



LIETUVOS EKSPORTO PLĖTROS VEIKSNIŲ TYRIMAI

Algirdas Jakutis, Romualdas Liukaitis, Jurgis Samulevičius

*Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius, Lietuva
El. paštas: jakuciai@gmail.com; vvfsevk@vv.vgtu.lt; jurgiss@email.lt*

Įteikta 2007 02 02; priimta 2007 12 17

Santrauka. Straipsnyje analizuojamas Lietuvos prekių ir paslaugų eksportas, jo plėtros skatinimas. Pateikiami kai kurių pasaulio šalių užsienio prekybos politikos principai, aptariami bendrieji prekybą charakterizuojantys parametrai ir konkreti eksporto struktūra. Atlikta Lietuvos eksporto veiksnių koreliacinė analizė, vertinamas eksporto plėtros ir skatinimo priemonių efektyvumas. Remiantis pastarųjų metų patirtimi ir šiandienine situacija, pateikiami siūlymai eksporto tvariai plėtrai.

Reikšminiai žodžiai: eksportas, plėtra, strategija, veiksniai, koreliacija, mokėjimų balansas.

ANALYSIS OF THE FACTORS OF EXPORT DEVELOPMENT OF LITHUANIA

Algirdas Jakutis, Romualdas Liukaitis, Jurgis Samulevičius

*Vilniaus Gediminas Technical University, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius, Lithuania
E-mail: jakuciai@gmail.com; vvfsevk@vv.vtu.lt; jurgiss@email.lt*

Received 2 Febr 2007; accepted 17 Sept 2007

Abstract. This paper analyses and discusses Lithuanian export of goods and services, its strategic development and stimulation. This article shows economical principles of development, discusses general characterising commerce parameters of some world states as well as the export structure, evaluates measures for the correlation analysis of Lithuanian export factors and appoints efficiency and its development. On the basis of recent experience and today's situation, proposals are made for a sustainable development of export.

Keywords: export, development, strategy, recent factors, correlation, payment balance sheet.

1. Įvadas

Dabartinėmis ekonominių procesų globalizacijos sąlygomis plėtojant užsienio prekybą, atsirado poreikis sukurti patikimą eksporto skatinimo politiką. Nors pagrindinis vaidmuo tenka galingiausioms ir labiausiai išsivysčiusioms valstybėms bei regionams, tačiau tokios nedidelės šalys, kaip Lietuva, siekiančios turėti efektyviai funkcionuojančios rinkos ekonomiką, negali likti nuošalyje. Svarbi tapo eksporto ir jį veikiančių veiksnių poveikio analizė.

Tyrimo tikslas: rasti eksporto plėtros veiksnių kore-

liaciją ir modeliuoti Lietuvos eksporto plėtros strategiją. Užsienio prekyba – sudėtingas įvairių veiksnių tarpusavio sąveikos ir veiksnių kompleksas, apimantis rinkotyrą ir rinkodarą, produktų kūrimą, jų gamybą, pakavimą, paskirstymą ir pardavimą. Savo ruožtu kiekvienas veiksnys priklauso nuo sudėtingų procesų, vykstančių globalinėse rinkose tam tikru laikotarpiu. Reikalavimai kiekvienam produktui, kiekvienai rinkai konkrečiu momentu gali būti gana skirtingi. Neatsitiktinai Europos Komisija kasmet priima daug direktyvų, reglamentuojančių reikalavimus atskiriems pro-

duktams ar kitoms šalių rinkų sąlygoms. Todėl parengti eksporto strategiją kiekvienam produktui ar paslaugai bei bendrąją šalies eksporto strategiją yra gana sudėtinga [1].

Igyvendindama laisvą prekių judėjimo principą, Europos Sąjunga, kaip pabrėžiama ES direktyvose EEC2603/69; 2604/69; 39187/91 ir Europos Tarybos Reglamentuose (EEC) 2603/69; (EEC) 1934/82; (EEC) 3918/91 bei EB 980/2005 siekia dviejų tikslų: 1) nevaržomo prekių judėjimo tarp ES šalių ir laisvo prekių eksporto į trečiąsias šalis; 2) nustatyti bendras taisykles eksportui į trečiąsias šalis skatinti ir priemonės ES šalių rinkai apsaugoti trečiųjų šalių atžvilgiu.

Pirmojo tikslo siekiama įgyvendinant laisvo prekių judėjimo principą, t. y. kad eksportas į bet kurią ES šalį neribojamas muitais, kvotomis ir kitais techniniais ar ekonominiais prekybos barjeriais. Tačiau laisvo prekių judėjimo principas neužkerta kelių laikytis ir įvesti naujus kiekybinius apribojimus ar draudimus remiantis politikos, visuomenės moralės ar saugumo užtikrinimo tikslais. Kai kurių produktų judėjimą iš trečiųjų šalių reguliuoja atskiros direktyvos, jų laikymasis yra atskirų eksportuotojų ar jų grupių atsakomybės sfera. Europos Sąjunga nustato visoms ES šalims bendras Europos Komisijos informavimo apie įvedamus apribojimus procedūras ir taisykles. Komisija taip pat gali pareikalauti iš šalių pateikti statistinius duomenis apie tendencijas atskirų produktų rinkose ir informaciją apie tų produktų judėjimą duotose rinkose. Komisija po konsultacijų su kitomis ES šalimis gali nutraukti apribojimus ar pratęsti jų galiojimą.

