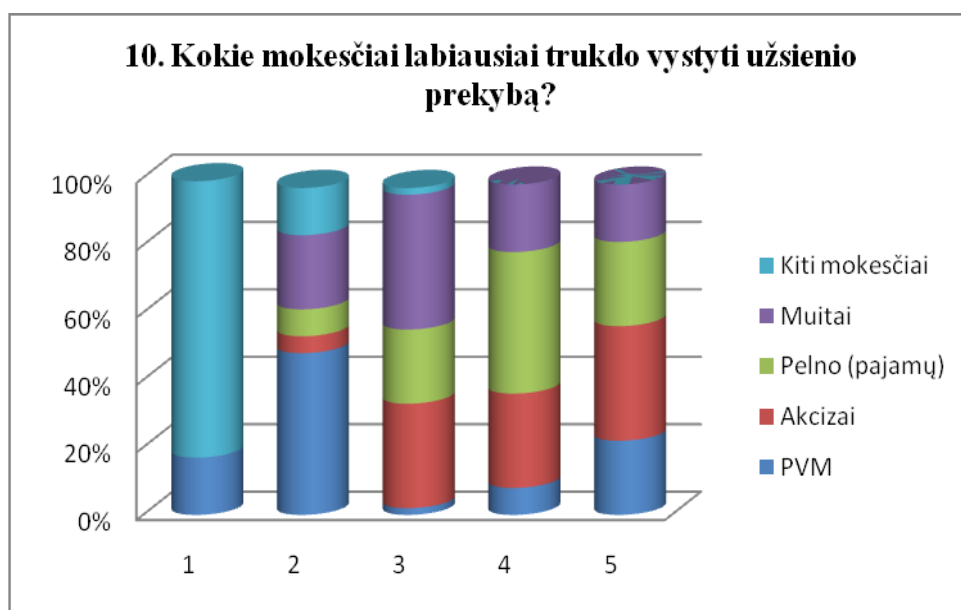
18 pav. rodo, kad vystant užsienio prekybą labiausiai trukdo pelno mokestis, akcizai ir muitai. 25% respondentų pelno mokestį pažymėjo 5 numeriu ir 42% pažymėjo 4 numeriu, kas rodo, kad tai gana didelė kliūtis. Galima daryti išvada, kad Lietuvos įmonės norėtų mažesnio pelno mokesčio ir tai joms padėtų pelningiau ir efektyviau vystyti užsienio prekybą.

Kitas, taip pat smarkiai trukdantis mokestis yra akcizai. Šis mokestis įmonėm gali trukdyti tiesiogiai, kurių prekės yra apmokestintos šiuo mokesčiu arba netiesiogiai. Netiesiogiai gali trukdyti, kai taikomas aukštas akcizo mokestis kurui, iškelia prekių kainas transportuojant jas į užsienio rinkas.

Muitai turėjo ne tokią didelę reikšmę dėl to, kad 77% įmonių nurodė pagrindines savo eksporto partnerės ES šalis ir jų prekėms muitai nėra taikomi. 85% įmonių, kurios nurodė, kad jų pagrindinė eksporto partnerė yra Rusija, sako kad muto mokesčiai joms trukdo. Iš to galima spręsti, kad Lietuva turėtų ieškoti daugiau prekybos galimybių ES šalyse, su kuria esame pasirašę laisvosios prekybos sutartis.

Kaip mažiausiai trukdantį mokestį įmonės nurodė PVM, nors tai didžioji dalis kurią dauguma kompanijų sumoka mokesčiams. Tai galima paaiškinti, nes dauguma įmonių parduoda prekes ne galutiniam vartotojams. Tokiu būdu prekiaujama nemokant PVM ir šis mokestis sumokamas paties pirkėjo savo šalyje.

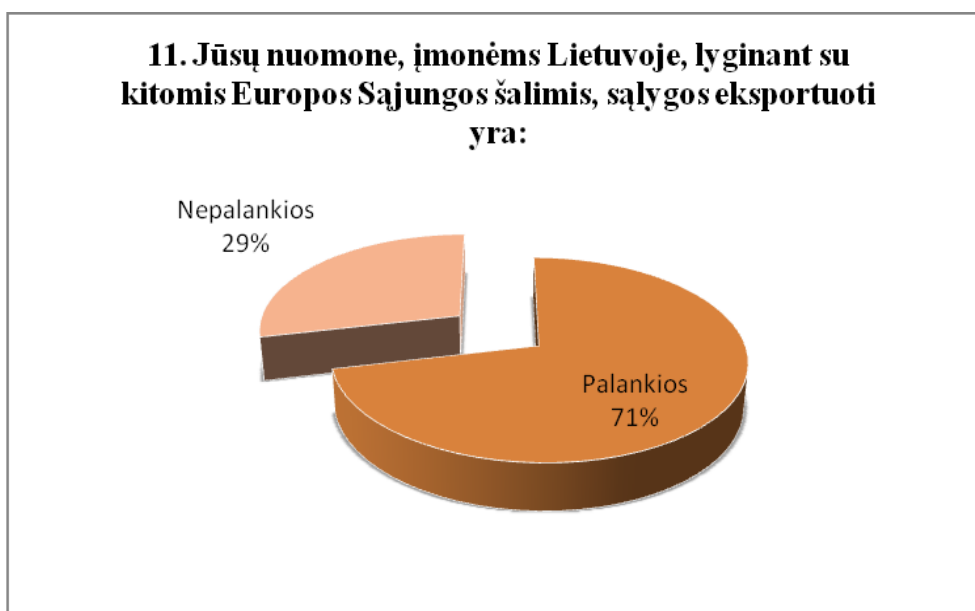
Apibendrinus galima daryti išvadą, kad visi mokesčiai vienaip ar kitaip stabdo ir kliudo užsienio prekybai. Tačiau išnaudojant liberalias ES rinkas galima išvengti didesnių apmokestinimų, nei vykdant prekybą su trečiosiomis šalimis už ES ribų.