ES šalis yra Pasaulio prekybos organizacijos (PPO) narė, todėl jos turi laikytis bendrų PPO nuostatų. Jų tikslas – užtikrinti vienodus reikalavimus ir unifikuoti atskirų šalių elgseną pasaulinėse rinkose. Pasaulio šalių patirtis rodo, kad tik išitraukimas į tarptautinį darbo pasidalijimą, dalyvavimas tarptautinės ekonominės integracijos procesuose užtikrina ekonominę šalies gerovę [2]. Europos Parlamentas ir Europos Komisija po atitinkamų derybų bei svarstymų parengia direktyvas ir reglamentus, o išaiškinusi galimus šių principų pažeidimus, šalims pažeidėjoms taiko sankcijas. PPO ir ES principai ir nuostatos draudžia tiesioginį eksporto rėmimą. Viena veiksmingiausių netiesioginės paramos eksportuotojams formų yra užsienio šalių rinkų analizė ir tyrimo duomenų perdavimas ar pardavimas sumažintomis kainomis eksportuotojams. Plačiau apžvelgsime eksportą lemiančius veiksnius ir kliūtis, siekiant efektyvios eksporto strategijos.

2. Užsienio šalių patirties apžvalga

2.1. Čekija

Čekija, kaip rodo kitų šalių eksporto skatinimo programų analizė, yra labiausiai patyrusi ir toliausiai pažengusi organizuojant bei remiant eksportą posocialistinė šalis. Ši šalis yra sukūrusi gana paprastą, tačiau labai veiksmingą eksporto skatinimo infrastruktūrą, susidedančią iš trijų pagrindinių, glaudžiai bendradarbiaujančių institucijų: Eksporto banko (*Czech Export Banka*), Eksporto plėtos agentūros (*Czech Trade*) ir Eksporto draudimo agentūros (*EGAP*). Be to, Čekija yra įkūrusi Čekijos prekybos agentūros atstovybes 26 šalyse, kurios renka ir teikia informaciją agentūrai. Įsteigtos valstybinės institucijos ir organizacijos vienokiu ar kitokiu būdu finansuojamos iš valstybės biudžeto. Eksporto politika suskirstyta į tris lygius: 1) eksporto rėmimo mechanizmas įmonių lygyje; 2) eksporto rėmimo regioninė politika; 3) eksporto rėmimas valstybės lygyje. Prioritetinė kryptis – didinti prekybos atstovybių vaidmenį plėtojant eksportą [3].

Čekijos Vyriausybė deklaruoja, kad valstybės eksporto politika paremta netiesioginiu eksporto rėmimu, laikantis visų tarptautinių išipareigojimų. Valstybės eksporto politika įgyvendinama taikant finansines ir nefinansines priemones. Finansinės priemonės: valstybės remiamo eksporto finansavimas, kreditavimas, draudimas, tiesioginė parama plėtrai; trumpalaikiai lengvatiniai kreditai ir ilgalaikiai valstybės kreditai palankiomis sąlygomis. Nefinansinės priemonės: eksportuotojų informacinis aprūpinimas, konsultavimas, sisteminis mokymas, paslaugų rėmimas, patarimai ieškant rinkų užsienio šalyse ir kita panaši veikla.

Čekijos Vyriausybė deklaruoja, kad valstybės eksporto politika paremta netiesioginiu eksporto rėmimu, laikantis visų tarptautinių išipareigojimų. Valstybės eksporto politika įgyvendinama taikant finansines ir nefinansines priemones. Finansinės priemonės: valstybės remiamo eksporto finansavimas, kreditavimas, draudimas, tiesioginė parama plėtrai; trumpalaikiai lengvatiniai kreditai ir ilgalaikiai valstybės kreditai palankiomis sąlygomis. Nefinansinės priemonės: eksportuotojų informacinis aprūpinimas, konsultavimas, sisteminis mokymas, paslaugų rėmimas, patarimai ieškant rinkų užsienio šalyse ir kita panaši veikla.

2.2. Jungtinės Amerikos Valstijos

JAV eksporto ir rėmimo sistema apima globalines rinkas, leidžia tirti visų šalių, taip pat Baltijos šalių, ir net tokių kaip Barbadosas ar Burkino Faso rinkas. JAV yra didžiausia pasaulio importuotoja, todėl eksporto dėsninumu, veiksmų analizė ypač svarbi. JAV išsiskiria tuo, kad labai tvirtai įtraukia diplomatinės atstovybes, visas pasiuntinybes bei konsulatus, prekybos atstovybes bei agentūras ir jų filialus užsienio šalyse rinkti informaciją apie rinkas, prognozuoti galimus rinkų pokyčius ir JAV produktų eksporto į tas šalis galimybes, nekalbant jau apie pokyčius tų šalių politikoje bei įstatymų sistemoje. JAV aktyviai dirba su stambiomis užsienio prekybos informacijos centrų ir pasaulinių rinkų duomenų bazėmis [4].

2.3. Kanada

Šalis iš esmės naudojami JAV duomenų bazėmis. Net Kanados užsienio prekybos tinklalapis iš tikrųjų yra perspausdintas JAV tinklalapis (šalims susitarus). Panaši yra ir institucinė infrastruktūra. Viena svarbiausių pusiau valstybinių institucijų yra Kanados eksporto plėtos agentūra – EDC (*Export Development Canada*), kuri iš esmės naudojami minėta JAV sukaupta duomenų bazė apie užsienio rinkas [4].

2.4. Didžioji Britanija

Šioje šalyje, turinčioje gilią užsienio prekybos tradicijas ir kitokių tarptautinių santykių patirties su savo užjū-

rio prekybos ir bendradarbiavimo partneriais, nemažai atliekama mokslinio pobūdžio tyrimų. Gal neatsitiktinai būtent Didžiojoje Britanijoje atliktas bandymas iširti prekybos misijų efektyvumą [4].

Reikšmingą vietą remiant Didžiosios Britanijos eksportą užima elektroninės prekybos sritis. Pavyzdžiui gali tarnauti internetinis portalas „MIM“ – *Maximum Internet Marketing Portale* už tam tikrą mokestį priklausomai nuo pasirinktos schemos galima gauti reikiamą užsienio prekybai informaciją. Iki 2006 m. portalą jau aplankė daugiau nei 1 milijardas žmonių. Internete galima rasti ir įvairiausių gamintojų bei prekyautojų asociacijų portalus (pvz., BPA – *British pig Association*).

2.5. Vokietija

Be tradicinių priemonių įvairių eksporto skatinimo programų rėmimo, šalis naudoja gana specifines užsienio ir vidaus prekybos rėmimo priemones. Vokietija yra pasiskelbusi, kad jos rinka yra jautri kainoms. Tai reiškia, kad ji imasi griežtų priemonių savo rinkai nuo dempingo apsaugoti. Gerai žinomas Vokietijos rinkos apsaugos barjeras yra kokybės, saugos bei ekonomiškumo reikalavimai, reikalavimai pakuotei ir t. t. Šie reikalavimai įteisinami standartais, EC ženklu ar prievole gauti „TUV“, „DIN“, „GS Mark“ ar kitų panašių laboratorijų sertifikatus. Be jau tapusių standartinėmis eksporto skatinimo priemonių, tokių kaip informacijos surinkimas ir teikimas eksportuotojams, reklamos rėmimas, prekybos organizacijų ir pasiuntinybių tinklo naudojimas rinkų tyrimams ir pan., labai efektyvi priemonė yra rėmimas publikacijų, užkertančių kelią importinių prekių paklausai augti [5].

2.6. Jordanija

Įdomi yra Jordanijos patirtis plėtojant įvažiuojamąjį gydomąjį turizmą, kurią galėtų perimti mūsų kurortai: Druskininkai, Birštonas, Palanga. Jordanija planuoja sukurti šiuolaikinių kokybiško gydymo ligoninių tinklą, kuriame galėtų gydytis Vidurio rytų ir kitų šalių pacientai ir gauti aukštos kokybės gydymą gana žemomis kainomis. Be to, planuojama gaminti medicininę įrangą, tobulinti aptarnavimą. Tam tikslui ji naudojasi Pasaulio banko 35 mln. USD paskola Sveikatos apsaugos reformai įgyvendinti. Per pastaruosius 5 metus jau sukurta per 1 500 aukštus standartus atitinkančių vietų (lovų) [6].

2.7. Indija

Eksportui remti ji naudoja 11 schemų (programų): lengvatinių licenzijų schema; gamybos priemonių eksporto rėmimas (EPCG); bemuitis įvežamų perdirbti prekių sertifikatas (DFRC); eksportui skirtų mazgų schema (EUU), taikoma elektronikos gaminiams, kurie pagaminti technologiniuose parkuose, kompiuterinėms programoms ir kitai panašiai produkcijai (EHTP); laisvosios prekybos ir san-

dėliavimo zonų schema (FTWZ); paramos valstijoms eksporto infrastruktūrai plėtoti schema; įėjimo į rinkas iniciatyvoms skatinti schema (MAI); rinkų plėtros palaikymo schema (MDA); kokybės gerinimo, specialių ženklų taikymo ir kt. schemas. Be jau minėtų bendrų visoms šalims priemonių, Indija pardavimų, eksporto skatinimui, įdomiai panaudoja pirkėjo psichologiją. Kadangi Indija eksportuoja daug rankų darbo kilimų, o šiame darbe labai dažnai naudojama pigi vaikų darbo jėga, Indija patvirtino specialų ženklą kilimams, kuriuose nenaudojamas vaikų darbas [7].

3. Lietuvos užsienio prekyba

3.1. Užsienio prekybos politika

Atkūrus nepriklausomybę, Lietuvos užsienio prekybos politikos pagrindiniais orientyrais tapo integracija į tarptautinę prekybos sistemą, laisvosios prekybos sutarčių plėtra, pasvertas prekybos liberalizavimas. Per dešimtmetį Lietuva sudarė laisvosios prekybos sutartis su beveik 30 Europos šalių, buvo priimta į PPO ir galiausiai tapo ES nare [5, 8].

Nuo 2004 m. gegužės 1 d. Lietuva perėmė visus ES sutartinius santykius su trečiosiomis šalimis bei tarptautinėmis organizacijomis ir nutraukė anksčiau sudarytas laisvosios prekybos sutartis, kurios negalioja ES.

Tapus ES nare, Lietuva ne tik įgyvendina bendrosios užsienio politikos prekybos priemones, bet kartu su kitomis narėmis privalo formuoti bendrosios prekybos politiką, jos tikslus, principus, procedūras ir pan. ES sutarties 130 str. teigiama, jog „tarpusavyje įsteigdamos muitų sąjungą, valstybės narės siekia bendrų interesų labai prisidėti prie darnios pasaulinės prekybos plėtojimo, nuoseklaus tarptautinės prekybos apribojimų naikinimo ir maito mokesčių mažinimo“ [4]. Lietuva, dalyvaudama ES politikoje, turėtų aktyviai prisidėti įgyvendinant kliūčių prekybos apribojimams mažinimo tikslą, nes tai naudinga šaliai.

Lietuvos išorinių ekonominių santykių politikos sprendimams priimti nemažą reikšmę turi informacija apie prekių bei paslaugų srautus tarp Lietuvos ir kitų valstybių, t. y. užsienio prekybos statistika. Įstojus į ES, ji labai pasikeitė.

Lietuvos užsienio prekybos duomenys pasidalijo į dvi dalis – Ekstrastatą ir Intrastatą. Ekstrastato sistema apima Lietuvos prekybos su ne ES šalimis duomenis, kurių šaltinis ir toliau bus muitinės deklaracijos Bendrojo dokumento (BD) informacija. Ji apskaito šalies importą ir eksportą. Intrastatas – tai duomenų surinkimo sistema iš įmonių, kurios prekiauja su ES šalimis. Prekių vežėjai duomenis apie prekių apimtį teikia teritorinei muitinės įstaigai tik kartą per mėnesį, pasibaigus ataskaitiniam laikotarpiui, o ne kiekvieną kartą gabendami prekes.