Šaltinis: sukurta autoriaus

18 pav. Pagrindinės mokesčių kliūtys eksportui

19 pav. rodo, 71% įmonių mano, kad lyginant su kitomis ES šalimis, Lietuvos įmonėms sąlygos eksportuoti yra palankios. 29% nurodė, kad sąlygos yra nepalankios ir tai buvo dauguma (65%) tų įmonių, kurių dabartinės eksporto partnerės yra NVS. Galima daryti išvadą, kad šios įmonės yra mažai susidūrusios su ES rinkomis, todėl nemato jose esančių galimybių. Tą patį patvirtina ir tai, kad 80% įmonių, kurios užsienio prekyboje turi daugiau nei 10 metų patirtį, atsakė kad užsienio prekybos sąlygos ES šalyse yra palankios. Peršasi išvadą, kad Lietuvos įmonės vis palankiau mato ES rinkas ir ateityje galimos dar didesnės eksporto apimtys.

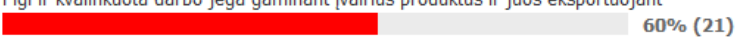

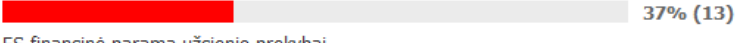
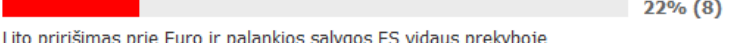
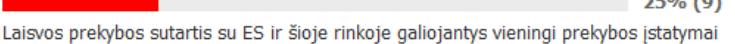
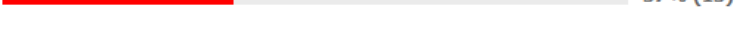
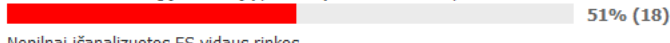

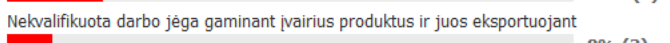

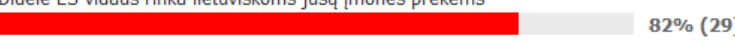

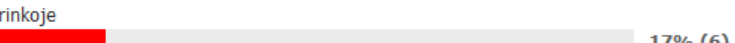
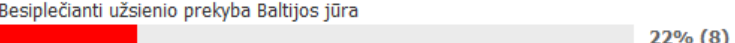
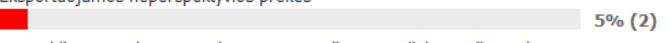
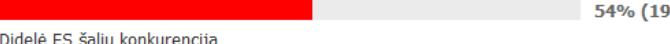





Šaltinis: sukurta autoriaus

19 pav. Prekybos sąlygos ES šalyse

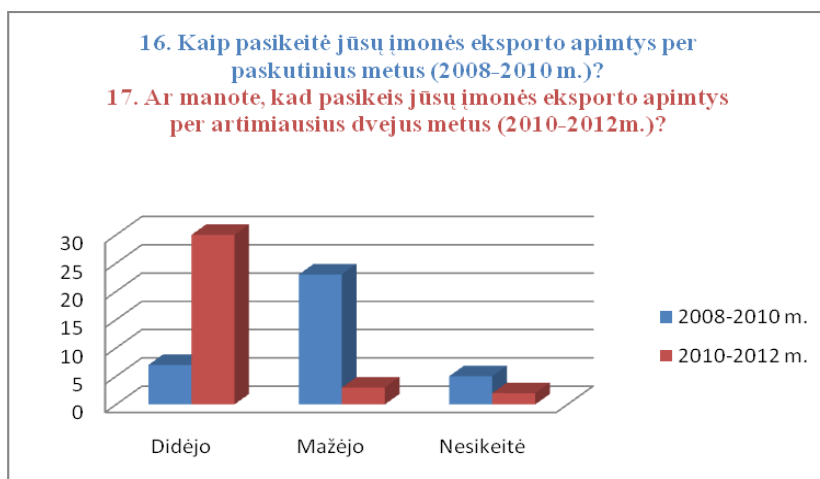
Lietuvos užsienio prekybos SSGG analizės punktai (6 lentelė) buvo pateikti Lietuvos įmonėms ir atrinkti pagrindiniai. 11 lentelės atsakymai rodo, kad stipriosios įmonių užsienio prekybos pusės yra pigi, kvalifikuota darbo jėga (60%) ir gera geografinė padėtis (65%). Iš to išplaukia ir galimybės, kurios įvardintos, kad turime didelę ES vidaus rinką mūsų prekėms (82%) ir didelę geografiškai patogią Rusijos rinką (45%). Silpnosios pusės – atsilikimas technologijose (51%) ir pilnai neišanalizuotos ES vidaus rinkos (60%). Didžiausią grėsmę mato įmonės, kurios prekiauja su trečiosiomis, ne ES šalimis. Jos įvardija, kad grėsmė gali būti per aukštas Euro kursas, kas maišytų prekiaujant už ES ribų.

Lietuvos įmonių užsienio prekybos SSGG analizė

Stipriosios pusės	Silpnosios pusės
<p>12. Jūsų įmonės užsienio prekybos stipriosios pusės:</p> <p>Pigi ir kvalifikuota darbo jėga gaminant įvairius produktus ir juos eksportuojant  60% (21)</p> <p>Gera geografinė padėtis prekių eksportui  65% (23)</p> <p>Eksportas Baltijos jūra  37% (13)</p> <p>ES finansinė parama užsienio prekybai  22% (8)</p> <p>Lito pririšimas prie Euro ir palankios sąlygos ES vidaus prekyboje  25% (9)</p> <p>Laisvos prekybos sutartis su ES ir šioje rinkoje galiojantys vieningi prekybos įstatymai  37% (13)</p>	<p>13. Jūsų įmonės užsienio prekybos silpnosios pusės:</p> <p>Atsilikimas technologijose, naujų produktų sukūrimui ir eksportui  51% (18)</p> <p>Nepilnai išanalizuotos ES vidaus rinkos  60% (21)</p> <p>Per brangūs produktai eksportui  17% (6)</p> <p>Nekvalifikuota darbo jėga gaminant įvairius produktus ir juos eksportuojant  8% (3)</p>
Galimybės	Grėsmės
<p>14. Jūsų įmonė mato šias galimybes plėtojant užsienio prekybą</p> <p>Didelė ES vidaus rinka lietuviškoms jūsų įmonės prekėms  82% (29)</p> <p>Didelė ir geografiškai patogi Rusijos rinka  45% (16)</p> <p>Bendros valiutos Euro įsivedimo galimybė suteiktu daugiau pasitikėjimo Lietuva ES vidaus rinkoje  17% (6)</p> <p>Besiplečianti užsienio prekyba Baltijos jūra  22% (8)</p>	<p>15. Jūsų įmonė mato šias grėsmes plėtojant užsienio prekybą</p> <p>Eksportuojamos neperspektyvios prekės  5% (2)</p> <p>Per aukštas Euro kursas prekiaujant su trečiosiomis šalimis už ES ribų  54% (19)</p> <p>Didelė ES šalių konkurencija  37% (13)</p> <p>Nevienodo išsivystymo lygio šalių dalyvavimas ES vidaus prekyboje  37% (13)</p> <p>Nestabili Rusijos užsienio prekybos situacija  25% (9)</p>