Lietuva naudoja kiek pasenusias eksporto rėmimo formas [9]. Nemažai parengta ir išleista informacinių leidinių. Tačiau jų efektyvumas yra abejotinas. Tai dažniausiai leidiniai užsienio poilsiautojams, turistams, kuriuose pri-

statinėjama architektūra ir kraštovaizdžiai. Interneto puslapiai, skirti eksportui, nepakankamai informatyvūs, produktai reklamuojami gana šaltai, neprikausto dėmesio, nespalingi, nedinamiški. Lietuvos eksporto ir importo draudimo įmonės (LEID) portalą būtina tobulinti. LEID pirmasis puslapis netraukia dėmesio: spalvos pilkos, beveik trečdalis puslapio juodas, emblema nepatraukli (pilka). LEID portale nėra mūsų įmonių pasiūlymų, o jame net 28 užsienio firmų pasiūlymai pirkti jų prekes. Pavyzdžiui, Lenkijos portale – keletas tūkstančių Lenkijos įmonių pasiūlymų. LEID portale pateikiami įmonių pavadinimai ir adresai, o produkcija tik išvardijama, nenurodant jokių teigiamų charakteristikų, savybių, kurios galėtų nors dėmesį patraukti. Nuorodos į įmonių puslapius yra, tačiau kai kurių įmonių puslapiai – tik lietuvių kalba. Turizmo portalas irgi nelabai vykęs. Vaizdeliai iš Druskininkų – tik namų stogai ar pamatai, o latviai ir estai pateikia gražius vaizdus [7].

LEID portale pateikiamos tik 4 su komercija susijusios institucijos – tai Vertybinių popierių birža, Vertybinių popierių depozitoriumas, Pramonės, prekybos ir amatų rūmų asociacija ir Lietuvos laisvosios rinkos institutas.

3.2. Užsienio prekybos analizė ir bendrieji parametrai

Apskritai Lietuva išorinių santykių ir eksporto srityje privalo laikytis tarptautinių įsipareigojimų, bet neturėtų dėl teorinio užsienio prekybos liberalizavimo, kuris praktikoje, deja, dažnai iškreipiamas ir ne visada naudingas, tapti ES lydere [10].

Lietuva yra nedidelė valstybė, todėl jai objektyviai būdingas santykinai didelis ekonomikos atvirumo laipsnis. 2005 m. eksporto ir importo apimtys sudarė atitinkamai 40 % ir 60 % šalies BVP. Taigi užsienio prekybos srutai daro didelę įtaką ūkio augimui, gyventojų užimtumui ir gerovei. Užsienio prekybos skatinimas yra svarbus eksporto plėtrai, kuri turi būti įgyvendinama prekybos liberalizavimo priemonėmis bei eksporto skatinimo programomis [11]. Atviroji ekonomika – tai tokia ekonominė sistema, kurioje kartu su finansinėmis operacijomis, vykdomomis šalies viduje, įtrauktos ir tarptautinės finansinės operacijos. Kitaip tariant, atvirai ekonomikai būdinga aktyvi užsienio prekyba. Iki 1995 m. užsienio prekybos rodikliai blogėjo dėl apskritai chaotiškos situacijos posovietinės ekonomikos erdvėje, kurią lėmė specialistams gerai žinomi dalykai. Vėliau užsienio prekybai būdingos prieštaringos tendencijos. 1995–1997 m. jos apimtys augo sparčiausiai (eksportas padidėjo 1,9 karto, importas – 2,4 karto), nors augimo tempai aiškiai lėtėjo. Užsienio prekybos deficitas išaugo beveik 2 kartus ir pasiekė 7,1 mlrd. Lt. 1998–1999 m. užsienio prekybos apimtys dėl Rusijos finansinės krizės ir jos pasekmių gana smarkiai sumažėjo (eksportas – 24 %, importas – 15 %). Pastaraisiais metais (2001–2005 m.) šalies užsienio prekybos apimtys turėjo aiškia augimo tendenciją, nors metiniai

augimo tempai skiriasi dvigubai. Iki įstojimo į ES jie buvo spartūs, tačiau aiškiai lėtėjo, vėliau padidėjo.

2005 m. eksportuota 32,8 mlrd. litų vertės prekių, į Lietuvą importuota prekių, kurių vertė – 43 mlrd. Lt. Eksportas ir importas padidėjo, palyginti su 2004 m., atitinkamai 27,1 ir 25 %. Lietuvos užsienio prekybos deficitas išaugo iki 10,2 mlrd. Lt. ir buvo 18,7 % didesnis negu 2004 m. Eksporto ir importo struktūra pagal makroekonomikos kategorijų klasifikaciją iš esmės nepasikeitė.

Preliminariais duomenimis, 2006 m. prekių eksportas padidėjo apie 20 %. Dėl spartesnio prekių importo (palyginti su prekių eksportu) didėjimo užsienio prekybos deficitas padidėjo apie 2,9 mlrd. litų.

Apžvelgiant pastarųjų metų tendencijas, gali būti daromos tokios išvados: pirma, užsienio prekyba augo sparčiau negu šalies ekonomika; antra, eksporto plėtra buvo spartesnė negu importo (eksportas 2005 m., palyginti su 2000 m., padidėjo 2,3 karto, importas – 2 kartus); trečia, užsienio prekybos deficitas išliko gana stabilus (apie 8,0 ml. Lt) ir jo neigiamas poveikis šalies ekonomikai, augant BVP, mažėja (formaliaja prasme) [7].

Apskritai Lietuvos narystė ES teigiamai paveikė eksportą. Verta paminėti, kad verslo tendencijų apklausos rezultatai taip pat palankūs. Pvz., 2005 m. birželio mėn. 456 pasisakymuose įmonių, kuriose dirbo 53 % pramonėje dirbančių darbuotojų, kad produkcijos eksporto paklausa pakankama ar net per didelė, įvertina 67 % [12].

Pažymėtina, kad svarbiausiais Lietuvos eksporto partneriais jau ilgą laikotarpį išlieka tos pačios šalys. Pasitvirtina ir literatūroje dažnai minimas teiginys, kad intensyviausiai prekiaujama su kaimyninėmis ar netoliese esančiomis šalimis. Tačiau nerimą kelia tai, kad su dauguma jų nepavyksta pasiekti eksporto stabilumo, o tai signalizuoja apie verslo struktūrų ilgalaikių prekybos sutarčių stoką.

3.3. Eksporto struktūra

Lietuvos eksporto struktūrą galima analizuoti įvairiais pjūviais: pagal Kombinuotosios prekių nomenklatūros (KPN) skyrius, Makroekonomikos kategorijų klasifikaciją, verslo subjektus ir t. t.

Pagal Makroekonomikos kategorijų klasifikaciją, kurios 2001–2006 m. duomenys pateikti 1 lentelėje, eksporte dominuoja tarpinio vartojimo prekės. Ekonomikos konkurencingumo požiūriu tai nėra teigiamas reiškinys, nes šios prekės yra mažos pridėtinės vertės. Vartojimo prekių apimtys didėjo, bet lėčiau nei viso eksporto, todėl jų dalis nuosekliai mažėjo. Kuo aukštesnis šalies išsivystymo lygis, tuo daugiau ji eksportuoja investicinių prekių. Lietuvoje jų dalis iš bendro eksporto ilgą laiką siekė 5–5,5 %, tik 2002–2003 m. labai išaugo iki 11–12 %, o 2004 m. vėl nukrito iki 8,1 % (1 lentelė). Verta paminėti, kad 2005–2006 m. sparčiai mažėjo ir investicinių prekių, kurios būtinos tvariam ekonomikos augimui, įvežimas.

1 lentelė. Lietuvos eksporto struktūra (%)

Table 1. Lithuanian export structure (%)

Rodikliai	2001 m.	2002 m.	2003 m.	2004 m.	2005 m.	2006 m.
Iš viso	100	100	100	100	100	100
Investicinės prekės	5,5	10,9	12,4	8,1	8,2	9,5
Tarpinio vartojimo prekės	53,6	49,2	49,5	53,2	53,2	51,0
Vartojimo prekės	28,1	27,4	27,1	26,8	25,7	25,9
Benzinas	8,3	5,9	6,2	8,7	9,6	9,1
Lengvieji automobiliai	5,3	6,3	4,0	3,2	3,2	4,3
Kiti	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,2

2 lentelė. ESD ir grynas eksportas, palyginti su BVP (%)

Table 2. Current account deficit (CAD) compared to net Exports (EN) (%)

Rodikliai	2001 m.	2002 m.	2003 m.	2004 m.
Einamosios sąskaitos deficitas	4,7	5,2	6,9	7,2
Grynasis eksportas	-5,4	-5,6	-5,8	-6,3

Pastaba: ženklas (-) reiškia, kad eksportas yra mažesnis, nei importas

3.4. Lietuvos eksportas ir mokėjimų balansas

Šalies mokėjimų balansas yra svarbi priemonė jos vidaus ir užsienio ekonominei politikai formuoti. Jame dvi-gubo įrašo principu (kreditas, debetas) apskaitomos visos ekonominio pobūdžio operacijos tarp Lietuvos ir kitų pasaulio šalių. Pagrindinis mokėjimų balanso straipsnis yra einamoji sąskaita. Duomenys apie einamąją sąskaitą, tiksliau einamosios sąskaitos deficitą (ESD), bet kurioje šalyje priskiriami prie svarbiausių ekonominių rodiklių [13, 14].

Lietuvos einamosios sąskaitos analizė rodo (2 lentelė), kad ESD sumažėjimas 2001 m. buvo laikinas, vėliau jis didėjo iki 2004 m., o 2005 m. siekė 4,9 mlrd. Lt arba 7,0 % BVP.

Pavyzdžiui, ESD ir BVP santykis 2005 m. Latvijoje buvo 10,5 % ir Estijoje – 12,5 %, t. y. vos ne perpus prastesnis. Labai išsivysčiusiose šalyse Lietuvos lygio ESD būtų vertinamas kaip nepatenkinamas ar net grėsmingas, o pas mus – kaip dar nepavojingas. Argumentuojama tuo, kad jį lemia ne žemas konkurencingumo lygis ar prasta išdara politika, o spartūs ekonomikos (ypač vidaus paklausos) kilimo tempai, poreikis naudoti ES struktūrinius fondus ir pertvarkyti gamybinių paslaugų sektorius. Su tuo iš dalies galima sutikti, jeigu pasitvirtins ekonomikos subjektų ateities lūkesčiai [7].

4. Lietuvos eksporto plėtros veiksniai ir efektyvumas

4.1. Lietuvos eksporto veiksnių koreliacinė analizė

Norint tiksliai nustatyti svarbiausius ekonominius rodiklius, eksporto dinamiką ir efektyvumo veiksnius, jų ko-

reliaciją, nuolat atliekami tyrimai, kurių rezultatai padeda ieškoti eksporto plėtros perspektyvų.

Gravitacinis modelis, kuris taikomas pramonės produkcijos užsienio prekyboje analizei, dažniausiai turi tokios priklausomybės formą, kuri išreiškiama ryšiu tarp dvi-šalių prekybinių srautų iš vienos šalies eksportuotojos (i) į kitą šalį importuotoją (j) ir penkių veiksnių: abiejų šalių BVP dydžio, abiejų šalių gyventojų skaičiaus ir atstumo tarp šalių [13]. Bendra gravitacinio modelio išraiška yra tokia:

$$E_{ij} = f(B_i, B_j, N_i, N_j, D_{ij}), \quad (1)$$

čia: E_{ij} – šalies eksportuotojos (i) eksporto į šalį importuotoją (j) dydis;

B_i – šalies eksportuotojos (i) bendrojo vidaus produkto dydis;

B_j – šalies importuotojos (j) bendrojo vidaus produkto dydis;

N_i – šalies eksportuotojos (i) gyventojų skaičius;

N_j – šalies importuotojos (j) gyventojų skaičius;

D_{ij} – atstumas tarp šalių.