Šaltinis: sukurta autoriaus

Kaip matome 20 pav. 65% įmonių nurodė, kad per 2008-2010m. jų eksporto apimtys mažėjo ir tik 20% pasakė, kad didėjo. Tačiau net 85% respondentų tikisi, kad per ateinančius dvejus metus jų pardavimų apimtys didės. Ypač optimistiškai žiūri tos įmonės, kurių eksportas šiuo metu sudaro iki 50% visos jų produkcijos. 90% šių įmonių atsakė, kad jų eksporto apimtys didės. Tai leidžia daryti prielaidą, kad Lietuvos įmonės dar neišnaudojusios savo užsienio prekybos potencialo ir jų eksporto apimtys tik didės. Taip pat, dabartinis krizės įtakotas, užsienio prekybos apimčių sumažėjimas leidžia manyti, kad jau pasiekta apatinė riba ir pardavimai tik kils.



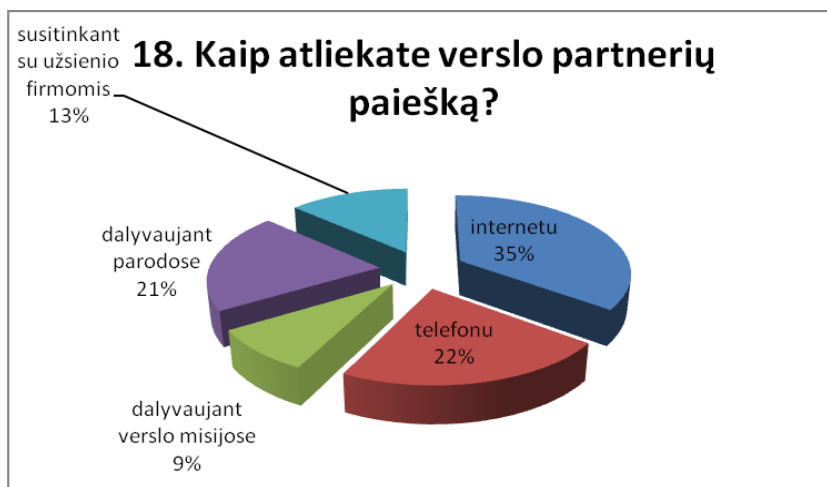
Šaltinis: sukurta autoriaus

20 pav. Dabartinės ir ateities eksporto tendencijos

Lietuvos užsienio prekybos vystymo būdai ir priemonės

Sekantys anketos atsakymai parodo kokiais būdais ir priemonėmis naudojasi įmonės vystydamos užsienio prekybą. Jų pasirinkti atsakymai leis atsakyti į klausimą, ar viskas daroma teisingai. Taip pat bus galima daryti išvadas, ką reiktų keisti siekiant efektyvesnes užsienio prekybos.

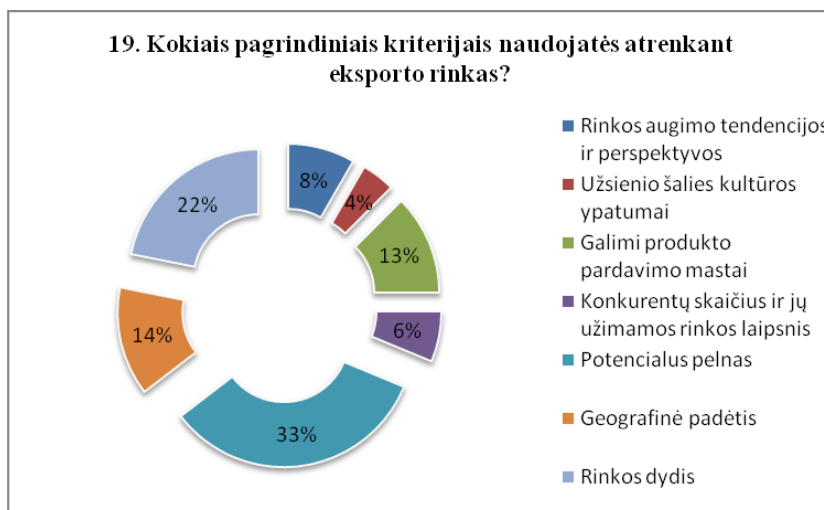
21 pav. matome, kad 35% respondentų savo klientų ieško internetu, 22% telefonu ir 21% dalyvaujant parodose. Klientų paieška internetu, tai labai greitas ir patogus būdas, tačiau tai nėra taip efektyvu kaip parodos ar susitikimas su užsienio firmomis, kur šį būdą nurodė tik 13% respondentų. 70% įmonių, kurios užsienio rinkose dirba daugiau nei 10 metų, nurodė, kad dažniau susitinka su užsienio partneriais, nei tos kurios turi mažai užsienio prekybos patirties. Tai rodo kad, įmonės skirdamos daugiau lėšų ir laiko susitikimams su potencialiais pirkėjais, galėtų tikėtis greičiau rasti klientus ir padidinti savo pardavimus.