Dažniausiai naudojama tokia gravitacinio modelio išraiška:

$$E_{ij} = \beta_0 + \beta_1(B_j / N_j) + \beta_2 B_j + \beta_3(B_i / N_i) + \beta_4 B_i + \beta_5 D_{ij} + P, \quad (2)$$

čia: β – gravitacinės lygties koeficientai; P – i šalies preferencijų j šaliai rodiklis (bendra narystė, prekyba tarp Rytų – Vakarų, prekyba tarp Vakarų – Rytų ir kt.).

Posocialistinių šalių eksporto modeliai [13]. Šie modeliai pagrįsti rodikliais, atspindinčiais ekonominius buvusios TSRS prekių srautus šalių rinkoje lyginamosiomis užsienio prekybos kainomis. Analizė dažniausiai buvo atliekama pagal ūkio šakas. Tai lėmė ir modelių formavimą. Daugumai ūkio šakų buvo taikoma tokia produkcijos eksporto / importo išraiška (modelis):

$$E = a_0 + aX_1 + aX_2 + aX_3 + at_4, \quad (3)$$

čia: E – ūkio šakos produkcijos eksporto / importo dydis; X_1 – ūkio šakos – gamintojo BVP dydis (eksporto analizei); X_2 – ūkio šakos – vartotojo BVP dydis (importo analizei); X_3 – užsienio ir vidinių kainų santykis [7].

Vėliau šis modelis modifikuotas. Į atskirų ūkio sektorių produkcijos importo / eksporto ekonometrinės lygtis buvo įtraukti papildomi veiksniai. Eksporto analizė dažniausiai buvo atliekama pagal tiesinę lygties išraišką, atskirais atvejais – pagal laipsninę [15, 16].

Panagrinėkime Lietuvos eksporto ir jį veikiančių veiksnių statistinę priklausomybę (3 lentelė), kuri nustatyta remiantis 1995–2005 m. informacija. Statistinė priklausomybė vadinama koreliacine, jei kintant vienam dydžiui, kinta kito dydžio vidutinė reikšmė. Eksportas nėra tik BVP funkcija, nes jis priklauso ir nuo kitų atsitiktinių veiksnių (investicijų, statybos apimčių, lėšų, skirtų švietimui ir mokslui, informacinių technologijų plėtros ir kt.). Tačiau, kaip rodo patirtis, vidutinis eksportas yra BVP funkcija, t. y. šie dydžiai susieti koreliacine priklausomybe.

Skaiciavimai rodo, kad eksporto ir BVP apimtys koreliuoja gana stipriai. Koreliacijos lygtis: $y = 0,54x - 8,1$. Koreliacijos koeficientas $R = 0,826$.

Dar labiau eksportas koreliuoja su lėšomis mokslui bei mokymui ir tiesioginėmis užsienio investicijomis. Kiek silpnesnė eksporto ir informacinių technologijų sektoriaus produkcijos bei statybos apimčių priklausomybė.

4.2. Eksporto plėtros ir skatinimo priemonių efektyvumas

2003 m. eksporto plėtros ir skatinimo specialiosios programos priemonėms įgyvendinti buvo skirta 28,7 mln. Lt arba beveik 3 kartus daugiau negu vėlesniais metais (4 lentelė). Tuo laikotarpiu daug lėšų skirta paramai inovacijoms ir paslaugų verslui, infrastruktūros projektams (mokslo ir technologijų parkams, inkubatoriams, verslo informacijos centrums ir kt.), taip pat administraciniams gebėjimams stiprinti, ruošiantis efektyviai panaudoti ES struktūrinių fondų paramą (Lietuvos verslo paramos agentūra), ir kitoms priemonėms, kurios vėliau visiškai ar iš dalies pradėtos finansuoti iš kitų šaltinių. Apskritai objektyviai atskirti tarpusavyje susijusias verslo paramos ir eksporto paramos priemones gana sudėtinga.

Nuo 2004 m. kasmet programai įgyvendinti skirta arba planuojama skirti apie 10 milijonų litų. 2006 m. buvo planuojamas lėšų sumažėjimas iki 8,5 milijonų litų. Iš dalies tai susiję ir su komercijos ataskaitos veiklos finansavimu iš kitos programos.

Šios lėšos, palyginti su visu šalies biudžetu, yra labai mažos. Tačiau ir jų efektyvus naudojimas yra svarbi problema.

Lėšų, skirtų eksporto plėtros ir skatinimo strategijos priemonėms įgyvendinti, efektyvumą įvertinti galima, jei:

- 1) turimi ilgo laikotarpio duomenys apie vykdytas priemones bei panaudotas lėšas (sąnaudas) ir gautus rezultatus (naudą);
- 2) yra aiškiai nustatyti naudos vertinimo kriterijai;
- 3) yra įmanoma eliminuoti kitų veiksnių įtaką.

3 lentelė. Eksportą veikiančių veiksnių koreliacija

Table 3. Influencing factors of export correlation

Eil. Nr.	Veiksny	Lygtis	Koreliacijos koeficientas
1	Lėšos mokslui ir mokymui	$y = 0,16a - 2,2$	0,914
2	Tiesioginės užsienio investicijos	$y = 0,31a - 5,2$	0,878
3	BPV	$y = 0,54a - 8,1$	0,826
4	Lėšos švietimui ir mokymui	$y = 0,21a - 3,6$	0,727
5	Informacinių technologijų produkcija	$y = 0,23a - 3,7$	0,693
6	Statybos produkcija	$y = 0,19a - 3,2$	0,612

Siekiant įvertinti priemonių efektyvumą, reikia sukurti eksporto plėtros ir skatinimo veiksnių nuolatinio stebėjimo bei vertinimo sistemą, kuri, beje, pareikalautų nemažai lėšų. Kita vertus, jos funkcionavimu turi būti suinteresuoti ūkio subjektai – eksportuotojai, kurie teiktų reikalingą informaciją. Kadangi absoliuti programos priemonių dauguma yra netiesioginė parama, pasiekti tokį suinteresuotumą, problemiška [7].

Kitas dalykas – naudos vertinimo kriterijai ir rodikliai. Eksporto rėmimo priemonių efektyvumą liudija eksporto apimtys augimas, pelno iš eksporto augimas, naujų darbo vietų sukūrimas ir kt. Tačiau visi kriterijai turi rimtų trūkumų, ypač kai kalbama apie įvertinimą nacionaliniu lygiu.

4.3. Ryšys tarp lėšų eksporto skatinimui ir eksporto apimčių dinamikos

Lietuvos eksporto apimtys 2005 m. padidėjo 27,1 proc., tačiau objektyviai pasverti, kokią dalį poveikio sudaro eksporto rėmimo priemonės kol kas praktiškai neįmanoma, nes nesurinkta informacija iš naudos gavėjų apie jiems suteiktos paramos efektyvumą. Bandytas nustatyti koreliacinį ryšį tarp eksporto plėtrai skirtų lėšų ir eksporto apimčių augimo buvo nesėkmingas. Taip yra todėl, kad investicijų nauda matoma ne iš karto, o tik po metų ar daugiau. Lėšos eksportui remti 2004 m., palyginti su 2003 m., sumažėjo beveik 2,8 karto, o prekių eksporto apimtys išaugo 21 proc. (4 lentelė).

4 lentelė. Lėšų eksportui skatinti ir eksporto apimčių dinamika

Table 4. Dynamics of scope of export and funds for export stimulation

Rodikliai	2003 m.	2004 m.	2005 m.	2006 m.
Lėšos skatinti, mln. Lt	28,7	10,6	11,1	8,4
Eksporto (prekių) prieaugis, proc.	9,1	21,0	27,1	20

Pateikti rezultatai rodo, kad eksporto augimą lemia daugybė veiksnių, pavyzdžiui, tarptautinės aplinkos pasikeitimai, pokyčiai tikslinėse rinkose, valiutų kurso svyravimai. Kiekviškai įvertinti kiekvieno jų poveikį itin sudėtinga.

Dauguma valstybių skiria lėšų eksportui remti, neatlikdamos apibendrinamojo jų naudingumo (efektyvumo) įvertinimo dėl pernelyg sudėtingų skaičiavimų. Tačiau tai nereiškia, kad valstybės neformuluoja eksporto plėtros tikslų ir nebando jų susieti su konkrečių veiksmų įgyvendinimu [17].

Eksportui palankios aplinkos kūrimas. Šiam tikslui 2004 m. panaudota 2,8 mln. litų, arba 26,4 proc., visų programai panaudotų lėšų. Skirtos lėšos 52 įmonių kokybės ir aplinkos apsaugos vadybos sistemoms pagal ISO 9000 bei ISO 14000 ir gaminiams sertifikuoti, 16 organizacijų – produkcijos kokybės, verslo informacinės infrastruktūros, rinkų plėtros, verslo konkurencingumo didinimo projektams įgyvendinti, parama eksportuotojų ne rinkos rizikos draudimo išlaidoms iš dalies padengti.

Lietuvos eksporto galimybių įvaizdžiui formuoti skirta 0,6 mln. litų. Iš dalies finansuotas 32 informacinių ir Lietuvos įvaizdį formuojančių leidinių publikavimas.

Galimybės susirasti naujų prekybos bei kooperacijos partnerių ir rinkų paieška. Šiam tikslui 2004 m. panaudota 6,8 mln. litų, arba 64,2 proc., visų programos lėšų. Remtas Lietuvos ūkio subjektų dalyvavimas 76 tarptautinėse parodose, iš kurių 17 vyko Lietuvoje ir 59 užsienyje, 9 verslininkų misijose paremtas užsienio specialistų atvykimas į du Lietuvoje organizuotus renginius. Finansuota 8 komercijos atašė Lenkijoje, Švedijoje, Jungtinėje Karalystėje, Prancūzijoje, Ukrainoje Nyderlanduose, Rusijos Federacijoje (Maskvoje ir Sankt Peterburge) veikla [7].

5. Išvados

Ieškodami geros eksporto strategijos Lietuvai, atkreipėme dėmesį į Čekijos Respubliką bei Vokietiją, kurios parengia ir vykdo eksporto rėmimo ir skatinimo programas. Formuojant Lietuvos eksporto strategiją būtina naudoti pirmiausia šių minėtų užsienio šalių patirtį.

Atlikta Lietuvos užsienio prekybos politikos, bendrųjų parametrų, eksporto struktūros, eksporto ir mokėjimų balanso analizė parodė, kad Lietuvos narystė ES teigiamai paveikė eksportą. Verslo tendencijų apklausos rezultatai pramonėje taip pat palankūs eksporto plėtrai. Ypač spartus paslaugų eksportas leido pristabdyti einamosios sąskaitos deficito augimą. Tačiau prekių eksporto struktūra konkurencingumo požiūriu nėra gera, nepavyksta pasiekti eksporto tendencijų stabilumo su dauguma šalių partnerių, santykiškai mažas įmonių skaičius pateikia savo produktus tarptautinei rinkai.

Nustatytas eksporto ir kai kurių jį veikiančių veiksnių stiprus koreliacinis ryšys.

Eksportą lemiančių veiksnių ir kliūčių analizė padeda parengti efektyvią eksporto strategiją. Rengiant efektyvią strategiją, reikia nustatyti eksporto potencialą, gauti efektyvią valstybės paramą ir sėkmingai pristatyti produktus į pasirinktas paklausias rinkas arba pasinaudoti jau veikiančiais efektyviais produktų paskirstymo kanalais.