Šaltinis: sukurta autoriaus

21 pav. Verslo partnerių paieška

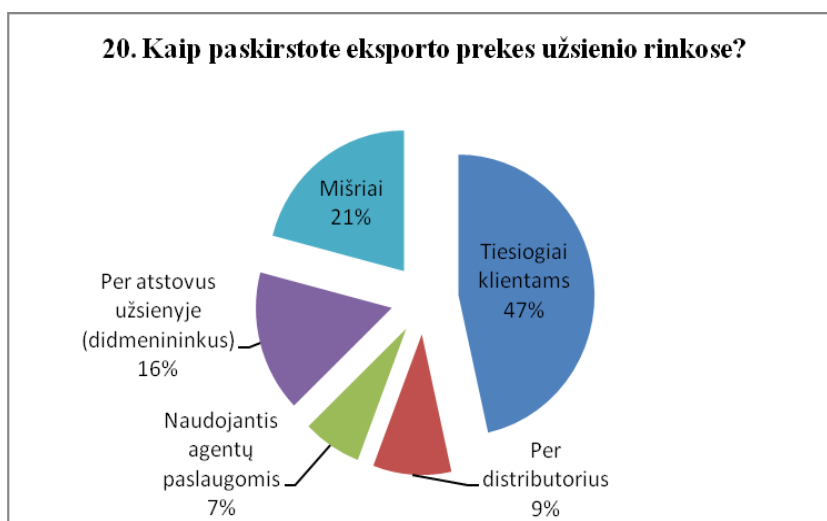
Pagrindiniai kriterijai atrenkant eksporto rinkas (22 pav.) yra potencialus pelnas 33%, ir rinkos dydis 22%. Tai rodo, kad Lietuvos įmonės eksportuodamos prekes gali praplėsti savo užsienio rinkas ir padidinti pelną. 90% įmonių, kurios nurodė, kad jų pagrindinės eksporto partnerės yra NVS šalys, taip pat nurodė kriterijų geografinė padėtis. Galima daryti išvadą, kad Lietuvos įmonės turi galimybę išnaudoti geografiškai patogią ir didelę Rusijos rinką gaunant didesnę pelną.



Šaltinis: sukurta autoriaus

22 pav. Kriterijai atrenkant eksporto rinkas

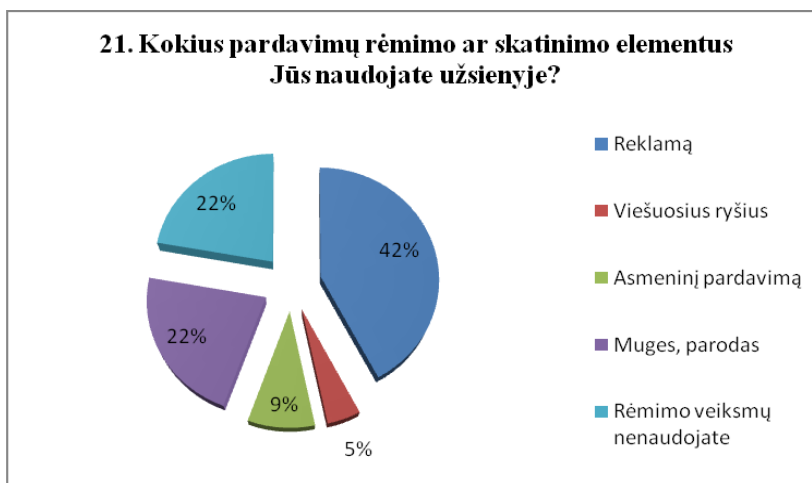
Kaip matome 23 pav. 47% įmonių eksportui prekes paskirsto tiesiogiai klientams. Produkciją šiuo būdu paskirsto 85% įmonių, kurios turi iki 20 darbuotojų ir mažesnę užsienio prekybos patirtį. Iš to galima spręsti, kad siekiant efektyvumo, Lietuvos įmonės platindamos prekes galėtų naudotis įvairesniais paskirstymo būdais. Įmonės parduodamos prekes per užsienio atstovus, kurie dažnai geriau pažysta tam tikros rinkos ypatumus, galėtų padidinti pardavimų apimtį ir jų pelningumą.



Šaltinis: sukurta autoriaus

23 pav. Eksporto prekių paskirstymas

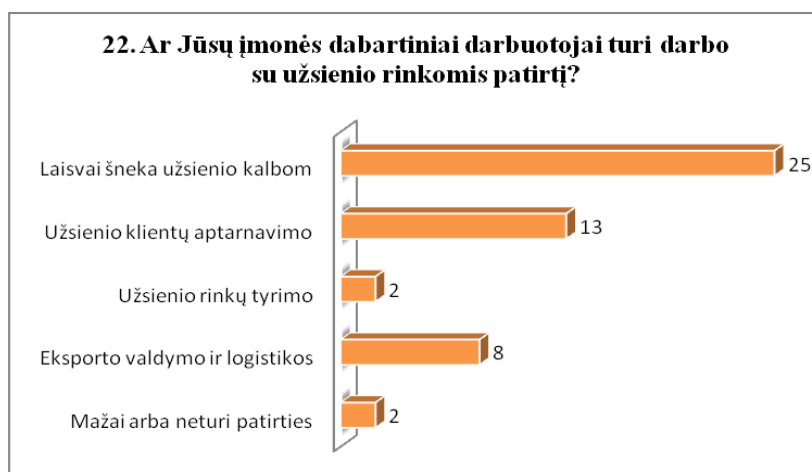
Skatindami pardavimus 42% respondentų naudojami reklama, 22% rengia mugės ir parodas. Tačiau įmonės labai mažai išnaudoja kitas galimybes, tokias kaip viešuosius ryšius ar asmeninį pardavimą (24 pav.). Be to, 22% įmonių išvis nenaudoja jokių rėmimo veiksmų. Iš ankstesnių atsakymų (17pav.) matome, kad pagrindinė kliūtis yra ta, kad įmonės nežinomos rinkoje, todėl sunku vykdyti pardavimus. Galima teigti, kad įmonės naudodamos įvairesnius rėmimo elementus galėtų tapti žinomesnės užsienio rinkose ir padidinti užsienio prekybos apimtis.