Analizė rodo, kad Lietuvoje šie veiksniai naudojami nepakankamai efektyviai. Per mažai lėšų ir kitų resursų skiriama rinkų tyrimams, mažai prekybos atstovybių užsienyje, atstovybių ekonominiai patarėjai bei komercijos atašė, būdami pavaldūs Užsienio reikalų ministerijai, dirba šiek tiek kita kryptimi, Ūkio ministerijai, LEPA agentūrai nepateikia reikiamos operatyvios informacijos. Žinoma, kad ekonominis ir politinis stabilumas, Bendrijos teisės principų įgyvendinimas, rinkos dydis ir artumas, minimali valiutos rizika ES bendrąją rinką leidžia vertinti, kaip patrauklią ir perspektyvią rinką Lietuvos gamintojams. Patirtis, įgyta tarptautinėse rinkose, neabejotinai sustiprins įmonių pozicijas ir Lietuvos rinkoje, tai gali tapti lemiamu veiksmu didinant ir plėtojant užsienio eksportą.

Produktų gamybos veiksnys irgi iki galo nepanaudojamas – nebeatnaujinama Nacionalinė kokybės programa, mažai remiamos įmonių pastangos įsigyti CE ar kitus produktų gerąsias savybes apibūdinančius prekybos ženklus, neturime savo kokybės ženklo ir t. t. Tačiau tai pramonės konkurencingumo didinimo programos elementai.

Pasiūlymai

Užsienio šalių patirtis rodo, kad dalį eksporto analizės metodikų galima ir reikia naudoti tobulinant Lietuvos eksporto strategiją ir taktiką. Reikia atlikti išsamesnę tokios patirties analizę ir atrinkti racionalias metodikas ar jų elementus.

Gravitacinis posocialistinių šalių ir kiti eksporto modeliai bei empirinių tyrimų rezultatai rodo galimybę formuoti ir realizuoti optimizacinį, daugiakriterinį, stochastinį eksporto modelį, kurio modeliavimo rezultatai būtų racionalios šalių ir ūkio subjektų eksporto apimtys. Tai užtikrintų Lietuvai nemažą ekonominį efektą.

Literatūra

1. PIGGOT, J.; COOK, M. *International business economics: a European perspective*. Basingtoke: Palgrave Macmillan, 2006. 391 p.
2. GRIŽAS, R. *Užsienio šalių ekonomika ir ekonominė politika*. Vilnius: Ekonomikos mokymo centras, 2005. 111 p.
3. *International business publications. Czech Export–Import and Business Directory*. London, 2002. 16 p.
4. BRANCH, A. *Export practice and management*. London: Chapman and Hall, 1994. 456 p.
5. GINEVIČIUS, R.; RAKAUSKIENĖ, O.; PATALAVIČIUS, R.; TVARONAVIČIENĖ, M.; KALAŠINSKAITĖ, K.; LISAUSKAITĖ, V. *Eksperto ir investicijų plėtra Lietuvoje*. Vilnius: Technika, 2005. 363 p.

6. FEENSTRA, R.; KEE, H. L. *Export variety and country productivity*. Washington: The World Bank, 2004. 44 p.
7. JAKUTIS, A.; LIUKAITIS, R.; PURLYS, Č. *Lietuvos prekių bei paslaugų eksporto analizė, jo plėtros ir skatinimo strateginių krypčių parengimas*: mokslo tiriamojo darbo ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2005. 73 p. Prieiga per internetą: <www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/pramone_ir_verslas/pramone/doc/ataskaita%20_galutine_51010-10.doc.>
8. RAKAUSKIENĖ, O.; PATALAVIČIUS, R. *Lietuvos užsienio prekybos politika*. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė, 2005. 137 p.
9. *Metinė ataskaita*. Vilnius: UAB „Lietuvos eksporto ir importo draudimas“, 2005. 62 p.
10. MELNIKAS, B. *Transformacijos: visuomenės pokyčiai, naujas tūkstantmetis, valdymas ir savireguliacija, Rytų ir Vidurio Europa*. Vilnius: Vaga, 2002. 749 p.
11. BARŠAUSKAS, P. *Smulkaus ir vidutinio verslo politika Europos Sąjungoje ir Lietuvoje*. Kaunas: Technologija, 2002. 132 p.
12. *Lietuvos statistikos metraštis 2005*. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2005. 437 p.
13. BIVAINIS, J.; MIŠKINIS, G.; ŽIAUNYS, H. *Užsienio prekybos analizės metodika*. Vilnius: Mokslo aidai, 1999. 37 p.
14. PATALAVIČIUS, R.; ŽIAUNYS, H. *Užsienio prekyba: tendencijos, efektyvumas ir problemos*. Vilnius: Mokslo aidai, 2001. 70 p.
15. MIEČINSKIENĖ, A. *Tiesioginio investavimo užsienyje modeliavimas*: daktaro disertacija; socialiniai mokslai; ekonomika. Vilnius: Technika, 2003. 118 p.
16. PETROŠIŪTĖ, M. *Tiesioginių užsienio investicijų analizė: baigiamasis magistro darbas*. Vilnius: Technika, 2004. 115 p.
17. URBONAS, J. A. *Eksporto organizavimas ir planavimas*. Kaunas: Technologija, 2003. 192 p.

Algirdas JAKUTIS. Doctor, Assoc Prof of the Dept of Social Economics and Management of VGTU. The author of 240 publications, including the monography “Modelling of economic regulations”. Research interests: formalisation of economical research, semantic modelling of economics.

Romualdas LIUKAITIS. Assistant of the Dept of Social Economics and Management of VGTU. The author of 20 research publications. Research interests: efficiency of investments and foreign trade.

Jurgis SAMULEVIČIUS. Doctor, Assoc Prof of the Dept of Social Economics and Management of VGTU. The author of more than 80 research works. Research interests: knowledge management, export promotion and development, economics of EU.