Šaltinis: sukurta autoriaus

24 pav. Pardavimų skatinimas

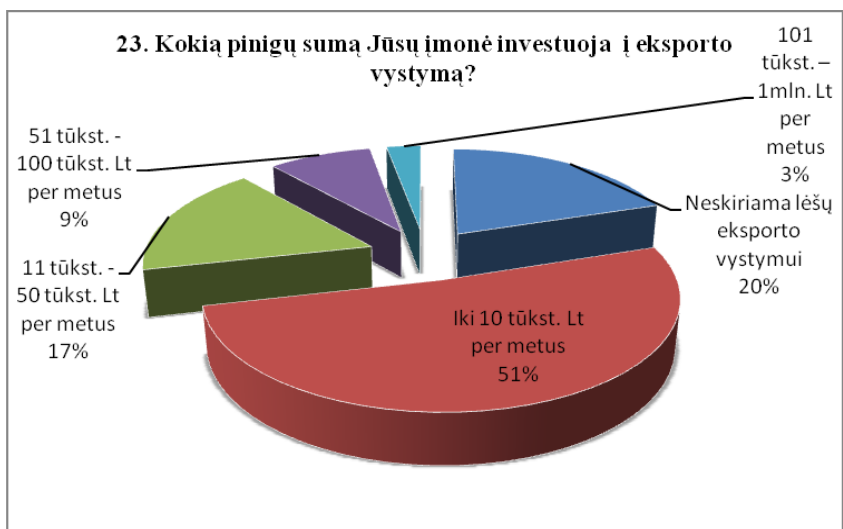
Toliau matome, kad 25 įmonės iš 35 nurodė, kad jų darbuotojai laisvai šneka užsienio kalbomis ir 13 iš jų nurodė turintys patirties aptarnaujant užsienio klientus (25 pav.). Tačiau matome, kad įmonės mažiausiai patirties turi tiriant užsienio rinkas, o tai yra labai svarbu norint įsiskverbti į naujas rinkas. Kaip svarbią eksportui kliūtį dauguma kompanijų nurodė, kad trūksta informacijos apie eksporto rinkas. Galima daryti išvadą, kad kompanijos darbuotojam suteikus apmokymus, ypač apie užsienio rinkų tyrimus, būtų galima pasiekti užsienio prekybos pardavimų augimo.



Šaltinis: sukurta autoriaus

25 pav. Darbo patirtis su užsienio rinkomis

26 pav. matyti, kad 51% respondentų eksportui vystyti skiria iki 10 tūkst. Lt per metus, 17% skiria 11 – 50 tūkst. Lt ir 20% įmonių eksporto vystymui išvis neskiria lėšų. Tai rodo, kad didelė dalis įmonių arba išvis neskiria tam lėšų arba skiria labai mažai. 85% įmonių kurios nurodė, kad jų eksporto apimtys pastaraisiais metais didėjo (20 pav.), taip pat teigė, kad eksporto vystymui skiria daugiau nei 10 tūkst. Lt per metus. Peršasi išvada, kad įmonės kurios investuoja daugiau pinigų į eksporto vystymą gali tikėtis užsienio prekybos apimčių padidėjimo net sunkiausiais laikais.



Šaltinis: sukurta autoriaus

26 pav. Investicijos į eksporto vystymą

Atlikus ekspertų anketinę apklausą galima teigti, kad daugumos respondentų nuomonė buvo vieninga, o tai atspindi ir Kendall konkordacijos koeficientas. Buvo nustatyta, kad įmonės ilgesnį laiką vykdančios užsienio prekybą lengviau įveikia eksporto kliūtis, išvengia didesnės konkurencijos ir padidina savo pelną. Matome, kad Lietuvos įmonių pagrindinės eksporto partnerės yra ir bus ES šalys, tačiau yra tendencija, kad didės eksportas ir į dar neišsemtą Rusijos rinką. Ištyrus kompanijų stipriąsias puses ir galimybes buvo pastebėta, kad įmonės gali skirti didesnę savo produkcijos dalį liberaliai ES ir geografiškai patogiai Rusijos rinkom. Tai reiškia, kad Lietuvos įmonės dar neišnaudojusios savo užsienio prekybos potencialo ir turi geras perspektyvas didinti tarptautinius pardavimus. Taip pat buvo nustatyta, kad įmonės galėtų padidinti savo eksporto apimtį, jeigu naudotų įvairesnius prekių platinimo būdus, daugiau lėšų skirtų eksporto vystymui ir rėmimo elementams. Viską apibendrinus galima patvirtinti darbe iškeltą hipotezę, kad Lietuvos užsienio prekyba turi neišnaudotas tarptautinės prekybos galimybes.

IŠVADOS

Apibendrinus darbo teorinėje ir praktinėje dalyje pateiktą medžiagą bei atlikto tyrimo rezultatus, galima daryti šias išvadas:

1. Remiantis moksline literatūra, išnagrinėta įvairių autorių nuomonė ir padaryta išvada, kad tarptautinė prekyba – tai pardavimo pirkimo procesas, vykstantis įvairiose šalyse tarp pardavėjų, pirkėjų ar tarpininkų, turint tikslą prekes nusipirkti pigiau arba patenkinti jų trūkumo poreikį.

2. Išanalizavus mokslinę literatūrą išskirtos dvi pagrindines pasaulio užsienio prekybos politikos formas: laisvoji prekyba ir protekcionizmas. Taip pat apibendrinti pagrindiniai tarptautinės prekybos politikos reguliavimo metodai, kurie įvairiais instrumentais padeda reguliuoti užsienio prekybą ir palaikyti tvarką. Nustatyta, kad šiuos instrumentus taiko pagrindinės tarptautinę prekybą įtakančios institucijos, kurios yra PPO, Pasaulio bankas, Tarptautinis valiutos fondas ir Tarptautiniai prekybos rūmai.

3. Remiantis analitinės dalies rezultatais, nustatyta, kad Lietuvos užsienio prekybos politika remiasi visais tarptautinės prekybos principais skatindama laisvąją prekybą bei taikydama kai kurias protekcionizmo priemones.

4. Apžvelgus Lietuvos užsienio prekybos raidą ir išanalizavus Lietuvos užsienio prekybos rodiklius pastebėta, kad Lietuvai įstojus į ES eksporto apimtys sparčiai kilo. Daroma išvada, kad Europos sąjunga Lietuvai atvėrė naujas tarptautinės prekybos galimybes.

5. Atlikus ekspertų apklausą išsiaiškinta, kad Lietuvos įmonių stipriosios pusės yra pigi ir kvalifikuota darbo jėga, bei gera geografinė padėtis prekių eksportui.

6. Išanalizavus anketinės apklausos rezultatus buvo nustatyta kad, Lietuvos įmonių pagrindinės eksporto partnerės yra ir išliks ES šalys. Tačiau kasmet vis kylantys užsienio pardavimai į NVS šalis rodo tendenciją, kad ateityje didės eksportas į rytus, ypač į Rusijos rinką.

7. Ekspertų apklausa parodė, kad įmonės skiria didesnę savo produkcijos dalį liberaliai ES rinkai, bet pilnai neišnaudoja geografiškai patogios Rusijos rinkos.

8. Atlikus tyrimą buvo pastebėta, kad Lietuvos įmonės eksportui skiria mažą dalį visos parduodamos produkcijos ir neišnaudoja savo užsienio prekybos potencialo didinant pardavimų apimtis ir pelningumą.

9. Vertinant ekspertų anketos duomenis buvo nustatyta, kad įmonės skiria mažai lėšų eksporto vystymui ir rėmimo elementams ir tai neleidžia pasiekti geresnių užsienio prekybos rezultatų.

10. Išanalizavus Lietuvos užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas nustatyta, kad artimiausius metus eksporto apimtys didės. Tai patvirtina užsienio prekybos rodiklių teigiamos tendencijos ir optimistiškas ekspertų užsienio prekybos perspektyvų vertinimas.

11. Apibendrinus buvo patvirtinta darbe iškelta hipotezė, kad Lietuvos užsienio prekyba turi neišnaudotas tarptautinės prekybos galimybes.

PASIŪLYMAI

Išanalizavus, tyrime dalyvavusių įmonių, užsienio prekybos tendencijas ir perspektyvas, galima teikti tokius pasiūlymus:

1. Lietuvos užsienio prekybos politika galėtų labiau skatinti laisvąją prekybą mažinant įvairius mokesčius, tokius kaip muitai ir akcizai.

2. Norint pakelti užsienio prekybos pardavimus Lietuvos įmonės turėtų glaudžiau bendradarbiauti su tarptautinę prekybą įtakojančiomis institucijomis tokiomis kaip Tarptautiniai prekybos rūmai, kurios gali suteikti nemažai informacijos apie užsienio rinkas.

3. Norėdamos padidinti užsienio pardavimų apimtį įmonės turėtų daugiau skirti lėšų eksporto vystymui bei darbuotojų kvalifikacijos kėlimui.

4. Kompanijos turėtų skirti didesnę savo produkcijos dalį eksportui, taip išvengdamos vietinių konkurentų spaudimo ir didindamos savo pelną užsienio rinkose.

5. Lietuvos įmonės turėtų dažniau atlikti išsamius užsienio rinkų tyrimus kas padėtų atrasti potencialas pelningas ES rinkas.

6. Eksportuojant produkciją įmonėms reiktų skirti didesnę dėmesį į geografiškai patogią ir neišsemtą Rusijos rinką.

7. Lietuvos įmonėms reiktų stiprinti savo silpnąsias puses t.y. investuoti į naujas technologijas ir naujų produktų kūrimą.

8. Įmonėms reiktų išnaudoti savo stipriąsias puses, ypač gerą geografinę padėtį, eksportuojant produkciją į Rusiją bei plečiant prekybą Baltijos jūra į ES šalis.

9. Vykdydamos užsienio prekybą kompanijos savo produkciją turėtų platinti įvairesniais būdais, pavyzdžiui per distributorius ar atstovus užsienyje.

RAZULEVIČIUS, Ernestas. (2010) *Perspectives of Lithuanian International Trade Development*. MBA Graduation paper. Kaunas: Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University, 66 p.

S U M M A R Y

Object - perspectives of Lithuanian International Trade.

Purpose – to examine potential perspectives of Lithuanian international trade development.

Objectives:

- To describe instruments and institutions of international trade regulation.
- To review Lithuanian foreign trade situation in global international trade system.
- To carry out SWOT analysis of Lithuanian international trade system.
- To provide tendencies and perspectives of Lithuanian foreign trade.

Hypothesis – Lithuanian foreign trade has a lot of unrealized international trade opportunities.

Structure:

This paper consists of three main parts. The first part describes the concept of international trade, its advantages, disadvantages and instruments of foreign trade regulation. The second part analyses the aspects of Lithuanian international trade, its statistical indexes, and it shows its strong and weak sides. The third part provides analysis and interpretation of research which reveals Lithuanian foreign trade tendencies and perspectives.

The survey-based investigation showed that Lithuania's main export partners are the EU countries and there is a tendency for the export to increase to the Russian market. The investigation showed Lithuanian companies' strong sides which involve cheap manpower resources and good geographical position to export goods to the EU and Russian markets. In conclusion, it has been identified that Lithuanian foreign trade volume will increase and it has unrealized perspectives of Lithuanian international trade.

Contains of the paper. There are 66 pages in this work, 11 tables and 26 pictures.

LITERATŪRA

MOKSLINĖS LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. BERNATONYTĖ, Dalia. (2005) Tarptautinės prekybos pagrindai. Kaunas: Technologija. 151 p. ISBN 9955-09-678-0.
2. BERNATONYTĖ, Dalia. (2007) Tarptautinė prekyba. Kaunas: Technologija. 455 p.
3. BOGUSLAUSKAS, V. (1999). Ekonometrija. Kaunas: UAB „Epaisas“. 264 p. ISBN 9986-13-676-8.
4. DOUGLASS, North Cecil. (2003) Institucijos, jų kaita ir ekonomikos veikmė. Vilnius: Eugimas. 190 p. ISBN 9955-501-54-5.
5. DUNN, Robert M.; MUTTI, John H. (2005) International economics. London, New York: Routledge. 518 p.
6. Environment and trade. (2000) United nations environment programme. International institute for sustainable development. ISBN 1-895536-21-9.
7. GINEVIČIUS, Romualdas. (2006) Business: a global perspective. Vilnius: Technika, 2 vol.
8. GRIŽAS, Ramutis Alfredas. (1997) Tarptautiniai valiutiniai ir finansiniai santykiai. Vilnius: Lietuvos informacijos institutas. 44 p. ISBN 9986-12-153-1.
9. JAKUTIS, Algirdas; PETRAŠKEVIČIUS, Vladislovas; STEPANOVAS, Artūras; ŠEČKUTĖ, Laima; ZAICEV, Stepan. (1999) Ekonomikos teorijos pagrindai. Kaunas: Smaltija. 390 p. ISBN 9986-708-39-7.
10. JAKŠTIENĖ, Sandra. (2006) Rinkodaros svarba rinkų globalizacijos sąlygomis. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, Kaunas: KTU Panevėžio institutas, 2006. 1 (6), p. 81-84. ISSN 1648-9098.
11. KARDELIS, Kęstutis. (2005) *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Liucijus, 398 p. ISBN 9955-655-35-6.
12. KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice. (2000) International economics : theory and policy. 7th ed. Boston: Pearson Addison-Wesley. 680 p.
13. КИПЕЕВ, А. (1997) Международная экономика: движение товаров и факторов производства, Часть I, Москва: Международные отношения.
14. MCGRATH, P. T. (1999) Tarptautinės ekonomikos pagrindai. Vertimas iš angl.k., Vilnius: Margi raštai. 125 p.

15. PASS, Christopher; LOWES, Bryan; DAVIES, Leslie. (1991) Dictionary of economics. London: Collins Reference. 138 p.
16. PAULAVIČIUS, Kęstutis-Balys; NAVICKAS, Vytas (2001) Tarptautinių ekonominių santykių pagrindai. Vilnius: VPU leidykla.
17. ROARTY, Michael J. (1996) Trade policy in the EU: prospects for the millennium. MCB University Press, vol. 96, no.1. ISSN 0955-534X.
18. SIMANAVIČIENĖ, Žaneta. (2002) Verslo priežiūros institucijos. Kaunas: Technologija. 114 p. ISBN 9955-09-299-8.
19. STAVROSAS, Dimas. (2007) Klimato kaita. Komisijos narys Stavrosas Dimas ragina pradėti derybas dėl Kioto protokolą pakeisiančio pasaulinio susitarimo. Briuselis, Vašingtonas. IP/07/192.
20. ZELLER, Willy. (1997) Brevier der Marktwirtschaft: Kennzeichen einer liberalen Ordnung. Bern: Spitalgasse. 30 p.

ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

21. RUDZKIS, R.; KVEDARAS, V. (2003) Lietuvos eksporto tendencijos ir ekonometriniai modeliai [interaktyvus]. Vilnius. [žiūrėta 2008 m. rugsėjo 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lb.lt/lt/leidiniai/pinigu_studijos2003_4/rudzkis.pdf>
22. SIMANAVIČIENĖ, A. (2005) Tarptautinės konkurencijos ypatumai šiuolaikinėmis sąlygomis [interaktyvus]. Kaunas: Kauno technologijos universitetas, [žiūrėta 2008 m. rugsėjo 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ebiblioteka.lt/resursai/Konferencijos/KTU_PI/KNYGA2005%20PDF/straipsniai/Ekonomikos/Simanaviciene.pdf>.
23. VILPIŠAUSKAS R. (2000) Lietuvos užsienio prekybos politika ir jos raida: veiksmų analizė [interaktyvus] Vilnius. [žiūrėta 2009 m. sausio 5d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrinka.lt/Straipsn/Studija.phtml>>
24. VILPIŠAUSKAS R. (2003) Lietuvos užsienio prekybos politika ir jos raida: veiksmų analizė [interaktyvus] Vilnius. [žiūrėta 2010 m. sausio 5d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lbank.lt/lt/leidiniai/pinigu_studijos2000_3/vilpisauskas.pdf>
25. SEB bankas (2009) Makroekonomikos apžvalga Nr. 34 [interaktyvus] apžvalga Nr. 34 [žiūrėta 2009 m. sausio 11d.]. Prieiga per internetą: <http://www.seb.lt/Archyvas/makro_nr_34.pdf>
26. Ūkio ministerija (2008) Užsienio prekybos politika [interaktyvus] www.ukmin.lt [žiūrėta 2009 m. sausio 4d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/index.php/lt/Prekyba/Uzsienio>>

27. Valstybinė mokesčių inspekcija (2003) Verslui apie pokyčius [interaktyvus]. VMI prie LR finansų ministerijos: cust.lt, [žiūrėta 2008 m. rugsėjo 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.cust.lt/miscdata/verslui_apie_pokycius_111345963714535214.pdf>.
28. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2009) „Užsienio prekyba“. Statistika (Teminės lentelės), [žiūrėta 2010 balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=2637>>.
29. Apklausa.lt. (2010) „Lietuvos užsienio prekybos perspektyvos“. Internetinės apklausos anketa, [žiūrėta 2010 gegužės 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.apklausa.lt/f/lietuvos-uzsienio-prekybos-pletros-perspektyvos-3fwxzs4/answers/new>>.
30. Bendroji rinka [interaktyvi duomenų bazė]. (2008) Europos institutas: eroi.ktu.lt [žiūrėta 2008 m. rugpjūčio 25 d.]. Prieiga per Internetą: <<http://www.euroi.ktu.lt/PROMETHEUS/moduls/lt/1d.doc>>.
31. ES ir pasaulinė prekyba [interaktyvi duomenų bazė]. (2008) Europos institutas: eroi.ktu.lt [žiūrėta 2008 m. rugpjūčio 25 d.]. Prieiga per Internetą: <<http://www.euroi.ktu.lt/PROMETHEUS/moduls/lt/1g.doc>>.
32. Tarptautinė prekyba daro įtaką žemės ūkiui [interaktyvi duomenų bazė]. (2008) LR Žemės ūkio ministerija: zum.lt [žiūrėta 2008 m. rugpjūčio 23 d.]. Prieiga per Internetą: <<http://www.zum.lt/documents/BZUP/13%20Tarptautine%20prekyba.pdf>>.
33. Europos Sąjungos veiklos sričių apžvalga: išorės prekyba [interaktyvus]. (2007) Europos sąjungos portalas: europa.eu, [žiūrėta 2008 m. rugpjūčio 8 d.]. Prieiga per Internetą: <http://europa.eu/pol/comm/overview_lt.htm>.
34. Tarptautinės prekybos politikos instrumentai [interaktyvus]. (2010) Straipsniai [žiūrėta 2010 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.straipsniai.lt/vadyba/puslapis/3637>
35. Spalį eksportas ir importas mažėjo [interaktyvus]. (2008) apžvalga: balsas.lt, [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.balsas.lt/naujiena/227859/spali-eksportas-ir-importas-mazejo/rubrika:naujienos-verslas-valdzia>>
36. Eksportas pučia gyvybę ekonomikai [interaktyvus] (2010) apžvalga: balsas.lt [žiūrėta 2010 balandžio m. 5d.] Prieiga per internetą: <http://www.diena.lt/dienrastis/ekonomika/eksportas-pucia-gyvybe-ekonomikai-262707>>
37. The Foreign Policies of the Baltic countries. (1994) Basic Issues. Riga: Centre of Baltic-Nordic History and Political Studies, 39 p.
38. Europos Komitetas (2002) Verslo Europos Sąjungos bendrojoje rinkoje vadovas. Vilnius p.240

EKSPERTŲ ANKETINĖ APKLAUSA

Šia anketa stengiamasi išsiaiškinti Lietuvos įmonių užsienio prekybos veiklos metodus, tendencijas ir perspektyvas. Apklausą yra anoniminė, duomenys bus naudojami moksliniais tikslais.

Tyrimą atlieka Vilniaus Universiteto Kauno Humanitarinio fakulteto tarptautinio verslo magistrantas Ernestas Razulevičius.

Nuoširdžiai dėkoju už pagalbą.

1. Jūsų įmonės veikla:
 - Gamyba
 - Prekyba
 - Statyba
 - Paslaugų sfera
 - Kita veikla
2. Jūsų įmonės darbuotojų skaičius:
 - <20
 - 20 - 50
 - 50 - 100
 - >100
3. Jūsų įmonė veikia:
 - mažiau nei 2 metus
 - 2 - 5 metus
 - 5 - 10 metų
 - daugiau nei 10 metų
4. Įmonės patirtis užsienio rinkose:
 - mažiau nei 2 metus
 - 2 - 5 metai
 - 5 - 10 metų
 - daugiau nei 10 metų
5. Kas įtakojo poreikį organizuoti eksportą Jūsų įmonėje?
 - Naujų rinkų išplėtimas
 - Perpildyta vidaus rinka
 - Didesnio pelno siekimas
 - Konkurentų spaudimas
6. Kiek visos savo produkcijos eksportuojate?
 - <10%,
 - 20-50%,
 - 50-80%,
 - >80%
7. Kas yra pagrindiniai Jūsų eksporto partneriai?
 - ES šalys
 - NVS šalys
 - JAV

8. Kokias matote naujas potencialias savo produkcijos eksporto rinkas?

- ES šalys
- NVS šalys
- JAV

9. Kokios pagrindinės kliūtys jūsų produkcijos eksportui? (Vertinant mažiausia kliūtis 1 ir didžiausia 6).

Žymėti - X	1	2	3	4	5	6
Eksportas reikalauja didelių investicijų	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menka valstybės finansinė parama eksportui	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Per daug konkurentų užsienio rinkoje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Įmonė nepakankamai žinoma rinkoje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neužtenka informacijos apie užsienio rinkas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nepakanka darbuotojų kvalifikacija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Kokie mokesčiai labiausiai trukdo vystyti užsienio prekybą? (Vertinant mažiausiai trukdo 1 ir labiausiai trukdo 5).

Žymėti - X	1	2	3	4	5
PVM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Akcizai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelno (pajamų)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muitai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kiti mokesčiai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Jūsų nuomone, įmonėms Lietuvoje, lyginant su kitomis Europos Sąjungos šalimis, sąlygos eksportuoti yra:

- Palankios
- Nepalankios

12. Jūsų įmonės užsienio prekybos *stipriosios* pusės:

- Pigi ir kvalifikuota darbo jėga gaminant įvairius produktus ir juos eksportuojant.
- Gera geografinė padėtis prekių eksportui.
- Eksportas Baltijos jūra.
- ES finansinė parama užsienio prekybai.
- Lito pririšimas prie Euro ir palankios sąlygos ES vidaus prekyboje.
- Laisvos prekybos sutartis su ES ir šioje rinkoje galiojantys vieningi prekybos įstatymai.

13. Jūsų įmonės užsienio prekybos *silpnosios* pusės:

- Atsilikimas technologijose, naujų produktų sukūrimui ir eksportui.
- Nepilnai išanalizuotos ES vidaus rinkos.
- Per brangūs produktai eksportui.
- Nekvalifikuota darbo jėga gaminant įvairius produktus ir juos eksportuojant.

14. Jūsų įmonė mato šias *galimybes* plėtojant užsienio prekybą:
- Didelė ES vidaus rinka lietuviškoms jūsų įmonės prekėms.
 - Didelė ir geografiškai patogi Rusijos rinka.
 - Bendros valiutos Euro įsivedimo galimybė suteiktu daugiau pasitikėjimo Lietuva ES vidaus rinkoje.
 - Besiplečianti užsienio prekyba Baltijos jūra.
15. Jūsų įmonė mato šias *grėsmes* plėtojant užsienio prekybą:
- Eksportuojamos neperspektyvios prekės.
 - Per aukštas Euro kursas prekiaujant su trečiosiomis šalimis už ES ribų.
 - Didelė ES šalių konkurencija.
 - Nevienodo išsivystymo lygio šalių dalyvavimas ES vidaus prekyboje.
 - Nestabili Rusijos užsienio prekybos situacija.
16. Kaip pasikeitė jūsų įmonės eksporto apimtys per paskutinius metus (2008-2010 m.)?
- didėjo
 - mažėjo
 - nesikeitė
17. Ar manote, kad pasikeis jūsų įmonės eksporto apimtys per artimiausius dvejus metus (2010-2012m.)?
- didės
 - mažės
 - nesikeis
18. Kaip atliekate verslo partnerių paiešką?
- internetu
 - telefonu
 - dalyvaujant verslo misijose
 - dalyvaujant parodose
 - susitinkant su užsienio firmomis.
19. Kokiais pagrindiniais kriterijais naudojate atrenkant eksporto rinkas?
- Rinkos augimo tendencijos ir perspektyvos
 - Užsienio šalies kultūros ypatumai
 - Galimi produkto pardavimo mastai
 - Konkurentų skaičius ir jų užimamos rinkos laipsnis
 - Potencialus pelnas
 - Geografinė padėtis
 - Rinkos dydis
20. Kaip paskirstote eksporto prekes užsienio rinkose?
- Tiesiogiai klientams
 - Per distributorius
 - Naudojantis agentų paslaugomis
 - Per atstovus užsienyje (didmenininkus)
 - Mišriai
21. Kokius pardavimų rėmimo ar skatinimo elementus Jūs naudojate užsienyje?
- Reklamą
 - Viešuosius ryšius
 - Asmeninį pardavimą
 - Muges, parodas
 - Rėmimo veiksnių nenaudojate

22. Ar Jūsų įmonės dabartiniai darbuotojai turi darbo su užsienio rinkomis patirtį?

- Mažai arba neturi patirties
- Eksporto valdymo ir logistikos
- Užsienio rinkų tyrimo
- Užsienio klientų aptarnavimo
- Laisvai šneka užsienio kalbom

23. Kokią pinigų sumą Jūsų įmonė investuoja į eksporto vystymą?

- Neskiriama lėšų eksporto vystymui
- Iki 10 tūkst. Lt per metus
- 11 tūkst. - 50 tūkst. Lt per metus
- 51 tūkst. - 100 tūkst. Lt per metus
- 101 tūkst. – 1mln. Lt per metus

Ačiū už dalyvavimą apklausoje